

公司/品牌营销活动企划模板

此模板旨在实现全面、逻辑清晰且高度实用的目标。请填写每个版块以构建您的完整活动方案。

第一部分：企划总览

此部分定义了活动的“为何做”与“做什么”，为整个企划设定战略方向。

1.1. 活动名称：

- 范例：【JNBY】月满东方 - 中秋国庆营销活动

1.2. 活动主题与核心创意：

- 主题：** 一个简短、有吸引力的核心概念。
 - 范例：溯源·共存，拥抱青绿 逛江山
- 核心创意：** 简要说明活动背后的故事或主线思路，我们将如何把主题生动地呈现给顾客？
 - 范例：通过“诺诺羊”的旅行日记，带领顾客探索美丽诺羊毛的源头，传递品牌天然、高品质的理念。

1.3. 活动目标与关键结果：

此表格能让您的目标变得具体且可衡量。

目标	关键结果	衡量指标	目标值
范例：提升国庆期间销售额	达成总销售额	销售额	1,000,000元
	提升连带率	平均连带率	2.5
范例：激活老会员，提升忠诚度	高价值会员到店率	到店人数 / 目标总人数	30%
	会员消费占比	会员销售额 / 总销售额	75%
范例：为秋冬新品造势拉新	新会员招募	新增会员数	500人

1.4. 目标客群：

- 核心客群：** 范例：门店高价值VIP会员
- 次要客群：** 范例：近一年未消费的休眠会员
- 拉新目标：** 范例：注重生活品质的30-45岁女性

1.5. 活动主视觉与宣传物料：

- 您可在此处插入活动海报、社交媒体宣传图等视觉素材的参考样稿，如同JNBY方案中的做法。
- 海报参考：** [请在此处插入主视觉海报参考图]
- 社群宣传图：** [请在此处插入社群分享图参考]

第二部分：核心活动方案

此部分详细说明“如何做”，是每个渠道的具体行动计划，灵感源自您提供的一系列成功案例。

2.1. 主力销售策略：

- **活动时间：** 范例：9月17日 - 10月8日
- **核心折扣：** 范例：精选秋冬新品7折
- **适用范围：** 范例：全国正价门店及微商城
- **参与商品清单：** [可在此附上参与活动的商品款号清单]

2.2. 线下店铺体验：

这是创造记忆点、让活动“接地气”的关键环节。

活动名称	玩法介绍	目标	所需物料	落地参考图
范例：捞月亮	任意消费即可参与。顾客从装有透明球的箱子中随机抽取一个，球内含有一张彩票或优惠券。	提升体验感，增加互动	KT板装置, 透明塑料球, 彩票/小礼品券	[请在此处插入活动装置参考图]
范例：如意结手作沙龙	邀约VIP到店，在指导下亲手制作一个如意结挂件作为伴手礼。	VIP回馈，增加顾客停留时间	编织绳, 配饰, 剪刀, 包装袋, 指导视频	[请在此处插入活动现场参考图]

2.3. 顾客赠礼/满赠（GWP）：

设置阶梯式的满赠策略是提升客单价的关键。

赠送门槛	礼品名称	礼品价值	限量	采购/定制建议	礼品图片
新开卡顾客	JNBY定制杯垫	20元	200份	淘宝链接：[附上链接]，需提前10天定制	[请在此处插入礼品图片]
单笔实付满2588元	JNBYHOME 吐司包	199元	50份	公司内部货品，款号: XXXXX	[请在此处插入礼品图片]
单笔实付满4588元	时尚运动套组	399元	35份	联系供应商XXX采购	[请在此处插入礼品图片]

2.4. 数字化渠道激活：

将线下活动与线上销售和互动紧密结合。

- **微商城：**
 - **活动1：新客专享**
 - **时间：** 9月16日 - 9月22日
 - **内容：** 微商城新客首单实付满300元送星巴克券一张。
 - **活动2：国庆大单礼**
 - **时间：** 9月23日 - 10月12日
 - **内容：** 微商城单笔订单满4588元送时尚运动套组。
- **社群/私域流量：**
 - **活动：** #晒出你的中秋穿搭# 挑战赛
 - **玩法：** 在社群中分享身穿品牌服饰的节日照片，点赞最高的3位用户可获得500元无门槛购物金。
- **BOX / 订阅服务：**
 - **活动：** 国庆限定盒
 - **内容：** BOX实付满3件（不含配饰），赠JNBYHOME家居服1件。

第三部分：执行与落地

此部分确保方案的可行性，明确定义了“谁来做”、“何时做”和“花多少钱”。

3.1. 总体时间规划表：

此表格为所有团队提供了清晰的工作排期。

阶段	工作事项	负责人	开始日期	截止日期	状态
筹备期	确定整体活动方案	市场部	8月20日	8月25日	已完成
	礼品/物料采购与定制	运营部	8月26日	9月10日	进行中
	下发活动执行手册	培训部	9月12日	9月12日	未开始
预热期	社群/朋友圈预热宣发	全体导购	9月16日	9月21日	未开始
	重点VIP一对一邀约	全体导购	9月18日	9月21日	未开始
活动期	店铺氛围布置与活动落地	店长	9月21日	9月21日	未开始
	活动正式开始	全体	9月22日	10月6日	未开始
复盘期	收集销售数据与活动反馈	运营部/市场部	10月7日	10月10日	未开始
	活动复盘总结会议	各部门负责人	10月12日	10月12日	未开始

3.2. 预算与成本：

费用项目	说明	单价	数量	总计	承担方
GWP礼品	杯垫, 吐司包, 运动套组	详见清单	详见清单	XXX元	公司/经销商
店铺活动物料	KT板, 塑料球, 彩票	XXX元	XXX	XXX元	经销商
宣传物料制作	海报, 台卡印刷	XXX元	XXX	XXX元	公司
员工激励	门店达标奖励	XXX元	XXX	XXX元	公司
总计				XXX元	

3.3. 员工激励方案：

- 门店激励：
 - 目标：活动期间完成100%销售目标。
 - 奖励：达成目标的门店，奖励团队现金500元。
- 个人激励：
 - 目标：活动期间个人销售额排名店铺第一。
 - 奖励：店铺销冠奖励现金200元。