# 黄金运营方案格式模板范文共8篇

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-04-14

*黄金运营方案格式模板范文 第一篇一. 活动时间：xx年12月25日——xx年2月13日二.活动主题：珠宝“摇钱树”送礼百分百三. 活动目的：通过珠宝元旦春节“摇钱树”活动活跃元旦及春节节日欢乐气氛，同时通过现金利是包、新年礼品等切实回报消费...*

**黄金运营方案格式模板范文 第一篇**

一. 活动时间：

xx年12月25日——xx年2月13日

二.活动主题：

珠宝“摇钱树”送礼百分百

三. 活动目的：

通过珠宝元旦春节“摇钱树”活动活跃元旦及春节节日欢乐气氛，同时通过现金利是包、新年礼品等切实回报消费者。

四. 活动形式：

1. 主题活动：

凡在珠宝全国加盟店/柜购买任何一款钻饰的顾客即可参加“摇钱树”活动：

摇摇珠宝专店门口或专柜旁边的摇钱树(圣诞树装扮而成)，即可从树上摇掉下来的幸运号码(以胶纸粘住100个幸运号码)，以第一个掉下来的幸运号码兑换10-100元不等的现金利是包、珠宝的精美挂历、抱枕等，保证每个参加活动的顾客都有奖。

兑换规则如下：

1-18号兑换利是包

19-68号兑换珠宝抱枕

69-100号兑换珠宝挂历

2. 宣传造势：

(1)在活动前(约12月24日)和活动中(1月15日、2月10日)在各大报纸予以活动宣传报道，主题是“珠宝‘摇钱树’ 送礼百分百”(1/4-1/8版)，介绍活动的奖品及参与细则。

(2)在活动前印制活动宣传单页在店前派发(有条件还可在人流汇集区及社区派发)，扩大活动影响力和宣传力度。

(3)在店前做好活动宣传海报，在柜台安排咨询活动咨询员(如有条件可设立咨询电话)。

(4)店头pop： x展架宣传活动，同时增加热卖场氛围。

五. 活动经费预算

1. “利是包”费用：50元×18=900元;

2. 抱枕：30元×49=1470元;挂历：30元×31=930元;

3. x展架：65元/个×2=130元，喷绘海报： 120元 ;

4. 宣传页(dm)：元/张×1000份=500元;

5. 广告宣传费约5000元;

6. 总计：9050元。

**黄金运营方案格式模板范文 第二篇**

中国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强的节日，届此机会，我们不能错过好的品牌宣传、提升销售的好时机。

活动主题

珠宝，四喜贺国庆!

国庆七天乐，珠宝囤货乐，黄金越囤越快乐!

活动内容

▲珠宝抢购一重喜

10月1日——7日，珠宝黄金特价280元/克，全场298元/克，精品326元/克，囤货集结令!

钻石、翡翠和田玉，全场8折，实付金额满2500元再送3克黄金!

银饰彩宝杂项类： 100当做220花。

▲免费兑换二重喜

臻稀铂金月：10月1日—31日，铂金免工费兑换，添金部分正价销售!

▲购物抽奖三重喜

凡购物客户，均可参加由珠宝旗舰店组织筹办的幸运大抽奖活动，抽奖时间为10月7日下午16:00整，奖品设置为：一等奖1名，价值1598元的纯银保健杯一个;二等奖2名，价值998元的珍珠项链一条;三等奖3名，价值598元的珍珠手链一条，幸运奖10名，价值元的纯棉毛巾一条。

▲生日同庆四重喜

顾客持身份证购物，凡10月1日出生的客户(或身份证上有101连号)，购买钻石玉石类，满2500元，折后现场再减101元。

▲温情重阳喜上添喜

温情重阳节，让我们的爱温暖!重阳节当天，凡进店60岁以上的老年客户，持身份证到店均可领取精美礼品 1份!(珍珠耳钉)

猜你感兴趣

**黄金运营方案格式模板范文 第三篇**

一、市场环境分析

1、我店经营中存在的问题

(1)目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。总的看我市酒店业经营状况普遍不好，只要原因是酒店过多，供大于求，而且经营方式雷同，没有自己的特色，或者定位过高，消费者难以接纳，另外就是部分酒店服务质量存在一定问题，影响了消费者到酒店消费的信心、

我店在经营中也存在一些问题，去年的经营状况不佳，我们应当反思目标市场的定位、应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场、我酒店目标市场定位不合理，这是导致效益不佳主要原因、我店所在的\_区是一个消费水平较低的区，居民大部分都是普通职工、而我店是以经营粤菜为主，并经营海鲜，价格相对较高，多数居民的收入水平尚不能接受、但我店的硬件水平和服务质量在本区都是上乘的，我们一贯以中高档酒店定位于市场，面向中高档消费群体，对本区的居民不能构成消费吸引力。

(2)新闻宣传力度不够，没能在市场上引起较大的轰动，市场知名度较小。我店虽然属于\_集团(\_集团是我市著名企业)但社会上对我店却不甚了解，我店除在开业时做过短期的新闻宣传外句再也没有做过广告，这导致我酒店的知名度很低。

2、周围环境分析。

尽管我区的整体消费水平不高，但我店的位置有特色，我店位于\_国道旁，其位置优越，交通极为方便，比邻商院、理工学院、机电学院等几所高校，所以过往的车辆很多，流动客人是一个潜在的消费群、大学生虽然自己没有收入，但却不是一个低消费群体，仅商院就有万余名学生，如果我们可以提供适合学生的产品，一低价位吸引他们来我店消费，这可谓一个巨大的市场。

3、竞争对手分析我店周围没有与我店类似档次的酒店，只有不少的小餐馆，虽然其在经营能力上不具备与我们竞争的实力，但其以低档菜物美价廉吸引了大量的附近居民和学生、总体上看他们的经营情况是不错的、而我们虽然设施和服务都不错，但由于市场定位的错误，实际的经营状况并不理想，在市场中与同档次酒店相比是处于劣势的。

4、我店优势分析。

(1)我店是隶属于\_集团的子公司，\_集团是我市的著名企业，其公司实力雄厚是不容质疑的，因此们在细致规划时，也应充分利用我们的品牌效应，充分发掘其品牌的巨大内蕴，让消费者对我们的餐饮产品不产生怀疑，充分相信我们提供的是质高的产品，在我们的规划中应充分注意到这一点来吸引消费者。

(2)我店硬件设施良好，资金雄厚，而且有自己的停车场和大面积的可用场地、这可以用来吸引过往司机和用来开发一些促销项目以吸引学生。

机会点：

①本企业雄厚的实力为我们的发展提供了条件;

②便利的交通和巨大的潜在顾客群;

③良好的硬件及已有的高素质工作人员为我们的调整和发展提供了广阔的空间。

二、目标市场分析

目标市场即最有希望的消费者组合群体、目标市场的明确既可以避免影响力的浪费，也可以使广告有其针对性、没有目标市场的广告无异于“盲人骑瞎马”、目标市场应具备以下特点：既是对酒店产品有兴趣、有支付能力消费者，也是酒店能力所及的消费者群、酒店应该尽可能明确地确定目标市场，对目标顾客做详尽的分析，以更好地利用这些信息所代表的机会，以便使顾客更加满意，最终增加销售额、顾客资源已经成为饭店利润的源泉，而且现有顾客消费行为可预测，服务成本较低，对价格也不如新顾客敏感，同时还能提供免费的口碑宣传、维护顾客忠诚度，使得竞争对手无法争夺这部分市场份额，同时还能保持饭店员工队伍的稳定、

因此，融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚可以给饭店带来如下益处：

1、从现有顾客中获取更多顾客份额、忠诚的顾客愿意更多地购买饭店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费支出的两到四倍，而且随着忠诚顾客年龄的增长、经济收入的提高或顾客单位本身业务的增长，其需求量也将进一步增长、

2、减少销售成本、饭店吸引新顾客需要大量的费用，如各种广告投入、促销费用以及了解顾客的时间成本等等，但维持与现有顾客长期关系的成本却逐年递减、虽然在建立关系的早期，顾客可能会对饭店提供的产品或服务有较多问题，需要饭店进行一定的投入，但随着双方关系的进展，顾客对饭店的产品或服务越来越熟悉，饭店也十分清楚顾客的特殊需求，所需的关系维护费用就变得十分有限了。

3、赢得口碑宣传、对于饭店提供的某些较为复杂的产品或服务，新顾客在作决策时会感觉有较大的风险，这时他们往往会咨询饭店的现有顾客、而具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的广告更为奏效、这样，饭店既节省了吸引新顾客的销售成本，又增加了销售收入，从而饭店利润又有了提高。

4、员工忠诚度的提高、这是顾客关系营销的间接效果、如果一个饭店拥有相当数量的稳定顾客群，也会使饭店与员工形成长期和谐的关系、在为那些满意和忠诚的顾客提供服务的过程中，员工体会到自身价值的实现，而员工满意度的提高导致饭店服务质量的提高，使顾客满意度进一步提升，形成一个良性循环、根据我们前面的分析结合当前市场状况我们应该把主要目标顾客定位于大众百姓和附近的大学生，及过往司机，在次基础上再吸引一些中高收入的消费群体、他们有如下的共性：

1)收入水平或消费能力一般，讲究实惠清洁，到酒店消费一般是宴请亲朋或节假日的生活改善、

2)不具经常的高消费能力但却有偶尔的改善生活的愿望、

3)关注安全卫生，需要比较舒适的就餐环境、学生则更喜欢就餐环境时尚有风格、

三、市场营销总策略

1、“百姓的高档酒店”——独特的文化是吸引消费者的法宝，我们在文化上进行定位，虽然我们把饭店定位于面向中低收入的百姓和附近的大学生，但却不意味把酒店的品位和产品质量降低，我们要提供给顾客价廉的优质餐饮产品和优质服务，决不可用低质换取低价，这样也是对顾客的尊重

2、进行立体化宣传，突出本饭店的特性，让消费者从感性上对\_酒店有一个认识、让消费者认识到我们提供给他的是一个让他有能力享受生活的地方、可以在报章上针对酒店的环境，所处的位置，吸引消费者的光顾、让顾客从心理上获得一种“尊贵”的满足、

3、采用强势广告，如报纸，以期引起“轰动效应”作为强势销售，从而吸引大量的消费者注意，建立知名度、

四、行动计划和执行方案

(一)销售方法的策略：

1、改变经营的菜系、过去我们以经营粤菜和海鲜为主，本年度我们可以“模糊”菜系的概念，只要顾客喜欢，我们可以做大众菜也可以根据需要制作高档菜，这样表面上看使我们的酒店没有特色菜，其实不然，大众菜并不等同于低档菜，粤菜和海鲜一般价格高，而且并不适合普通百姓的口味，因此消费的潜力不大，我们在编制菜单时，可以在各菜系中择其“精华”，把其代表菜选入，并根据市场和季节的变化做适当调整，有了这些“精华”，我们在加入大量的大众菜、这样我们可以给顾客很大的选择余地，适应了不同口味人的需要、

2、降低菜价吸引顾客、菜价在整体上下降，某些高档菜可以价高，大部分菜优质低价，菜价在整体上是低的，但也照顾了高消费顾客的要求、价格策略：

①优惠折扣。

②抽奖及精品赠送优惠。

3、为普通百姓和学生提供低价优质的套餐和快餐、套餐分不同的档次，但主要是根据人数，如4人套餐、6人套餐、8人套餐，人数越多价格相对越低，这样可以吸引更多的人来消费、主要目的是以实惠取胜、面向学生推出快餐，价格略高于学生食堂，但品质要高于食堂的大锅菜、把酒店富余的停车场改造成娱乐休闲广场，采用露天形式，四位餐桌(带遮阳伞)，以便于学生休闲聊天，提供免费的卡拉ok、电视，提供各种饮料。

4、面向司机提供方便快捷的餐饮，免费停车。

5、面向附近居民提供婚宴、寿宴服务。

6、在年节开展促销活动。

(二)广告策略酒店广告是通过购买某种传播媒介的时间、空间或版面来向目标消费者或公众进行宣传或促销的一种手段、酒店广告对酒店的意义体现在以下方面：为酒店或酒店集团及产品树立形象，刺激潜在的消费者产生购买的动机和行为、在影响购买决策方面，消费者的知觉具有十分强大的威力，当营销进入较高层次或产品具有较大同质性时，市场营销并非产品之战，而是知觉之战、酒店市场正是如此、但是人们的知觉并不一定基于真实。广告则是企业校正知觉，引导知觉的一项有利工具。

1、市场定位：是以明确的概念在消费者心目中占据一个特定的部分，以影响他们的消费意向、广告诉求：让您成为真正的上帝、

2、广告的表现原则及重点、

a、：质量来自实力的保证、

b、先给您惊喜的价格，不行动就会心痛、

c、在广告中创造一种文化。

3、诉求重点。

a、企业形象广告。

b、商品印象广告。

c、促销广告。

4、实施方法：

①报纸广告，在本市有影响的报纸上做广告。

②宣传海报。

③综合海报。

④公司名称旗，增强公司的形象。

⑤现场派发广告礼品。

⑥现场进行抽奖活动及精品赠送优惠。

五、营销预算

饭店营销预算全年一月二月三月一季度四月五月六月二季度七月八月九月三季度十月十一月十二月四季度工资福利办公用品其它促销及广告交际费制服培训其它总费用市场营销费用总额。

六、评估控制

1、年度计划控制：由总经理负责，其目的是检查计划指标是否实现，通过进行销售分析、市场占有率分析、费用百分比分析、客户态度分析及其他比率的分析来衡量计划实现的质量、

2、获利性控制：由营销控制员负责，通过对产品、销售区、目标市场、销售渠道及预定数等分析以加以控制，检查饭店赢利或亏损情况、

3、战略性控制：由营销主管及饭店\_负责，通过核对营销清单来检查饭店是否抓住最佳营销机会，检查产品、市场、销售总体情况及整体

**黄金运营方案格式模板范文 第四篇**

>活动目的：稳定已有客源拓展新的市场

>活动时间：20xx年12月24日25日

>活动口号：X酒吧平安圣诞狂欢夜

>活动背景：本公司酒吧自8月20日开业以来，经营状况一直不容乐观，且管理层更换反复，公司员工人心浮动,市场竞争日益激烈，想要在衡阳娱乐市场生存壮大，那么，一句话，关健就是要创新，在管理上要创新，在营销上要创新，同时，在宣传上也同样需要创新，而且重中之重、急中之急就是在宣传上要下决心进行创新，要进行品牌化、良性化、规模化的宣传，必须从主流和根本上彻底改变酒吧在衡阳人心中就是藏污纳诟的形象。

>活动策划：xx

A、快乐圣诞，X酒吧!圣诞特惠活动已经拉开序幕!

B、要圣诞礼物的，就赶快来X酒吧!

C、美丽X酒吧，让你的圣诞更浪漫!

D、让寒冬热血沸腾起来，X酒吧以“家”的名义!

**黄金运营方案格式模板范文 第五篇**

一年一度的节日即将到来，为了更好的安排活动，我们利用节日将流行的元素，主题party，从视觉、听觉、感觉、给感官带来全面的享受。更多精彩活动活动发布以广告POP宣传为准。

>主题：狂欢圣诞节火辣派队和跨新年元旦

>狂欢派队时间：

>地址：青浦区

>电话：

相聚的快乐，将让客人体味到温馨浓情，体会到音乐的魅力。我们将精心设计了各种新奇有趣的节目，以及礼品大派送。您将在节日优美的环境气氛中，享受新潮的音乐，度过一个璀璨难忘的圣诞节。

>活动中旨：以时尚方式庆祝圣诞今夜与您相伴的将是节日的美酒与冬日的欢呼!夜色的圣诞节将会让每一位来宾都感受到夜色对你的热情和圣诞节的祝福!MerryChristmas!

>市场分析

(1)圣诞节是西方的第一大节，人们在这一天身着盛装，准备盛宴，互赠礼品，尽情的狂欢。近年来，在我国也开始流行圣诞节。每到这一天，街上张灯结彩，玻璃窗上喷上了与圣诞有关的精美图案，许多青年、少年都是三五成群去吃圣诞大餐，参加酒吧圣诞PARTY的，所以本酒吧应注意这一消费群体。另外，兼顾中年消费也是我们酒吧相对比较大的消费群体。

(2)元旦是我国法定的节假日，随圣诞而到来。这一天，也会有消费者光顾酒吧，或亲朋好友在一起，或热恋中的情侣在一起庆祝。因此，关于元旦这天的促销也应该充分考虑。

(3)在节日间期，人们会为节日的喜庆气氛所感染，一般心情愉悦。有一种消费的冲动，所以在节日期间，可以推出高利润、花样多的洋酒，并赠送礼物。

>活动内容：酒吧将以优美的音乐、精彩的演出、醇香的美酒、优惠的价格，真诚的服务，热烈气氛，竭诚为客人服务。让每位客人过一个，欢乐难忘的美好节日。

所有客人可以免费参加听圣诞钟声。12：00整的钟声，为您带来好运，祝您快乐、健康、幸运!

幸运抽奖每位客人都会得到一张抽奖券。活动最后将举行抽奖。

一等奖1名：免费(待定)

二等奖2名：免费(待定)

三等奖3名：圣诞幸运。

**黄金运营方案格式模板范文 第六篇**

圣诞节为西传的最受中国百姓瞩目的大型节日，已经被中国百姓逐步所接受，圣诞节时间虽短，但前期准备时间较长，只要商品选择的好，操作得当，既可收到良好的效果，针对本次节日，主要从以下两个方面进行：

>1、卖场布置

卖场布置的进行应围绕营运商品的选择进行，本次根据谢总意见，百货处的圣诞节的的季节性商品主要围绕小型的贺卡等礼品性商品，配合杂货处的相关休闲食品和礼品，在卖场相关位置开辟集中的圣诞节礼品区，并进行布置，为了减少费用，卖场的气氛布置尽量的简化，着重进行客服中心的布置，在客服中心设置3。30米圣诞树一个，上面布置半铃、雪球、彩灯、彩条等装饰物品，在客服中心的边缘集中布置彩灯，正面服务台布置大型的圣诞气氛POP。同时为了增加卖场内的气氛，集中为超市内促销员购买圣诞服装三件套（服装、帽子、腰带），费用由人事部协调采购向厂家收取，其他员工由公司购买圣诞帽，在圣诞节期间佩带。客服中心的员工统一穿着圣诞服装，除女装外，应另行购买一套男装（圣诞老人服），由客服中心的一名员工穿着，负责发放赠品。

>2、促销活动

由于圣诞节的延续性不长，应注重各种活动的气氛的延续，遂做如下的策划，集中购买1000个圣诞老人玩偶，单价在1。00元左右，1000个圣诞帽，单价在0。50元左右，在圣诞节期间，凡在好又多仓储超市购物满25元者即可凭收银小票在好又多仓储超市客服中心领取圣诞老人一个和圣诞帽一顶。活动时间为12月20日——12月26日，发完既止，集中购买5000支摇花，在12月24日、25日、26日晚5：00开始进行发放，消费满10元者即可获得摇花2支。配合这样的促销活动，一方面可以营造浓烈的圣诞节气氛，另一方面也可以使消费者领略到潮湿独特的文化气息。

铃儿响叮当，圣诞老人送吉祥，22日~26日，超市派出8位圣诞老人在卖场派送“小气球、年台历、挂历、小礼品包、钥匙链”。

购物颂吉祥，在超市购物满25元，就可获赠超市圣诞帽一个，同时有机会在祝福卡上表达对你所爱的人的一份新年祝福并将他系在超市内外的圣诞树上或直接送给你祝福的人，24、25两日200顶免费的超市圣诞帽送给小朋友。

22日~26日购物满48元的单张小票在服务台换取“火鸡腿、散糖果、散果冻”三种商品的5折优惠卡，此卡只对应一种商品，每日100张，大家电、团购小票除外，小票不做累加。

22日~29日，每日前100位满18元的单张小票（累加小票除外）可在发卡处免费获得超市会员卡一张！

疯狂圣诞夜，邀您共渡，活动自24日下午14：25分正式开始，22：00结束精彩内容见详单。

14：25~17：00的外场演出开始，15：00巨型圣诞蛋糕（80cm180cm）在店堂展出（专人看护），圣诞老人频繁在蛋糕附近油动，16：00告示蛋糕派对开始的时间（21：00），16：00~19：00场内大型促销活动要拉动大量顾客，18：00~21：00的演出开始，店堂里圣诞老人要拉拢小朋友跳舞（兔子舞或蝴蝶舞）到场外，同时场外演出队伍要能够配合（负责）。

21：00蛋糕派对准时开始，场内广播要及时，乐曲在21：00准时切换到“铃儿响叮当”！

先开香槟酒庆祝（负责）、蛋糕开切分吃（负责），保安要维护好现场秩序（负责）。

22：00广场燃放烟花。

**黄金运营方案格式模板范文 第七篇**

>(一)营销活动

1“胜家平安夜送平安、祈福”活动。

内容：对当天入场消费的顾客每一场赠送一枚平安果(苹果)由圣诞老人赠送并送上胜家祝福。

时间：xx年12月24日～

2小时

预算费用及数量：苹果500枚

>(二).“胜家新年爱心火柴”公益活动

内容：①对当天在超市消费的顾客告之：可将超市小票投入“爱心火柴盒”内。可将自己的联系方式留下;

②在1月3日从爱心火柴盒中抽出五位爱心天使与公司一起将“爱心火柴”内小票累计的金额1%做为爱心公益，为市福利院捐送冬衣、冬鞋。

活动时间：xx年12月24日——xx年1月3日

预算费用：

(1)制作：喷绘一幅，“胜家新年爱心火柴”

(2)制作：爱心火柴盒一个

(3)费用：xx元左右

>（三）“胜家新年礼物特卖”活动

内容：每晚营业时间内设置四次新年礼物特卖(圣诞老人、圣诞丝巾、帽子等圣诞礼品。)

活动时间：xx年12月24日

每晚21:30

22:40

23:300:10分

预算费用：购置圣诞老人100个

圣诞丝巾10个

圣诞帽100个

>(四).“零点圣诞老人送福派发礼品”活动

内容：平安夜零点由圣诞老人逐个包间派发圣诞礼品。

活动时间：xx年12月24日零时

预算费用：此项由酒商提供

>(五).酒商礼品派发/抽奖活动

收费方式、服务流程：

1.所有包厢均采用三小时预买方案，如包厢要求续时，必须再次预买三小时。

2.由领位将客人引领至前台，由前台根据排房程序及客人要求安排相应包房，并指引至收银台预买三小时房费后，由领位引至相应包房。

3.当客人要求续时后，需向前台再次预付三小时房费后，方可再次开机。

超市酒水活动

1.啤酒套餐：

XX一箱+果盘+小吃四份

320元

XX一打(12瓶)+果盘+小吃四份

200元

XX6瓶+果盘+爆米花

100元

2.洋酒套餐：

XX280元百利甜+牛奶(6瓶)+果盘+爆米花

260元伏特加+果粒橙(6瓶)+果盘+爆米花

XX200元朗姆百加得+可乐(12听)+果盘+爆米花

400元芝华士+红茶(6瓶)+果盘+爆米花

XX320元杰克丹尼+可乐(12听)+果盘

工作分配，安排

1.责任区域分布：

(1)①当天营业区消防、治安的`安全工作;

②车场(车辆停放，车辆安全);

③二楼现场营运。

(2)①当天出品营运;

②超市收银。

(3)①前台开房;

②前台收银。

(4)①全场消防、治安安全;

②前厅部接待;

③用电安全;

(5)营运部电脑系统安全;

2.工作岗位明细

一楼a区

二楼v区

技术部

保洁组

圣诞老人：

b班18：30集合点到

a班18：45～19：30就餐时间b班01：00～01：50就餐时间

b班所有管理干部17：00到岗

4.单位协调

①24日/25日财务部增派两人至超市收银，工作时间为18:30～0:30。

②原超市收银调入超市理货处。

③清包组在24日雇佣零工负责清包6～8人，每人工资为20元。

>(六)各岗位平安夜b班工作人员数量明晰表：

前厅部：开房1人收银2人

前台接待领位：7人(内保4人，前台3人)

出品部：吧台2人理货6人(酒促2人，理货2人，超市收银2人)

服务部：一楼a区7人b区6人

二楼f区4人v区6人

保结部：清包组12人

>(七)平安夜、圣诞节酒商活动

**黄金运营方案格式模板范文 第八篇**

一.活动时间：6月10日-6月18日

二.活动主题：端午节“链”结顾客心

三.活动内容：

1. “链”结顾客心：

6月10日-6月18日凡购买3000元以上加51元钱即送18k链一条

(素金不参与优惠活动)

2.端午节旧饰换新颜：

在端午节期间，顾客可将以前的的首饰拿到××珠宝专卖店/柜换取新的首饰，只收取加工费，同时免费提供清洗服务(非××珠宝店/柜购买的钻饰也可参加)，使所有首饰 “旧貌换新颜”。

四.活动宣传与推广

在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，主题是《端午节‘链’结顾客心》，内容包括“端午节‘链’结顾客心”、“端午节旧饰换新颜”等活动的参与细则;

在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做“端午节‘链’结顾客心”、“端午节旧饰换新颜”活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

在店前做好活动宣传海报或x展架，在柜台安排活动咨询员并设立咨询电话方便顾客咨询;

五.活动控制与评估

1.在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、

购买人数、销售额等做好详细记录;

2.活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至××珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

六.活动经费预算

1.宣传费用约3000元;

展架：85元;

3.总计：3000+85=3085元。

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！