# 策划推广方案范文

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2024-01-30

*品牌创意再好，没有强有力的推广执行作支撑也不能成为强势品牌，下面小编为大家收集整理了“策划推广方案”，欢迎阅读与借鉴!策划推广方案1根据对目标市场实事求是的透视，应该认识到营销策略作为学生旅游项目开发的产业化的必要性。由于中国经济的大力发展...*

品牌创意再好，没有强有力的推广执行作支撑也不能成为强势品牌，下面小编为大家收集整理了“策划推广方案”，欢迎阅读与借鉴!

**策划推广方案1**

根据对目标市场实事求是的透视，应该认识到营销策略作为学生旅游项目开发的产业化的必要性。

由于中国经济的大力发展，居民收入普遍增加，尤其是在二胎政策放开前的独生子女较多，学生的基本条件相对较好;另一方面，现阶段的高校学生创业、兼职等，也为其增加了经济来源;尤其是在社会开放性越来越大、活动范围不断拓展的情况下，高校学生敢于尝试新事物与体验生活，并想透过旅游开阔眼界等，所以，形成了一个独特的高校学生旅游消费群体;高校扩招政策也在推动高等教育的同时，更是拉动了该领域的发展，因此，应该针对目前高校旅游市场的新特点，分析更为有效的市场营销策略。

一、高校学生旅游需求简述

高校学生的旅游动机主要是自我实现、满足偏好、半价优惠、交友、减轻学生压力、体验时尚等;大多学生主要依靠校园活动、旅行社宣传、网络、朋友组织完成获得信息，设定旅游目标;从行程方面看，多以节假日居多。目前的市场已经有诸多企业进入，但主要是处于不完善的阶段，从旅游产业与市场细分来看，还需要利用产品设计、时尚信息获取、学生心理研究、营销手段等来共同促进其发展。

二、目标市场分析

首先，在目标市场透视方面，应该抓住家庭背景、性别、年级、不同年代学生的总体倾向、文化积淀等基本信息;在这方面，可以利用现在的大数据方法，进行信息收集、旅游消费范围、消费水平、网络调查或问卷调查来实现。其次，应该以学生作为中心，分析其心理构成要素，比如受到旅行社、文化因素、偏好、性格、心理成熟程度、交往范围等各种因素的影响大小。第三，对该市场的发展现状要进行明确的认知，具体来说，该市场已经从初级的阶段发展到了过渡阶段，即是说目前的市场正处于各个企业“大显伸手”，进行产业化转型、资源整合、与创新发展的时期，市场潜力巨大。比如，从我国高校学生旅游市场发展优势来看，潜力大、规模有待拓展、消费特征正在突显;而知识产权意识也在不断加强，高校学生群体更新快;但高校-旅行社间的关联度大，并未发挥出应有的市场价值;尤其是学生的认真劲、满意度等还有待旅游消费产品供应方在各方面的完善来树立口碑;关键是体验消费前景无限，正在逐渐的被学生群体所认可，所以，优势显著，有极大的可行性与可操作性。另一方面，应该认识到作为学生群体的固有限因素，如消费能力、价格接受程度、挑剔性等;因此，劣势也依旧顽固，所以，对于各大想切此高校学生旅游市场这份“大蛋糕”的企业而言，品质化、多元化、创新性是其必走路径。

三、营销策略

首先，根据对目标市场实事求是的透视，应该认识到营销策略作为学生旅游项目开发的产业化的必要性;也就是说，要将针对高校学生群体的旅游市场作为一个整体，进行系统化的分析，通过运用工业发展路径方面的产业化思路，形成一个闭环经济，从而让营销这一环节获得更多的功能性体现，即要通过产品设计、价格、品质、高质量服务、多元与创新来增加营销的“底气”，吸引到学生的眼球，以整体性来提升部分资源整合与开发能力，进一步创造新的需求，让学生反过来更愿意去旅游。另一方面，体验式消费已经渐渐透过工业品市场向着旅游市场迁移，而旅游本身就是一种体验式消费，因此，认识到此点非常重要。营销策略的计划部署，需要坚持从其根本要素出发，结合当前消费者行为倾向，并利用这一点来达到营销的目标。

其次，营销手段多样化;具体而言，需要采用诸如拉网式策略，将网络营销、人员促销、销售促进等进行综合应用;比如，建立会员制度与积分制度，进行价格优惠;引入学生代理、学生组织进行团体、个人促销;将工业品中的分销模式与渠道销售方法合理的引入到高校学生旅游市场;最重要的是网络营销，即需要通过电脑、手机两大途径，结合学生上网习惯，更为创新的去建立新的门户网站与网页，通过个人订购、团购等实现营销;另一个就是借助网络、微信等社交平台，可以建立起数据库，不断的收集数据、分析数据，完成预测，更好的为项目开发、产品设计等提供可靠依据。

第三，服务意识要强，服务要求全面、及时;比如，预定快捷、便利，信息完整，产品组合灵活，互动性强，能够实现信息反馈与及时处理，做到善始善终。在导游方面，应该针对大学生的特点与需求，来制定细致的培训计划，让导游能够在知识方面、组织能力方面、亲和力方面、交往能力、融入能力方面全面提升，以满足市场细分的各项基础。

第四，针对高校学生旅游市场营销方面的策略，需要更多的因素融入，因为大学生这个群体，主要体现在人生的理想-现实磨合期，有一半出于理想，有一半来自现实;所以，真正要做好这个市场，就需要一些营销的艺术性、有需要在营销中做出实际的优惠;进一步讲，这个市场的开发，需要旅游企业走出俗套，不断创新，稳扎稳打，将地基打在现实的基础之上;具体来说，应该将营销提升到另一个层次，充分调动起“学生”这个要素，如通过举办创意大赛、网络征求旅游产品创意等具体活动，让学生在旅游前就参与到其中，从现阶段的发展情况分析，既有利于市场开发，又可以更好的价低营销成本，获得多方面的利益。

四、结束语

总而言之，在新的时期，高校学生旅游市场也呈现出了新的特点，应该认真分析此类消费特征与未来发展趋势，在日益竞争激烈的市场中获得优先地方;因此，开发新的项目、延伸旧有项目、提高服务水平，通过设计一些符合学生心理需求与倾向的产品，以及利用旅游产业化的思路开启更为完善的市场化运营;将营销与整个产业结合起来，以资源整合的优势提升开发能力，不断在高校学生旅游市场中占有更多的份额。

**策划推广方案2**

一、预热活动:关注皇城，集赞有礼

1、活动时间:4月14日至4月28日

2、活动意义:通过“关注皇城，集赞有礼”活动，将聚福葫芦产品信息在微信朋友圈广泛迅速地传播，并赠送以稀缺性与收藏性融为一体的“马年流通币”为奖品，提高参与者的积极性，为第二季新产品上市做好前期市场预热工作，在市场上进行广泛地传播。

3、活动细则:

1)参与方式:关注“皇城工坊”官方微信平台，参与者通过微信朋友圈转发“皇城工坊第二季产品聚福葫芦上市信息”并收集到54个点赞，以手机截图形式截下点赞数量，回复到皇城工坊官方微信平台，即可参与活动。每个微信号仅限参与一次活动。

2)兑奖方式:在活动期间，凡是按规则发送截图的参与者，获奖后将由皇城工坊微信平台发送领奖通知，获奖者凭通知向皇城工坊联络人兑奖。

3)兑奖时间:

第一轮兑奖时间:4月21日，兑4月14日至4月20日期间的获奖者。

第二轮兑奖时间:4月28日，兑4月21日至4月27日期间的获奖者。

兑奖时间为发送领奖通知的时间，获奖者凭领奖通知，联系皇城工坊联络人，进行兑奖。

4、活动奖励:获奖者将获赠皇城工坊“马年流通币”一套。(奖品数量为1000份，赠完即止)

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

二、母亲节活动:寸草春晖，感恩情——评选“幸福妈妈”

1、活动时间:5月5日至5月12日

2、活动意义:母亲节期间，心怀感恩，对母亲的爱溢于言表。通过参与者上传母亲最美的瞬间，与母亲的合影，或是上传母亲带着聚福葫芦时幸福的瞬间，体现聚福金葫芦产品的感恩情谊。

3、活动细则:

1)参与方式:5月5日至5月12日，参与者上传与活动主题相符的照片，至皇城工坊微信平台，由评委会在所有照片中评选出100名“幸福妈妈”。每个微信号不限上传数量。

2)评选方式:在5月5日到5月11日之间，参与者按规则发送照片至皇城工坊微信平台，就能参与活动评选。5月12日由评委会评选出100名幸福妈妈，并在微信平台公布。

3)评委会设置:评委会设委员3—5名，由相关人员组成。

4)兑奖方式:5月12日18:00之前，皇城工坊微信平台将把获奖信息发送至获奖人微信中，获奖人凭获奖信息到皇城工坊联络人处兑奖。

4、活动奖励:皇城工坊提供的价值299元的心旋吊坠项链(925银+锆石+皮绳)

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

三、特别活动:“520，我爱你”活动

1、活动时间:5月12日至5月20日

2、活动意义:执子之手、与子偕老，是所有人对爱情的憧憬和美好愿望，借此百年难遇的吉日，是情侣之间表达爱情信仰和心愿的时刻，通过我们的活动，让参与者将他们的爱情愿望和相守故事用图片或文字的形式上传到我们的微信上参加活动，能够提升大家与产品情感链接。

3、活动细则:

1)参与方式:活动期间，参与者上传讲述爱情愿望和相守故事的图片或文字内容，发送到皇城工坊微信平台上。评选委员会在所有上传内容中评选出5对“情侣”奖，并在微信平台中公布获奖信息。每个微信号不限上传数量。

2)评选方式:5月12日至5月19日，由参与者上传与活动主题相符的照片及故事到皇城工坊微信平台，即可参与评选活动。5月20日18:00之前由评选委员会评选出5对“情侣”奖，并在微信中公布，同时将发送获奖信息至获奖人微信。

3)评委会设置:评委会设委员3—5名，由相关人员组成。

4)兑奖方式:5月20日18:00之前，皇城工坊微信平台将把获奖信息发送至获奖人微信中，获奖人凭获奖信息到皇城工坊联络人处兑奖。

4、活动奖励:赠皇城工坊20\_爱你一世情侣套装(价值20\_元)

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

四、父亲节活动:爸爸，我有话对你说

1、活动时间:6月11日至6月18日

2、活动意义:配合父亲节主题，传递父爱如山的感恩情怀，让参与者点燃心中对父亲的敬爱之心，加深个人情感与产品之间地感情链接。

3、活动细则

1)参与方式:6月11日至6月15日18:00期间，参与者上传与父亲合影或对父亲美好的祝愿，也可以拍下父亲受到礼物后欣慰的瞬间，发送至皇城工坊微信平台。由评委会先选出10名候选人，发布至微信平台，让大家进行评选，最终评选出票数最多的3名获奖者。每个微信号不限上传数量。

2)评选方式:6月16日由评委会从所有上传者中评选出10位候选人，发布到微信平台。经后台整理后发布候选人信息。6月17日由大家按照候选人编号进行投票，按票数评出前三位获奖者。6月18日皇城工坊将在微信平台公布获奖者信息。

3)评委会设置:评委会设委员3—5名，由相关人员组成。

4)兑奖方式:皇城工坊微信平台将把获奖信息发送至获奖人微信中，获奖人凭获奖信息到皇城工坊联络人处兑奖。

4、活动奖励:

一等奖:赠送皇城工坊“三星手串”(价值1990元)

二等奖:赠送皇城工坊“马年通宝”(价值1380元)

三等奖:赠送皇城工坊“乾坤银核桃”(价值990元)

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

篇二

一、活动主题:

大声说出爱，光棍有特权

二、活动目的:

为了迎合年轻消费顾客的消费心理需求，同时促进餐厅的经营销售和人气，特在餐厅微信公众号上举行“大声说出爱，光棍有特权”主题活动，增添和满足用户的猎新好奇的娱乐心理，丰富餐厅的用餐文化内涵。

三、活动文案:

幸福是他们的，我什么也没有。只会暗恋，没有勇气表白的人，注定会孤单……爱要大声说出来，我的告白只说给未来的你听……

四、活动内容:

1、关注本餐厅微信号

2、回复“光棍节”即可进入“大声说出爱，光棍有特权”活动页面，用户可在页面留下自己的想对心中的TA说的话，点击提交，

3、小编将会把回复表白的用户的表白内容放置微信推送信息上，以便大家能够及时进行投票。票数位居前11位的用户可获得本餐厅提供的丰厚奖品。

五、活动时间流程

现在-11月1日21:00(微信表白)

11月2日9:00-11月9日16:00(微信投票)

11月10日19:00(公布结果)

11月11日8:00-23:00(领奖)

若11.11当天晚有事，就餐机会保留，可顺延至12或13日。

六、活动准备:

1、10月15完成与赛风微赢-微信营销平台功能对接(微投票)

2、10月20完成微活动页面设计和后台配置

3、10月25完成线上活动内测

4、10月26日正式上线活动，并安排专人负责活动推广与宣传，在活动造势

七、奖项设置

1、111元代金券一张(消费满31元即可使用)

2、91代金券一张(消费满21元即可使用)

3、71元代金券一张(消费满11元即可使用)

4、11元代金券数张(消费满1元即可使用)

5、到店领奖消费，还可在餐厅微信号上参与大转盘抽奖，(奖品设计有玫瑰花、巧克力、精美小礼品)

**策划推广方案3**

策划背景：

借助于平安夜这个特别的时刻以及具有较高人流量的游乐场，集天时、地利、人和这三方面的有利因素，开展针对某知名高级蛋糕品牌的产品与品牌推广活动。

产品定位：低调的奢华

推广目的：

加强品牌与客户之间的沟通;提高品牌知名度;收集市场信息;提高产品销量;

4。推广方式：现场参与活动，品牌与产品互动

5。推广对象：情侣、夫妻

6。推广引入：以爱情为诉求点

活动策划方案：

活动主题：品一份，温馨而浪漫的爱

从游乐场入门到品牌活动现场的设计：

在游乐场入口安排几个身穿统一白色服装的工作人员(称为爱的天使)，给所有入场的情侣们派发爱的通行证(一个制作精美的宣传小卡片，上面注有品牌推广现场活动的场地、时间、内容等信息安排，并在设计精美的品牌广告图片为卡片背景);倘若不想安排工作人员派发，亦可以在入门处的显眼位置设几个布置特别的、具有节日和品牌产品特色宣传点，让情侣前来自取。

3。塑造品牌特色的宣传设计：

把部分写有浪漫爱情故事的圣诞小卡片，分别提前放在游乐场内各个具有浪漫情调的地方(如在花从中，在树上，在湖边，在小屋内等)，在活动当天发现这张神秘卡片的情侣，即可到指定活动现场领取属于由公司特别制作的平安夜蛋糕(M)一份，此环节主要是为品牌营造一种浪漫、惊喜的神秘色彩，卡片的数量可由主办方根据推广活动的规模大小情况而定;

与游乐场主题活动的宣传设计：

游乐场的音乐会和狂欢派对的现场布置可以放宣传蛋糕品牌的展板、气球、海报

等舞台布置，另外在节目中穿插一些活动环节，比如：现场抢答，回答关于蛋糕制作的问题，关于爱情的问题等等;由\"爱的天使\"在台下送出一张圣诞蛋糕的领取卷;安排一个优美动人的节目来演绎出所推广的品牌蛋糕的美与内在蕴涵的味道;

5。活动现场活动的宣传设计(雪地旁)：

在人工造雪场旁的场地中，适宜开展一些有趣浪漫并适合情侣玩的现场游戏(例如：几对情侣分别男女各绑一只脚，中加夹着一个心形气球，一起从比赛场地的一头走到另一头，最快到达目的地且气球不破者取胜(可以获得一支玫瑰和一张蛋糕领取卷，在另一个活动场地可换取);其它活动参考：几对情侣分别站立对着吃一只用绳子掉起来的红苹果，最快吃干净的情侣取胜;或者是，几对情侣中的一方分别拿到一张主办方提供的小纸条，女方把看到的字写在对方手心上，只能写一遍，说出者犯规，男方需要猜出写下的字并告诉主持人，猜对者取胜;还可以是，几对情侣中的男女任意选出一方，对着图片比赛做蛋糕，材料需提前准备，最终做得最快最漂亮者取胜。(取胜者均获得一支玫瑰和一张蛋糕领取卷，在另一个活动场地可换取)

6。活动现场的宣传设计(与客交流)：

现场内播放柔和而优美的轻音乐，以使得到现场的人能够感受到一种浪漫的爱的氛围，同时和蛋糕的高雅品牌相吻合，一曲曲音乐似乎在低声地讲述着一个个动人的爱情故事，场地内设置展台可以展示精美的诱人蛋糕并写上没款蛋糕的介绍，到现场的观赏者可以获得一张圣诞爱情纪念卡(卡的一半可以写许愿内容和名字，另一半可以在下次到连锁店购买蛋糕时获赠精美小礼品)，场地旁边布置两棵美丽的圣诞树，情侣们在卡片上写下自己的爱情愿望并系在树上，增添浪漫的色彩。)

与此同时，还可以邀请现场顾客填写简单的调查问卷以及对品牌的评价或意见等信息。另外，前面2、3、4、5点所涉及到的所有活动最终都是为了把顾客吸引到品牌推广的活动现场，加深对品牌蛋糕的了解。

现场还可以通过LCD电视或展板标明24：00点将在此举办平安夜爱的主题活动\"谢谢你的爱!\"24：00的活动，如场地能同时容纳30人以上，可以主持一些现场\"真爱大告白\"的活动，让情侣们彼此说出自己对对方的爱。又或者以抽奖的形式，让抽到奖的情侣说出自己爱情中最浪漫的事情;让\"爱的天使\"教大家用手语表达\"我爱你\";给现场的客人每人发一个氢气球，情侣双方在气球上写下\"爱的誓言\"，在24：00整，主持人的主持，一同放飞气球，以天空作证情侣间的爱情。

7。方案说明：

1。)因为蛋糕的高级定位，因而在价格上也会高于普通蛋糕，如何结合蛋糕的特色卖出高端的价值，一方面是制造机会让客户亲自品尝到其特别之处，另一方面，也需要让客户了解到品牌的，从而钟情于它。

2。)在所有的客户群中，情侣和夫妻是最有大可能的潜在购买者，一方面，平安夜到游乐场的人群以青年和中年男女居多，另一方面，为了表达一份真挚的爱情，人们可以不惜代价，因此蛋糕的价格一般情侣都可以接受。只要能营造出这种氛围，蛋糕在平安夜的意义，如同玫瑰在情人节的意义。

3。)活动的所有设计，都围绕着浪漫温馨的主题，而这是最所有情侣们所希望感受到的，以此加深此类客户对品牌蛋糕的钟情，有利于以后的销售。

最后，希望贵司与蛋糕品牌成功合作，在平安夜推出这个让人期待的而心动的产品。

**策划推广方案4**

一、促销目的

以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。预计日均销量在促销期间增长10%—20%。

二、促销内容

1、买中秋月饼送可口可乐

买90元以上中秋月饼送355ML可口可乐2听。(价值3。6元)

买200元以上中秋月饼送1250ML可口可乐2瓶。(价值9。2元)

买300元以上中秋月饼送20\_ML可口可乐2瓶。(价值13。6元)

2、礼篮：分别为298元、198元、98元三个档次。

298元礼篮：七星香烟+加州乐事+价值80元中秋月饼+脑白金

198元礼篮：双喜香烟+丰收干红+价值60元中秋月饼+脑轻松

98元礼篮：价值40元中秋月饼+20元茶叶+加州西梅

3、在促销期间(9、3——9、12)，在卖场凡购满300元者，均可获赠一盒精美月饼(价值20元/盒)。

4、在9月10日的“教师节”，进行面向教师的促销：凡9月9—10日两天在\_\_购物与消费的教师，凭教师证可领取一份精美月饼或礼品(价值20元左右的)。

三、整合促销

1、媒体

在音乐交通频道，隔天滚动播出促销广告，时间8、17—9、12，每天播出16次，15秒/次。

2、购物指南

在9、1——9、13的“购物指南”上，积极推出各类的促销信息。

3、店内广播

从卖场的上午开业到打烊，每隔两个小时就播一次相关促销信息的广播。

4、卖场布置

(1)场外

a、在免费寄包柜的上方，制作中秋宣传;

b、在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势;

c、在广场，有可能的可悬挂汽球，拉竖幅;

d、在入口，挂“\_\_购物广场禧中秋”的横幅。

(2)场内

a、在主通道，斜坡的墙上，用自贴纸等来装饰增强节日的气氛;

b、整个卖场的上空，悬挂可口可乐公司提供的挂旗;

c、在月饼区，背景与两个柱上布“千禧月送好礼”的宣传;两边贴上可口可乐的促销宣传;

d、月饼区的上空挂大红灯笼。

5、其他支持

保健品进行让利15%的特价销售。

团体购满3000元或购买月饼数量达20盒，可享受免费送货。

四、促销费用

媒体广告费：1、2万元

可口可乐系列赠品：6万

场内、场外的布置费：0、6万

月饼费用：6万

共计：13、8万人民币

五、具体作业

1、交通频道的15秒广告，由公司委托\_\_广告制作，在广告合同中应当明确不同阶段的广告内容;预定在8月报16日完成。

2、购物指南由采购部负责拟出商品清单，市场部负责与\_\_晚报印刷厂联系制作;具体见该期的制作时间安排。

3、场内广播的广播稿由市场部来提供，共三份促销广播稿，每份均应提前两天交到广播室。

4、场内、外布置的具体设计应市场部、美工组负责，公司可以制作的，由美工组负责，无能力制作的，由美工组联系外单位制作，最终的布置由美工组来完成。行政部做好采购协调工作;预定场内布置在8月18日完成。

5、采购部负责引进月饼厂家，每个厂家收取500元以上的促销费。同时负责制订月饼价格及市场调查计划，在8月5日前完成相关计划。

6、工程部安排人员负责对现场相关电源安排及灯光的安装，要求于8月10日前完成。

7、防损部负责卖场防损及防盗工作。

8、生鲜部负责自制精美月饼的制作。

六、注意事项

1、若场外促销的布置与市容委在协调上有困难的，场外就仅选择在免费寄包柜的上方，制作中秋宣传;

2、若在交通频道上的宣传不能达到效果时，可选择在报纸等其他媒体上进行补充宣传;

3、市场部应进行严格的跟踪，对出现的任何异样及时进行纠正。

**策划推广方案5**

商品销售都有淡旺季之分，酒店产品也不例外。对于不一样的企业来讲，淡季的时光分配自然也不相同。我们酒店在经历农历春季的火爆之后，整体销量均有下滑，这也是饭店经营业始终存在的淡旺季之间的矛盾。其实，淡与不淡，也只是相对而言，在市场整体销量下降的状况下，只要努力和付出，挤兑竞争对手，仍然能够让自我的销售分额有较大的提升空间。针对淡季的到来，特做出此次营销方案。

一、活动目的

1、透过和各旅行社、各旅游景点和出租车公司的合作，拓展客源市场。

2、对于酒店内部的或是外部的潜在客户进行直接的或是间接的推销，拉动二次消费，争取更多的回头客，促使客户最终成为本酒店的老客户及VIP客人，最终提高酒店的销售额。

二、活动时光

20\_年4月1日至20\_年8月1日

三、涉及的部门

销售部、餐饮部、前厅部、客房部

四、活动主题

暖春狂欢季，有礼相迎。

五、活动方案

(1)多种方式推广，让淡季不淡

方式一:与本地旅行社提前联系，以佣金形式吸引其为我酒店引进客户。

具体操作如下:为我酒店引进团队客户的旅行社负责人，每间房付佣金5元钱，当天现金结算。

方式二:与各旅游景点做好结盟工作，互惠互利。

具体操作如下:与各旅游景点协商达成协议后，凡持我酒店代金券的客人入住我酒店消费时，均可当现金使用。(代金券在活动期间有效，过期作废，代金券均不可折现，用于冲抵酒店客房、餐饮的消费金额。)或持我酒店的代金券到各结盟旅游景点消费时即可享受门票及消费优惠(视各景点协议不一样而定)。

方式三:与出租车公司联系，长期为送往我酒店入住客户的出租车司机现金回扣。

具体操作如下:为司机发放签有其车牌号的我酒店的优惠卡，若有客人登记时持该卡享受打折优惠，即可为该车主10元现金提成，月底结帐或立即兑现。

(2)优惠顾客，拓展奖励计划

优惠一:凡当月按当时门市价连续入住8次的外地散客，均可免费赠送普单或普标1间。或连续入住3晚的社会散客，赠送2瓶矿泉水。

优惠二:凡提前2个月预定20\_年6月、7月的豪华房间或景观房时，并及时确认并付相应的押金，可享受门市价的6折疯狂优惠。(具体操作方法待定)

优惠三:与银行合作，凡持指定银行信用卡的客人在酒店刷卡消费时，可赠送本酒店的代金券1张。

优惠四:每周用一天来拿几间房来做特价房。(用店前的POP牌来做宣传)

六、广告宣传

1、制作印有酒店简介及地理位置的代金券和优惠卡，并付有消费须知，突出特有的企业文化。

2、在附近的旅游景点及火车站做路牌路标广告，针对过境或来访的商务、政务人士。

3、活动期间，全天侯的用电子屏滚动播出优惠政策。

4、酒店前的喷绘或POP宣传。

七、广告费用预算

广告预算的分配如下:

1、代金券的制作费用控制为:元。

2、优惠卡的制作费用控制为:元。

3、景点区的宣传广告费用控制为:元。

4、店前的喷绘制作费用控制为:元。

合计:

八、综述

此次活动方案旨在淡季从某些方面提高酒店的知名度，客户的忠诚度及酒店的销售额，期望相关部门能给予配合，如有不足，能用心给予指证和补充。

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！