# 短信推广方案怎么写范文推荐44篇

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2025-05-11

*短信推广方案怎么写范文 第一篇为了在xx市推广魔方文化，普及魔方活动，进一步开展好魔方赛事活动，鼓励和促进中小学魔方社团活动的开展，魔方俱乐部计划开展“中小学魔方社团公益推广活动”，做出以下公益活动实施方案：一、开展中小学魔方社团辅导教师公...*

**短信推广方案怎么写范文 第一篇**

为了在xx市推广魔方文化，普及魔方活动，进一步开展好魔方赛事活动，鼓励和促进中小学魔方社团活动的开展，魔方俱乐部计划开展“中小学魔方社团公益推广活动”，做出以下公益活动实施方案：

一、开展中小学魔方社团辅导教师公益免费培训活动，凡我市各中小学校有意开展“魔方社团活动”的，均在公益免费培训范围内，每校限一名辅导教师参加，培训内容：

1、三阶魔方、二阶魔方以及部分异形魔方复原教程;

2、如何推广宣传魔方文化，开展魔方活动;

3、如何进行学生魔方社团组织、教学、评价;

4、魔方比赛活动组织和开展，以及教练员、裁判员比赛规则的培训。

二、开展中小学魔方社团教学用具公益助力活动，凡我市各中小学校拟开展学生魔方社团活动的，并经过本俱乐部对辅导教师进行过公益培训的学校，均可免费获得魔方教学用具的公益助力，凭魔方社团活动开展申请、魔方社团活动计划书和所在学校对开展魔方社团活动的批准文件等资料，并与本俱乐部签订“魔方社团活动”公益助力协议书后，在学校社团开展过程中将获得本俱乐部技术支持与指导，并可免费获得的如下教具器材的使用权利：50个专业竞速训练用三阶魔方+50本魔方教程书(内含多种魔方的复原教程)+30张学生专业训练卡(在培训中心使用专业比赛用器材和专业教练训练指导一小时)。

三、魔方社团辅导教师公益培训活动，在魔方俱乐部培训中心进行，公益培训活动培训对象为我市市区内的小学(在校学生规模在1000人以上)，每所学校一名培训名额，俱乐部免费提供魔方和学习资料。参与培训的学校具有申请“教学用具公益助力活动”的资格。

四、魔方社团辅导教师公益培训活动的时间：两天，具体日期待定。

上午9：00——11：30 下午2:30——5:00

地点：xxx

报名电话：xxx

微信报名：关注“魔方俱乐部微信公众平台”在线。

xx市魔方俱乐部

20xx年1月5日

**短信推广方案怎么写范文 第二篇**

>一、促销活动的目的：

现在市场情况如何?开展这次活动得目得是什么?我们是是处理积压库存?是提高销售数量?是打击竞争对手或者降低竞争对手对我们的压力?是因为公司又有某种新品上市?还是为了进一步提升品牌认知度?只有目的明确，才能使活动进行的紧凑更有预期效果。

>二、确定促销活动对象：

此次促销活动的目标客户群体，我们针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在什么范围内或者什么地域内?哪些人是促销得主要客户?哪些人是促销得次要客户?这些选择都会与我们最后活动的效果有直接关系，影响到我们最后销量是怎么样的。

>三、促销活动的方法：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动方法

2、包装活动

降价?打折?礼券?赠品?抽奖?演示促销?服务促销?消费信用?还是其它的某种促销工具?选择什么样的促销方法，要考虑到促销活动的目的、行业内竞争的形势和行业内环境以及促销的预算费用并如何去分配各种资源。

在确定了方法之后要尽可能做的生活化艺术化，淡化促销的商业性，使活动更贴近消费者，更能去打动消费者。比如借一些慈善行动来实现我们的促销目的。

个人认为这一部分是整个促销活动策划方案的核心部分，应该要新要准要狠，使活动具有感染力与震撼力。

>四、确定活动的方式：

这一部分主要是研究确定活动开展的具体方式。这时我们要考虑上各种社会关系以及方方面面。

1、确定伙伴：拉上政府做力量后盾，还是携手一些知名媒体造势，是厂家独自进行，还是和下面的代理商经销商联手?或是与业内其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，这样有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可以更多的整合资源，降低成本以及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激消费者的购买欲望。刺激程度越大，促进销售的反应也越大。因此必须要根据促销实践进行汇总分析和总结，并结合当前的客观市场环境确定适当的刺激程度和相应得费用投入。

**短信推广方案怎么写范文 第三篇**

一、主题：爱·尚城

二、时间：20xx年8月6、7日

三、活动内容；

1、超值特价限量抢；

2、爱心义卖1元起拍；

需部分商家提供部分商品进行拍卖。

3、买家具送保险；

凡是在尚城家居购买家居满8000元的消费者，可以免费得到尚城家居在中国平安保险公司购买最高达40万的意外保险。消费者带上身份证在尚城制定地点现场办理。

4、王老吉凉茶免费畅饮；

活动期间，凭DM单可在四楼（轩红坊）免费领取“王老吉凉茶”（1人1份）

注：商城所有内部员工不得擅自饮用或赠送他人；派发人员需作好登记；

5、幸运抽大奖；

活动期间，凭本商城当日有效销售清单，可在服务前台参与幸运抽大奖活动。一等奖：空调二等奖：微波炉三等奖：电磁炉四等奖：电饭煲；

三、推广方式；

1、DM单宣传；

DM，A3-128g；印量共20\_0份；5000份用于针对部份小区以及主要人群集中地、商圈等进行宣传推广；涵盖面可包括到九县一区；15000份用于华西都市报夹报宣传；5000份夹时光广告；以最简便的方式将此活动信息传达到各行各业消费人群；

宣传时间、地点、人员安排见附表1；

2、短信平台；

针对前期已录入业主通讯录发送此次活动信息；

3、免费派发礼品；

8月6-7日2天，采购一批王老吉凉茶在活动三天内免费派发；用于应对竞争对手活动期间吸引来的客流量；

4、场外气氛；

舞台、背景、音响、空飘、大型户外广告大门口上面；根据商城和商户支持的各种情况，在商城大门口及楼顶制造一系列活动气氛；吸引活动期间竞争对手的客流；

四、费用预算；（省）

五、执行方面：（省）

六、预控方案：（省）

七、总结。（省）

**短信推广方案怎么写范文 第四篇**

>一、活动背景

为了能更好的传达情感文化，增进消费者对“珠宝”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“珠宝”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“母亲节”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

>二、目的

1、为天下所有的母亲送一份真诚祝福。

2、带动店内产品销售。

3、承载品牌“万种情怀，由我表达”的品牌使命。

4、传递传统婚姻观念，确立珠宝婚庆市场第一珠宝品牌的市场地位。

>三、主题

感恩母亲，珠宝传情！

>四、目标市场

迎合目标消费群心理，满足情感需求。

目标人群是xx岁~xx岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的人士。由于工作繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

>五、活动时间

x月x日—x月x日。

>六、活动内容

1、凡活动期间光临珠宝店的顾客，均可领取康乃馨一枝。

2、在珠宝店内消费满x元以上（折后价），x婚纱影楼为您的父母免费拍摄婚纱照一套（执行方式：可在当地联合一家婚纱影楼，另外设计一套简单的婚纱照系列，并以“献给母亲的爱”为套系名称。）

3、结婚x周年以上的母亲，可凭相关证件，到珠宝领取精美礼品一份。（名额有限，赠完为止），并可享受折上x折优惠。

>七、宣传方式

1、城市主要街道悬挂“母亲节”内容条幅

x月x日~x日，在城市人流量大的街道高密度悬挂条幅，以“珠宝”的名义，采用富有煽情色彩的语言提醒大家关注“母亲节”，形成浓厚的节日气氛。

2、发送“母亲节”亲情短信；短信发送活动内容。

x月x日~x日，以“珠宝”的名义，向“珠宝”新老顾客发送“母亲节”精彩短信，提醒消费者x月x日是“母亲节”，以情感交流打动消费者。x月x日、x日，通过短信发送活动内容，告知目标消费者x月x日～x日“珠宝”的活动内容，以及开展活动的主要地点。

**短信推广方案怎么写范文 第五篇**

>一、推广目的

1.让目标消费群在最短的时间内认知新产品的功能、效果，缩短新产品推广期的时间长度，尽快进入成长期，创造效益。

2.使目标消费群产生试用的欲望，并逐步将其培育成品牌忠诚者。

3.提高品牌知名度和美誉度。

4.提高现场售点的产品的销量。

5.巩固通路经销商的客情关系，抢占通路、终端的高铺货，提升经销商的信心和积极性。

>二、前期市场调查

本次市场调查主要是为xx电动车上市推广提供科学的依据。其调查内容、调查方式及调查地点如下表所示。市场调查实施情况表调查内容

1.管理层深度访谈

2.营销人员小组座谈或问卷调查

3.渠道调查：电动车销售渠道类型及特点，知名品牌的渠道政策

4.终端调查：电动车销售终端类型及特点，终端形象、终端陈列、终端导购、终端促销活动等5.经销商调查：经销商基本情况、代理品牌数量及销售情况、对当地电动车市场的认识、是否有经销新品牌的计划等

6.消费者调查：对电动车的认识、熟悉的品牌、影响购买的主要因素等调查方式 深度访谈、问卷调查、小组座谈走访调查、二手资料等

**短信推广方案怎么写范文 第六篇**

>A、基本信息

一、时间：20xx年度青岛啤酒全年推广促销计划

二、区域：广州市场。广州市区为主，含大型社区比较集中的番禺区

三、人群：白领阶层、消费力较强的青年人为主，22-45岁

四、渠道：商超/士多（提示：啤酒销售渠道大致分为商超/士多、餐饮、夜场三大类）

五、预算：约500万元

>B、内容要求

一、对广州啤酒市场展开分析（简）

二、近几年国内市场青岛啤酒促销研究（简）

三、对广州市场竞争对手促销手段的研究（简）

四、制订年度活动方案（主要针对社区）、配合促销方案

五、宣传配合方案

六、预算安排

>C、方案提示

一、可用PPT格式或Word格式

二、活动最好贯穿全年，要提出主题、任务和实施路径，促销、宣传均配合活动展开

三、要对销售起到实际促进作用

**短信推广方案怎么写范文 第七篇**

网站页面诊断：页面代码是否精简，页面是否清晰，页面容量是否合适，页面色彩是否恰当。

文件与文件名诊断：文件格式，文件名等。

访问系统分析：统计系统安装，来路分析，地区分析，访问者分析、关键词分析等。

>三、营销分析、关键词分析。关键词是否恰当，关键词密度是否合理等。

搜索引擎登录分析：采用何种登录方式，登录的信息是否有效。

链接相关性分析：链接的人气是否高，是否属于相关性较大的链接。

目标市场分析：对目标市场进行分析，研究目标市场与营销的关系。

产品分析：分析产品的特性，产品的卖点等。

营销页面分析：营销页面设置的位置，营销页面的内容，营销页面的第一感觉等。

营销渠道分析：所采用的营销之渠道如何，新的营销渠道如何开拓。

后续产品和服务分析：后续产品的开发，服务的情况反馈分析。

价格分析：价格如何，合理性等。

**短信推广方案怎么写范文 第八篇**

>一、活动单位：

承德县三沟镇三沟中学实习小组

>二、活动参与者：

实习小组成员、初二年级部分学生

>三、活动主题：

推广普通话，重建校园广播站

>四、活动时间：

20xx年9月

>五、活动目的：

为提高实习学校广大师生的普通话水平，配合国家推广普通话的相关规定， 完成顶岗支教指导中心党总支下达的任务。

>六、具体计划

前期准备。小组长代表全组找校领导讲明我们的设想。在初二年级抽十名普通话较标准，朗读有感情的学生组成广播小组。然后带他们整理广播设备，教他们使用方法等。

活动展开。在20xx年9月19日，正式开播。在学生开始之前，我们审查他们搜集的材料，检查他们的朗读情况，以确保他们广播的高标准。

调查改正。广播进行几天后，调查学生和老师，听取了他们的意见和建议，随后及时指导广播小组改正发现的问题。

>七、活动预期效果

通过此次团日活动，不仅提高我们的普通话水平，增强教育、指导学生以及与学生的沟通能力，而且也要使学校的广大师生的普通话水平有明显的提高。

**短信推广方案怎么写范文 第九篇**

淘宝/天猫/京东/拼多多等电商活动短信模板

【xx淘宝】xx节日大促袭来，vip会员真五折！新品上市1元秒杀，全场满99减20，今晚0点戳xx开抢退订回T

【xx天猫】好消息，xx节日大促，xx品牌女鞋5折直降再送50元券，今晚0点开抢，仅限3月xx日—xx日小时！猛戳来抢xxx退订回T

【xx京东】尊敬的会员，送你50元红包，给自己买点xx，xx节日大促低至3折起，今晚20:00速抢xxx退订回T

【xx拼多多】前1小时立减送大礼包，xx产品最低133元，老客户复制短信xxxx打开手淘抢50元券。退订回T

【xx品牌店】xx节日好礼馈赠，爆款礼包前1小时买一送一，全场满99送超20元购物卡，0点戳xx开抢退订回T

商超/餐饮/美容/门店等线下活动短信模板

【xx便利店】会员日福利来了，在xx月xx日到xx便利店购物满38元的顾客，凭会员卡可获得“10元购物代金券”，双倍积分哟，地址xx 退订回T

【xx超市】喜迎xx节日，xx超市xx月xx日xx全场八折，特殊类商品5折起，多买多优惠，详情到店内咨询。地址xx 退订回T

【xx商城】xx节日来了，xx商超送福利了，满198元送28元，满398元送80元，满598元送198元购物券，地址xx 退订回T

【xx餐饮】尊敬的xx，感谢您一直以来对xx餐饮店的支持和厚爱，xx饭店在周年庆期间推出5折“双人套餐”、“团体套餐”，预定电话xx，地址xx，欢迎您的光临！退订回T

【xx美容】迎xx节，xx美容院推出xx套餐，仅需380元就可享受原价1038元的xx体检及护理套餐，凭短信预订还可享受八折优惠，咨询电话：xx，地址xx，期待你的到来！退订回T

看完以上介绍，如有活动短信群发需求的用户，可以咨询在线客服人员哟！

免费体验：

服务热线：13386102859 小胡（备注知乎免费赠送100条测试）

地址：上海市奉贤区宝龙广场二号楼1510室

**短信推广方案怎么写范文 第十篇**

>一、项目背景

武汉太白科技有限公司创立于20xx年3月份，本公司主营鱼鳞胶原蛋白肽，另外经营其衍生产品——化妆品和保健品等。作为一个市场新进入者，市场对本企业的认知度几乎为零，对本公司的产品更是一无所知。现在我公司准备采取一系列新颖而有震撼力的公关策划对本公司的一款化妆品进行推广，同时达到提高本公司知名度的效果。我要指出的是本公司的这款化妆品目标顾客定位于18岁至30岁的青年男女，张扬的是一种“我青春，我自信”的产品理念。

>二、项目调查与分析

在我们的策划开始之前，我们进行了一定的市场调研；当前整个宏观经济环境是全球处于金融危机的阴霾下，各国经济陷入困境，企业的生存面临严峻挑战，整个消费形式不容乐观，首先我们公司必须承认这一点；但我们有对我们这款产品充满了信心，我们调查了解到，我们的目标客户群是一个思想积极、消费观念超前、个性张扬的群体，他们大多是大学生、刚入社会的求职者、职位变更者，但由于当前的教育状况和经济环境使他们面临严峻的就业形势；我们认为这是一个极好的契机，武汉太白科技有限公司刚成立，我们可以开展一个关于本公司这款化妆品的推广策划竞赛，这样不仅激起我们目标客户群的兴趣，还可以引起各高校的重视和社会媒体的关注。

>三、项目策划

>四、创意说明

（二）活动标语：您想证明您有多强吗？您想一展个人风采吗？来！来！来！我们的青春，我们挥洒；我们的未来，我们来书写！舞动青春，你我有足够的自信！

>五、项目实施

（一）前期活动

（二）前期宣传

（三）活动部分

**短信推广方案怎么写范文 第十一篇**

移动一点通自助服务暨流动服务车启动宣传推广方案背景及推广目的浙江移动自助服务主要以三大空中营业厅和一点通自助服务为主，三大空中营业厅自助服务已通过电视、报纸、短信群发等渠道进行大量的宣传，客户对此比较熟知。而一点通自助服务，与三大空中营业厅自助服务相比，客户对其功能、特点、自助点等并不熟悉，为此，我们在加强对一点通点建设的同时，还应加强对一点通自助服务的宣传力度，通过各种有效手段，在短时间内达到较好的宣传效果，使一点通自助服务的使用率迅速提升。 公司近期购置的六辆流动服务车即将启用，流动服务与一点通自助服务同属于便民服务的概念，

我们可以把流动服务车和一点通自助服务捆绑宣传，打造“移动服务、方便到家”的概念。具体内容整体宣传分两个阶段。第一阶段为预热宣传阶段，将通过传统媒体、自有营业渠道、短信、一点通点进行宣传造势，营造“移动服务、方便到家”的概念，为第二阶段流动服务车启用作铺垫。

第二阶段，活动推广，流动服务车启用仪式及开展便民服务咨询活动，六辆车分别在每周六、周日开到各个社区、超市、卖场等流动宣传点，主要内容是移动业务咨询、手机免费维修、一点通设备现场演示。首站发车仪式设在市区数码广场，活动期间邀请媒体作事件报道，抓住315的宣传契机，提前炒作“放心消费”的概念。第一阶段：预热宣传 (1月25日至2月15日) 通过温州电视广播广告、电视专题片、报纸软文及一点通点POP海报、宣传单页、小型灯箱进行大面积的宣传造势，营造“移动服务、方便到家”的概念，为第二阶段流动服务车启用作铺垫。 1 、 媒介推广： 时间 媒体 宣传方式 宣传内容 1月25日至 1月30日 温州

**短信推广方案怎么写范文 第十二篇**

>一、指导思想

压缩空气是工业领域中应用广泛的用能设备，约占企业电力消耗10%-35%。我区大多数企业的压缩空气系统，由于压缩空气泄漏、人为用气、不正确的使用和不适当的系统控制等原因，总体运行效率不高。组织本次节能专项推广，旨在提高我区压缩空气能源利用水平，帮助企业节约生产成本。

>二、目标任务

区节能办已将空气系统节能列为09年专项节能推广项目，主要目标如下：

（一）逐步淘汰已列入国家淘汰目录的空气压缩设备；

（二）改造有节能或优化潜力的企业空气压缩系统。

>三、工作安排

推广活动由区节能办和美国英格索兰公司 （空气系统问题解决专家、全球500强企业）联合实施，主要工作安排如下：

1、由区节能办下发《镇海区企业空气系统运行情况调研表》，开展调研工作。

2、由美国英格索兰公司对我区企业的空气系统运行情况进行“系统评估”。

3、由美国英格索兰公司分析监测、分析应用企业空气系统运行状况，并提出系统优化方案。

4、有节能或优化潜力的企业自主选择开展系统改造；对已经列入国家淘汰目录的空气压缩设备逐步淘汰。

**短信推广方案怎么写范文 第十三篇**

为了积极应对马戏团演出可能发生的人员密集场所安全事故，便于及时采取措施，高效、有序地组织开展抢险、救援工作，最大限度地减少事故发生和财产损失，维护正常的生产工作秩序，依据上级有关要求，结合公司实际，制定人员密集场所应急预案（以下简称，《预案》）。 一、应急救援组织

（一）公司成立安全事故应急救援领导小组，组长由公司总经理姜长明担任，副组长由公司张小梅担任，各部门负责人为小组成员。

（二）小组成员名单

二、突发事故应急准备及响应管理小组成员管理职责

1.组长、副组长职责：组织组员熟悉紧急事件发生时应做好的工作和程序，负责定期组织小组成员对办公区及施工现场环境管理应急及响应工作的实施情况进行检查，做到心中有数。事故发生后要沉着冷静、及时观察，掌握突发事故的动态，积极组织指挥部成员和义务消防队员进行报警，抢救伤员，疏散人员，抢运易燃易爆和贵重物品。公安、消防机关到达火灾、事故现场后，及时报告火场或事故现场情况，配合公安、消防部门进行灭火、抢救工作。

2.组员职责：要绝对服从统一领导，听从指挥，按照分工和指挥部的指令，密切配合，尽最大努力在紧急事件发生的初始阶段做好应急救助，将紧急事件、事故的损失和人员伤亡降至最低。

4.车辆引导员职责：车辆引导员应与报警员密切配合，负责将紧急救助车辆引导至事故地点，并配合做好疏散工作。

5.疏散组员职责：负责在紧急事件、事故发生后，组织疏散人员，并对人员进行清点，确定失踪人员名单，并对紧急事件现场进行区域划分，确定危险区域，无关人员应原地待命，不得混乱和进入危险区域。

6.各小组成员负责定期对现场的应急准备及响应工作进行检查，发现问题及时纠正。经常检查消防器材、急救物品，以保证其可靠性。经常检查现场的环境、职业健康安全管理及消防、安全规定的执行情况，发现问题及时纠正。定期对职工进行消防、安全教育，以增强职工的思想认识，一旦发生灾害及意外伤害事故，做到召之即来，团结奋斗。

三、应急器材的配备

1、灭火器材清单及分布情况

根据现场的具体情况，配备相关的消防器材。

2、急救箱的配置

现场设置急救箱，急救箱内物品有：氧气带、急救包、救心丸、紫药水、红药水、酒精、棉纱、创可贴等应急药品。

四、应急救援预案

1、报警、报告

1） 发现或得知事故情况的人员，经确认应马上向项目部应急救援领导小组组长或成员报告。如果是火灾事故，必须同时拨打119报警，向消防部门报警。

2） 组长接到报警后，通知副组长、组员和其他工作人员，立即启动应急救援系统。

3） 根据事故类别向公司、主管部门及公安、劳动、环保、建设等地方主管部门报告，事故报告单的格式，按国家、地方相关法律法规、管理要求的程序进行。

2、现场抢救

1）对于人员伤残救护，应急救援领导小组的任务：

① 立即拨打急救电话120或附近医院电话，营救事故受伤人员。 ② 疏通交通线路，引导救护车（附现场安全通道布置图、至附近医院路平面图）。疏散通道与消防通道中间分格为临时分格，紧急情况发生时立即移除。保证人员疏散通道畅通。 ③ 落实随行陪同人员陪护。

附近医院：胡集医院。行驶路线：工地出门右转，进入老328国道，向西250米右转进入隆胡南线向北800米。具体线路如下：

**短信推广方案怎么写范文 第十四篇**

>活动意图：

我们日常生活中，普通话应该是每个人不陌生的，但是近期，国家调查显示，中国人只有一半能说普通话，调查结果显示，全国能用普通话进行交际的人口约为53%，8%的人从出生就开始讲普通话。场合越正式，普通话的使用频率越高；其中在家讲的最少，在单位最常用。目前，方言还是家庭成员最主要的交流语言。幼儿学普通话最主要的困难是“周围的人都不说，说的机会少”和“口音不好改”。中班幼儿正处于语言发展的关键阶段，教育他们养成说普通话的习惯非常重要。

>活动目标：

1、认识到说好普通话的重要性。

2、引导幼儿养成说普通话的习惯。

>活动过程：

1、教师用方言和普通话分别和小朋友说话，让幼儿体会到普通话的重要性。

2、教师举简单的例子，让幼儿感知说普通话的重要性。

3、请小朋友们说一说自己在家说的语言。

4、小结：我们中国很大，有很多很多的方言，而普通话是全国通用的，故而在不久的将来，为了能与更多的人交流沟通，交更多的朋友，我们更应该学好普通话。

5、学说绕口令。

四和十

四和十，十和四，十四和四十，四十和十四。

说好四和十，得靠舌头和牙齿；

谁说四十是“细席”，他的舌头没用力；

谁说十四是“适时”，他的舌头没伸直。

认真学，常练习，十四、四十、四十四。

>活动小结：在本次活动过程中，考虑到幼儿的年龄特点，只是引导他们初步了解普通话和方言的区别以及普通话的重要性。通过活动，幼儿知道了无论在什么地方都要说普通话，这样才能更好地和别人相处。

**短信推广方案怎么写范文 第十五篇**

>一、市场调查

新产品推广上市前要做市场调查，市场调查有利于我们公司了解市场状况，发现和利用市场机会。

竞争分析：

手机市场品牌日益丰富，尤其是多个品牌的国产手机也已经进入智能性开发的行列，因此手机市场被瓜分的现象很严重。虽然名牌所占的市场分额较大，但是从一些国产的手机上市之后的反响来看，消费者对于手机行业的名牌意识并不是很强烈，只要是功能完善价格合理，都会受到市场的欢迎。因此，手机市场的竞争主要决定于谁能够迎合顾客的心理，能够不断地根据市场发展和不同的时间地点推出深入人心的新产品，就可以吸引消费者的目光，刺激他们的购买欲望，再配以强大的推广策略，必将促成新机上市之后的购买热潮我们公司还可采用以直接的面谈询问为主、以间接的市场问卷调查为辅的方法来调查市场。面谈询问可利用手机的特性功能大做文章，近年来我国手机产品的种种质量问题频频曝光，人们对有质量保证产品的需求不断上升，手机本身作为大众化消费的产品，其质量就是不容置疑的好。采用问卷调查时，应注意吸引潜在消费者对与本公司产品的好奇和兴趣，进而激发其购买欲望。

>二、产品定位

虽然我们公司的产品是大众化都需求的手机产品，但还是要进行明确的产品定位，要努力打造一种差异化。差异化的作用不仅是要让消费者认同本公司的手机与一般手机的差别，还要让消费者认为本公司的产品是与其他手机产品有巨大差别的。只有在消费者心中树立一个独一无二的形象，才能使消费者一想到手机，就能马上想到本公司与本公司的手机产品。

>三、市场定位

我们公司目前在整个手机市场的市场占有率一般，那就应尽量避免与市场份额高的对手发生直接冲突，脚踏实地去平稳前进。当年蒙牛发展的第一个口号就是“做内蒙古第二乳业”，发展到今天，终于在行业内与伊利平分秋色。首先面对现代青少年市场（大学生、高中生、初中生、社会青年），以后再慢慢扩展市场。

>四、价格定位

以诺基亚手机为例，其价格定位应在一般手机价之上，但也不能过高。高价固然能够吸引高端消费者，但毕竟很少，大部分高端消费者还是热衷于消费中等价位之类的机型。在新产品上市的第一天或第一个星期乃至第一个月，其价格可定为与一般手机价相同甚至低于一般手机价以吸引更多潜在消费者。在促销期结束后，以本产品手机的价格特供给的高性价比恢复预期定价。

>五、品牌定位

世界著名品牌都有其品牌故事，我们公司既以本公司机型特供为品牌，就要由一个带本机型色彩的品牌故事，最好是著名人物与手机的故事。品牌故事的目的是使消费者以及潜在消费者感受到贵公司是有历史、有文化、有内涵的公司，无形中地在消费者心中塑造了一个良好的公司形象。若选择在假期发布，自然将学生和年轻人定为目标客户群。因此新机的定位要围绕这样的群体消费特点和喜好来制定，以迎合他们的心理达到闪亮登场、促进销售的目的。

（1）外形：美观、时尚，最好用绚丽的颜色搭配，达到吸引眼球的目的；

（2）功能：根据年轻人的喜好和习惯定义功能，例如游戏功能强大，支持模拟器游戏；短信输入方便最好支持手写；带有音乐播放器和视频播放器，并且支持普通格式的音乐和视频文件等。而一些商务用手机的功能，例如收发电子邮件等则可以不必考虑。这样新机的研发成本并不高，从而能在价格上占据优势。

>六、促销手段

1、前期宣传：在寒假开始前半个月进入校园，打响新机上市的第一枪。在这期间主要是将新机的信息灌输到他们的生活中，形成一个前期的铺垫，让大家都意识到我们品牌即将推出新款手机并且已经打出了广告，这样的意识产生后，当他们考虑到购买手机后自然会想到我们的品牌。主要的活动形式有：

（1）赞助大学的学生活动，通过深入人心的活动拉近品牌与学生的距离，在其中发布新款手机的信息，让他们有先入为主的概念。例如在一场晚会的中间由商家代表表达一下对学子的祝福，同时发表“为帮助大家用上时尚但是价格低廉的手机，我们特开发出某某型号新款手机欢迎大家关注这一型号”。或者在校园中通过横幅等形式发布新款手机的型号和其他信息。当然，考虑到学校的考试安排等因素，这一活动要提前开始进行；

（2）进入中学市场，考虑到中学的活动规模不宜太大，因此在学校周边的商场或者可以发布广告的地方尽可能多的发布信息，从而在周边造成声势浩大的宣传，在学生的活动范围内产生影响力，造成视觉冲击；

2、商场活动：

（1）促销：根据成本制定出可行的促销策略。例如：学生凭借大学录取通知书购买本机可以享受一定的折扣；中学生凭借学生证可以享受一定的折扣；其他年轻人不享受折扣价格，但是可以获取免费赠送的礼品，可以是印有本品牌标志的手机挂饰、手机套等，或者是与本公司合作的其他品牌的电子产品如读卡器等；

3、商场外活动：

（1）论坛

（2）联合营销，赞助体育赛事

4、促销往往要让利于消费者，本公司不应过于在意短期成本，而应考虑到长期收益，促销既有利于提高产品知名度，又有利于增加销量。

（1）优惠券：消费者每消费到一定程度，就送一定的优惠券以刺激产品销量的增长。

（2）赠送免费商品：公司可规定消费者每购买一部手机，可附送手机配件等。赠品以吸引、培养更多消费者。

（3）打折：这种方法宜在节假日或店庆之类的时候采用，不应采取过多的打折活动，以免给消费者造成公司产品质量不好，卖不出去，积压过多才频频打折的不良印象。比如在五一、十一、元旦的日子打折，就不仅仅是纯粹的商业行为，还可让消费者对公司肃然起敬，产生好感，进而培养更多的忠实消费者。

**短信推广方案怎么写范文 第十六篇**

名称××电动车上市推广方案受控状态编号

执行部门监督部门考证部门

>一、推广目的

1.让目标消费群在最短的时间内认知新产品的功能、效果，缩短新产品推广期的时间长度，尽快进入成长期，创造效益。

2.使目标消费群产生试用的欲望，并逐步将其培育成品牌忠诚者。

3.提高品牌知名度和美誉度。

4.提高现场售点的产品的销量。

5.巩固通路经销商的客情关系，抢占通路、终端的高铺货，提升经销商的信心和积极性。

>二、前期市场调查

本次市场调查主要是为××电动车上市推广提供科学的依据。其调查内容、调查方式及调查地点如下表所示。市场调查实施情况表

调查内容

1.管理层深度访谈

2.营销人员小组座谈或问卷调查

3.渠道调查：电动车销售渠道类型及特点，知名品牌的渠道政策

4.终端调查：电动车销售终端类型及特点，终端形象、终端陈列、终端导购、终端促销活动等

5.经销商调查：经销商基本情况、代理品牌数量及销售情况、对当地电动车市场的认识、是否有经销新品牌的计划等

6.消费者调查：对电动车的认识、熟悉的品牌、影响购买的主要因素等

调查方式深度访谈、问卷调查、小组座谈走访调查、二手资料等调查地点

>三、产品策略

1.产品定位：品牌定位于中高档系列。

2.价格策略

(1)利用专卖、加盟保持直接用户价格统一，利于品牌形象的建设。

(2)保证经销商一定的高利润，可以吸引更多的经销商加入，提高市场拓展速度。

(3)产品价格介于目标市场上的小品牌与大品牌之间。

>四、产品推广

1.广告方面

本公司针对××牌电动车推出的广告，主要强调产品特性、实用价值及品牌差异和消费者所能得到的利益。

**短信推广方案怎么写范文 第十七篇**

金秋九月，我们将迎来了第18届全国推广普通话宣传周。本次活动以“弘扬中华优秀文化传统，规范使用国家通用语言文字。”为主题。

9月13日—20日，我校将广泛开展内容丰富、形式多样的推普活动。

1.利用国旗下讲话，对全校同学进行一次动员，发出倡议：人人在校园内使用普通话，共同创造一个良好的语言环境。(倡议书)

2.利用学校电子滚动屏和红领巾广播站宣传推广普通话，营造良好的推普氛围。

3.各班刊出一期以“推广普通话，同写规范字”为主题的黑板报，倡导文明、规范、健康的语言环境。

年级“推广普通话，使用规范字”标语征集活动。(每班5条，第三周星期二交电子版)

年级开展“我给父母当老师”活动，以讲故事的形式向家长推广普通话，用规范的汉字来表达自己真实的情感。以日记的形式记录下来，让同学成为推普工作的播种机，带动家庭、社会。(每班3篇，第三周星期二交电子版)

6.每节语文课前3分钟开展经典诵读、美文推荐活动。

推普周是短暂的，但推普的任务是延续的。爱母语、爱中华、让每一个人都认真严谨地说好普通话，用好规范语，在校园中营造一片文化氛围，扬民族文化，树民族精神。让校园的每一面墙，每一块黑板，每一个橱窗成为规范文字的镜子，让校园的每一处室，每一课堂成为普通话宣传窗口。

**短信推广方案怎么写范文 第十八篇**

>一、营销环境

1厂家提供的相关行业资料以及在某些区域已经取得成功的先例。

2十堰作为车城，汽车的拥有量不在话下。加之二汽相关企事业多不甚数，为我们提供了一个优与其他区域的营销环境。

3在本区已经登陆的电子产品诸如gps，电子狗已经成功抢占了市场，因此消费者对于电子产品不会抵制。

4从我们已作的工作来看，大部分的消费者对此产品感兴趣，只是惧于价格而采取观望态度。这说明如果我们下一步工作做的正确的话一定可以撕开市场的死角。(产品定位就显得格外重要)

5目前我们的市场销售刚刚开始，只是停留在找分销商的初始状态。正在的销售活动还没有开始。

6与企事业打交道可以带动我们整机和办公耗才的销量上涨。

>二、营销问题

1产品知名度不够—仍属新产品行列

2产品定位不准确(客户认为这仅仅是一款给汽车用的手机)

3现在的手机大都带有此类功能,且同类产品价格悬殊太大

4产品包装不新颖,相应的资料不够吸引人

5选择做汽车美容店分销,渠道不畅通(分销商认为这只是其店面的有一款摆设的电子产品)

6促销方式局限化,渠道拓展不开

7销售队伍完全跟不上

>三、营销方案

1队伍组建(周期费用)

**短信推广方案怎么写范文 第十九篇**

1. 小暑到，天气燥，气温升，情绪暴。送短信，问个好，谈养生，去烦恼。多饮水，最重要，利排泄，毒素少，勤换洗，多冲澡，勤开窗，浊气跑，莫贪睡，要起早，多锻炼，病不找。祝你小暑心情舒畅，开心快乐逍遥。

2. 小暑到来，送上关爱，天气炎热，注意防晒。减少外出，防具要带，勤讲卫生，驱除虫害，饮食平衡，多食蔬菜，冲澡纳凉，莫图痛快，健康养生，身体不坏。祝小暑开心，心情豪迈。

3. 又到一年小暑节气，暑气上升热火朝天，泡杯清茶滋润心间，午觉要短补充睡眠，注意防暑适当锻炼。祝小暑节气笑开颜、乐无边。

4. 为解除小暑之苦，玉帝下诏，小暑之日，你头戴清凉破斗笠，手托天山寒冰壶，身穿开心无扣衣，足蹬快乐无底靴，在愉悦泉里一蹲，幸福树荫下一躺，便可尽享清凉，开心无数。祝小暑快乐。

5. 小暑到，小猪闹，脾气躁，多烦恼，汗水多，似火烧。多喝水，勤洗澡，不浮躁，不吵闹，咧开嘴，笑一笑。小猪小猪，你可听到?

6. 小暑，小暑，小心中暑;天热，天热，天天都热;下雨，下雨，夏天盼雨;清凉，清凉，清爽冰凉。短信提醒你：天热防暑!祝福送给你：雨后清凉!

7. 小暑来了，扇子轻摇，扇走寂寞;空调适度，散播快乐;清水清凉，洗去疲惫;冰块雪糕，冻住烦恼。祝愿朋友，小暑平安，天天快乐，百事可乐，万事如意!

8. 小暑至，送你一台“驱烦风扇”，驱赶所有浮躁与愁烦;送你一个“健康西瓜”，让你整个夏天冰凉健康;送你一条“快乐祝福”，愿你小暑快乐，清爽一夏，幸福永驻!

9. 又是一年小暑到，一波酷暑一波热。身体健康才最重要，别硬撑，别操劳。问候切切来关照，用风扇转来你的好运，用空调调高你的幸福，用清水洗刷你的疲惫，用冰块冻住你的烦恼，用问候驱赶你的炎热，愿你轻松快乐度酷暑，幸福又逍遥!

10. 小暑天气闷，心静自然凉，防暑小贴士，牢记在心间，出门要打伞，防止烈日晒，常饮绿豆汤，清热又解暑，温高难耐时，冲凉可缓解，睡眠保证好，身体棒又棒，小暑节气到，愿你快乐伴，清凉一整夏。

11. xxx小暑开始变热，累了注意歇歇，高温容易中暑，养生不要忽略。升温多汗易燥，勤用温水清洁，饮食清淡为主，多食蔬菜水果，空调使用适度，尽量减少熬夜，没事听听歌曲，保持心情愉悦。祝快乐天天来,小暑轻松过。xxx

12. xxx小暑节气到，送你一杯苏醒，清爽伴你左右，给你一块李冰冰，清凉在你身旁，再来一场夏雨，清新整个世界，愿你小暑心情周笔畅，天天斯琴格日乐。

13. 小暑来，惬意的心境“暑”于你，自在逍遥;开心的笑容“暑”于你，快乐非凡;轻松的身心“暑”于你，愉悦舒爽;甜美的生活“暑”于你，幸福开怀;健康的身体“暑”于你，福寿无边;贴心的问候“暑”于你，沁入你心：小暑开怀，清爽度夏!

14. 小暑到，温度要升高;祝福到，短信问声好;杂草生，问候来除草。除掉忧愁和烦恼，让幸福不在跑，祝你夏日里心情永远最美好。

15. 小暑袭来到，气温要升高，准备绿宝宝(绿豆)，避暑它最好，水果不可少，休息要搞好，身体最重要，样样要记牢。

16. 小暑又来到，升温且烦躁，编个小信息，清凉送怀抱。天热少出门，出门要趁早，勤把水来饮，盐分不能少，遇热先去汗，莫先开空调，时间不能长，可对身体好，保持身洁净，勤洗温水澡。祝你小暑开心度过，心情快乐美好。

17. 小暑节气已到来，天气炎热送祝福;送你清风把烦赶，送你夏雨浇浮躁;送你冰块冷藏忧，送你冰水心透彻;祝你小暑心清凉，冰爽一夏乐逍遥。

18. 小暑，天气已经很热，但不到最热。正是冬病夏治最好时期。顺应天时，夏天阳气最旺的时候补充阳气，驱赶寒湿，冬天就不会生病。通过泡浴，刮痧把毒素通过经络和皮肤排出，然后顺着畅通的经络，迅速补充气血能量，身体就会明显改善.

19. 蛙声鸣唱，好事连连;知了鸣叫，丰收年年;蝴蝶飘然，美丽现现;百花绽放，幸福延延;雨水纷纷，友情深深。小暑来临，送你惊喜，愿你夏日喜欢颜.

20. 小暑来到，送你一个“西瓜战士”，帮你避暑防暑，做你身体的`健康保卫者;送你一个“冰块玩伴”，冷藏你的忧虑，冻跑你的烦恼，冰傻你的浮躁;送你一条“快乐短信”，愿你冰爽一夏，快乐永驻!

21. 小暑见了你胆小如鼠，愿你清凉一夏，小暑数钱手发抖，愿你财源滚滚来，小暑逛街美女追，祝你的魅力“暑”一“暑”二，小暑里的快乐，“暑暑”更健康!

22. 小暑节气到，短信祝福绕，幸福‘暑’于你，开心甜蜜蜜，快乐‘暑’于你，吉祥又如意，健康‘暑’于你，拥有好身体，好运‘暑’于你，一切都顺利。

23. 小暑里的繁忙，一把凉水冲光，清爽绿茶午后细细品尝，安逸悠闲不再心慌，甘甜的绿豆汤，发条短信祝福上，愿你小暑透心凉!

24. 小暑天气到，工资多少，“暑”你最多，长相美丑，“暑”你最帅，运气好坏，“暑”你最酷，幸福快乐，“暑”你最多!祝你小暑快乐，健康一生!

25. 小暑到，快乐是你的从“暑”，时刻相伴，愉悦你心;幸福是你的归“暑”，美好连连，舒爽你心;吉祥是你的“暑”地，好运不断，悦动你心;问候是你的“暑”福，清凉解忧，清爽你心：小暑快乐，乐不思“暑”!

26. 小暑将至天更热，送你一缕清风，吹走脸上的忧愁，送你一阵夏雨，洗掉身上的霉运，短信为你送舒畅，蚊虫驱赶送蚊香，安然入眠身体棒，真心祝福祝健康。

27. 小暑季节来到，愿你天天开口就笑，烦恼忧愁通通全消，工作压力减少，钱包装的饱饱，身体健康生活美妙，美女幸福把你缠绕，小暑的热情与你拥抱!

28. 今天18:42迎来小暑，小暑的到来标志盛夏季节正式登场。火火辣辣是太阳，出门避开高温趋清凉.夏日炎炎，愿你保重身体。

29. 小暑如期而至，短信载着祝福给你：暑你最好运，万事皆如意;暑你最幸福，生活美满快乐;暑你最能干，样样都精通;暑你最健康，无病无灾，身体棒!小暑来了，暑暑你的钱袋子，好多钱啊，呵呵，祝你小暑快乐!

30. “暑”一“暑”星星，愿你敞开心扉好心情;“暑”一“暑”绵羊，愿你睡眠充足喜洋洋;“暑”一“暑”朋友，愿你珍视友谊人长久。哈哈，朋友，小暑到了，快乐非你莫“暑”!

31. 小暑到来，送你小暑的祝福：愿你身体康健，无病无灾;祝你财源广进，暑钞票暑到手软;想你时时好运，万事如意;祝你生活幸福美满，快乐生活着——小小短信，对你的祝福句句暑心里话!

32. 小暑翩翩到，清爽问候到，开心祝福到，愿你是‘暑’一‘暑’二的人中龙凤，幸福与你成为眷‘暑’，成功非你莫‘暑’，快乐是你家‘暑’!

33. 小暑不怕苦，苦瓜杏仁可解暑，小暑不怕酸，乌梅芒果来敛汗，小暑多喝汤和粥，或甜或咸可消暑，东西好吃莫过量，肠胃负担过重会痛苦。快快乐乐过小暑，健健康康暑中畅。

34. 小暑来，养生提醒到:天气炎热，多喝水，多吃清淡少吃油腻;心态要好，遇事莫烦躁，保持乐观心态;外面的太阳好大，出门记得带伞，做好防晒工作——小暑祝你身体健康，生活愉快!

35. 小暑至，好运“暑”不胜“暑”，鸿运当头，吉祥满屋;快乐独“暑”一帜，排忧解烦，乐不思“暑”;幸福非你莫“暑”，和谐美满，欢喜连连;祝福“暑”一“暑”二，清清爽爽，悦动你心：小暑惬意，清凉度夏!

36. 小暑至，祝福到，愿朋友，注健康，避防暑，要及时，多喝水，勿暴晒，心要静，忌浮躁，蔬菜果，不能少，午睡要，去疲乏，祝朋友，冰爽夏，心清凉，快乐随，幸福伴!

37. 小暑到来，气温狂升，不浮不躁，保持心静，蔬菜水果，不能少吃，喝水午觉，去疲去乏，防暑避暑，注重健康，祝福朋友，小暑快乐，身体健康，冰凉一夏，快乐永远!

38. 小暑燥热升温，快乐有点郁闷，适时来点短信，让你清凉舒心。送上一壶凉茶，把美好加盖一焖，顺便坐着摇椅，来到心情绿荫，打开音乐频道，听听愉悦声音，可以哼哼两曲，让快乐尽情缤纷。祝小暑过得愉快，小样十分精神。

39. 小暑到了，送你消暑大餐，一阵清风，两股清泉，三盏细雨，四碟冰爽，再奉上透心凉的祝福，愿你清爽快乐一夏，好运“暑”不胜“暑”。

40. 小暑小暑，如何消暑?多看看你的小叔，多读读你的小书，多灌溉你的小树，多吃吃绿色的小蔬。哈哈，祝你有清凉小暑!

41. 小暑节气至，酷暑炎热时，养生最重要，来把身体保，饮食要卫生，蔬果要洗净，多喝白开水，放松老劳累，短信送祝福，愿你清清凉凉过小暑，快快乐乐享幸福。

42. 小暑到，日热加三分，思念升温，爱情滚烫，问候加压，祝福升华，祝你有“暑”不尽的清凉，“暑”不尽的好运，“暑”不尽的健康!

43. 小暑小暑，小心中暑;天黑天黑，堤防虫蚊;天热天热，渴望凉风;下雨下雨，盼望不停;小暑到，短信忙，送祝福，送清凉!

44. 小暑雨绵绵，丰收一年又一年;小暑雷电闪，好运接二又连三;小暑闷热热，空调屋里赚大钱;小暑心情爽又爽，来年小暑更清凉，小暑到，祝你快乐过小暑!

45. 小暑又来了，炙热难当，问候一直在身旁，送去祝福保你透心凉;七月七日，朋友挂念，情意深深送心房，祝愿小暑幸福长又长。

46. 日子匆匆如流水，又是一年小暑至，相识相知常牵挂，送去清爽请笑纳。祝小暑节气“暑”你最炫，快乐无边、开心无限。

47. 小暑节气又来到，短信祝福如期至，一江清水月光白，快乐杨柳心中栽，清风送爽荷叶摆，清凉一夏乐开怀。祝小暑快乐、自在、如意。

48. 小暑节气来了，问候提前早到，知了声声鸣夏，句句祝福送达，福佑身康体健，快乐清爽一夏。祝小暑快乐逍遥、幸福吉祥。

49. 小暑来到，“暑”于你的快乐，与大家分享;“暑”于你的开心，与大家同乐;“暑”于你的清凉，一定所有人共享;祝小暑节气开心无比乐无边，吉祥好运绕身边

50. 又是一年小暑时，清凉短信寄祝福。祝您：事业有成众望所“属”;才能运道“数”一“数”二;快乐祝福不计其“数”;幸福安康非你莫“属”!

**短信推广方案怎么写范文 第二十篇**

短信没有公众号图文消息的丰富多彩，没有个人号客服的实时互动，也没有音乐和视频，短信是洗尽铅华后剩下的干巴巴文字。所以，最大的噱头，最亲切的称呼，尤其是最有趣的内容，都要在前半段展示。（彩信/视频短信不在此讨论）

>综合了短信表达和传播方式的特点，我们就能总结出至少不犯错的短信文案结构特点：

1. 一定不能掉了短信签名，签名一定要和品牌词有关联。

2. 1~2个利益点足矣，最好把最大的利益点说的最清楚最吸引人。

3. 最吸引人的地方放在短信开头就说明，以免顾客一眼都不看。

4. 写短信就是一句话把4要素表达清楚：人物、时间、事件、地点。

最近疫情相关话题已经每个人的生活，如果此时复工，通过短信广告将自己的产品和服务推广给用户，那该如何来编写有辨识度的文案呢？

【xx汽修】亲爱的李先生，xx汽修周口店已恢复营业，疫情期间，您的爱车有任何问题请拨打0371-66xxx，我们将第一时间为您解决！回T退订。

这是两个客户的案例模板，希望大家能在此基础上发挥总结写出更优质的短信广告。

**短信推广方案怎么写范文 第二十一篇**

>一、总体思路目标

本次自助餐会活动，既区别于第一次的人海行动(人气阶段)，又不同于当前正在进行的快乐星期六活动(运行阶段)。要着重突出xxx节xxx的成份;营造xxx节xxx的氛围;体现xxx节xxx的欢快。人员基本控制在400人左右，达到能坐下，不拥挤，使顾客感到不是来酒店用餐，而是来陇鑫过节。给顾客的总体印象是：华贵、优雅、热闹、祥和、温馨、轻松。把整个自助餐会办成类似春节团拜、联欢的形式，为春节再次举办活动打下良好的基础。宣传、扩大星级酒店影响力和知名度。充分发挥餐饮服务行业龙头作用，想方设法拉动酒店经济，占领消费市场，力争创造一定的经济效益和社会效益，是本次xxx两节xxx活动的目的所在。

>二、活动主题宣传词

1、到陇鑫，过圣诞

品美食，迎新年

2、激情圣诞夜，狂欢在陇鑫

平安幸福年，相约在酒店

3、火树银花贺圣诞，

灯红酒绿迎新年。

>三、举办时间：20xx年12月25日17：00-20：00

地点：陇鑫国际大酒店2F宴会厅

>四、场地布置

1、酒店大厅(内、外待定)摆放大型圣诞树、圣诞老人各一对。

2、酒店大厅内摆放大型花坛一个。

3、2F宴会厅右侧摆放圣诞树8棵，树上悬挂用酒店广告内容包装的苹果若干枚，亲情祝福卡若干条。

4、宴会厅左侧悬挂红灯笼8个，附加有奖灯谜若干条。灯谜以陇鑫大酒店特制的精美贺年卡形式出现，正面为陇鑫祝福，背面为灯谜内容。

5、宴会厅舞台上方拉电丝若干条，电丝上悬挂装满雪花纸屑和彩色纸条的气球。

6、舞台两侧摆放香槟塔及大型烛台。

7、选2名男服务员扮xxx圣诞老人xxx，选一男一女服务员扮xxx散财童子xxx。以上特制服装均有xxx陇鑫标志xxx。

>五、气氛渲染

为使本次自助餐会活动取得圆满成功，达到预期的效果。2F宴会厅LED大屏两边循环打出本次活动的三组主题宣传词(对联式竖排)，大屏中间反复播放《圣诞故事》、《新年祝福》等内容，并穿插播放酒店宣传短片。同时选择有关圣诞、新年的典型曲目，作为背景音乐一直循环播放。

整个现场气氛调控，具体操作可按xxx三个乐章进行，也是三个高潮。

第一乐章：同度xxx两节xxx，共享美食

客人基本到齐后，LED电子屏打出第一乐章的内容，此时主持人及两名xxx圣诞老人xxx，两名xxx散财童子xxx同时登场亮相，在主持人致欢迎词、祝酒词期间，xxx圣诞老人xxx和xxx散财童子xxx有欢迎、祝福动作，此时分两组分别完成倒香槟酒和点蜡烛的环节。当主持人祝酒词结束后，工程人员推动电丝闸刀，引爆舞台上方的气球，让气球内的纸屑和彩条洒落，形成雪花飘飘和天女散花之仙境，从而形成活动的第一个高潮。

第二乐章：惊喜回报，抽取大奖

当自助餐会进行到一定阶段，选择合适时间推出第二乐章。本乐章是本次活动高潮中的高潮，既实惠，又热闹。主持人在不停的宣布灯谜竞猜结果的同时，穿插宣布各项大、中、小中奖信息。在此时间段，酒店摄像师可免费为中奖人员同xxx圣诞老人xxx、 xxx散财童子xxx免费拍照合影，形成第二个高潮。

第三乐章：激情狂欢，采摘xxx平安xxx

这个时间段部分客人已经陆续离开，大厅内已有较多空间。此时主持人宣布采摘xxx平安xxx活动开始，同时宣布采摘苹果的寓意和简要注意事项。为切实形成第三个高潮，不至于使整个活动出现虎头蛇尾现象，酒店可事先安排一定数量擅长歌舞的服务人员，登上舞台进行歌舞表演，有目的的同客人进行互动。但时间不宜过长，气氛把握要适度。

>六、广告宣传

借鉴酒店历次举办营销活动的经验，本次xxx两节xxx活动仍按《榆中电视台》、《生活导报》等传播形式进行为期三至七天的广告宣传。

>七、抽奖配合

本次活动设

一等奖：个，实物为：价值约：元

二等奖：个，实物为：价值约：元

三等奖：个，实物为：价值约：元

制作精美贺年卡个，背面分别标有代金卷、生日蛋糕、北京烤鸭等赠送内容，定做生日蛋糕、北京烤鸭可补找差价，县城内免费送货。

>八、营销人员宣传、销票

按以往惯例，组织相当数量的营销人员走街巷、进单位，广泛宣传。有目的的推销，此次活动预计销票张。

>九、部门配合，明确分工，责任到人

**短信推广方案怎么写范文 第二十二篇**

>一、活动主题思想：

《飞天圣诞Merry Christmas》，xxxx酒店是以娱乐为龙头的娱乐性酒店，活动主题一定要具新意、创造性，内容独特、怪异。

>二、活动时间 ：

12月8日至1月1日

>三、活动地点 ：

二楼拉斯维加斯俱乐部、三楼体乐酒吧

>四、活动内容 ：

(注：由酒商提供活动所需费用赞助)

A、12月18日元月1日指定特惠啤酒专场 (活动期间，二楼大厅4元/半打，三楼大厅一律6元/半打);

B、策划部设计圣诞卡，由娱乐部派发。部分较为重要或与本酒店有长期消费协议的客户，(每张圣诞卡附送免KTV房租券或者2元现金代用券壹张、具体客人名单由罗总统计上缴总办批阅后由业务部负责派发。附送新年台历，圣诞、新年活动的具体内容)增加与客人的沟通和交流，增进客人来江都消费的欲望。此券有效期为12月18至次年1月1日)(12月24、25、26、31、元月1日除外)。

C、12月24、25日平安夜收取门票(价格未定)元/人(圣诞礼品包一份)

D、圣诞福星评选活动：

时间：12月24日12：00;

地点：三楼体乐酒吧;

圣诞节当日，二、三楼门口设置圣诞服装售卖点，客人可自由购买，扮演圣诞老人，参加圣诞福星评选;

圣诞节当日，所有客人购买半打指定啤酒可获选票两张(五角星不干胶)以次类推，多买多得;

评选活动在12：00正式进行，参加评选的客人环绕全场，由现场客人评选，如果身上粘贴的五角星最多，即可成为当晚圣诞福星，可获由啤酒公司赞助的大奖一份(具体奖品未定)+指定啤酒一打;

此次评选圣诞福星活动可促进客人购买啤酒的高潮，建议设置大奖，增加吸引力;

E、赠券：(23年12月1824元月1日)(12月24、25、26、31、元月1日除外)。

凡客人在KTV消费满6元(含6元)以上赠指定啤酒半打+圣诞礼品包、新年台历一份;

凡客人在KTV消费满8元(含8元)以上赠指定啤酒一打+圣诞礼品包、新年台历一份;

凡客人在KTV消费满13元(含13元)以上赠现金代用券1元壹张+指定啤酒半打+圣诞礼品包、新年台历二份，或者指定啤酒贰打+圣诞礼品包、新年台历二份;

凡客人在KTV消费满18元(含18元)以上赠现金代用券2元壹张+指定啤酒一打+圣诞礼品包、新年台历二份

以上现金代用券有效期为自发券之日起15天有效;

F、2425日特邀圣诞佳宾表演助兴，现场派发圣诞礼品;

G、欢乐圣诞游艺活动

时间：12月24日

地点：二楼美女吧

平安夜当晚，二楼美女吧由行政部、保安部选派男女各2人穿戴圣诞服饰，举行圣诞系列游艺活动;

(1)套圈游戏：地上摆放啤酒、彩喷、圣诞礼品包、圣诞公仔等，由客人于4米外抛掷套圈，套中即奖;

(2)夹玻璃球游戏：客人在规定时间内(3秒)夹完盒内玻璃球，即可前往礼品售卖点领取奖品;

(3)掷骰子擂台赛游戏：由保安部选派保安一名，穿戴圣诞服饰作为擂主，摆放半打啤酒、圣诞礼品、彩喷、圣诞公仔等。客人可用啤酒、或前往礼品售卖点买取圣诞礼品作为打擂资本，上前与擂主打擂，嬴者即可获相应的奖品、输者即输掉打擂资本，即由后者补上;

H、圣诞倒记时：

日当晚12：00前5分钟由司仪主持现场倒记时;

倒记时1秒所有的服务员带动客人进入高潮，同司仪一起大声倒数1秒，挑动现场气氛;

倒记时1秒，所有的DJ、舞蹈员手持圣诞公仔、圣诞礼品向四周的客人抛洒，准12：00向舞厅中间喷洒彩条

I、圣诞大抽奖(指定啤酒公司赞助奖品)

时间：12月25日晚12：00

地点：拉斯维加斯俱乐部大厅;

二楼咨客台处设抽奖箱一个，设凡客人购买指定啤酒一打即可获抽奖壹张(以次类推);

奖品设置：(奖品未定)

J、圣诞节当日由酒店选派12名高大保安扮演圣诞老人，娱乐部选派咨客12名扮演圣诞天使，在酒店二、三楼四处派发圣诞礼品;

K、元旦化妆舞会(最佳化装、舞蹈奖评选活动)：

时间：12月31日;

地点：二楼拉斯维加斯俱乐部;

在二楼门口设置面具售卖点：

12月31日晚，客人可自由化装或前往面具售卖点购买晚会所需面具，参加本酒店举行的化妆舞会评选活动;

评选奖项：

(1)一等奖(最佳舞蹈) 卡拉OK大房免费券壹张+2元现金代用券壹张+啤酒一打

(2)二等奖(最佳化妆) 卡拉OK中房免费券壹张+1元现金代用券+啤酒半打

(3)三等奖(最佳搞笑) 2元现金代用券+啤酒半打

L、新年倒记时：

(1)31日当晚12：00前5分钟由司仪主持现场倒记时;

(2)倒记时1秒所有的服务员带动客人进入高潮，同司仪一起大声倒数1秒，挑动现场气氛;

(3)倒记时1秒，所有的DJ、舞蹈员手持公仔、礼品向四周的客人抛洒，准12：00向舞厅中间喷洒彩条;

M、节目部分：

(1)三楼大厅节目编排圣诞节目和舞蹈，带动圣诞气氛;

(2)圣诞当日二、三楼大厅背景音乐以圣诞音乐为主;

(3)圣诞当日歌手以圣诞歌曲为主，向客人抛洒圣诞礼品;

(4)圣诞佳宾主要以圣诞祝福、搞笑为主;

>五、环境布置

(1)停车场外围树上挂满漫天星，酒店门口绿化带挂满漫天星(12月1日之前);

(2)酒店正面外墙圣诞宣传喷绘两幅，两边外墙悬挂酒店活动条幅8条：

(3)酒店大门口两边摆满圣诞花，大门上方制作圣诞POP，悬挂圣诞花环，玻璃门上喷制圣诞雪景;

(4)大堂中央4米高圣诞树一棵，四周摆放几棵小圣诞树、圣诞小屋，用栅栏围住，树上挂满圣诞礼品和漫天星灯;

(5)电梯口摆放高米高泡末圣诞老人一个四周围满圣诞花;

(6)一楼到二楼的楼梯口用圣诞草制作一个圣诞拱门，楼梯扶手上围满圣诞草;

(7)拉斯维加斯门口米圣诞树一棵，树上挂满漫天星和圣诞礼品，用圣诞礼品包围住，上面圣诞POP一组，天花上悬挂圣诞装饰物，四周墙壁上悬挂圣诞花环，圣诞饰物;

(8)门口小食档制作奶油圣诞饼屋风景图一组(西厨负责制作);

(9)拉斯维加斯里面园柱上挂圣诞老人头像和圣诞花环，入口处墙上绘制圣诞雪景图，大厅每张台面上摆放3CM小圣诞树一棵，天花上悬挂圣诞饰物;

(1)三楼电梯口摆放3米左右圣诞树一棵，树上挂满漫天星和圣诞礼品，用圣诞礼品包围住，体乐酒吧门上制作圣诞POP一组，用圣诞藤围起来，两边柱上粘贴泡末立体圣诞老人头像，用泡末制作雪景;

(11)三楼酒吧间摆放壹张圆桌，铺上白布，上面摆放自制泡末梅花鹿一个，旁边摆放圣诞小屋和礼品包;

(12)三楼大厅两边铁柱之间悬挂圣诞花环，铁柱上用圣诞花成龙形状围起来，园柱上和墙上粘贴圣诞老人图片、圣诞花环、圣诞饰物，每张台面上摆放3CM圣诞树灯各一棵;

(13)3、4楼KTV包房走廊墙壁上粘贴圣诞图片、悬挂圣诞花、圣诞花环。走廊天花悬挂圣诞饰物，每间包房悬挂适当的圣诞饰物、圣诞草和圣诞老人头，台面上摆放3CM圣诞树灯;

(14)6、7楼层电梯口摆放米金色圣诞树各一棵，围满圣诞礼品包，每层电梯上方粘贴圣诞花环一个，客房楼层走廊墙上适当粘贴部分圣诞老人图片;

(15)二楼摆放摩托车处摆放米高泡末梅花鹿一个；四周摆放5CM小圣诞树8棵和圣诞小屋、圣诞礼品包;

(16)员工娱乐室2米高圣诞树一棵，挂满漫天星，树下堆满圣诞礼品包，办公室墙上悬挂圣诞老人图片。

**短信推广方案怎么写范文 第二十三篇**

>一、品牌的战略目标

凡事预则立，不预则废。针对企业的现状和前景，为品牌今后的发展方向提前指明非常有必要。

经过前期的市场调查和分析，综合企业意向和观点，我们谨慎提出，企业经过三年的精心运营，使品牌在本省下游终端零售商或加盟户中尽人皆知；在全省至少建立100个直供零售点和加盟店，第三年的销售额实现3000万元以上。

>二、竞争战略选择

在分析市场和评估企业现有资源以及业主倾向的基础上，我们提出以下二种竞争形式为企业今后品牌的竞争战略形式。

1、 业务专业化

鉴于品牌为成衣类商品商标，同时由于服装行业为不落的产业及企业拥有的专业技能。因此，长期专注于服装行业的经营较符合个人事业和企业发展的战略方向。

2、 价值链截取战略

截取产业链中最有附加价值的环节加以经营符合企业利益最大化原则。在长期中，企业应选择服饰设计、销售和品牌推广的经营环节。出于人才和资金的限制，目前仅从事销售与品牌推广。在难以准确预测的未来，为了应对国家可能的产业升级或市场变化对服装业经营环节价值的重新评估，企业这种价值链截取战略本身必须包含转型时的灵活性和适应性。（这种战略形式出自本人独创的思想体系）

上述竞争战略形式是企业现在乃至今后很长一段时期内生存与发展的方式，其他经营与管理环节都应围绕这些战略展开，并依此形成规范化和竞争对手难以效仿的核心优势。

>三、品牌的经营模式定位

综合市场状况，结合品牌的战略目标和竞争战略形式，及进行必要的论证，我们对品牌的经营模式作如下定位。

1、 忠诚性的零售直供模式（本人的创新模式）

现实中，我们将企业定位为厂方是恰当的，尽管企业不生产一条裤子，但毕竟品牌的裤子是企业提供的。诚然，如单纯照搬别人的厂商模式，较难形成 竞争优势。另外，据调查与经验分析，许多零售商缺乏与厂方共同培育市场的耐心，十分倾向于短期收益；同时，对厂方有无提供营销支持，大多持无所谓态度或缺乏审视。这些都表明企业与零售商之间，积极构建忠诚性的零售直供模式十分必要。因为，这种模式在竞争市场中有明显的区别特征，也非常有利于打造企业和品牌的核心竞争优势，也是实现战略目标的前提保障之一。

忠诚性的零售直供模式的核心思想是真诚提供服务而不仅仅是提供产品，牺牲当前利益而共同培育市场，谈化厂商交易关系而突出相互依存关系三方面。具体表现为提供销售指导、培训、方案的制订、陈列设施、快捷的物流和信息的双向反馈通道；提供促销指导、促销品和宣传册、帮助如何收集信息、售后服务、最新推广策略和理念、广告支持和协助制订针对性的促销方案；专人分片区处理和协调与零售商的日常事务，并实行个人负责制；在统一利益下，实行交易单据化和内部化，就如零售商是企业的一个独立核算部门一样。

2、 战略伙伴关系的加盟模式（本人的创新模式）

在现今的市场环境下，不管品牌有无知名度和美誉度，想做盟主和想加盟的业主都很多。在众多加盟方式中也有不乏创新性的，但是各品牌拥有者在强调和维护自己利益时总是刻意忘记加盟者利益实现的可能性，有些甚至连如何维护品牌的持久影响力方面都能窥见明显的急功近利倾向。尤其值得一提的是，在具体的加盟模式中要求加盟者总是多过要求自己，善于描绘盈利前景却忽视风险因素，进入方式详细而退出方式模糊。这样的加盟模式即使是创新性的，我们也会加以排斥。

要想取之，必先予之。这是我们设计加盟模式的指导思想，而与加盟者结成战略伙伴关系则是加盟模式中隐含的主要理念。

A、 入盟机制

对新加盟者资格的审查应在战略的高度进行，重点审查对品牌的拥护和对品牌发展战略的认可两方面；资金实力、销售能力、营业位置和从业经验是次重点。选择加盟者应重质量、轻数量，作为战略合作对象的加盟者，其今后生存与发展状况在入盟审查时必须予以思考，为其提供有竞争力的、个性化的盈利模式是企业表达真诚的一种方式。

B、 运作机制

仅提供品牌与产品、销售辅导与统一风格是不够的，企业还应站在共同利益的高度，帮助加盟者开拓市场和逐渐完善符合共同利益的加盟模式，努力使其排解后顾之忧和增强信心，与企业共进退。据调查，品牌被市场的接受度百分之五十由加盟者的经营态度决定，而加盟者的经营态度百分之八十由盟主对加盟者利益的关注度决定的。这就是我们在实际加盟操作中总结出的“五八原理”。因此，在具体的运作过程中，企业还应协助加盟者制订经营计划、人员培训计划、市场推广计划等，当然还要提供公平的利益分配计划供其参考。

C、 退盟机制

加盟者退出加盟体系，不外乎期满、经营不善和与企业发生冲突三种原因。作为加盟者退出加盟体系除约定外应该是平等和自由的。如果发现以往利益的实现是离不开企业支持和相对轻松，那么，加盟者在期满时一般倾向续签，继续合作，这对企业经营的连续性和稳定性有利。因而制订退出机制，应在可自由退出的基础上，确保加盟者既得利益的完全体现，即使是与企业发生不可调和的矛盾也不例外。如果出现加盟者经营不善需退出，企业应认真、客观地作自我检查，如有不妥之处应在退出机制中规定企业必须作出适当补偿，权作安抚，免致不良影响外传。而与企业发生冲突原则上说是在任何时候都不应发生的。

3、 游击性的品牌推广模式

所谓游击性的品牌推广模式，是指品牌在进行市场推广活动时，摒弃大众传媒的被动方式，而采取个性化的、互动性的、强调体验的和独特的传播途径，以此来实现企业目标。

严格来说，这是“草根模式”，说它是草根是因为这种模式常常被财大气粗的大企业所鄙弃，而深受中小企业青睐。简单来讲，就是在创新和有效的前提下注重低成本。但必须予以指出的是，游击性推广模式既是战略思想，同时也是每次具体推广活动的战术指导方针。

A、 个性化。

就是在设计出的每项推广方式中，结合企业本身所独有的资源状况、经营理念、销售团队特点、地域特点、消费对象特点以及各种经营定位，使竞争者难以模仿。

B、 互动性

就是在每次推广活动中，使消费者和经营户与企业产生互动，努力避免单向性的说教方式。面对面或即时反馈是互动性的最佳诠释。

C、 强调体验

就是在任何一次推广活动中，都应注重消费者参与度，让其真实体验产品利益以外的乐趣。娱乐、优惠、获赠、增进见识、培养意识、感受气氛、体现价值等都是可以实践的体验方式。

D、 独特

就是企业应立足于自我创新，彻底抛弃效仿、跟风等有违独特性的举措，让每一次的推广活动都具有独创性，从而起到标榜示范作用。

总而言之，个性化、互动性、强调体验、独特是游击性的品牌推广模式的基本特征。

>四、品牌的市场定位

A、竞争定位

从市场调查得来的结果分析，在成衣市场，几乎没有明显处于垄断的品牌，而多是些不太知名、销售量平常的品牌在并不张扬地生存。其次，国内成衣市场的销售量年增长都在两位数以上，即使市场，裤子每年潜在市场容量也在三千万条以上。再次，企业决定在裤子的工艺、款式和材料上倾注很大精力，也即准备向市场推出高品质、中低价位的商品。所谓高品质中还包含一项专利技术，同时还辅以各项创新性服务。

诚然如此，将品牌的竞争定位，定位为市场挑战者品牌符合客观情形和利于发展。

B、 档次定位

调查中，据部分消费者反映，市场上的各种裤子品牌，他们很难说出几个，也很难说出某某品牌的裤子具备什么品牌特征。正是这些千篇一律缺乏明显差别特征的产品充斥市场，使消费者无法深刻记住品牌名称，这既给品牌的档次定位和未来经营留下许多想象空间，也带来了一定的定位和经营难度。第二，在市场，大多数消费者的可支配收入水平还不是很高，消费者对裤子的购买行为主要表现为理性而又希望在款式新颖的基础上选择知名牌子；对价格则非常敏感，主要集中在中低价位。这些给正点品牌的档次定位带来极大的挑战，即高中低档可能都有一定的市场空间。可是，企业现在还无能力全面发展，同时，一个新品牌定位高档，消费者在选择时往往会心有疑虑。因此，定位高档存在较大的市场风险。第三，中低档市场尽管各种品牌竞争激烈，但在每年三千万条裤子的市场容量中，绝大多数集中在这个层次上。消费者也都普遍注重款式、工艺的基础上，对价格的要求则希望在可承受范围内。另外，深感惊奇的是，消费者已改变原先高价等于高档的消费观念，从中表现出十分的理性。第四，在中低档市场中，据调查发现，没有占据绝对优势和市场地位的竞争品牌，无序竞争是现今裤类市场的主要表现特征。

因此，给品牌的档次定位，定位为中低档级别符合外部市场环境，也符合企业及品牌的\'发展战略。

C、品牌的目标市场定位（略）

D、品牌的内涵和实质定位

众所周知，从国内外知名品牌的定位来看，其品牌往往代表一种生活方式、或价值观念、或某一种属性、或文化倾向、或功能的价值倾向和利益等等，总会让我们轻易读出其背后隐含的某种内涵。

品牌之所以能被广大范围内的消费者所熟知和喜爱，是因为他们深深懂得品牌犹如一个人的名字，产品则是身体。而品牌的内涵和实质其实就是一种产品或品牌的灵魂。遗憾的是，如此浅显的道理，却常常被国内许多企业主所忽视，导致很多品牌内涵定位模糊或不准确，前后或表里不一，甚至出现明显的错位。

既然如此，给品牌赋予灵魂，也即进行严格的内涵与实质定位是非常必要的。如前所述，我们已将品牌的市场定位为中低档次的市场挑战者形象，同时结合目标消费群在事业上尚未成功，正在为事业奋斗。品牌的裤子的目标消费群是这些收入不高，或正在创业的人群。从目标消费群的组成来看，每天辛勤工作、兢兢业业的创业者和工薪阶层占据绝大多数。这些人群有着一个显著的共同特点，就是做事谨慎，愿意从小事或细微处着手，为将来成就事业夯实基础。同时，这些目标消费者也是国家和政府最为关注的创业者和准创业者人群，是焦点人群。很明显，这些为我们的策划定位提供了灵感。那么就由我们来说出他们心中所思、所想，是通过品牌来说出。

“细微处，彰显执着和敬业”。这就是品牌的精神内涵定位，配以工整的工缝画面作旁证。

>五、品牌的年度市场营销目标

A、目标

企业的战略目标已定，竞争战略也已作出选择，品牌的经营模式及各种定位也都作了严格的选择。为了战略目标及时、高效地实现，运用竞争战略及遵循各种定位，我们对第一年度的营销目标作如下描述。

综合企业前述“三二三战略”和客观评估，在本策划方案交付起一年内，正点品牌的裤子的销售额应达到1000万元以上；直供零售点和加盟户应至少发展五十家，盈利率达到90%；品牌知名度应被省内半数以上的服装业经营户所知晓。

上述年度营销目标还将有具体的符合品牌战略及各种定位的营销计划，并将其分解实施和落实到每个人身上，确保目标的及时实现。首战告捷将十分有利于日后其他目标的实现。

B、 策略

本年度的营销目标已定，如何按期或提前完成目标任务，选择何种营销策略参与市场竞争将会起到至关重要的作用。根据市场调查和综合上述品牌的竞争定位，决定实施侧面进攻策略，具体方法如下。

1、利用地域优势和以往从业经验，专攻县市级市场。

2、突出品牌的精神内涵，并作游击性推广。

3、时刻给目标消费者以购买的理由——精良的做工、专有技术及心灵共鸣。

4、强化已有创新性的直供和加盟模式，牢牢把握终端资源。

5、确保目标实现的前提下，进行必要的市场细分，并占据之。

上述五点是建立在分析竞争对手和确定针对竞争对手薄弱之处而设定的，据此制订的营销计划应包含这些核心要素，同时应建立相应的应急和控制措施。

>六、营销的全方位定位

年度营销目标和市场策略既定，那么，也应对产品、价格、渠道、促销和服务再作限定性描述。

A、 产品

1、男人裤子。是成年男性除牛仔裤和马裤之外所有类型的裤子，尤以西裤为主。

2、女人裤子。是年轻女子除牛仔裤和马裤以外的所有类型的

裤子，必要时进一步细分。

所有产品应配以精美包装，并在一定时日内包退换和提供质量问题的修补服务。

B、 价格

所有产品的零售价格均应在80-200元每条之间，新面料和高级面料除外。促销时或集团购买时应提供折扣，或其他优惠措施。

C、 渠道

经过细致对比和权衡，采取零售直供和加盟两种渠道方式，宽而短是主要特点。在企业整个渠道成员构成中，直供零售点占40%，加盟店占60%。在条件允许时，考虑在各地设立形象店或旗舰店。

D、 促销

游击性的促销是整体促销过程中所坚决侧重的方式。人员推销不宜进行，宣传有待创造题材，那么广告和销售促进将是主要举措；广告坚决选择分众传媒和其他低成本媒体；销售促进严格遵循创新性和游击性原则，坚决不模仿，形成差异化。其中品牌传播是促销的重头戏。

E、 服务

服务分成三块，对消费者、直供零售点和加盟店分别提供服务。对消费者的服务应突出真诚与共鸣；对直供零售点应强调忠诚性；对加盟店应放眼长远，与其建立战略伙伴关系。

上述4P+1S是实现营销目标，乃至品牌战略目标的具体手段和媒介，是企业生存与发展的根本要素，不可轻率，更不可忽视。

>七、附录（略）

附录有以下内容

1、年度营销实施方案

2、直供方式和零售商政策

3、加盟方式和加盟政策

4、 忠诚性的零售直供模式要点解述

5、 战略伙伴关系的加盟模式要点解述

6、 游击性的推广模式要点解述

7、 品牌内涵的具体描述

8、 媒体推广选择和建议

9、 员工培训计划

10、 零售商和加盟商培训计划

11、 管理和销售制度提示

**短信推广方案怎么写范文 第二十四篇**

>活动内容：<

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！