# 202\_节日营销策划方案范文

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-01-09

*市场营销是在创造、沟通、传播和交换产品中，为顾客、客户、合作伙伴以及整个社会带来经济价值的活动、过程和体系。下面是小编为大家带来的20\_节日营销策划方案，希望大家能够喜欢!20\_节日营销策划方案1一、关于天地和火锅坊的现状调查:由于本次策划...*

市场营销是在创造、沟通、传播和交换产品中，为顾客、客户、合作伙伴以及整个社会带来经济价值的活动、过程和体系。下面是小编为大家带来的20\_节日营销策划方案，希望大家能够喜欢!

**20\_节日营销策划方案1**

一、关于天地和火锅坊的现状调查:

由于本次策划活动仓促且个人活动较多，调查不够全面详尽，阻碍了策划的制定。在24号晚，电话联系了天地和负责人王女士，预约了25号对天地和的考察。

1.乐山市中区中高档火锅店屈指可数，小火锅店(如鱼火锅等)众多。

目前情况:

1.上午11点，员工坐在椅子上闲谈;下午4点半，经理在柜台上睡觉。在受访的7位曾在天地和吃过火锅的人中，有3位提出服务细节有问题。

2.市场为中高端定位，现阶段主要针对有车人士。大部分是中档小轿车。

3.营业高峰期为晚上7点至8点，4月25日，7点半，消费者每组最少为2人最多为9人。在受访的5组中，除其中一组为宴请朋友外，每组至少有2名儿童，消费者多以家庭方式消费。

4.特色产品为牦牛肉火锅，但对该产品宣传不够。

5.所处商圈(满庭芳二期)定位偏离，满庭芳定位有“花样年华校园主题商业广场”、“嘉州新城生活广场”，但由于其背靠理工学院，致使该商圈小吃店、小饭馆、烧烤、网吧众多，且背后100米处为菜市场。

6.据了解未来嘉州新城与满庭芳将有5万住户。

7.未来绿心公路将连接该地区与市中区繁华部分，将大大带动该地区发展。

二、关于天地和火锅坊swot分析:

优势(s)1.自身定位明确(中高端定位)，此种定位在乐山拥有市场空缺。

2.停车方便且安全(位于满庭芳二期拥有较开阔的环境拥有众多车位，为广大的有车族提供了方便，并且有专门的满庭芳保安值班保证了车辆的安全)。

3.总体地理位置优越(纵观沫若广场至肖坝车站再到嘉州新城结尾本火锅坊是较大

型且消费环境优雅的特色火锅坊)。

劣势(w)1.由于所处位置(满庭芳二期)由于靠近学校，小饭馆林立，降低了该商圈的档次。

2.所处位置离现乐山人口密集区较远，前往此处吃火锅较为麻烦。

3.特色产品宣传不够。

4.服务人员培训不足。

5.夏季天气炎热，从一定程度上阻碍了部分人的火锅消费。

机会(o)1.乐山市中区中高档火锅店屈指可数，市场空缺明显。

2.拥有广大的潜在客户群，有利于长期发展(嘉州新城未来的五万户主将是巨大的消费群体)。

3.未来绿心公路的修建将带动该地区发展。

威胁(t)1.周围楼盘在短期内不会入住。

2.所处位置离现乐山人口密集区较远。消费者难以知晓此处有家火锅坊。

3.知名火锅连锁刘一手在距肖坝不远的沫若广场有分店，构成了威胁。

分析天地和火锅坊优势及机会明显。

1.天地和火锅坊定位即为中高端市场，而乐山中高端市场空缺明显。

2.中高端市场消费者，往往有车，注重生活质量，不会因为几分钟的路程而阻碍他们吃火锅。

3.满庭芳二期的停车位众多，且有保安站岗，能满足消费者停车要求。这是其他中高档火锅店无法具备的。(如刘一手外停车位少，且无人看守)。

战略1.所处地理位置近期无明显优势，但在未来具有极大潜力。因此需考虑长期效益，注重老顾客的保持，新顾客的开发。

2.针对夏季吃火锅问题，开发新产品，吸引新顾客。

3.特色产品不突出，因采取引导消费，带动特色产品消费。

三、关于天地和火锅坊营销策划:

营销主题“留住老顾客，开发新顾客”。

五一等节假日是餐饮消费的高峰期，但五一节三天的收入是比不上一个月的收入的，节假日营销目的不仅仅是要提高短期经济效益，更重要的留住现有老顾客，开发潜在新顾客，带动今后的业绩增长。且嘉州新城、满庭芳在未来将有极多潜在消费者入住，更因进行新顾客开发。

针对该主题，实行新产品开发策略，组合销售策略及会员卡营销策略。并进行针对本火锅坊消费群体的促销宣传。

会员卡营销策略一、实行会员制\\卡的益处:

1.长期广告效应。

2.有助于留住老客户。

3.收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，让客户更加满意，也方便今后的营销计划制定。

二、会员划分

普通会员

金卡会员

三、会员卡功用

普通会员:凭卡消费，赠送特色菜品一份;或享受折扣优惠。

金卡会员:凭卡消费，优先使用雅间，且免收雅间费;赠送特色菜品一份;享受折扣优惠。

注:尽量不使用折扣方式进行低价行销。

四、会员卡制作要求

普通卡:简洁、大方、不俗。

金卡:高贵、典雅，能凸显持卡人品味。

普通卡及金卡均进行统一编号。

五、会员卡发放形式

普通卡:五一期间在本店消费者均可赠送。或平时在本店消费满300以上者。金卡:利用关系网赠送的形式，赠送给企事业单位，及乐山社会名流。

备注:借力营销:借力满庭芳、嘉州新城售楼中心，对其业主免费赠送会员卡。

六、会员管理(消费者信息收集)

发放会员卡后，对应会员卡编号，记录下持卡人信息，并对持卡人每次前来消费的具体信息(消费人数、该次消费者间人员关系(关系包括家庭、同事、朋友等)、消费金额、消费菜品、用餐习惯等)。

收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，也方便今后的营销计划制定。

新产品开发策略夏季吃火锅，有燥热感，且易上火。且随着现代人对生活水平的，在家庭消费者中，常常出现60岁以上的老年消费者，他们不宜多吃油腻;对于爱美的年轻女性来说也不宜吃辣。对于此问题应进行有针对性的新产品(锅底)开发:

清爽温补型火锅、养生保健型火锅、美颜排毒型火锅等(如多种菌类的火锅、清新爽口的瓜果火锅)

组合型销售策略将多种菜品和锅底进行合理搭配，组合成不同的火锅套餐，对各套餐进行富有特色的命名，并对组合后的套餐进行一定的折价。

该策略作用1.引导消费者消费不同菜品和新产品。

2.帮助消费者进行的口味搭配。

3.套餐组合的命名能加深消费者对本火锅坊菜品及本火锅坊的印象。

促销宣传策略天地和火锅坊定位在中高端市场，因此在做宣传时，定位为“精品火锅坊”。

一、目标消费者

目前(嘉州新城还未完全入住)，天地和火锅坊的目标消费者为中高端人士，他们有车，有钱用于餐饮休闲消费，且吃火锅一般携同家人或朋友。此类人群集中地点:滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。

二、宣传形式

传单:1.制作要求:邀请函形式、美观、大方、3000份

2.内容:对天地和火锅坊简要介绍、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。

3.散发:滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。

4.报刊广告:不采取在报刊上直接做广告，而将传单交予报刊乐山代理商和销售商，将传单插在报刊中，这样能以极低的费用做宣传。

(电视广告):1.内容:对天地和火锅坊简要介绍、特色、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。

2.时间、时长:在6点至8点时段内，1小时之间，投放2次30秒广告。播放时间4月28日至5月1日。

注:由于电视广告成本过高，是否投放待定。

经费预算传单:0.5元×3000份=1500元

传单发放人员:30元×10人×3天=900元

(电视广告:600元×3次×5天=9000元制作费用:500元)

会员卡:500张×0.8=400元

总计:2800(12300)元

营销效果评估广告效果评估:采用反馈评估法，结合会员卡营销，了解消费者是通过何种途径知晓天地和火锅店。

活动评估:

短期——据五一期间营业额;

长期——借助会员卡，考察顾客再次光顾率，及顾客满意度变化。

**20\_节日营销策划方案2**

尊师重教历来是我们中华民族的优良传统，\_\_x0年的教师节马上就要到了，\_\_餐厅特在\_\_x0年9月10日推出“桃李满天下，恩情似深海”的教师节联谊活动，在弘扬中华民族传统美德的同时，联络餐厅会员顾客的感情，促进餐厅经营收入提高。详细活动方案如下:

一、活动形式

餐厅邀请会员顾客(特别是老师)召开茶话会、联谊会、座谈会等庆祝教师节活动;

二、活动主题说明

1、活动主题:

桃李满天下，恩情似海深——\_\_餐厅教师节主题联谊会(或茶话会、座谈会)

2、活动目的:

1)借助教师节机会，把握教师节主题，促进餐厅经营收入提高，联络餐厅会员顾客感情;

2)塑造餐厅尊师重教的企业形象，推动会员顾客升级。

三、活动重点环节

1、主持人诗歌朗诵《赞恩师》;

2、教师顾客发言，餐厅员工献花;

3、餐厅员工代表学生向老师献礼:励志手语舞蹈《感恩的心》;

4、凡教师凭教师证在餐厅可享受9折优惠。

四、相关道具

1、凡在9月10日到餐厅消费的顾客均会收到一份关于“教师节感恩”的小礼品;

2、在餐厅门口和大厅悬挂教师节条幅:

“老师，您辛苦了!”

“尊师重教是中华民族和\_\_餐厅的优良传统!”

3、每个餐桌上配一份精美的教师节贺卡。

五、活动注意事项

1、餐厅员工统一着服务装。

2、餐厅联谊会过程中，有空位置员工穿插就座，其余人员整齐站立会场两侧，积极鼓掌，制造场效。

3、带掌由各店长和各地区经理负责。

4、餐厅联谊会期间，餐厅员工不得随意出入餐厅及在餐厅内不得随意走动。

5、餐厅联谊会期间，餐厅员工不得在会场内接、打电话和收、发短信。

**20\_节日营销策划方案3**

一.活动目的

在本次促销活动中企业从商品的进货开始，首先是由相关产品的供应商和生产商对消费者做出(主要以一些相关的平面广告和店内pop做宣传)。其次是店内的一系列主题性促销活动，比如1.是从商品上，通过“美味早餐””绿色浓情”系列主题性活动为顾客在购物中当个好参谋，引导消费，提高本店的价格和质量形象。2.是从细节服务上，某超市在本市开有三间连锁店，直接对手是一家拥有11间连锁店的本地民营超市。所以可以通过“商品外买”来扩大消费群体，寻找潜在消费者。

借助9.10教师节和仲秋节，把本次活动定位于“感情促销”，为消费者创造需求，以此宣传企业文化，寻找企业经营的差异化，最终提升顾客的忠诚度。

二.活动时间

第一阶段9月8日——9月10日

第二阶段9月24日---9月29日

三.活动内容

中心主题:中秋满眼，健康味道在蔓延!

主题一:绿色浓情

1.选取卖场内部分或全部带有“绿色食品标志”的商品作为特价目标性商品进行集中促销。

2.对蔬菜区和水果区联合当地国家有关卫生部门进行现场检疫并做以相关认证标记.

主题二:放心好礼寄相思!

(1)活动地点:超市中心展厅

(2)活动方式:

a.首先是超市企划部在前期促销宣传中，要对参加展销和现场制做的供应或生产者对商品质量的做以平面广告宣传。

b.对所有参加制作月饼的工作人员必须进行严格卫生要求。

c.现场设有三个小型制作台，让购物体验制作乐趣，对参与制作的顾客给予物质鼓励(奖品由厂家提供)

四.宣传方式

(1)专为此次主题性促销活动的特价牌1000个

(2)当地三家报纸，平面广告50万份

(3)店内pop海报5万份

五.活动预算费用

报纸广告5万元;

店内各式pop五万元;

相关部门的协调费用5000元;

“外买车”费用3000元;

其他费用5000元;合计共163000元

六，销售预计

月饼销售预计将比去年同期增加20%

其他商品预计将比去年同期销售额增加50%;

**20\_节日营销策划方案4**

一、活动主题：“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间：

三、活动目的：

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展;同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(VIP服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

四、活动内容

活动主要包括以下内容：

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

1.“金秋营销.自助服务送好礼”

(1)活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2)凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2.“金秋营销.卡庆双节”

(1)活动期间申请卡免收当年年费。

(2)刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易POS单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达1000元(含)以上，赠送价值100元礼品;

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品;

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品;

刷卡消费达20\_0元(含)以上，赠送价值300元礼品;

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费5000元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3—4个大型商场、高档宾馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

由于活动时间为期一个多月，各行应合理安排礼品投放节奏，确定每天各档次礼品投放数量，当天礼品送完即止;同时各行应积极做好异地卡客户消费赠礼工作

3.“金秋营销.速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二)“金秋营销.产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销.产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1.营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2.网点柜员统一佩带工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3.活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4.积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

5.切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三)“金秋营销.产品欢乐送”社区活动。

1.扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销.产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2.结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

(1)积极拓展速汇通业务

9月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务;对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性;对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取导地代发工资等批量汇款业务。

(2)切实促进个人储蓄存款业务

9月、10月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季节特点，大力吸收储蓄存款。抓住国庆节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。国庆节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户的特殊需求。

(3)有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务

活动期间，各行应在汽车经销市场、家电批发市场、住房装修市场等商业社区加强对汽车消费信贷以及我行各项个人消费信贷业务的宣传和营销。加强对高中端客户的营销力度，

推进集团客户购车服务合作;同时加强与人保财险公司以及汽车经销商的沟通合作，加大对集团客户资源的拓展力度，促进个人汽车贷款业务稳步增长。

在活动期间，各行要加快业务受理的效率和审批速度，在规范操作的基础上力求为客户提供便捷高效的服务。

(三)“金秋营销.产品欢乐送”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务;同时抓住高端客户“十·一”期间有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务，进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有：

1.活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。

2.联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠;联合机场、车站等交通部门向我行客户提供贵宾服务。

3.国庆节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业;同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境;另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准，确保总行V客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌。

四、活动目标

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在10月份实现以下目标：

1.客户新增超过历史同期水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高;

2.卡社会知名度和使用率得到进一步提高，当月刷卡消费交易额比去年同期和今年9月份都有较大幅度增长，同业占比在9月份基础上有所上升;

3.速汇通竞争优势得到巩固和提高，促进业务持续快速发展，手续费收入新增创历史同期水平;

4.自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%。

5.圆满完成各项业务指标。

**20\_节日营销策划方案5**

一、重阳节营销活动主题

菊品为尚，情浓重阳;礼敬老人，温馨健康。

二、重阳节营销活动时间

20\_\_年10月2至 20\_\_年10月5日

三、重阳节营销活动餐厅准备

1、为配合重阳节的气氛，在餐厅正门外摆放大型菊花花坛，并在门外的两棵立柱之间悬挂“菊品为尚，情浓重阳—\_\_餐厅赏菊会”的主题横幅;

2、在餐厅正门入口处堆放九层的大型“重阳糕”，配放小装饰“灯”，取“步步登高”之意;

3、在餐厅内悬挂张贴重阳节主题旗帜、画册等;

4、在餐厅各楼层显眼位置摆放不同品种的名贵菊花，供餐厅顾客观赏。

四、重阳节营销活动内容

活动一

餐厅在重阳节营销活动期间，推出适合老年人口味的菜点，时逢秋季养生的好时机，餐厅推出了养生佳品及各色重阳套餐。

活动二

1、重阳节当天向60岁以上用餐的老人赠送养身滋补汤一份。

2、当天过生日的宾客凭生日蛋糕或本人有效证件可获赠长寿面一份。

活动三

举办“百叟宴”。凡年满60岁以上(凭有效证件)的老年人可享受每位99元的“九九重阳优惠套餐”(仅限100人)，额满为止。席间，有民乐、变脸、舞狮子等表演助兴。

活动四 重阳节特价酬宾

保健酒类、保健品类

保健食品类

其它老年用品等

五.重阳节营销活动宣传计划

1、报纸广告：在重阳节前的周四《\_\_晚报》发表重阳节营销活动内容，以彩板见报;

2、网络广告：在大众点评网、饭统网、中国吃网等餐饮网络平台上发布重阳节营销活动信息。[\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！