# 烘焙店营销策略分析范文21篇

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-03-17

*烘焙店营销策略分析范文 第一篇>一、品牌产品简介DIY蛋糕并不是新事物，成都第一家DIY蛋糕店经营至今已经近5年之久，类似的DIY蛋糕店在也相继崛起。顾客不需要任何西点基础，就可以自己亲手制作一款相当于酒店级别的蛋糕。店内可以亲手制作DIY...*

**烘焙店营销策略分析范文 第一篇**

>一、品牌产品简介

DIY蛋糕并不是新事物，成都第一家DIY蛋糕店经营至今已经近5年之久，类似的DIY蛋糕店在也相继崛起。顾客不需要任何西点基础，就可以自己亲手制作一款相当于酒店级别的蛋糕。店内可以亲手制作DIY蛋糕，巧克力，饼干，果冻布丁，曲奇，派，蛋挞，泡芙(还可以弄夏日冰饮)，等。但主打产品是蛋糕DIY,，同时还是要出售成品和定做制品。

该店取名为食乐坊，意为在制作的过程也是一种快乐的享受

>二、环境分析

(一)外部环境分析

1、竞争并不激烈，有较大的发展空间。

2、阳光城是大学城学校多学生也就多，有固定客户群。学生消费力较高，对口味要求也高，爱新奇好动手，更偏爱自己的特色小店，爱攀比追求享受。学生顾客的传播能力很强，情侣也会比较较爱光顾

3、店铺新鲜独特，价格能获得众人信赖的口碑并接受，容易吸引各个阶层消费者，面向的人群广泛，受淡季旺季影响不大。

(二)内部环境分析

提供温馨的环境，融洽的气氛，齐全的设备、安全卫生有保障的材料、专业的老师，有保障的服务。

(三)SWOT分析

1、优势：

具备一定的专业知识，了解顾客的心理需求，而其他经营者缺少经营意识，不善于了解，分析市场，经营方式僵化。

2、劣势：

蛋糕的口味十分有限，需要不断推陈出新来迎合顾客的口味的变化，还需要靠各种不同的营销手段去吸引回头客。由于缺少经营经验，预期前期投入的成本会比较高，价格稍高，新近入市场得到消费者的认可尚需一段时间。

3、威胁：

出现时间较短，可借鉴的中国本土成功案例不多，挑战性更强、更需要不断探索以求稳定长远的发展。会有人参与到这个行业与我们进行竞争

4、机会：

投资额又不高，操作简单，占地面积小，非常适合小本经营主义者。在阳光城虽然有多家蛋糕店，但并没有此项目，填补市场空缺，空间大。

>三、明确的营销目标

不采取加盟方式，而是以直营方式先把小店做起，然后做成加盟店，打造自己的品牌，树立自己的行业地位。自制与定制相结合将成为我店个性化服务的两条主线。

>四、市场策划

(一)市场调研

越来越多的人重视闲暇时间和舒适的环境，因此如蛋糕点心等便利食品将会很受欢迎。开家特别的甜点店，为不爱吃咸而爱吃甜点和爱喝饮料的人提供了一个轻松氛围的港湾。投资不大，风险小。就饮食行业而言，每年并没有淡季可分。在几万人学生中，每天都有学生生日。大而单一的蛋糕房已经满足不了广大学生的需求。(有淡旺季之分，但是可以增加所卖东西，以平衡个季节收支)

(二)市场细分

按照最初标的客户年龄定位为5-70岁消费人群

其中DIY糕点类主动消费人群为：10-30年龄段人群

半主动消费人群为：5-xx年龄段人群;其余为被动消费人群。

不仅要走DIY路线，也要成品出售和定制。

(三)目标市场选择

目标市场的确定很大程度上由周边环境决定。由于DIY蛋糕面向的顾客群是年轻人，所以目标客户就是学生。

(四)市场定位

价格偏高，口味独特，制作过程独特

(五)市场策略

根据市场需求的不同，采用无差异化策略和差异化策略。

无差异化策略主要是针对大部分的学生提供大众化的消费服务购买成品。差异化策略主要是针对都特殊服务的老师和学生提供DIY和定做服务

>五、营销组合分析

(一)产品策略

提供舒适的场地与齐全的材料设备，有专人指导，顾客可以自己的需要选择不同材料做蛋糕，为亲人、为爱人、为孩子、为朋友、为自己，亲手做蛋糕的感觉非同寻常，展示自己的创作才能。也可制作巧克力，饼干，果冻布丁，曲奇，派，蛋挞，泡芙等。同时还是要出售成品和定做制品。巧克力慕斯、冰淇凌水果蛋糕、红豆蛋挞是本店的特色。与普通糕点房不同是顾客DIY才是我们的主打。提供产品与服务的双重享受，感受到店员绝佳的微笑服务，且店员要统一着装才能给人正规标准的形象。

(二)价格策略

价格是经济环境中的一个敏感因素。市场价格对竞争力的影响，并不可小看。顾客购买力有限，对价格十分敏感。基本上价格必须得使得大众都能接受。如果价格要调整，在价格提高的同时，也必须在服务质量方面得到提高。顾客DIY蛋糕会根据制作的尺寸大小定价在60-200圆内，其他DIY成品做适当定价。店内成品与其他糕点房售价差不多。

细分收费方式为一般蛋糕基础材料最低收费为50元，可根据蛋糕尺寸大小再做价格调整。其中包括所需材料、顾客自行配料(称重量)、自行加工，商店提供加工设备、围裙和方法指导，包装，本店提供一条龙式服务。所有的费用都已计入材料中，但一次性的帽子和手套围裙要另收费5元。

在特别节日情人节圣诞七夕节时等好时节可根据市场环境作适当调整，主要是推出各种活动来吸引顾客。

(三)渠道策略

**烘焙店营销策略分析范文 第二篇**

>一、活动背景

1、扩大影响：通过此次世园活动，引爆媒体传播，形成世园新话题，扩大世园影响力。

2、积聚人气：借助各种形式，营造节日气氛，让高考过后的学子有回报父亲，表达孝心的机会。

3、促进销售：加大优惠尺度，开发消费热点，增加游客数量，促进销售。

>二、活动主题

10馆联动，异彩纷呈，感恩父亲，父爱如山。适逢星期六，星期日也是高考后学生放松好去处，游园同时也能收获礼物，展示孝心，回报父母。

>三、活动大纲

活动形式：国际展园10馆联动，开展礼品促销;

活动主办：世园招展处;

时间安排：20xx年6月16日6月17日

>四、具体方案

活动一 父亲节书画展

尼日利亚馆、俄罗斯馆：现场礼品发放，当年罗中立的《父亲》曾经引起多少人的感叹，如今以父亲形象的画展，为父亲节增色不少，总有一种感动，会让你流泪，总有一种力量，让你前行，父爱是大爱，父爱如山。

活动二 花草大派送

玻利维亚馆：微型盆栽100盆，每天50盆，

先到先得，送完为止。

活动三 父亲节礼物有奖

收集完国际展园10个纪念章，可得到礼物一

份，如：3D画、小礼物、工艺品。

活动四 红酒免费品尝

巴黎馆：每日提供限量供应的大众口味红酒，

供父亲节游人品尝。喜爱红酒的消费者也可

现场以优惠的价格进行购买。

活动五 少儿填色游戏

德国馆：每日免费提供少儿填色板10块，

在七个小矮人和白雪公主陪伴下心情游玩。

>五、广告宣传

1、10个馆外墙上张贴海报;

2、道路两侧灯柱上悬挂宣传品;

**烘焙店营销策略分析范文 第三篇**

>活动时间：

20\_\_年8月7号——20\_\_年8月19号20：00

>活动规则：

走对80步，尽可能快，别掉水里。小伙伴只需要不断踩着图案快快前进即可。很简单吧，谁都可以会玩，但并不是谁都能玩得很好噢，小伙伴，不服来战!

我们通过排行榜的名次给用户发放奖品，并可以设置一定概率的幸运奖，让即便觉得自己速度不快的粉丝也可以拼人品赢得幸运奖。

>具体奖品设置为：

一等奖：鲜花+情人节专享蛋糕一个+客房一晚

二等奖：鲜花+手工巧克力一盒+西华尚亿观影卷2张

三等奖：鲜花+迷你小缤纷慕斯一盒

幸运奖：\_\_\_官方微信商城20元代金卷一张

>兑奖说明：

一、手机号码为兑奖重要凭证，填写应当真实有效，如若有误，作废处理;

二、代金卷只能在金冠好运来官方微商城购买兑现使用

三、本活动最终解释权归金冠好运来蛋糕店所有。

>参加活动：

**烘焙店营销策略分析范文 第四篇**

>一、活动背景

母亲节是一个感恩母亲的节日，正与中国人的孝道情感相吻合，非常适合促销活动的开展，同时，五一促销的缩水，正好可以由母亲节促销活动做为后补。

>二、活动目的

提高销量，塑造形象。

>三、活动策划

加速母亲节的热烈气氛，传递母亲节感恩母亲的情结，提高人们对于母亲节的重视，同时薄利多销的方式来做十全母亲节蛋糕，提高销量及店形象。

>四、活动主题

甜蜜母亲的心

>五、活动内容

1、价格(薄利多销)。千份十全甜蜜蛋糕，低价甜蜜母亲节，每份母亲节蛋糕以十元的价格销售，并送康乃馨一支。

2、抽奖：凡是在母亲节期间在店内购物的客户都可以抽奖，奖品是XX门票一张。

3、制定母亲节套餐蛋糕，赠送全家福照片或红酒一瓶。

>六、活动宣传

1、宣传单，DM单，在各大超市、商场、学校、白领聚集区发放。

2、店内吊旗、彩条、展板宣传;店外海报。

3、电台宣传。

>七、活动预算(略)

>八、活动执行

1、促销礼品的准备要到位。

2、促销人员到岗到位，确保蛋糕促销正常进行。

3、前台接待人员要做好培训，引导解决客户制定蛋糕及促销活动的解答问题。

**烘焙店营销策略分析范文 第五篇**

家具店促销活动方案

【篇1：经典家具卖场促销方案】

经典家具促销方案

促销是动态营销的一个阶段，是我们展示产品形象的辅助手段，不管是搞价格促销、赠品促销、组合促销，都要遵循动态的促销策略，运用整合促销提升品牌价值和销量。面对竞争的家具零售市场，我们该如何开展创新、实用而有效的促销活动呢？本文将重点介绍国内家具业最成功的文化促销、情感促销、体验促销、赠品促销这四种家具促销方式，供您参考借鉴。

一、家具促销 简而言之是：寻势、顺势、借势。[经典案例]：

某知名商场不仅打造优雅的购物环境，同时在售后服务方面也不断向客户提供精细化服务，并将客户资料整理成电脑档案，定期上门回访。商场根据不同时期推出各种优惠促销活动，其中vip会员优惠活动最为有效。客户只需要在优惠推广期一次性购物满8,000元以上，就可成为vip会员，可享受额外的折中折和特惠商品优先购买，同时提供专家导购，免费为客户进行居室风格设计和家具配置，使客户“全程无忧”。最为重要的是许多vip客户为商场带来了新客户，使商场业绩倍增。

商场促销是以消费者需求为导向，做好销售的每一个细节，让顾客满意。瑞典宜家家居（世界第一的家具企业）创始人英格瓦?坎普拉德曾说：“我们的热忱、持之以恒的创业精神，我们的成本意识，我们秉承责任和乐于助人的愿望，我们的敬业精神，以及简洁的行为成就了今天的宜家。”

二、家具商场促销常用方法

1.赠品促销：是家具常用促销方式，只要顾客购买促销商品达到一定数量或金额，就可以得到商场赠送的赠品。

2.特惠组合：类似于降价，但又不会带来负面影响，既维护了家具品牌形象，又消除了价格障碍，提升商场市场竞争力。

3.返奖销售：可分为返券、返券加现金、返现金、返现金加赠品等形式。

4.降价促销：在促销推广期推出特惠价商品和部分商品打折促销。5.有奖促销：购买一定金额商品后抽奖或定期开奖，多买多送。6.限定促销：是指限定品种、数量、时间的产品特惠促销方式。7.情感促销：针对新婚、老客户开展特别优惠促销，如凭结婚证、老客户凭发票购买家具打折或送赠品等形式。

[经典案例]：下面的案例是上述7种促销方式的汇总，方案中所列价格、数据、活动细则仅供促销时参考。时尚生活 经典家居 国庆真情回报重厚礼

时 间：20\_年9月20日––10月9日

活动期间，全场商品九折优惠（不含特惠组合和特价家具），并有精美家居礼品赠送。

1．惊喜折扣，款款动人：

1)购物满3600元––5600元9折基础上再享受折。2)购物满5600元––7600元9折基础上再享受9折。3)购物满7600元以上9折基础上再享受折。2．超低特惠时尚家具

床具： 680元 元

沙发：布艺1980元 真皮3180元（每天限量3套）3．实惠家具套装，享受超值特价

a组合（卧房三件套）市场价：2180元 特惠价元 b组合（卧房五件套）市场价：3980元 特惠价元

c组合（客厅、餐厅组合）超值精品沙发+实惠经典餐桌元 4．购家具送床垫

1)购a组合 加499元赠送价值780元床垫一张 2)购b组合 加399元赠送价值780元床垫一张 3)购d组合 加300元赠送价值900元床垫一张 5．家居礼品大赠送

购物满1800元––2800元赠送精美礼品一份

购物满2801元––3800元赠送茶具或高档靠垫一个

购物满3801元––4800元赠送高档七孔被一床或床上用品一套 6．购物送红包，时时有好运

购物满20\_元，可在幸运树上抽取红包1个；4000元抽取2个红包（每增加20\_元，赠送一个红色，以上类推）。7．老朋友 心相系

1)凡凭本商场20\_年9月以前购物单据购买家具或推荐客户购买本人可享受幸运红包双份（活动6细则）或赠送礼品一份

2)凭20\_年9月以前购物单据购买家具或推荐客户购买本人可享受购物赠礼品和红包各一份（活动5、6细则）8．新婚直通车 凭结婚证（20\_年1月1日后登记），购买家具满6000元以上可再享受特别礼品和红包一个，并赠送婚礼花篮一对。

三、家具促销策略

1．营造促销氛围：商场促销应充分营造氛围，突出祥和、温馨、幸福家庭气氛。在醒目位置悬挂卖场促销pop、海报、广告牌等。

2．促销时机：节假日、结婚旺季、购房、装修旺季、新产品上市、清理库存。

3．促销组合：一般是购物折扣、批量折扣、赠品促销、主题事件促销组合。

4．目录展示的促销策略：将所促销产品的照片和价格制作成宣传图册或折页，客户可以通过折页了解产品，并得到家居布置的灵感。推荐研究《宜家家居》目录册。

四、家具促销案例精华

1．“有条有理大行动”。在促销现场，教顾客如何使家居布置井井有条。

2．“让价格自己说话”。在促销时，将产品的特质、环保、性价比等优势通过广告展板、海报等多种宣传形式，告知顾客本产品具有超强的性价比优势。

3．“家具价格有奖竞猜”。在活动现场采用实物或写真大图片的方式，让顾客参考竞猜，价格最接近者为胜，获价值50元奖品一份。此举即可带动人气又可宣传产品。

4．“家具由您定价，你想几折就几折”。本促销活动在国内许多商场促销时，效果特别好，实施方案简述如下：购物满5,000元以内，通过抽奖可优惠折扣1%~10%，购物满5,000元以上，抽奖可获折~3折优惠，可返现金或购物券。

5．“布艺沙发100元一套”。该类促销方案主要是制造悬念，引起顾客关注。实质是购物满一定金额，加100元送沙发一套。

6．举办“沙发文化节”或“睡眠文化节”。此促销方案是主题促销。沙发文化节产品以沙发和茶几为主。卖场以沙发为主题的各类吊旗布满商场，内容主要有沙发的演变、材料、款式、风格介绍。实施要点是在促销时段通过调整其它产品的面积，扩大沙发展示面积3倍以上（沙发展示面积当地第一）；“睡眠文化节”以套房家具为主，促销形式相同。

7．“家具团购，替您省钱”。该方案是商场和团购组织、媒体联合举办的促销活动，操作规则如下：指定好团购产品，委托团购组织和媒体发布消息征集团购成员。在会议室向团购客户介绍产品和优惠政策，此优惠政策在5天内有效。有意向团购成员需交团购定金，每人获得团购卡一张，卡上注明优惠折扣、付款方式、售后服务、违约责任等内容。客户凭此卡到门市像普通消费者一样看货、验货、付款。团购是家具促销的新形式，可针对住宅小区和单位展开效果更佳。

五、经典促销策划范例

文化内涵和情感能促进家具销售，我们不仅卖家具，还提供生活方式，是消费者的顾问，将文化和情感融入家具，才能真正展示家具的美感和内涵，让顾客感到真正的关爱。

策划一：“君乐美”的4w促销方式

4w为完美：步步进逼；维护：进退有据；文化：营销基础；温馨：攻心为上。

谁钟情于顾客，用情感去占领顾客的心，从而赢得顾客的好感与信任，谁就拥有市场。

温馨到家，众口皆夸

“君乐美”以情感竞争为营销手段，在商场内特别推出“售后服务区”免费为消费者提供咨询、设计、维修、订做、客户回访等服务。他们推出声势浩大的“万名消费者需求调研”活动，参与者达数万人。凡在君乐美购买千元以上家具者，均有名贵花木赠送，大量的巴西木、伞尾葵等中外名贵鲜花无偿赠送。走进千家万户，有谁不对君乐美人产生一种可亲、可敬、值得信赖的情感？

创造个性，“营销”文化

当今是消费个性化的时代。消费者在家具商场时，顾客相信自己的眼睛，用自己的经验去寻求一种感受。于是，环境与心情的吻合被摆在了购买决策的首位。如此这般，大家享受的是一种氛围，一种这样的氛围中所包含的文化。他们推出了一系列旨在倡导高品位文化的促销方案。

1.开展攻势猛烈的广告宣传，告知消费者该企业的经营方略：

“奔走于都市的滚滚红尘之中，您是否感受到了一丝厌倦？君乐美家具商场愿为您的生活营造一片恬静的乐园”。

“生活离不开空间，空间需要装点。君乐美家具商场愿与顾客一起携手走进大自然。”

“在企业我们销售家具，在社会我们美化生活。” 把家具与现代居家氛围有机结合，把购物与陶冶情操有机结合，把营销与文化有机结合，将自己的经营从一开始就定位于高层次、高品位的坐标点上。

2.“营销”文化。君乐美先后举办了“摄影比赛”、“秋季联谊会”、“营销文化沙龙”、“菊花展”等活动，从中不难看出君乐美人着意刻画文化主题的追求。

策划二：购买家具，送旅游

[案例]：千年的古樟树、翠绿的山冈，清彻见底的山泉，能在山中逗留是一种乐趣，呼吸新鲜空气，放飞自己的心情??

活动细则：购物满8,000元以上，邀您和爱人赴原始森林探幽、漂流一日游。

本案例说明：在实施时，要将顾客集中在一起组团，并请专业导游，全程摄像，制作成光盘送给顾客，旅游时段安排丰富多彩的娱乐活动。旅游结束后，许多的客户成了商场永远的朋友，给我们带来了很多的客户，那场景让我们永远回味，因为每个人都需要关爱。

家具商场促销案例是多样化的，促销从本质上来说，是商家与购买者双向互动的过程。从这个意义来讲，帮助顾客省钱，给顾客关爱，为顾客着想，才能赢得顾客的信赖，培养更多的忠诚消费者。让我们一起创新，善用文化促销、情感促销、体验促销、赠品促销方式，形成我们特有的高品位的家具经营模式，这是我，也相信是您所共同期盼的景象。

【篇2：家具店促销活动方案】

家具店促销活动方案

新年临近，不论是乔迁新居还是装饰旧居，酒店为抓住圣诞、元旦、春节商机而添置、更新桌椅，世德正可借此推出促销活动-降低库存，增加销量。

一、活动主题

世德家私送“服”到家

质量进一步 价格让一步

二、活动时间

12月7日——1月7日

三、活动地点

华凌及广汇美居三个销售终端

四、活动内容 推出金鸡系列(把原有产品命名为金鸡系列)，以优惠价及吉祥赠品促进销售。

1、终端布置

(1)购买外型为鸡形状的红色灯笼，悬挂在展厅上方；购买手工制作的金鸡工艺品，放于椅子上；在广汇美居及华凌形成世德第一个迎接鸡年的企业品牌。

(2)在店面悬挂“金鸡一唱 天下福；世德家私送“服”到家”横幅。(3)制作以“金鸡一唱 天下福；质量进一步价格让一步” 为主题的易拉宝，画面为一只金鸡站在椅背上啼鸣，鸡头部分背景为世德圆形标识，鸡头的下半部分为世德桌椅。

(4)拍摄世德家具厂内餐椅加工的每一道工序实景图片，做成展板在卖场展示，让客户真正感受到世德家具的质量过硬。

(5)到世德老客户（如：张福记、鑫都酒店）拍摄产品照片，在展板上展示。

2、终端促销内容

(1)在活动期内购买世德产品均免费送货、上门安装。(2)购买不同产品赠送实用的赠品：

每套餐桌椅赠品金额控制在20元以内。

餐厅大量购买，为每把凳子配一个座垫，使客人一进入餐厅坐在凳子上不是冰凉刺骨，从而体现餐厅越来越人性化的服务，尽量选择以金黄色或红色为主色调的座垫，营造一种过年的气氛。

在活动进行前，为每张桌子雕刻一个烟灰缸。

制作木块型桌台号，作为赠品。

购买软包椅子的顾客，为其赠送两瓶清洗剂。体现世德企业为客户着想，过节一般送什么都是双数，所以购买一套餐桌椅就送两瓶（须实验后再定）。

(3)推出金鸡系列，此系列的价位为优惠价。3、制作宣传折页

内容安排：

【篇3：家具促销活动策划方案新27】

剑桥家私促销活动策划方案

活动时间：20\_年5月18日至19日（周六至周日）

活动地点：虚江xxx

一、活动目的 针对五一过后，整个家具市场还处于销售淡季，在别人还没有开始的时候，我们将“优惠”的口号喊响，抢占当地市场，有针对性地根据当地市场制定相关的促销活动方案。

二、活动策略

根据活动时间的季节特点，推出购物有礼的活动，提升商业活动的附加值，增加娱乐性和亲民性元素，强化活动吸引力。

三、活动主题

剑桥家私促销巨惠上献

——迷人初夏，剑桥家私心动价清凉登场

四、活动内容：

1、进店有礼，凡在活动期间活动当天光临店面的前20位顾客均可获精美礼品一份。（洗衣粉450袋）；活动期间，购物满20\_元即可参加抽奖一次，依此类推。

3、1+2+3布艺沙发《1880元》（需形象照片）4、特价餐桌《2024》（需形象照片）

5、特价电视墙《2880元》（需形象照片）

6、儿童特价套房米床+两门衣柜+一个床头柜+电脑桌直台《3180元》（需形象照片）

7、儿童床米《560元》（需形象照片）8、双功能床垫现场拍卖1元起拍

9、现场抽奖1等奖4888元沙发一套 2等奖2名2888元床上用品一套 3等奖3名1288元的奖品未定

幸运奖若干名多功能指甲刀一把

纪念奖：洗衣粉450袋

活动建议：专卖店根据当地实际情况和消费者喜欢拿出两款产品，在店内标明特价，最好

再注明店长日推介或本月消费者最喜欢床款等。

五、活动促销流程

（一）前期操作：（可于活动前三天）1、短信广告：在活动期间发短信3次。

短信内容：迷人初夏，剑桥家私心动价清凉登场！诚邀您亲临xxx地方鉴赏，重重惊喜等着您！活动地址：店铺地址： 电话：。。。2、自行车队： 10辆自行车，在车子后座上插上竖排，双面都可以贴广告画面。另外再招聘10个临时工，每人骑一辆车，按照计划好路线巡游全城。

3、举牌：雇请15-30个人按身高排成一支队伍，最好是学生，着统一服装，每个人手中举着广告牌，沿街道行走，由于人行走的速度较慢，留给路人观看的时间较长，易于为人记住。

4、社区广告：在社区里特别是刚交付的楼盘里投放广告，比如大牌、灯箱、横幅、太阳伞等，这类客户多数都要装修入住，购买家具，社区广告在第一时间实现了对业主的现场拦截和信息输出，抢先占据了消费者的心智，而营销的关键就是抢占了消费者的心智； 5、宣传车（雇小型微货或面包车车身四周捆扎宣传牌）游街。

广告用词可参照横幅内容或直接在上面宣传优惠活动的内容。确定路线后，通过扩音 器播活动信息，行车速度不超过25码/小时，专人跟车，早上以7：30-9：30为主，下午以4：30-5：30人流高峰期为主。

6、聘女生（形象气质佳）与热闹繁华路口举宣传牌（事先打听城管是否干涉）；或者穿旗袍作绶带（特制宽幅绶带，上写：\*\*\*家私5、18特惠；热询电话88888888）两人一组并立于路口。注意：旗袍美女必须身高五官佳并化妆，以在路上引来回头率为标准。

（二）中期操作

（2）物料准备

活动前期物料：广告宣传物料准备（详见附后）

（三）后期延续

（1）物料的跟踪与确定。

（2）活动前两天开始布置现场，对专卖店全部产品定价并填写好价格牌（“出厂价”专用

价格牌）

（3）活动前一天开始对参与人员进行活动方案讲解。

七.活动前商场内部准备： 1.接待组：（4人）

做好整个活动的接待安排工作。并做好促销活动商场服务台的组织协调工作。礼品的采购，分类，包装，以及活动现场负责礼品的发放。

2.物业组：（6人）

包括保洁（2人）、保安（4人）。保洁负责店面现场卫生清理与整理工作，保证现场活动环境干净整洁。

保安负责现场的巡视工作，引导车辆的通行，保管好顾客的物品以及交通工具，发生特别事故时，及时处置，冷静操作。以免事态向不可控制方向发展。发生突发情况及时向上级报告。3、物料准备组：

20\_年5月18日前：广告物件应准备到位；2、需用奖品准备到位。4、专车接送：落实车辆，顾客来店包接送。（店内免费为顾客提供茶水点心，水果等）。

5、电工：活动现场及店面积配备专业电工2名，确保活动不出现任何线路问题。

6、摄影师：负责店内商品的拍摄工作。

7、管理组：设立导购及员工激励方案，一定要让员工兴奋起来，只有他们兴奋起来，精气神上来了，工作才有干劲。

四、促销活动——广告宣传

卖场气氛：

据某国际权威研究结果显示：顾客到商场购物，70%以上的决定是在卖场里面做出的，冲动性消费占了很大一部分。良好的终端气氛，对卖场销售有着非凡的贡献和巨大的意义。中国人喜欢热闹，好奇心强，在节假日和周末休息日，这种心理特征表现得更加明显，家具卖场一定要创造出有效的销售氛围。

1）促销宣传品---具有很强时限性，以促销信息宣传为主的物料：dm单、吊旗、促销喷绘、写真、kt板、横幅、竖幅、水牌、海报、地贴、产品宣传易拉宝、x展架、抽奖箱等； 1、店内布置

2、活动现场布置：

1）设置接待台： 工作人员2名：分别负责宣传资料的发放和讲解以及诚意客户资料的登记，包括小区的类

型、潜在用量、装修时间、入住情况、小区市场条件等，将这些信息详细的记录下来（一定要向业主索要电话，“到时候有一些优惠，好随时通知你”）；

导购数名：在现场发放宣传单，并捕捉有意向客户，领到接待台备份资料。（业绩记入本人）广告物料：接待桌椅（促销台）、太阳伞、dm宣传单、宣传画册、纸、笔、抽奖箱。2）现场环境： 广告物料：地毯、三角串旗、彩旗、礼仪小姐、大型巨幅喷绘+桁架广告，宣传本次活动内

容：活动优惠政策及图片展示；x展架、充气拱门，花蓝、空飘、条幅。

3）舞台布置：

广告物料：主舞台、主题背景喷绘、主持人、音响设备、地毯、鲜花、支架话筒两支、音

响师。

3、上午9： 活动策略：30迎接顾客，播放迎宾曲、迎宾词，活动正式开始。

**烘焙店营销策略分析范文 第六篇**

水果店促销活动方案【篇1：水果店促销方案】

方案一：价格折扣错觉折价——给顾客不一样的感觉

例：“花100元买130元商品”折价等同打七折，但是优惠不是折扣货品。方案二：一刻千金——让顾客蜂拥而至

例：“10分钟内所有货品1折”，可以给客户抢购的商品是有限的，但客流却可以带来无限商机。

方案三：小活动策划——吃水果比赛

例：夏季开业可以选择在晚7点至8点举办吃西瓜比赛，一分钟看水吃的西瓜多，吸引眼球，增加客流量。

方案四：超值一元——舍小取大的促销策略

例：选几款价值10元以上的货品以超值一元的活动参加促销，虽然看起来是亏本的，但吸引来的顾客可以以连带销售的方式来营销，利润反增不减。

方案五：降价加打折——给顾客双重实惠

例：“所有光顾本店购买商品的顾客满100元减10元，并且还可以享受八折优惠”，先降价再打折。100元若打6折，损失利润40元，但满100减10元再打8折，损失28元，力度上的双重实惠会诱使更多的顾客销售。

方案六：“绿叶效应”——新鲜水果自由顾客来

例：水果铺体现水果的新鲜，水果上带着叶子。

【篇2：水果店策划方案1】

水果店策划方案

**烘焙店营销策略分析范文 第七篇**

>一.活动背景

1.随着季节变化蛋糕行业稍微进入淡季.为了不影响蛋糕店的整个销售业绩，也为了更好的打开市场作此活动.

2近的双龙蛋糕店、精工西饼屋、小市场的门脸蛋糕店….对我们多少都有些冲击，尽量把冲击力降到最低.

3.产品的同质化越来越明显.我们要有自己的创新和吸引点证产品质量做到最好达到客人满意度.

>二.活动目的

1.打开周围市场扩大本店品牌知名度.

2.提高蛋糕店的销售业绩.

3.提高员工积极性和员工个人收入.使“多劳多得.人人拿奖励’的方针落实.

>三.活动主题

积分兑换生日蛋糕

生日蛋糕享受八折优惠

>四.活动时间

20xx年3月20-没有期限[如有改动另行通知]

>五.活动地点

>六.活动利益点

1.积分满200赠八寸鲜奶蛋糕一个

2.积分满300赠十寸鲜奶蛋糕一个

3.积分满400赠十二寸鲜奶蛋糕一个

>七.销售预测价格

**烘焙店营销策略分析范文 第八篇**

>一、产品准备

店庆活动为期三天，为了保证店庆期间的产品供应，蛋糕店根据自身情况分别从产品数量和种类两方面做准备。

店庆期间大力度的优惠活动必然带动销售量的剧增，根据饼干等糕点类食品存储时间长的特征，三味奇提前10天开始下单子，生产此类产品，以保证供应量。

客户多选择经济实惠型产品，根据这个情况，在准备产品时把糕点类、吐司类和现烤类产品的比例各占二分之一，以适应客户的消费需求。

>二、宣传推广

在宣传推广方面，蛋糕店分别从店面海报、吊旗、店面设计、宣传页等方面进行推广宣传。根据此次活动设计了“温暖一冬，只因有你”为主题的海报，海报详尽介绍了此次活动的优惠内容，并悬挂于店内醒目位置，不仅介绍店庆内容也起到烘托气氛的作用。对于店内的设计，在橱窗位置布置了可爱的毛绒玩具，营造出温馨的氛围;在进店处摆放了优惠活动赠送的礼品，吸引客户了解店内优惠活动。

在宣传页派发这项推广上，也要颇费心思。为了防止派发时间过早人们遗忘，宣传页的派发在活动前的2—3天开始，并遵循由远及近的原则，在派发的最后时间主抓附近客户群，沿街店面等固定人群。

>三、人员安排

在人员安排之前首先对店内人员进行培训，让其详细熟知本店的活动内容，并能精确运用话术表达。针对人员安排，专人负责专岗。新员工可以负责相对简单的面包岗，业务熟练的老员工负责蛋糕岗、会员卡卡品销售。为了更好的烘托气氛，安排专人负责店内广播宣传，顾客在店面附近即可通过音响了解店内的活动。

>四、活动策划

此次具体的活动方案主要从买一赠一、代金券、会员充值等方面吸引客户消费。1.现金消费面包西点满30元返20元代金券，多买多送;2.生日蛋糕现金购买或预订均可享受买一赠一活动;3.会员充值优惠，除多送金额以外，更有精致口杯、卡通公仔等礼品赠送。以此稳定客源，增加销售量。

**烘焙店营销策略分析范文 第九篇**

现在的消费者对吃的选择是多样的，大众消费者对生活质量的要求也越来越高，“吃”已不仅仅是为了吃得饱，已经提出了吃得健康、吃得时尚的想法了!开甜品糖水店创业好，就是一个的选择，甜品作为现代休闲美食的代表，正在为越来越多的人所接受和喜欢，可是目前国内甜品行业的现状却远远无法满足人们的消费需要。

那么，甜点店创业计划书应该如何写呢?计划书应该具备哪些要素呢?笔者特为创业的朋友们提供一份创业计划书范本，供各位创业者参考借鉴。

>一、定位

一般甜点都是小孩子喜欢吃的，但是我并不想只把甜点的市场目标投放在儿童身上，要让男女老少们都喜欢吃甜点，甜点要全是diy手工现做现卖的，要做到甜而不腻、入口不淡，并且还会搭配上自己调配的果汁，做到营养全面、好吃又美味。

>二、投资分析

我要按照自己手头上的资本来策划接下来的事情，最初的资金是有20万，甜品店可承受的租金范围在一个月4000以内，而且环境又要处于闹市，租金是一个月付一次或者是三个月付一次。

>三、装璜与设计

既然地处闹市，不管店面大小，一定要精致，因为人的食欲一般与环境有关。我个人比较喜欢在墙上贴一些漫画之类的，我可以借鉴过来在店里的墙壁上贴上一些本店的招牌diy甜点、果汁一类的，并附上详细的介绍，(例如：甜点的做法、口感……)供客人参考。一开始如果因为店里小的缘故而不能供应客人休息下来好好品尝我们甜品，没关系，可以在客人买甜点时赠送一个我们diy亲手制作的可爱小人偶作为补偿，并且向客人解释原因。等后面生意做大了，在慢慢扩大店面，来欢迎更多的新老顾客。

>四、经营品种

主营：各种营养甜点、各种不同口味冰淇淋、果汁、奶茶……

>五、经营特色

本店的特色就是所有甜点、果汁、奶茶、冰淇淋……全是本店专业员工diy现做现卖。并且甜点是按照国家营养标准来进行制作，象很多女生喜欢吃甜点，可是又非常怕胖，便视甜点为洪水猛兽一般，但是我们卡卡沫diy甜点不一样，我们有自己的品牌，我们每一款甜点都是经过营养师的鉴定，只有具有国家营养标准的甜点，我们才会推销上市。

>六、经营方式

(1)在刚开店期间可以先打出广告，告诉广大顾客我们卡卡沫甜品店在做促销活动，凡是购买任何一样甜点都打8折，只有把广告做好了，才会有更多的人知道我们卡卡沫甜点。

(2)实行会员办卡制，在我们店里买满100元或者是积分有达到200分便可免费办一张会员卡，会员在重大节日于活动期间可享受7。5折优惠，买满50元送一款自调果汁或者领取精美小饰品一份。

(3)我们每次制作出新口味甜点不会直接拿出来卖，而是先进行免费试吃活动，让广大顾客品尝，并且让每一位品尝的顾客留下对新款甜点的意见、是否喜欢新款甜点……等一系列问题，等统计出广大顾客的意见之后我们店在决定是否将新款甜点正式上市。

>七、销售服务

一家好的甜品店不仅仅是因为有好的甜点，也是因为有优秀的员工素质，在我们卡卡沫甜品店的每一个员工都是必须经过严格培训出来的，服务有三到：心到、礼到、诚意到。要让顾客觉得我们卡卡沫甜品店的员工有良好的品质，对待客人要尽善尽美，不得以任何理由拒绝顾客的合理要求。对于顾客提出的意见要及时的反馈给每一位员工，及时改正自己的不足，我们要做到给每一位顾客带来快乐。因为吃甜点是种享受，享受当然是件高兴的事情，怎么可以让顾客不满意呢?

>八、诚信待客

(1)在本店买到过期不新鲜的任何一样产品，我们退双倍钱并且免费赠送10份最新鲜的招牌甜点以示赔偿。

(2)对于顾客的外送甜点一定准时送到，决不拖延时间，保证让顾客吃到最新鲜的甜点，如果中途出现意外或者突发状况，一定第一时间告诉顾客没有将甜点送到的原因，并且事后做双份赔偿。

开甜品糖水店创业，享受最甜蜜的事业这才是现代人创业的选择，用甜品来品味我们的生活，将精致、营养、美味、健康的甜品和甜品的理念不断的发展出去，就是在不断的汇聚财富，选择的正确的创业之路成就你美好的事业吧。

**烘焙店营销策略分析范文 第十篇**

>活动时间：

2xxx年8月7号——2xxx年8月19号20：00

>活动规则：

走对80步，尽可能快，别掉水里。小伙伴只需要不断踩着图案快快前进即可。很简单吧，谁都可以会玩，但并不是谁都能玩得很好噢，小伙伴，不服来战！

我们通过排行榜的名次给用户发放奖品，并可以设置一定概率的幸运奖，让即便觉得自己速度不快的粉丝也可以拼人品赢得幸运奖。

>具体奖品设置为：

一等奖：鲜花+情人节专享蛋糕一个+客房一晚

二等奖：鲜花+手工巧克力一盒+西华尚亿观影卷2张

三等奖：鲜花+迷你小缤纷慕斯一盒

幸运奖：xxx官方微信商城20元代金卷一张

>兑奖说明：

一、手机号码为兑奖重要凭证，填写应当真实有效，如若有误，作废处理；

二、代金卷只能在金冠好运来官方微商城购买兑现使用

三、本活动最终解释权归金冠好运来蛋糕店所有。

>参加活动：

**烘焙店营销策略分析范文 第十一篇**

经营者可采取充值有礼的方式来吸引消费者。现在顾客都喜欢占便宜，出去就餐的时候如果说充500元能够赠送200元，消费者肯定就觉得实惠，愿意投资。那么这个时候店面也可以采用这样的方式让顾客们充值之后再消费，而且这样的消费是分多次的，就能够留下忠实消费者，店铺后期也就不愁发展。餐饮店能做的活动，大概就是上面介绍的这些，当然这里介绍的也不全面，我们在经营的时候也可以根据自己的实际情况和当地顾客的喜好需求去创新，加入自己的创意。

烘焙的味道是很好的，而且烘焙店里的产品口味多种多样，能为来店里的消费者带来不一样的选择，所以每天来店内就餐的消费者有很多。要是你也想要从事美食的行业的话，就不要错失这个好机会，开店之前，一定要选好品牌。

**烘焙店营销策略分析范文 第十二篇**

>活动目的：

给xx蛋糕定义主题，通过促销手段和消费者互动，达到惠诚蛋糕品牌的推广并带动蛋糕销售

>活动主题：

“幸福很简单，勇敢晒出来”

全新的u鲜酸奶，六种不同的款式和口味。现定义主题：送给家人的爱。大的主题下面分为三个面来诠释分别为：关于亲情、关于友情、关于爱情。

>关于亲情

在最无助的人生路上，亲情是最持久的动力，给予我们无私的帮助和依靠;在最寂寞的情感路上，亲情是最真诚的陪伴，让我们感受到无比的温馨和安慰;在最无奈的十字路口，亲情是最清晰的路标，指引我们成功到达目标。(定义蛋糕：“感恩”“思念”)

>关于友情

我深深地理解，耗费了多少时间，战胜了多少困难，你才取得眼前的成绩。请你相信，在你追求、拼搏和苦干的过程中，我将永远面带微笑地站在你的身旁。(定义蛋糕：“友谊天长地久”“其乐融融”)

>关于爱情

>活动时间：

>活动内容：

国庆乐翻天，惠诚“幸福很简单，勇敢晒出来”促销活动开始了!

在客户购买u鲜酸奶主题蛋糕的同时，即时上传“幸福照”即可获得xx主题精美餐具一套(所有上传“幸福照”将在店内经行展示)。凡一次性消费XXX元的客户赠送10元代金券一张，代金券使用时限全年。当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“早餐面包”一个。(单独包装，价值约8元)

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“小奶酪”礼盒一份。(价值约20元)

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“胶原蛋白”套装礼盒一份。(价值约80元)

各店按照赠礼价值自行同厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

前期活动的宣传主要采取广告宣传单和宣传折页的派放，

>活动方式:

“幸福很简单，勇敢晒出来”

>xx新品u鲜酸奶主题蛋糕，

活动一：购买u鲜酸奶主题蛋糕的客户，只要现场上传“幸福照”即可获得xx精美餐具一套。

活动二：当日现金消费满100元的客户赠送10元代金券一张。

当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“早餐面包”一个。(单独包装，价值约15元)

当日现金消费满300元，可凭购物发票或小票再获赠“小奶酪”礼盒一份。(价值约20元)

当日现金消费满600元，可凭购物发票或小票再获赠“胶原蛋白”套装礼盒一份。(价值约80元)

凡当日单店购物满200元的顾客,可凭购物发票参加抽奖,有机会获得该票全额和半额消费返还。

>操作细则：

各店设置一个抽奖箱,内有20个乒乓球(其中全额返还1个,半额返还2个，17个纪念奖，可选择超市商品)，工作人员需要在参加 活动顾客发票上加盖“L”章，即时开奖。

>蛋糕店常用促销方法

如今蛋糕店的竞争已经达到空前的激烈，每天都有因经营不善而惨败的，但是每天也还有新的蛋糕店企业诞生。据笔者数年的观察，蛋糕店的经营失败率达到50%以上，这并不是说蛋糕店这行业经营很困难，而是这个过去一直被人们看成很容易操作的行业，到了如今要成功的经营，必须利用科学的管理手段、采取恰当的营销方法和结合经营地的实际情况才可正常运作。而这些因素中，促销的方法是极为重要的。一般蛋糕店较为常见的促销方法有如下几种：

>一、体现个性，清晰可见的点面外观

优秀的点面外观设计让人看一眼就能记住，通过其外观可初步估计店的类别、档次，并可引起相应的细分市场的关注。麦当劳餐厅那金色的拱门-\_m\_已成为快乐的象征。

应该注意的是蛋糕店的外部装潢是否会让顾客误会价格必定很高，以致不敢贸然进入消费。在这种情况下，若在店外显著的位置设立精美的价格牌，这样可消除顾客的顾虑而可安心的进入进行消费。

>二、自制店内广告

店内广告(POP广告)，它主要包括店面广告、橱窗陈列及放在桌上、贴在墙上的价格单等。

在制作店内广告时应注意以下两点：

1.选择适当的广告数量。店内广告数量太多将破坏店中固有的特色、气氛，反而会减弱广告的效果，所以重点要放在招牌产品基本产品上。

2.注意张贴位置。

>三、电视台、电台、报纸等大众传媒

蛋糕店在决定利用媒体做广告之前一定要认真分析各个传媒的覆盖情况，主要观众、听众以及与他们与本企业的细分市场的关系，找出其交叉点，创造\*\*促销效果。

>四、街头传单的利用

在街头散发传单是一种常见的促销手段。因为其投入成本不高，许多企业都采用这种促销方法，但是若前期工作没做好，通常会收效甚微，为此应考虑以下几点：

1.广告的内容

不易过多，应尽量限于重点内容，如店名、招牌产品、价格、电话、地址、简明地图等。同时在设计时应从接受者的角度来看是否有收藏价值，如附印折扣优惠券或兑换纪念品的传单，最好还要有公章，并规定有效期限。这有利于顾客对该券的真实性产生肯定的态度。

2.重视对分发员工的培训

不要见人就发，要针对某种适合消费的顾客群。

>五、赠送礼品

>六、吸引流动顾客的交通广告

一般来说，新的顾客是不太愿意进入客人稀少，且清淡的店内购买食品的，因此，靠窗的位置特别是落地玻璃墙不要用来安放太多的桌椅。通常情况下可以用来展示产品，以免减少客人从外看到的空旷。

优质服务的策略是蛋糕店最重要的营销策略，是现代饼店企业的经营之本，只有在提供优质服务(当然包括本身产品的质量)的前提下，其它几种促销策略才可能生效。

**烘焙店营销策略分析范文 第十三篇**

>一、活动背景

母亲节是一个感恩母亲的节日，正与中国人的孝道情感相吻合，非常适合促销活动的开展，同时，五一促销的缩水，正好可以由母亲节促销活动做为后补。

>二、活动目的

提高销量，塑造形象。

>三、活动策划

加速母亲节的热烈气氛，传递母亲节感恩母亲的情结，提高人们对于母亲节的重视，同时薄利多销的方式来做十全母亲节蛋糕，提高销量及店形象。

>四、活动主题

甜蜜母亲的心

>五、活动内容

1、价格(薄利多销)。千份十全甜蜜蛋糕，低价甜蜜母亲节，每份母亲节蛋糕以十元的价格销售，并送康乃馨一支。

2、抽奖：凡是在母亲节期间在店内购物的客户都可以抽奖，奖品是\_\_门票一张。

3、制定母亲节套餐蛋糕，赠送全家福照片或红酒一瓶。

>六、活动宣传

1、宣传单，dm单，在各大超市、商场、学校、白领聚集区发放。

2、店内吊旗、彩条、展板宣传;店外海报。

3、电台宣传。

>七、活动预算

>八、活动执行

1、促销礼品的准备要到位。

2、促销人员到岗到位，确保蛋糕促销正常进行。

3、前台接待人员要做好培训，引导解决客户制定蛋糕及促销活动的解答问题。

常见的促销有消费后赠送代金卷，赠送盒装牛奶。但这些是有人气基础的店增加销量的常用方式。你要聚人气的话可以选择：

1、到人流量大的地方派发代金卷;

2、店内推出好吃但低价值的小糕点，制作这个小糕点的免费领用券对外分发赠送。

3、十一限时折扣销售;

4、做区域团购。

**烘焙店营销策略分析范文 第十四篇**

>一.活动背景

1.随着季节变化蛋糕行业稍微进入淡季.为了不影响蛋糕店的整个销售业绩，也为了更好的`打开市场作此活动.

2近的双龙蛋糕店、精工西饼屋、小市场的门脸蛋糕店….对我们多少都有些冲击，尽量把冲击力降到最低.

3.产品的同质化越来越明显.我们要有自己的创新和吸引点证产品质量做到最好达到客人满意度.

>二.活动目的

1.打开周围市场扩大本店品牌知名度.

2.提高蛋糕店的销售业绩.

3.提高员工积极性和员工个人收入.使“多劳多得.人人拿奖励’的方针落实.

>三.活动主题

积分兑换生日蛋糕

生日蛋糕享受八折优惠

>四.活动时间

20\_\_年3月20-没有期限[如有改动另行通知]

>五.活动地点

>六.活动利益点

1.积分满200赠八寸鲜奶蛋糕一个

2.积分满300赠十寸鲜奶蛋糕一个

3.积分满400赠十二寸鲜奶蛋糕一个

>七.销售预测价格

**烘焙店营销策略分析范文 第十五篇**

>一、市场背景

1、蛋糕作为节日必备的甜点已经越来越受大家的关注。

2、蛋糕最大的消费群体，还是在校的女大学生，并且消费者很少是有规律的去购买蛋糕，通常是随心所欲，想吃就就买。

3、夏季消费者喜欢相对于甜品更喜欢奶茶等类似的饮品。

>二、促销目标

推出新品、打响品牌

>三、促销活动主题

甜蜜一夏你的心

>四、活动时间

20xx年x月x日至20xx年x月x日

>五、活动地点

长沙环境保护职业技术学院

>六、活动内容

1、关注蛋糕店公众号，可领取5元优惠劵;

2、推出积分卡，买满10次可免费兑换店内价值10元的任意甜品一份;

3、抽奖活动：凡是在活动期间在本店内购买甜品的客户都可以免费抽

奖，奖品为水果一份或奶茶一杯;

4、会员卡：凡活动期间在本店购买满50元，可免费办理会员卡，平时可享受折优惠。

>七、活动宣传

宣传单：印制传单，在校园内外安排人员发放;

店内展板宣传，店外立活动告知架立幅;

>八、活动预算

>九、活动执行

1、在x月x日至x日，应聘学生兼职，发送传单，做好前期宣传工作;

2、事前做好评估工作，根据平时消费者的购买偏好，对热门甜品做好充足的准备;

3、在活动期间，销售量必定会增加，要时刻检查所需的资源，以防缺货的现象发生;

4、及时印制传单、印制架立幅、积分卡片、抽奖券以及会员卡;

5、及时将所需奖品备齐;

6、训练好工作人员，确保活动能够有序完满的进行;

7、做好后期的善后工作，如：会员维护等，回收店内的横幅等宣传物品;

>十、活动意外防御措施

1、在活动期间，可能会因为人流量过大，造成现场拥挤的现象，造成消费者购买不方便的现象，所以为了以防这种现象的发生，我们可以活动开始前就及时安排好疏通人员，确保每位顾客多能非常方便的买到自己想要的甜品;

2、为了不会造成因为缺货而造成顾客的不满情绪，我们可以适当的将受欢迎的产品多准备一些，事先做好预计，宁可第二天接着卖，也要杜绝缺货的现象发生;

3、因为实在做活动，客流会大大增加，同时结账的人也会很多，收银处的位置会排很长的队伍，我们可以把后台不忙的员工临时调到前台，增加一个收银来缓解一下人流的高峰期。

>十一、效果评估

本次五一的促销活动主打降价打折的方式必然会吸引不少的消费者，销售量的增加是无可厚非的;而本次推出的会员制和积分卡制，第一有利于增强营销竞争力;第二也有利于建立长期的稳定的市场;第三有利于提升品牌的附加价值，培养消费者的品牌忠诚度。

综上所述，本次“吃货家”蛋糕抓住五一节假日进行的促销活动必能达到预期目标，带来盈利。

**烘焙店营销策略分析范文 第十六篇**

建材店促销活动方案

【篇1：建材行业促销活动方案】

xxxx活动方案

活动背景：xxx卫浴瓷砖门店新装升级及逢五一节临近，一个销售的黄金时段

到来，为在这个销售的黄金时段将我们的销售额提升到极致而制定以下方案。

非常1、订单有礼，快乐 ；非常2、热销单品，钻石套餐 非常3、正品特惠，折后再减；非常4、超值换购，锦上添花 非常5、幸运抽奖，惠领全城；非常+1、买瓷砖送卫浴全新奢华体验式展厅，高品质整体时尚空间前所未有的促销力度，史无前例的价格极限

活动目标：在活动期间门店销售额达到80万，县城分销达到55万。活动时间：

活动宣传推广方式：（1）、xxxxx广告全面更换至与活动内容相关的宣传。

（2）、在xx日报晚报上推广我们的活动内容。（3）、dm快讯的发放。（4）、移动宣传车及乐队的宣传推广。（5）、小区内的喷绘，及条幅dm的分区投放。（6）、店面促销环境的布置。

活动费用预算：控制在三万以下。活动内容：

1、“进店有礼” ：在xxx盛装开业即日起，凡进店顾客均有精美礼品相赠（礼品共50份，送完为止，先到先得）。

2、“超惠折后减”，在活动期间xxxx卫浴及瓷砖所有正价商品全场折，折后金额达1000元立减200元，本活动以1000元为基数，不计零头。3、“快乐五一购” ：在活动期间内凡在xxxx卫浴瓷砖正价商品折后金额满5100元加51元便可换购价值1750元的座便器一个。4、“特价惠领全城” ：在xxxx盛装开业及五一活动期间，我们精心挑选了上百种单品及卫浴套装以\_价的形式与您分享。

5、“锦上添花” ：在活动期间内凡在xxxxx卫浴瓷砖购瓷砖折后金额满8000元送400元的卫浴抵金卷一张，购瓷砖16000元以上送800元卫浴抵金卷一张。活动以8000元为基数，不计零头，多买多送。抵金卷使用方式：

（1）以上抵金卷不找零，不兑换现金，只限购买xxxx瓷砖或卫浴产品。（2）本抵金卷只限xxxxxxx旗舰店使用。（3）本抵金卷限在20\_年8月31号前使用。6、“幸运抽得乐” 凡在xxxx卫浴瓷砖购物，交纳现金款达5000元者，便可参加幸运抽奖一次。交纳现金款达10000元者，可参加两次幸运抽奖，以此类推。奖项设置：一等奖 现金500元 二等奖 现金300元 三等奖 现金100元 纪念奖 xxxx浴巾1条

活动道具：帐篷、抽奖箱、抽奖卷 活动人员安排：

【篇2：建材店五一促销活动策划方案】

建材店五一促销活动策划方案

消费者购买木地板的实际要求就是对优质生活环境的营造和对好生活的一种向往。购买一个好品牌的好地板，已经成为消费者非常理性的对待的问题。所以在宣传产品的时候，把产品本身质量作为根本后，更重要的是突出产品的品牌文化性，更加贴近消费者的心理。

伴随五一国际劳动节的到来，让辛苦的劳动者们的长假也来临，切合消费者的心理需求，制定相应的促销手段才能起到好的效果。

二、活动主题

黄金周大放“价”

——xx地板五一特价促销火热促销

随着五一国际劳动节的到来，xx带给你最实惠的礼物，让xx地板陪你一起大放“价”。

注：需要设计“黄金周大放价”图标

三、活动背景

五一劳动节，各大商家纷纷拿出优惠政策和促销礼品来增加人气，吸引消费者。通过降低价格来吸引消费者，虽然是最普通的手段，但也是最实在、最有用、消费者真正能为之打动的手段。

四、活动时间

4月28日—5月13日

五、活动地点

全国xx地板销售点

六、活动流程

活动分为三个流程：

一、宣传期

时间：4月20日—4月28日

**烘焙店营销策略分析范文 第十七篇**

一、促销三原则：在市场竞争激烈的今天，对面包店而言，促销不是万能的，但是没有促销却是万万不能，因此正确认识促销的三个基本原则至关重要。

第一：经过周密计划和严谨执行的促销活动，对于促进零售企业的业绩是有积极的贡献的，在一些关键时刻，例如节假日或者销售旺季，有效的促销活动是需要的。

第二：促销活动只能是锦上添花，不能雪中送炭，零售业的根本问题还是商业模式、企业管理、专业水准、商品结构和服务规范等方面，不要对“促销改变命运”有任何期望。

第三：一个促销活动如果能够促进销售，必定是因为吸引了更多客人，或者减少了顾客流失，或者提升了成交单价，三者必居其一或者兼而有之。所以，策划一个促销活动的时候，问一下：“你想干嘛”。

二、经费促销控制的核心企业追求利润最大化而非规模和市场占有率，即使试图通过做大盘子去搏击资本市场，也必须关注利润。广告促销开支是一个企业非常重要的支出项目，每年年底，回过头去评估当年度的广告经费使用，总会发现一部分的钱被浪费了。这一点，任何一个策划人都不可避免，但是，还是要努力避免！

建议新成立的企业，可以把广告费用放大的年销售收入的5％，一些地理位置较偏但租金低廉，完全依赖广告招揽顾客的企业，可以放大到10％。发展较为稳定的企业，这个费用应当控制在2％。

如果企业采用积分活动来锁住顾客，而积分兑换以现金方式出现，建议这笔开支计入销售折扣而不是广告费用，否则，什么广告都不要做了。为此，总经理或者市场部经理，必须于每年年初提交年度市场营销计划和预算，并在全年度严格控制预算。

这一体系一旦建立，就可以一直运行下去，只需要不断维护和完善。发展到最后，可以取代

任何促销活动，只要锁定一定数量的成熟客户，生意就可以生生不息。

编印会员刊物也是一些企业成功的法宝，但是这要挑战客户的企划能力和坚持！

**烘焙店营销策略分析范文 第十八篇**

>一、活动背景

母亲节是一个感恩母亲的节日，正与中国人的孝道情感相吻合，非常适合促销活动的开展，同时，五一促销的缩水，正好可以由母亲节促销活动做为后补。

>二、活动目的

提高销量，塑造形象。

>三、活动策划

加速母亲节的热烈气氛，传递母亲节感恩母亲的情结，提高人们对于母亲节的重视，同时薄利多销的方式来做十全母亲节蛋糕，提高销量及店形象。

>四、活动主题

甜蜜母亲的心

>五、活动内容

１、价格（薄利多销）。千份十全甜蜜蛋糕，低价甜蜜母亲节，每份母亲节蛋糕以十元的价格销售，并送康乃馨一支。

２、抽奖：凡是在母亲节期间在店内购物的客户都可以抽奖，奖品是ｘｘ门票一张。

３、制定母亲节套餐蛋糕，赠送全家福照片或红酒一瓶。

>六、活动宣传

１、宣传单，dm单，在各大超市、商场、学校、白领聚集区发放。

２、店内吊旗、彩条、展板宣传；店外海报。

３、电台宣传。

>七、活动预算（略）

>八、活动执行

１、促销礼品的准备要到位。

２、促销人员到岗到位，确保蛋糕促销正常进行。

３、前台接待人员要做好培训，引导解决客户制定蛋糕及促销活动的解答问题。

**烘焙店营销策略分析范文 第十九篇**

>一、活动背景

母亲节是一个感恩母亲的节日，正与中国人的孝道情感相吻合，非常适合促销活动的开展，同时，五一促销的缩水，正好可以由母亲节促销活动做为后补。

>二、活动目的

提高销量，塑造形象。

>三、活动策划

加速母亲节的热烈气氛，传递母亲节感恩母亲的情结，提高人们对于母亲节的重视，同时薄利多销的方式来做十全母亲节蛋糕，提高销量及店形象。

>四、活动主题

甜蜜母亲的心

>五、活动内容

1、价格(薄利多销)。千份十全甜蜜蛋糕，低价甜蜜母亲节，每份母亲节蛋糕以十元的价格销售，并送康乃馨一支。

2、抽奖：凡是在母亲节期间在店内购物的客户都可以抽奖，奖品是xx门票一张。

3、制定母亲节套餐蛋糕，赠送全家福照片或红酒一瓶。

>六、活动宣传

1、宣传单，dm单，在各大超市、商场、学校、白领聚集区发放。

2、店内吊旗、彩条、展板宣传;店外海报。

3、电台宣传。

>七、活动预算

>八、活动执行

1、促销礼品的准备要到位。

2、促销人员到岗到位，确保蛋糕促销正常进行。

3、前台接待人员要做好培训，引导解决客户制定蛋糕及促销活动的解答问题。

常见的促销有消费后赠送代金卷，赠送盒装牛奶。但这些是有人气基础的店增加销量的常用方式。你要聚人气的话可以选择：

1、到人流量大的地方派发代金卷;

2、店内推出好吃但低价值的小糕点，制作这个小糕点的免费领用券对外分发赠送。

3、十一限时折扣销售;

4、做区域团购。

**烘焙店营销策略分析范文 第二十篇**

烧烤店促销活动方案【篇1：烧烤店经营策划】

烧烤项目经营策划方案

一、分析上环境 1、市场行情

餐饮是阳光产业，经久不衰。在餐饮行业，生意最火爆的是烧烤，烧烤火遍大江南北的大街小巷，成为13亿人的休闲小吃行业年销售额过千亿。

2、消费者分析

现在市场消费烧烤的大多是年轻人，以小孩和中年人为辅，老年人基本不消费。而且年轻人中烧烤特别受到学生的喜爱，这类消费人群主要是喜欢尝试新的事物，喜欢体验生活，享受生活。

二、目标定位

1、选择目标市场并定位

由于以年轻人为主的消费人群占烧烤的绝大多数，故选择这类人为目标客户。现在市场上的烧烤大多是路边摊，它们不仅不卫生而且看上去档次很低。即便有在室内的烧烤，它们看上去也很脏，完全没有让人享受的环境。故我们店的烧烤要做年轻人心中有品位、干净卫生、有档次的烧烤，要让年轻人到店内就是一种享受。2、店铺选择

选择离分宜县广场周边的店面，房租控制在25000元/年。

三、营销战略

营销战略选择聚焦下的差异化战略，专攻年轻人并且相对于其它烧烤有更多的优势

四、营销策略组合 1产品策略

①店内装修一定要与众不同，选择1间的门面房子，店内色彩要与烧烤相协调，制成统一协调的色彩效果，在选择店内装修材质上要考虑实用性和美观性相结合，因为烧烤有许多油烟，而且太贵的材质会过度增加顾客的消费价格。所以要考虑到油烟的排放，建议用吸烟灯来控制油烟。

②店内人员的服装一点要统一，他们的服务态度也一定要经过专业的培训

③烧烤的品类一点要广，而且尽量选择年轻人爱吃的口味 2、价格策略

价格与周边的烧烤摊位的价格一样，价格不能收太高，考虑到我们的主要盈利点不是靠烧烤而是酒水的情况下。菜的价格和品相就要达到最高的水平。3、销售策略

①在店铺刚开业，用微分宜等媒体招揽出分宜的最伟大的吃货群体来试吃，体验。②用特色小礼物来提高客户的黏连度。

③建立微信群，与客人之间保持最大的互动.④提出自助烧烤机出租的政策，与多数户外活动的群体达成合作。把自己动手烧烤弄成一种生活方式。

五、品牌推广

1、品牌传播最快途径是口碑，故以把握现有顾客、真心为顾客服务为手段，让他们流年忘

返并且传播出去

2、当一个店经营的好事，就可以开连锁店，当好几个店在一个城市出现时品牌自然形成3、当只有一个店时，去打大型广告肯定不行，没有实力。所以要依靠微信、微博、qq等

自媒体和新型媒体来做宣传。提高互动性且价格便宜。

六、财务预算

1、房租：25000元/年

2、装修：包括瓷砖、油漆墙纸、装饰物约15000元

3、烧烤设施：自助烤炉电（500元/个\*5个=2500元）自助烧烤炉碳（200元/个\*10个=20\_

元）吸烟灯（1000元/个\*4=4000元）4、人员工资：4000元/月

5、促销费用：促销员、传单、海报等约5000元

合计：固定成本：万元

变动成本：5000+4000\*12=万元

七、效益分析

1、假设天数为t，平均每天的销售额为p，则 2、假设要保本，则

＝﹢20\_00／t(t＞0)

∴p＞

所以，到t天为止要想不亏损，平均每天的销售必须在278以上 九、风险防范

1、在食品卫生方面一定要把好关

2、食物原材料的订购量要准确，这需要平时的分析预测 3、注意与政府及社区机构保持很好的联系

4、一定要储备人才，他们是烧烤店成功的关键

【篇2：烧烤店的日常促销】

一、打折优惠：这种方法是最直接的能够让顾客切实得到实惠的手段，它能让顾客很直观的赶到确实得到了便宜，心理上暂时得到较大的满足。缺点就是，打折多了，成本较高，打折少了，不能起到效果。还有就是，一次得到了实惠，下次来的时候又没有了，两次的价格差，很容易造成顾客的心理落差。所以这种方法，多适合于开业中的促销，毕竟它的刺激效果最直接，最直观，也是对顾客最具有诱惑力。开业时，为了多吸引顾客，消除他们由于对新店的陌生而产生的犹豫，怀疑心理情绪，运用诱惑力大的手段也是合理的。还有就是重要的餐厅庆典活动中的促销，用以表达回馈顾客，感恩顾客时，这种方法也是比较合适的，能较大程度的感动顾客，让其知道餐厅的仁义文化背景。比如，店庆活动等。但是需要注意由于这种方式具有的副作用，所以平时的经营过程中的时候应该尽量少用。

二、现金券：优惠力度与打折优惠相比，力度小了一些，实际上是一样的折扣，但是需要两次消费。是一种牵制诱导消费性质的促销手段。由于力度小了，又加上顾客得到优惠的过程多了一步，手续变得繁琐，所以诱惑力不高。但是促销成本减低。适用于日常经营活动中促销，节日促销。

三、消费送礼：这种手段伸缩性大，力度可大可小，但是选择礼品要花些心思。礼品选择不好，此促销方式就会徒劳无功。相反还有时会适得其反。这种方法通常作为辅助促销手段，配合主要促销手段的实施。

四、特价品种促销：此方法是餐厅日常经营活动中最适于的促销手段，有点很多，可以重点推销餐厅特色菜，又可以适当解决库房中的多余库存。但是力度上的掌握要适度，轻了不能突出特价菜给顾客带来的实惠感受，重了对营业额就有影响。经营者要视情况灵活掌握。

【篇3：烧烤活动方案】

烧烤活动方案

一、活动方案

活动时间：20\_年5月8日（具体时间暂定为：16：00-20：00）。活动地点：xx管理所院内。活动人员：25人左右。

活动目的：为xx管理所上半年生日的同事庆生，以此加强同事之间的交流，增进理解与沟通。

活动内容：烧烤，分团队的互动小游戏（内容的具体形式文中将详细说明）。

活动组织者：xx、xx、xx等。

活动要求：活动参加者请遵守相关纪律，同时必须注意安全，安全第一。

活动内容安排：暂定为16：00--20：00。二、游戏安排及相关规则 游戏之一：正话反说

游戏规则：1.选择3-4人上台参加，各自为一组。

2.主持人要事先准备好一些祝福词语。说一个词语，参与者要反着说一遍，比如“新年好”，游戏者要立刻说出“好年新”，说错或者猛住的人即被淘汰。从三个字开始说起，第二轮四个字，第三轮五个字，依次类推。（根据难度选择出题字数）。3．选手反说时，说错一个字，就需重新说。

4.回答时间为60秒，选手在60秒内完美反说出主持人词组 最多的选手获胜（可取前两名选手予以小奖品）。

第一组 ： 1.孤僻--屁股 2.闷葫芦——芦葫闷 3.耳边风 ——风边耳 4.近墨者黑——黑者莫近 5.清晨我上马—马上我成亲 6.擒贼先擒王—王擒先贼擒

第二组： 1.精辟--屁精 2.莫须有——有须莫 3.恶作剧——剧作恶 4.张杰爱我——我爱结账 5.好象对我说— 说我对象好 6.姐疯了要嫁人—人家要了凤姐

游戏之二：萝卜蹲

1.将参加活动的参与者分成几组。每组可以只是一个人，也可以是好多人。

2.将每组用不同的颜色命名。

比如现在我们有五组参与者，于是命名为：黄萝卜，白萝卜，绿萝卜，青萝卜，红萝卜。

3.随机选中其中一组为开始组，这组成员边做蹲起动作的同时边说 第三组： 1.繁星--心烦 2.乱弹琴——琴乱弹 3.我的眼睛——惊艳的我 4.杀人不眨眼—眼眨不人杀 5.我爱总复习—媳妇总爱我 6.猪是的念来过倒——倒过来念的是猪

第四组： 1.模特--特磨 2.留下我——我下留 3.想当然——然当想 4.我是霸王——王八是我 5.你叫猪才怪—怪才猪叫你 6.清晨我和猪—猪和我成亲

“x萝卜蹲，x萝卜蹲，x萝卜蹲完y萝卜蹲。”说完的同时用手指相应的y萝卜组。

4.比如从黄萝卜开始，则黄萝卜的成员边做蹲起边说“黄萝卜蹲，黄萝卜蹲，黄萝卜蹲完绿萝卜蹲”，说完的同时用手指绿萝卜组。如果黄萝卜最后指定的小组不存在，或者黄萝卜用手指的小组与口中说的小组名字不符，则黄萝卜被淘汰。比如：

①黄萝卜说“黄萝卜蹲，黄萝卜蹲，黄萝卜蹲完黑萝卜蹲”，但是在这场活动中没有黑萝卜组（或者黑萝卜组已经被淘汰，不在场上），则黄萝卜被淘汰。

②黄萝卜说“黄萝卜蹲，黄萝卜蹲，黄萝卜蹲完绿萝卜蹲”，但是手里指的是红萝卜组，则黄萝卜依然被淘汰。

4.接下来绿萝卜组开始按照步骤三进行蹲起和喊口号，然后指定下一组做蹲起的萝卜组。每当有小组犯错误时便按照后文说的注意事项中的淘汰规则进行淘汰。

5.如此循环，直到场上还剩下最后一组没被淘汰的为胜利组。游戏之三踩气球

游戏准备：每个人两个气球以及橡皮筋，并请大家吹好气后绑在小腿踝关节处。游戏方法：将参赛者分成人数相等的两队，分散在规定的区域内。发令后，双方队员在保护好自己的气球不被对方踩破的前提下，千方百计地踩破对方队员的气球。以一方全部队员的气球被踩破为负，另一方为胜。

游戏规则：①只准踩气球，不得故意踩对方的脚。

②不得故意用手推对方。③被踩爆气球者立即退出比赛。

④跑出规定区域者视为气球已破，不得再加入比赛。

⑤在游戏过程中，如果气球不小心漏气或是跑掉，一律当作被踩爆。

游戏配件（气球、蒙眼布，口哨、秒表）。三、生日会1、5月8日是丁华雷同志正儿八经的生日，让我们祝他生日快乐，另外让我们请上20\_您上半年过生日的寿星公们（赵巨文、卢所、唐闻晓、杨玉春、郑文敏、吴 静、丁华雷、刘 超、刘 琼、陆早字）一起上来切蛋糕唱生日歌…… 四、相关物资准备（一）装备: 1.烧烤炉、插、铲、铁夹子、尖针、木碳、锡纸等等。

2.小刀、剪子、打火机（火柴）、竹签、刷子（用来刷油和酱之类的东西）、牙膏牙刷、香皂及洗发水（洗手洗澡用的）等等…… 3.旧报纸、纸皮、塑料野餐布。4.铝锅、铲子、汤勺。5.刀、砧板、纸巾、湿纸巾、一次性筷子、碗等等。

（二）食物: 牛肉、羊肉、鸡肉、猪肉、生鱼、鸡翅、鸡腿、玉米、茄子、地瓜、馒头、海鲜等等。

（三）调味料:盐、孜然粉、椒盐、胡椒粉、辣椒粉,辣椒酱（满足喜欢吃辣的朋友）、调和油（考鸡翅时不刷油会没法吃的）、蜂蜜等等，还可以根据个人喜好选不同口味的烧烤酱、调味酱（刷在鸡翅上非常非常的好吃，分为很多种）。

（四）饮料: 可乐、果粒橙、雪碧、啤酒等。（五）桶装水：2桶。

（六）水果: 西瓜、苹果、香蕉、梨、桔子等。四、人员具体分工 活动方案策划组织：xx、xx、xx同志等。

物品采购：xx、xx同志协助（7日列出需采购清单，领取采购费用，开始采购，7日上午之前完成采购任务）。物资准备：xx、xx同志负责。活动主持：胡俊敏等。

后勤保障：xx、xx、张发珍同志负责（烧烤设备、食物、水果、饮用水等物品的分发）。拍照：xx。

烘焙店促销活动方案（通用5篇）为了确保活动有序有效开展，就不得不需要事先制定活动方案，活动方案指的是为某一次活动所制定的书面计划，具体行动实施办法细则，步骤等。制定活动方案......

**烘焙店营销策略分析范文 第二十一篇**

便利店促销活动方案

【篇1：便利店开业活动方案】

便利店开业活动方案

便利店开业是经营开始的第一步，作为经营者一定要做一个全面、周密的开业策划，使顾客对您的店铺有一个鲜明的认知，创造开业的轰动效应。便利店开业主要做足以下几个方面的工作：（一）开业日程及人员安排在开业之前一定要周密地安排开业的日程、进度、什么时间做什么事情、邀请哪些重要的人士、什么步骤用什么人员来负责，直接实施分管制，因为开业庆典很重要，一定要有计划地安排。

现价（元)

限购/人限量汰渍洗衣粉袋250袋雕牌280洗洁精瓶420瓶自行车辆50辆白砂糖包1500袋（三）促销活动促销活动是开业庆典的重头戏之一，是吸引顾客的重点。如某便利店开业组织的促销活动：★活动主题活动一：会员卡免费送活动时间：9月5～30日活动内容：在活动期间，凡到本便利店的顾客，凭身份证便可免费办理本卡，每人限办一张。活动操作：开业前两天，门店安排人员到规划好的活动区发放，后几天安排服务台发放。活动二：来就送活动时间：9月15日活动内容：店长安排人员将赠品放到活动规划区，顾客凭收银小票到活动区领取礼品一份。礼品：小毛绒玩具、文具等，根据店主自己的喜好定。★活动注意事项开业现场，开业时候顾客比较拥挤，活动安排在统一规划好的活动区域内。用大喇叭引起顾客注意。四）开业宣传开业之时是便利店极好的宣传机会，要充分利

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！