# 最新红酒的营销与策划方案设计(五篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-08-24

*“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。红酒的营销与策划方案设计篇一春节是一个对红酒市...*

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**红酒的营销与策划方案设计篇一**

春节是一个对红酒市场充满诱惑的销售旺季，在这一时期是全国红酒企业都最为重视的时期。预计到20\_\_年中国红酒市场包括烈性洋酒将达到2024亿元的销售规模。据不完全统计，在这些利润背后，近百分之三十，来源于这个时期。

春节，全国性红酒企业及地方酒厂、竞争对手都会以各种手段的促销活动进行殊死竞争。

进入21世纪以来，春节送礼的观念也发生了很大变化。消费者购买礼品越来越讲究新颖性、潮流性，促销应尽可能地展示自己，融合对方的审美情趣和高雅格调。

春节从红酒推出从“买一送一”到“有奖销售”，花样翻新，招数颇多。但使用起来不外乎“赠送、打折、抽奖、表演”，加上一个以各种各样名目推出的“\_\_庆典”等，因此市场需要更具有文化内涵、时尚新潮的促销活动。

是长城干红换装后的第一个春节，此次促销对于以后提价策略和品牌价值认同至关重要，也是干红提价能否越过消费者心理关口的一个关键时间节点。

二、活动目的

针对干红换装上市提价不久，又作为中国最为重视的传统节日，同时也是红酒销售最为重要的旺季，为了深度挖掘干红消费者的情感，通过物质利益加强互动，增加消费者对干红深厚历史文化情感以及长城价值的了解，同时刺激销售，特针对商超、流通渠道消费者推出此次促销活动。

1、推广策略

本次推广将由平面广告、电台广告及报媒合力构成，形成立体化组合式传播，针对不同的销售区域，有的放矢，做到在一个声音为前提的基础上强势传播，以实际区域市场状况为推广基础，不同市场，不同推广手段进行组合的推广策略。贯穿整合传播;在广电、户外大牌等高空形象媒体上与整合传播后的品牌调性等基础保持一致性和统一性;

1)媒介传播。媒介的选择、投放的频率依据长城干红各区域市场状况而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动的同时，有可行性的实施。

2)销售生动化。对超市卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。在活动开展的前一周内就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近目标消费者。对于其他终端渠道的活动信息告知，我们建议结合实际情况，由经销商进行有选择的终端陈设及活动信息告知。

3)人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在长城国窖到达的卖场内外设立活动兑奖点，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。对于没有设促销人员的卖场，我们建议有条件的经销商可以配合推广活动，进行人员设置和培训。

2、终端策略

1)认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中,陈列还要注意以下主要原则：

(1)一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

(2)重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。(执行者参考) 实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的.问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充的货物无法按陈列标准执行，随意堆货;人流量太大，挤坏或拿走了生动化物品，来不及重新粘贴或悬挂等，影响企业、产品形象。针对这些问题，要及时补充人员、加强管理，随时注意。(终端经销商参考)

2)简洁明快的卖场信息

在卖场内直接展现促销信息的pop中，海报和各类价格标签是最有效的传递信息工具。

海报上尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容;但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以避免消费者误解。(内容见活动实施)

3)专业导购推荐

(1)严格筛选促销人员(经销商参考)

促销人员的性格各有不同，除了先天条件外，性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的。

其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、是否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地把握消费者心理，使促销效果打折;只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，而不会在遇到困难时中途逃脱;春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

(2)规范促销语言(经销商参考)

规范促销语言必须简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题，要标准化、人性化。制定的方法可依据春节促销活动内容，与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语，将其规范化。

四、活动主题

1、活动主题：

浓香邀曙光，新年新风尚

——传世浓香邀您全家去乌苏镇迎接新年的第一缕曙光

基于市场调查，活动又在春节之际，结合中国传统节日时期人们普遍具有的心理观念，主打“情感”概念，以情感诉求为活动主题，又具有时尚新意。珍惜此时此刻的欢聚时分，享受团圆感觉，体会浓浓情意;

2、主题阐述：

长城干红有百年的历史，是中国现存的最古老的四大名酒之一，其历史优势是其它企业所不具有的。干红之所以经久不衰，是因为其品质和传世技艺。但是作为春节促销更重要是与消费者产生情感共鸣，而长城一路相伴与消费者建立的就是情感，而且换装后又在此期间进行情感沟通的促销活动吻合特定时期内的大众心理，这一切都为该活动以 “情感”主题传播奠定了基础。

五、活动内容及规则

活动内容：

凡在活动期间购买任何一瓶长城干红，均可获赠精巧不锈钢随身酒壶一个。

购买一套礼品装干红均可获赠长城系列纪念小酒一套。

参加本次活动者均可参与抽奖一次，赢取到乌苏镇迎接中国新年曙光的春节旅游大奖。

抽中大奖者由长城总部组织，您可携全家在春节期间从重庆出发到哈尔滨延松花江一路领略北国春光，捕捉大马哈鱼、身着传统鱼皮服装体验鹧鸪族人的生活乐趣，最终来到中国东方第一镇乌苏镇和家人迎接新年的第一缕曙光。 活动规则：

1、活动期限：20\_\_年12月1日—20\_\_年2月;

2、只要购买干红填写抽奖卡并寄回总部就有机会赢取春节旅游大奖，限10名;

3、抽中大奖者可携全家一同出发，限5人;

活动对象：目标消费者

活动促销品：促销纪念小酒

3、礼品装干红

活动时间：20\_\_年12月-20\_\_年1月22日

活动地点：全国

六、活动实施

鉴于长城干红终端既有超市卖场，又有酒行酒店等实际情况，本次推广促销活动，在线上、线下两个层面同时展开，而线下传播因主要集中在像超市的大型卖场中展开，便于管理和统一规范。

1、线上传播

(1)产品宣传口号：

针对新年的即将到来和促销主题，建议将“浓香邀曙光，情暖意更浓”为宣传口号。在此期间，突出长城的品质优势：

——屡获国际名酒金奖及历届中国名酒;

——中华老字号;

——传世浓香，中国非物质文化遗产干红携全家迎接中国的第一缕阳光。珍惜此时此刻的欢聚时分，享受团圆感觉，体会浓浓情意;

(3)平面广告

风格：浓浓情意——突出长城的人文情感;

文化品味——体现出干红的价值感

简洁——一个核心诉求

形式：公交站台、报媒及海报

规格：地方性报媒建议半版或通栏、全国性报媒选择1/4版、公交站台

红酒的营销与策划方案设计篇二

主办方：

\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

内部资料。概不外传 天裕

天裕红酒开业庆典策划案

【活动目的】： 此次开业庆典的举行，既可以让更多的群体了解到天裕红酒业有限公司的开业情况，还可以加强贵公司在消费者心中的形象。通过此次开业典礼的隆重举行扩大在行业内的知名度。树立酒庄高品质的红酒文化内涵，通过开业庆典活动影响客户对生活品位的追求。

【活动主题】：邀您共赴浪漫至尊之约 ——天裕红酒开业庆典活动

【 活动地点】：皇都丽景院内

【活动规模】：约100---200 人

【活动格调】：现代、时尚、高雅、大气

【庆典氛围营造】：活动主要以突显公司法国品牌红酒为主，以西式时尚高雅为基调，营造出给人一种尊贵、休闲之感。本活动现场将采用西方典雅的装饰风格，在活动入口使用轻纱和气球、鲜花装饰，签到墙以使用轻纱和气球装饰。酒庄内部由设计师根据现场环境情况设计出相呼应的葡萄酒文化展板及产品形象“堆头”，同时配以西式自助冷餐，使众宾客在优雅的环境里，品尝享受美酒带给我们高生活品质。

【区域划分】： 接待区： 入口前设签到处，在嘉宾到访签到时段(上

2 天裕

午8：00-8：50)安排播入钢琴曲迎宾，使嘉宾从视觉到听觉深深地被酒庄的典雅氛围所感染。

交流区：由红酒品鉴区及 vip 区域组成活动的交流区，该区应为活动的主会场，因此领导及嘉宾致词、乐器演奏、自助餐及品酒交流将安排在红酒品品鉴区，vip为品酒交流;

产品展示区： 由酒庄内的红酒品牌展区a、b、c、d 四区组成，该区域分别设有一名统一着装的酒庄工作人员进行产品介绍，要求该区域工作人员形象好，语言表达能力强，且对公司、本酒庄的产品、红酒相关知识非常熟悉。

【现场布置】：1.酒庄外由轻纱、气球装饰，在入口右侧设一个由花绸、气球、喷绘组成的迎宾签到墙，此墙与红地毯相连成片，当嘉宾到来时尊贵感由然而生。

2、接待区签到处。

3、交流区：

1)在红酒品鉴区中央摆放铺有绒缎面桌布长方型的自助餐台，台上以鲜花装饰，突显高雅气，在红酒品鉴区周围摆约以玻璃小圆桌子为主每张桌子摆放4 张椅子分别在该区靠墙两侧，桌子上摆放纯净水、水杯、餐纸及相关宣传资料。

2)vip 区域根据邀请的嘉宾情况分别安排在这两个区，两个区

3 天裕

的桌子上分别摆放纯净水、餐纸、水果点心及相关宣传资料。

3.舞台区：在红酒品鉴区最里端约6 平方所位置设为舞台区。 4.冷餐自助区：冷餐桌布置：冷餐会的台面设计，最能反映整个冷餐会整体氛围，根据酒庄整体装修风格色系，桌面将选用暖色系;冷餐菜品系列：

5 果汁茶点等饮料类： 热奶茶、热咖啡、热罗汉果、柳橙汁、新鲜水果盘类： 西瓜、哈密瓜、橙子、苹果、火龙果、圣女番茄、雪梨、杨桃、番石榴、香蕉、三明治寿司系列： 现炸薯条、蔬菜三明治、火腿三明治、鳗鱼寿司、火腿寿司 精致中西糕点类： 黑森林蛋糕、绿茶蛋糕卷、奶酪蛋糕、柠檬果汁蛋糕、蛋糕卷、西式曲奇饼干、沙拉甜点类： 水果沙拉、蔬菜沙拉、红豆沙拉

【活动安排】：1. 嘉宾签到;2. 公司领导致词并宣布开业;3. 嘉宾致词;4. 才艺表演(歌手演唱);5. 品酒交流;6. 赠送纪念品;

【活动流程】： 8：30-9：00 嘉宾签到 8:58-10:58庆典开始 11:18-11:38 红酒品鉴交流 11:40离场。

4 天裕

【人员安排】：1.酒会现场调度：负责酒会的总体协调，酒庄侧重于客户的沟通及产品介绍;2.工程组：负责会场布置、舞台、灯光、音响设备等装调;3.服务组：负责开业庆典的服务工作;4.司仪：司仪担任主持;5.礼仪组：负责引领嘉宾、签到、礼品发放等工作。

一、活动日期：2024.09.30--- 8：58分---11：08分

活动流程

活动配合

附表

一、活动流程 整个活动流程分三部分进行：筹备工作、现场控制和后期跟进。

(一)筹备工作

1、工作计划拟定

活动方案通过后，确定此次活动的相关负责人将责任到人。

2、场地确定皇都丽景---天裕红酒大门口

3、礼品准备：vip免费体验卡或其他特色礼品.

4、引导员的准备：安排礼仪服务人员引导与会人员进场安排现场。

5 天裕

5、人员邀请与确定： 提前拟定庆典邀请人员名单.建议邀请相关的领导、朋友、重点客户、新客户和潜在客户，在活动举行前一周与邀请的相关人员提前通气 ，在活动前三天把相关邀请函发到邀请的相关人员手中 。

6、物资准备：

1 邀请函 若干 邀请来宾

2 签到用品 签到本 两本 来宾签到

3 签到笔 若干 来宾签到

4 胸花 若干 嘉宾

5 宣传门 火炬充气拱形门--- 热烈祝贺天裕红酒开业大吉 6 音响

7 红地毯 进入公司通道专用 8 小彩旗 用在公司门口的绿化带

9 欢迎横幅 公司大门或门庭用 热烈欢迎参加天裕红酒开业庆典仪式

10 彩球链装饰2条 米 公司门口

6 天裕

11 礼仪小姐8名 为参加庆典人员服务

12 礼品准备 来宾礼品 送给参会代表 会议结束时发放

13 特别客户纪念品 送给特别客户和vip 14 午宴 若干 根据具体人数确定 15 烟、酒等

(二)、现场控制：包括场地布置及活动流程与控制

(三)、公司门口大气磅礴的重量级的吊车上悬挂4挂18万的鞭炮 1 场地布置 在公司门口的绿化带插上彩旗.

2、公司大门上沿悬挂一条幅.内容:天裕红酒开业庆典.

3、在公司门口两行彩色气球下悬挂条幅内容: 刁桂霞祝天裕红酒开业大吉、韩丫祝天裕红酒香飘万里”。

4、公司的主楼的墙壁上悬挂祝贺单位条幅:

5、公司的门匾罩红绸布。

6、在公司的入口处设置一签到处摆放一铺红布的长木桌引导佳宾签

7 天裕

到。

7、进公司门口铺上红地毯 两侧摆放祝贺单位花篮.

8、在公司门口支起大气的舞台，

9、在舞台的外侧摆放火炬充气拱形门一个.

10、在拱门的两侧支起两尊金黄色金象

11、八门皇家礼炮摆放在门厅两侧。

12、会场周围设置两只大音箱和有架话筒便于有关人员讲话和播放喜庆音乐。

四、活动流程与控制

日期：二零一三年 九月 三十日早晨8：30分之前，礼仪公司主持人及所有的演出人员全部到位

地点：天裕红酒门口

活动流程：

a800礼仪公司人员到场检查电源调试音响设备将所有准备工作做最后检查。

b830庆典工作人员、礼仪小姐、接待人员在指定位置准备音响背景

8 天裕

音乐循环播放喜庆欢快的乐曲.

c8:40迎接嘉宾，礼仪小姐配合签到发放公司宣传资料引导嘉宾到休息室休息。

d8:58---10：40分天裕红酒开业庆典仪式开始 e1048艾经理宣布新店正式开业并致欢迎辞 f1058 重要嘉宾剪彩、〈剪彩时礼炮响起〉 g1108揭牌仪式.〈揭牌时燃放开业鞭炮〉

h1118庆典仪式圆满结束答谢午餐 结束后向与会人员发放纪念品

二、当天的礼仪公司由时经理负责

三、当天的礼仪小姐由潘璐璐负责、后期跟进工作

四、现场活动录像由加强录制及整理。

五、活动配合

1、活动总负责――艾经理负责活动总体进展确定嘉宾名单及人员配置

六、现场总协调――韩丫 负责协调现场各工序间工作。

广告宣传— 负责提前制作宣传单页派销售员到各繁华地段及居民区散发。

9 天裕

三、费用预算

大吊车、4挂鞭炮、舞台、音响、火炬拱门 1个 含条幅、维护、安装 音响 1对、金像一对、彩色烟雾8尊、五彩气球柱两串、礼仪小姐8名、歌手2名、主持人2名。红地毯 含安装 小彩旗 10面 含竹竿 条幅2条、皇家礼炮 红绸布 揭牌时用 签到簿、笔、花 用鲜花制作 摄像 摄影 宣传单页 礼品

供嘉宾签到 胸 天裕

附件一

艾经理在公司开业仪式上致开幕欢迎词

尊敬的各位领导、来宾朋友、女士们、先生们 大家好：

在这样一个特殊的日子里，很高兴看到大家共同来来见证天裕红酒的事业发展，来祝贺天裕红酒的开门纳客。值此天裕红酒隆重开业之际，我真诚的向今天到场的领导、来宾和所有的朋友们表示衷心的感谢和热烈的欢迎 ，天裕红酒自筹建以来一直受到社会各界朋友的关爱和支持，在这里我特别要感谢各位的鼎力相助和全心扶持。

我代表公司全体同仁向所有关心和支持我们的朋友表示最诚挚的谢意，也真诚的希望在以后的日子里社会各界的朋友们特别是各位领导能一如既往的关心和支持我们，帮助我们，天裕红酒不断发展和壮大。同时也诚挚的渴望各位业界同仁能够和我们互相交流、提携发展，联手共创天裕红酒辉煌而美好的未来，我坚信在未来的日子里在社会各界的朋友们的支持下，我们一定能够将天裕品牌发扬光大，最后我预祝天裕红酒开业庆典圆满成功，也衷心的祝愿天裕能够拥有一个灿烂的明天， 谢谢大家 !

红酒的营销与策划方案设计篇三

第一部分 活动基本内容

一、活动目的

在开业当天对店面做热烈隆重的庆典式布置，并配合促销活动，达到汇聚人气，提高专卖店知名度和葡萄酒销量的目的。同时，进一步提高\_\_\_葡萄酒的品牌和品牌故事的知名度。

二、活动地点

波图葡萄酒专卖店

三、活动时间

20\_\_年0月0日

四、活动对象

波图葡萄酒的消费群体、过往行人和嘉宾;

嘉宾邀请，是开业仪式活动工作中极其重要的一环，为了使活动充分发挥其轰动效应及舆论的积极作用，在邀请嘉宾上必须精心选择对象，设计精美的请柬，尽力邀有知名度人士出席，制造新闻效应，提前发出邀请函(重要嘉宾应派专人亲自上门邀请)。

嘉宾邀请范围：

a、波图酒业贸易有限公司股东和领导

b、政府相关负责人

c、投资贸易洽谈会相关负责人

d、新闻记者

e、经销商代表

f、品酒专家

第二部分 主题活动

一、魔术表演

让魔术师专门设计几个葡萄酒方面的表演节目，如把葡萄变成葡萄酒，把带有波图logo的纸张变到观众口袋中，把写有葡萄牙红酒资料口号(古老国度，传世佳酿)的纸张变成人民币……

活动目的：今年春晚，刘谦精彩的魔术表演让举国上下掀起了一阵魔术热!我们可借机趁热打铁，把产品和品牌诉求融合到魔术里，既可以吸引人气，又可以达到宣传的效果。

二、合影送礼

把波图标志和梅西亚等系列红酒标志资料等比例制作成kt板，并制作一个成人高红酒充气娃娃，再配备小木屋幕景和前景;消费者与葡萄牙红酒的合影，即可收到精美礼品一份，同时，照片现场打印，赠送一张照片给消费者做留念;

活动目的：专卖店开业活动的目的，除了提高知名度和酒销量外，更要注重波图葡萄牙红酒品牌的建设和品牌故事的传播。

促销连环计

通过促销连环计的设计，促使消费者完成以下转变过程：

去看看——想要买——买多点——一起买——买更多

三、报销车费(去看看)

消费者可打的到专卖店参加活动，购买葡萄酒时，凭的士发票可抵10元货款(有购买才有报销，每人最多只报销10元);

活动目的：一个成功的开业活动最主要的就是有足够多的人参加，从而制造出一定的人气效应和轰动效应，波图葡萄牙红酒专卖店附近人气不是很旺，为弥补这一缺陷，防止开业当天出现冷场，特设计这一促销活动。

四、免费品酒(想要买)

所有参加活动的人都可以免费品尝波图葡萄酒。

活动目的：消费者的购买心理是一个复杂的过程：刺激(内外)产生需要—需要产生—购买动机—导致购买行为。免费品尝通过刺激消费者的味觉和嗅觉，能有效促使其产生消费行为，并建立一定的信任度和忠诚度。

五、买五送一(买多点)

单个消费者购买五瓶同样的葡萄酒即可再获赠葡萄酒一瓶(刚好一箱酒);

活动目的：能够充分刺激消费者的购买欲，并促其一次性购买较大的葡萄酒数量。

六、拼购优惠(一起买)

凡三个人起联合购买，则可集体享受9折优惠;

活动目的：有助于形成联动购买效应，进一步扩大销量。

七、顺藤摸“奖”(买更多)

届时在专卖店里摆放一棵假葡萄树，上面长着许多葡萄，每个葡萄里面含有一个抽奖单;凡消费满399元(打折后)的顾客都有机会从葡萄树上摘下一颗葡萄，中奖者到前台兑奖。(百分之百中奖)

活动目的：对于抽奖资格有一定的消费金额限制，能起到鼓励消费的作用。一等奖一名：999元;二等奖两名：399元;三等奖69名：金国干红一瓶;幸运奖;幸运奖228名：酒起子1个;(抽奖总数为300个，中奖概率为100%)

第三部分 活动流程

一、前期准备阶段

1、将开业策划草案送公司审阅，就方案做出实际性的修改意见。

2、双方召开会议，确定本次活动的形式、规模、大小、物料、人员安排，对项目设置做出决定，并做出详细的方案。

3、与礼仪公司协商好活动细节和物料人员等准备工作;

二、制作、实施阶段工作安排

1、发出请柬，邀请嘉宾;

2、联系魔术表演演员，沟通设计好相应表演节目。

3、开始设计活动的宣传材料，并采购相关物料。

4、确定好演员和表演节目，各种活动用品(印刷品、礼品等)应完成制作、采购。

5、确定好到场嘉宾，工作人员安排和活动流程。

6、宣传跟进，夹报广告、dm单发放。

三、现场布置阶段工作安排

1、开始现场的布置工作，应完成所有拱门、小气球、条幅、易拉宝、葡萄藤等的布置工作。

2、完成花篮的布置，安装好音响，并调试好。

3、傍晚5点，完成全部布置工作，并将各种活动物料准备好，搬到专卖店里，由\_\_公司与我方共同全面检查验收。所需的物料有：拱门、小气球、条幅、易拉宝、嘉宾胸花、胸牌、矿泉水、花篮、剪彩带、礼花、剪刀、绶带、音响、数码照相机、电脑及相片打印机、合影礼品(含品牌故事介绍单)、魔术表演所需物料、品尝酒及杯子(可用一次性纸杯)、开瓶器、葡萄藤和葡萄(里面有抽奖单)、奖品。

四、活动实施阶段工作安排

1、上午7：00工作人员、礼仪小姐、演员到达现场做准备工作，工作人员做好现场安全工作。

2、上午8：00礼仪小姐、演员准备完毕。

3、上午8：30主持人、摄影师、音响师准备完毕。

4、上午9：00活动正式开始。音响播放迎宾曲，礼仪小姐迎宾、为嘉宾配戴胸花。

五、仪式程序

上午9：00庆典正式开始。

9：00 音乐结束，主持人宣布庆典正式开始，介绍嘉宾，宣读祝贺单位贺电、贺信。

9：10 主持人：邀请政府领导致辞。

9：20 主持人：邀请公司领导讲话

9：40 主持人：请嘉宾代表讲话。

9：45 主持人：邀请经销商代表讲话。

9：50 主持人：宣布剪彩人员名单，礼仪小姐分别引导主礼嘉宾就位。

9：55主持人：宣布波图红酒专卖店开业剪彩仪式开始，主礼嘉宾为庆典仪式剪彩。

10：00 主持人： 宣布魔术表演开始，魔术师为观众表演葡萄酒专题魔术。

10：15 主持人：合影活动、现场品酒、促销活动开始……

第四部分 人员安排

一、主持人一名，负责活动现场的主持和协调;

二、魔术师一名;

三、礼仪小姐6名，主要负责迎宾、剪彩、现场活动配合;

四、营业员及工作人员8名，主要负责活动现场的维序，制造人气效果，进行产品和促销活动的介绍及组织协调。

第五部分 活动宣传

本着“少花钱，多办事”的原则，怎样合理选择媒体，在短期内对公众形成高密度、高到达的广告覆盖，是本部分探讨的重点：

1、报纸夹送广告，双面10000份。

2、dm宣传单5000份：印制产品介绍和促销活动广告，除了在开业庆典投放外，还可投放于市内各大写字楼和高档小区。

3、网络媒体：可以把网络作为辅助媒体使用，如江门论坛，江门国际网等，形式以论坛发贴为主，主要发表观点性文章。

红酒的营销与策划方案设计篇四

一、活动组委会

1、负责:董事部,企划部,营销部,财务部,餐饮部等部门

2、成员：各部门负责人

二、活动时间：

\_\_月11日至\_\_月30日

三、活动目的：

借助中国的节日“新年”为国人的第二个长假“春节”营造酒店第二个销售高峰，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓及减小销售下降趋势。摆脱死板的酒店氛围，让宾客感之涣然一新》

四、活动主题：

庆新年，迎新年，送大礼!

五、活动口号：

我们都是一家人,乡亲相爱的一家人

六、场景布置：

(一)、店外布置：

大门对联：万家团圆迎新年，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节;

外墙悬挂巨幅：宽：高=10\_13m，宣传活动内容;

在门上方悬挂大红灯笼8个。

(二)、店内布置：

1、分别在一、二、三、四、五楼电梯两端悬挂宣传指示牌。

2、在一楼大厅设立一个大月饼(由采购部洽谈);

3、在一楼入口处设立一座牌坊，在收银台左侧陈列月饼一条街，沿走道，在月饼一条街上端悬挂吊牌，烘托月饼一条街气氛;

4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼;宫廷灯笼88个。

5、在各楼层主通道悬挂新年、国庆节吊旗(各一面);吊旗100张。

6、楼梯护栏以金黄色绒布围边，同时加强对电梯口布置。

7、前厅中央吊一个大型(1.5米宽)的灯笼(用kt板制做)，在大灯笼下方吊方块字样“新年节快乐”，在从再加上其它的装饰物。

七、宣传策略

1、报纸、酒店内刊宣传;

2、电视媒体宣传：

a、宣传内容：特色月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内容;

b、时间：\_\_月20日26日;

c、费用收取：

d、宣传形式：动画图片加文字。

3、店外巨幅、展板宣传;

4、店内播音宣传;

5、周边小区、超市以小条幅宣传，内容：“会宾楼宾馆祝全市人民新年节快乐;新年大宗购物热线：\_\_\_\_\_”

八、活动策略：

活动一、各楼层满指定金额留住快乐瞬间

活动时间：\_\_月11日---\_\_月30日

活动内容：一次性在一楼消费满660元、二楼满1000以上可凭菜单在酒店入口处\_\_新娘婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：

一等奖：奖价值288元摄影套餐

二等奖：奖价值198元摄影套餐

三等奖：奖价值98元摄影套餐

详情请到\_\_新娘婚纱摄影咨询处咨询。

此项活动奖品由\_\_新娘婚纱摄影赞助

红酒的营销与策划方案设计篇五

【活动主题】：感恩父爱(6月21日父亲节)

【活动时间】：20\_\_年6月19日至6月28日

【参与门店】：人民店、建业店、中华店、南海店、乐山店、礼品店、山海店、遂平店

【dm规划】：大度八开一张

【商品选择】：1、dm商品数量60个;

2、以季节性商品为主，配合部分父亲节商品，突出父亲节低价形象;

3、以生鲜散杂为辅，以低价来吸引顾客;

【活动内容】：

活动一：节日送孝心、扇子传真情

活动期间，凡在爱家量贩一次性购物满38元以上，凭购物小票即可到服务台免费领取精美扇子一把(小票不累计、不分解)。

活动二：为父亲送祝福，生日蛋糕5折优惠

6月21日出生的父亲(年满22周岁)在6月21日当天凭有效证件可在爱家量贩建业店、人民店……享受生日蛋糕5折优惠。

活动三：展老爸风彩 赢维雪啤酒(爱家首届啤酒争霸赛)

6月21日当天，爱家首届啤酒争霸赛在爱家购物中心外广场舞台隆重举行，欢迎各位男性朋友报名参加，届时将有丰厚的奖品等您来拿!

奖品设置：

冠军1名 奖维雪啤酒3箱

亚军1名 奖维雪啤酒2箱

季军1名 奖维雪啤酒1箱

参与奖若干名 奖维雪啤酒一瓶

比赛时间：6月21日下午17：00

比赛地点：爱家购物中心外广场舞台

主办单位：爱家量贩有限公司

承办单位：维雪啤酒驻马店分公司

报名方式：现场报名

报名条件：身体健康的男性朋友均可报名参赛

比赛规则：

比赛共分9组，每组3个人，共分三场比赛，比赛时每人发放一个编号牌，选手佩戴编号牌进行比赛。

第一场：小组个人吹瓶赛

600ml大甁啤酒速饮比赛，谁第一个喝完一瓶啤酒者，谁就胜出，可以参加下一轮半决赛，每个小组胜出1人，共胜出9人。

第二场：群英荟萃半决赛

第一场胜出9人同时参加比赛，前5个用吸管最先吸完一瓶啤酒者就算胜出，可以参加最后总决赛，共胜出5人。

第三场：超级酒王总决赛

第二场胜出的5人同时参加比赛，谁第一个喝完两瓶啤酒者(吹完一瓶啤酒+用吸管吸完一瓶啤酒)就为冠军，以喝酒的时间类推，分别为冠军、亚军、季军。

注意事项：

1、在喝啤酒比赛时啤酒不能外漏、浪费，否则为自动弃权;

2、不宜饮酒者勿试，否则由此引发的一切后果及责任自己全部承担;

3、参赛者啤酒量在4瓶以上，且喝完4瓶后身体正常者;

4、参赛者无酒后滋事记录、并保证不酒后驾车;

5、主办单位、承办单位拥有本次活动的最终解释权。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找