
彩票店日常维护管理彩票店营销宣传方案

目 录

第一节 彩票营销宣传介绍.....	1
一、彩票营销宣传目的.....	1
二、彩票店营销策略.....	1
三、营销宣传方式.....	2
第二节 日常彩票营销宣传方案.....	3
第三节 公益性彩票营销宣传方案.....	6
第四节 新媒体营销宣传.....	10
一、彩票营销宣传策略研究.....	11
二、营销宣传方案.....	18
三、营销宣传方式介绍.....	22
四、彩票营销方案设计.....	26

第一节 彩票营销宣传介绍

一、彩票营销宣传目的

1. 建立竞彩的品牌形象。
2. 加深顾客对竞彩产品的认识。
3. 提升顾客对产品的兴趣。
4. 增加销量。

二、彩票店营销策略

1. 增加 XX 彩票的科技、体育和文化含量。
2. 优化销售点布局，建立科学的销售渠道。
3. 树立品牌意识，确立健康的 XX 彩票形象。
4. 细分彩票市场，实行多元化的产品策略。
5. 强化宣传意识，建立畅通的沟通渠道。
6. 加强对 XX 彩票市场的调查研究。
7. 完善运行机制，加强从业队伍建设。

三、营销宣传方式

1. 派发 DM 单张。
2. 利用即开票摊位宣传竞彩。
3. 举办抽奖活动吸引彩民。

-
4. 约请知名人士聚拢人气。
 5. 彩票店附近设立路径指示牌。
 6. 创造舒适环境。
 7. 为大客户设立 VIP 室。
 8. 举办彩民沙龙、俱乐部。
 9. 自制横幅和挂旗。
 10. 充分利用 LED 屏发布信息。
 11. 店内张贴中奖彩票、中奖喜报。
 12. 充分利用彩票店门口制造竞彩气氛。
 13. 每天宣传重点。
 14. 组织彩民进行合买。
 15. 建立彩民 QQ 群。
 16. 开通飞信业务发送短信。
 17. 区域联网宣传。

第二节 日常彩票营销宣传方案

一、开业前在彩票店周边散发 DM 单
向彩票店周边的居民区、写字楼、商铺等地方散发玩法宣传和开业典礼的 DM 单页为新店开张吸引人气。

1. 重点：

注意 DM 单的有效派发范围（直径 XX 公里内）。

定期派发，而不只是单次派发。

2. 散发对象

男性：XX-XX 岁，与足球、篮球特别是 NBA 的受众年龄吻合，涵盖了大学生、工薪白领、收入稳定的公职人员、相对富裕的社会其他行业人士。

女性：XX-XX 岁，足球及篮球球迷，包括大学生、工薪白领等。

3. 制作 DM 单的重点

- (1) 印刷精美，文字简单，有号召力。
- (2) 写明店址、电话。
- (3) 不同时期，主题内容需要变换。
 - A. 如：初开业时期，以竞彩店资料为主题。
 - B. 开业一至两个月后，以重点赛事为主题。
 - C. 特别赛事时期，如世界杯，以杯赛热点赛事为主题（可以考虑加入重点赛程）。

二、设立即开票摊位

- 1. 以即开票摊位吸引附近居民及过往行人。
- 2. 利用即开票摊位为竞彩做宣传。
- 3. 注意：举行前，应咨询当地市容部门是否需要报批。

三、举办抽奖活动激发客人兴趣

- 1. 购买一注彩票即可参加抽奖，赠送彩票予得奖者。
- 2. 彩民体验了竞彩，同时也增加彩票店人气和销量。

四、邀请名人、明星聚拢人气

1. 以名人的广告效应，带动彩民关注、投注竞彩。
2. 应提前告知附近居民，会有哪些明星前来参加。

五、彩票店附近设立路径指示牌

1. 在竞彩店附近一两百米地方设立路径指示牌。
2. 引起过往人群注意，同时也起到宣传作用。
3. 注意事项：广告牌能否树立需得到当地市容部门批准。

六、创造舒适的环境

1. 空调、茶水、笔纸等供应充足。
2. 好处：让彩民停留时间更长，从而积聚了人气，带动销售。

七、为大客户设立 VIP 室

1. 提高销量的另一途径是吸引大客户。
2. 要以更加舒适的环境和优质的服务留住大客户。
3. 开设专门的 VIP 室，配备完善的设施（例如：电视、电脑、沙发），提供安静的研究环境。

八、举办彩民沙龙、俱乐部

1. 论球活动让客人各抒己见，互相交流，提高投注的中奖率。

2. 邀请足彩/篮彩专家到彩票店做分析，提供专业意见协助客人投注。

3. 制造话题，带动气氛。

4. 吸引客人前来彩票店参与，提供销售机会。

九、制作宣传横幅和挂旗

1. 成本低廉，效果好。

2. 突出卖点，增加店内气氛。

3. 吸引门前客流。

十、充分利用 LED 屏发布信息

滚动字幕容易引起路人关注,吸引市民进门咨询与尝试。

十一、在彩票店内张贴中奖彩票/中奖报喜

1. 提供中奖实例/投注技巧让顾客参考，竞彩：易学易猜。

2. 告诉客人该店是“幸运彩票店”。

3. 令到新客人会有尝试投注一把的冲动。

4. 注意：彩票应写上中奖金额并集中张贴。

十二、充分利用彩票店门口

1. 在门店门口悬挂篮球和足球形状的气球，通过视觉影响过往的消费者。

2. 点明推广产品。

十三、组织彩民进行合买

集中民间智慧，增加中奖机会，分摊个人风险，提高竞彩店销量。

十四、建立竞彩 QQ 客户群

最省成本的宣传方法，建立与客户间的关系。

十五、区域联网宣传，增加宣传效果。

第三节 公益性彩票营销宣传方案

（以下以某一项目举例，我单位将根据项目实际情况设计不同宣传方案）

针对省内各市小学体育教育设施严重不足的现状，我中心联合 XX 省体育发展基金会、相关媒体，向需要帮助的边远地区的小学开展一系列的捐赠活动，提供一些基础的体育用品和器材等物资，有重点、分批次地协助改善当地小学体育教育条件，给孩子们创造一个体育锻炼的环境，让他们能够健康成长，并培养他们热爱体育运动的生活习惯。具体活动流程如下所示：

一、前期筹备

1. 设计制作

（1）整体宣传口号、主题宣传语。

（2）活动整体广告图、效果图（车身、海报、器材包装、锦旗、旗帜等）沿用 XX 年总局中心设计稿。

（3）制作含有 logo、XX 彩票标志的捐赠牌匾。

2. 启动宣传

宣传启动时间：XX 年 XX 月 XX 日。

宣传形式：

（1）在 XX 彩票网、XX 都市报彩票专版、销售 XX 彩票店，介绍活动详情，公布报名平台。

（2）发布官方新闻稿件，号召学校积极参加活动，参与报名。

（3）通过 XX 彩票销售 XX 彩票店进行通知、宣传（让业主帮忙推广、推荐受赠学校，如推荐的学校最终获得“快乐操场”的活动资格，可邀请 XX 彩票店业主同 XX 彩票工作人员一同参与捐赠活动）。

二、报名方式

报名平台：将在 XX 彩票网“活动专区”板块开辟一个页面，用于介绍“快乐操场”活动和活动报名。

报名内容填写：

1. 所有报名学校需完整填写本学校信息（包括：学生总人数、班级数量、学校详细地址、学校基本情况、学校体育器材匮乏的详细描述及详细的申请理由、学校的有效联系方式）。

2. 所有报名学校需上传学校照片（每所学校至少上报 XX 张照片：学校大门照片 XX 张、操场照片 XX 张、体育器材室 XX 张、校园概况照片 XX 张）。

受助学校公示时间：XX 年 XX 月 XX 日至 XX 日。

三、学校筛选

筛选步骤：受赠的学校将由彩票店在报名学校中进行初步筛选，根据报名学校上传的校舍、操场、教室、体育器材室的真实照片再由当地市工作站确定 XX 所学校，该所学校所在辖区市工作站工作人员负责实地考察，并以此作为筛选学校参照的重要依据。市工作站审核通过后向彩票店备案，确认最终受赠学校。

筛选条件：（多方面综合考虑、有侧重、重典型、重特色）

1. 公立小学且必须是完小，一年级至六年级齐备。
2. 突出学校特色，例如：贫困、偏远、城市留守儿童学校、社区残障儿童康复学校、学生人数较少的学校。

四、物资管理和运输

1. 待捐助学校确定后，由省健管中心提供器材清单，在 XX 元内学校可自由选择所需器材，由我方确定选定器材合计金额无误后，统一交由省健管中心，在省体育局监督下，由其负责物资采购和运输，每一所学校产生 XX 元运输费用。

2. 组建“快乐操场”

公益捐助车队赶赴捐赠学校，安排专业人员现场安装体育器材、举行捐赠仪式，车队由 XX 省体育发展基金会和我中心共同组建。

3. 由我中心、省体育发展基金会、省健管中心进行物品账目和清单管理。

五、其他服务

所有捐赠器材清单和捐赠器材使用规范，一式两份，由捐赠方和受赠方代表签字后分别留存。并将器材生产厂家以清单形式告知学校，由器材厂家负责今后器材维护。

六、活动落地执行

现场流程：



确定 XX-XX 所首发仪式学校，由我中心、XX 省体育发展基金会、组建一支车队，邀请省局领导出席，省体育发展基金会和我中心工作人员负责现场活动执行，省健管中心工作人员负责指导器材安装，请当地体育局邀请体育项目教练或运动员指导学生进行体育锻炼，由当地工作站邀请媒体对活动现场进行宣传报道。

七、后续工作

由我中心宣传员负责定期回访，调查活动在当地反响，为今后继续开展该活动提供重要依据。

第四节 新媒体营销宣传

一、彩票营销宣传策略研究

新媒体延展了传统媒体的影响力，综合采纳新颖的数字技术、网络架构之中的技术、对应着的移动技术，凸显了新形态。接纳新媒体以前，传统门店依循旧有的营销路径售卖 XX 彩票。市场环境不断更替之时，偏旧的营销路径，凸显了明晰的弊病。

比对传统情形之下的门店销售，新颖的多重媒体，例如建构起来的网站、微博、转播体育赛事的网站，都对平日的 XX 彩票营销显示出特有影响。

伴随科技拓展，传统 XX 彩票营销，潜藏着特有的缺陷

及弊病。这是因为，门店销售这一偏旧的方式，很难接纳不断更替着的最新信息，也缺失多媒体独有的宣传支撑。在未来时段内，应当考量多层级的彩民需求，重设营销范畴以内的侧重点，凸显新媒体路径下的营销优势，彰显宣传优点。

（一）门店营销特有的状态及疑难

1. 传统路径下的 XX 彩票营销

XX 彩票营销依凭的传统途径，主要是店面。XX 彩票发行特有的初始时段中，惯用的店面销售，占到超出九成的销售份额。当前，大部分的彩票销售都是依循店面销售。传统架构之下的店面销售，建构了金字塔这一总形状。

具体而言，区域预设的 XX 彩票中心、拟定好的零售商、对应着的彩民，建构了单一路径这样的通道。彩民只能依凭唯一的店面，来购买 XX 彩票。该层级架构之中的营销，缺失平日互动，彼此的关联很零散。

XX 彩票特有的售卖渠道，是彩票转移依循的路线，彩民想要购买，只能来到设定好的店面，也即 XX 彩票店，带有时空限制这样的弊病。

2. 门店营销的弊病

第一，XX 彩票销售特有的店面布设，缺失适宜性。

城区预设的 XX 彩票店，多布设在区域以内的繁华路段。这种店面布设的数目偏多，限缩了业主积极性。然而，偏僻区段布设着的彩票店偏少，有的彩民觉得不便，就放弃购进 XX 彩票，在有关市场调研我单位提供的数据中，彩民不买彩票的主要原因，约 60%是“找不到 XX 彩票店”

第二，选出来的路径单一。

店面营销特有的单调途径，转移了原有的购买兴趣，阻碍到了 XX 彩票进展。彩民固有的认知

背景、对 XX 彩票固有的爱好、惯常的玩法，都会潜藏着差异。购买的彩票类别，也会带有差异。单一情形之下的营销环境，很难与不停变更着的市场契合。例如：国外创设的新颖类别，包含基诺彩票、视频彩票、新型即开的多样玩法。这样的类别，吸引很多彩民。

第三，建构的营销体系，仍缺失完备性。

信息科技协同之下，不断更替的 XX 彩票信息，能折射出日益发展的彩民要求。然而，XX 彩票营销建构的管理架构，缺失配套特性的专门技术。拟定好的多重销售点，也没能彼此互通，没能建构市场范畴的协同关系。不能随时去接纳信息，造成预设的管理落后。解析得来的数据，并不带有科学性。这样的弊病，也限制了 XX 彩票应有的竞争实力。

（二）新媒体的凸显优势

1. 创设新颖玩法

新媒体范畴的营销，包含区段之中的网站、XX 彩票主题的微博、网络直播的赛事。这些途径凸显出 XX 彩票独有的特色，也创设了新颖特性的 XX 彩票玩法。比对其他范畴之中的彩票，XX 彩票独有的特征，就是关联着的体育赛事。

例如：国外发行着的多样彩票，都密切衔接着体育赛事。如棒球彩票，甚至赛马彩票。可借鉴创设出来的这一新颖模式，依循彩民球迷独有的需求，拓展售卖空间。这样的彩票，无论设定出来的玩法、多层级的奖品级别、后续时段的发行规制，都累积了可用的经验。

2. 延展营销路径

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/818056143044006063>