# 保险公司活动策划方案精选(4篇)

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2025-02-02

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。保险公司活动策划方案篇一活动内容...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**保险公司活动策划方案篇一**

活动内容：

1、展出不同厂家的各种月饼礼品盒、散装月饼，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。

可以按月饼馅划分陈列区域，如肉馅月饼、无糖月饼，水果馅月饼等。同时可以开设一些知名品牌月饼专柜。

2、推出中秋礼品组合套餐：把月饼跟其他保健品类礼品组合包装在一起，分为几档，如88元、188元、288元…。

中秋节，人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友，一般除了购买月饼外，还会买点其他什么礼品的，一般多是保健品之类的，将月饼和其他礼品组合在一起，既方便了顾客购买，在价格上也可以采取一定优惠。

3、现场制作月饼：去年的月饼风波可能在许多人心目中还留有阴影，为了让顾客去除这种心理，现场制作月饼是一好方法，可以联合厂家现场制作。

活动期间，购物满100元，送一个挂有月亮的钥匙扣，月亮钥匙扣形状多样，制作精致，上面刻有一些祝福语：如中秋快乐、祝美满、平安、快乐等话语以及一些描写中秋节和月亮的诗歌词句。

1、钥匙扣由商场定做，根据商场销售额确定定做数量，每个钥匙扣定做成本控制在一元以内。

2、在钥匙扣上刻上商场名称，也可以跟祝福语结合起来，如“xx商厦祝您中秋节快乐”。

**保险公司活动策划方案篇二**

关爱今天的老人，就是关心明天的自己。重阳节带给我们的不是登高、赏菊、吃重阳糕，而是一种信息：老年人更需要爱、需要快乐和健康。他们需要的也许并不是你的钱物，不是礼物，而是你一声深情的问候……创建一个敬老、爱老、养老、助老的氛围。

活动主题：九九重阳节，浓浓敬老情——重阳节主题联谊会

全院共90人，每10人一桌，每桌预计餐费在400元以内，共9桌

下午围绕重阳节为主题展开，以传统节目(击鼓传花)为主，节目环节中穿插歌唱、舞蹈、场内互动，提高茶话会的互动性和参与性，达到老人联欢的效果。茶花会现场播放音乐(欢愉的，轻松的)。

⑵猜迷有奖活动。30个谜语，目的：重在参与

节目最后，音乐唱《相亲相爱》，音乐伴奏。活动在祥和的气氛中进行，力求让老人们有个开心乐融融的下午。

在原开会条幅的基础上，会场悬挂重阳节条幅：

“九九重阳享健康，人间百善孝为先”

“父爱如山，母爱如水，一珍健康天下父母”

主办单位

**保险公司活动策划方案篇三**

端午临近，选购礼品这么一件很有学问的事情提上案头。就节日礼品选购来说，既要贴合节日的传统主题，又不可流于陈俗;既不能华而不实，又必须彰显选购者的个性与品位。既不能简单以价格高低来衡量礼物的轻重，又要充分考虑礼品采购的预算;因此，礼品选购的原则首先是有节日风味、传统情怀;又要兼具实用性;更要时尚、新奇、可以让收礼人眼前一亮，爱不释手。只有这样，才能算是完美的端午礼品。如果你正为选购端午礼品绞尽脑汁，不知如何下手，今天小编就做个端午礼品采购指南，帮你找找喜欢的礼品!

推荐等级：☆☆☆☆☆

为了迎合不同的员工、客户、领导的喜好，祝福通端午粽子卡为企业客户提供了上千种的端午礼品选择。嘉兴五芳斋粽子，全进口红酒礼盒，进口希腊橄榄油礼盒，中国名茶，进口红茶礼盒，高档的琉璃、青花瓷工艺礼品，精美德国厨具礼盒套装，纯棉家纺时尚家居，各式家用电器等均可免费任选，全国免费送货上门。省去了异地送礼的麻烦，节省了运输的时间和成本，方便中外企业，办事处，银行系统，政府部门给外地客户送礼、给外地员工发福利。

缺陷：祝福通端午粽子卡的面值有：98元、148元、198元、298元、398元、588元、888元和1288元。最小面值是98元，如果有些工厂由于员工众多而预算有限的话，可以拨打祝福通热线询问客服,如何定制便宜的端午嘉兴粽子礼盒。

每年都有不同的端午礼品出现，比较难以判断价值。没有有针对性，贴合大众口味，送礼人和收礼人都要对这方面比较专业才能够理解，否则花了钱了对方收到却不当一回事。

您是否还会为端午节的礼品发愁。综合下来，想要面面俱到、八面玲珑是无法做到的，不论你是发放福利还是馈赠客户，总是难以满足所有人的需求，好在你所看到的这么多礼品终于有了一个解决方案，祝福通端午粽子卡将上千种礼品整合在一起，无论孝敬爸妈、赠送客户，还是公司福利，祝福通端午粽子卡卡都是不可多得的精美礼品，它将端午的传统与时尚新意礼品完美结合、又兼具实用功能，是这个端午最完美的礼品选择，不论你的客户在哪里，只要将这张精美的端午粽子卡送给他，你的客户哪怕在天涯海角均可以免费电话或者通过互联网礼品自己心仪的礼品，以您所爱、随心任选，这就是祝福通端午粽子卡的最大特色。

推荐等级：☆☆

端午节一定要有粽子或者咸蛋礼盒，要不然怎么能叫做端午节呢?知名的嘉兴五芳斋粽子礼盒款式众多可供挑选的余地很大。

1) 五芳斋提货券：

a.五芳斋提货券258元 嘉兴五芳斋粽子五芳斋咸蛋

b.五芳斋提货券168元 嘉兴五芳斋粽子五芳斋咸蛋

c.五芳斋提货券128元 嘉兴五芳斋粽子五芳斋咸蛋

d.五芳斋提货券98元 嘉兴五芳斋粽子五芳斋咸蛋

2) 五芳礼品粽礼盒：

嘉兴五芳斋粽子-金樽五芳礼品粽礼盒 248元

嘉兴五芳斋粽子-韵味五芳礼品粽礼盒 158元

嘉兴五芳斋粽子-五芳三宝礼品粽礼盒 188元

嘉兴五芳斋粽子-祥瑞五芳礼品粽礼盒 98元

嘉兴五芳斋粽子-缤纷五芳礼品粽礼盒 198元

嘉兴五芳斋粽子-真情五芳礼品粽礼盒 58元

嘉兴五芳斋粽子-情系五芳礼品粽礼盒 68元

嘉兴五芳斋粽子-喜庆五芳礼品粽礼盒(铁盒)88元

嘉兴五芳斋粽子-品味五芳蛋粽香礼盒 118元

嘉兴五芳斋粽子-丰年五芳礼品粽礼盒 128元

嘉兴五芳斋粽子-江南五芳礼品粽礼盒 148元

嘉兴五芳斋粽子-百年五芳礼品粽礼盒 198元

嘉兴五芳斋粽子-盛世五芳礼品粽礼盒 298元

3) 嘉兴五芳斋咸蛋礼盒：

a.上海嘉兴五芳斋12只装咸蛋礼盒 48元

b.上海嘉兴五芳斋28只装咸蛋礼盒 68元

c.上海嘉兴五芳斋18只装咸蛋礼盒 48元

缺陷：越来越多的人不愿意吃太油腻的东西，过多的肉类对身体的危害太大，另外每年端午都收到很多盒粽子，吃不完坏掉浪费太大了。

礼品3. 搭配传统的粽子送一些绿色的橄榄油或者进口红酒礼盒，适赠人群：贵宾客户、生意伙伴

光送粽子，太单调。同时粽子礼盒最贵的也就298元，实在难以体面地给大客户或者领导送礼。搭配一些洋气的进口红酒或者健康的橄榄油显得既体贴又有新意。

**保险公司活动策划方案篇四**

(1)产业链逐步形成

我国结婚产业在婚礼服务、婚纱摄影、婚纱礼服生产、婚宴服务四大行业龙头企业带动下,76个关联行业相互连接,逐步形成了以结婚消费产品和服务为核心的行业集群。婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟,并与新婚消费的其他行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等40多个关联行业,逐步形成令人瞩目的婚庆产业链,充满了巨大潜在商机。

(2)总量规模

随着婚庆市场的快速发展,现已经形成了“五一”“十一”两个大的婚庆市场消费旺季,各地的婚纱摄影、婚礼服务、婚宴场所、蜜月旅游等企业早在每年的2、3月份和7、8月份就开始为这两大结婚旺季策划筹备。各种婚纱摄影、婚礼服务的企业数量持续增加,市场供给总量有所扩大。依据中国婚博会对相关行业专家的调研,全国婚纱影楼平均每年以10%的速度增加,影楼婚纱销量每年至少以20%的速度递增;北京20xx年到20xx年11月份有276家婚礼服务公司注册,20xx年至少翻番。

(3)企业规模

中国结婚产业的主要行业企业的规模较小,从业经营者水平参差不齐,从从业平均人数来看,全国各城市的婚庆企业的平均从业人员均很少,婚礼策划企业平均每家从业人员10人左右,婚纱摄影企业平均每家40-60人,一些婚庆公司甚至只有一间办公室四处到处联系分项服务。尽管婚纱礼服生产企业具有大中型企业,但除中国潮州、厦门等大型生产基地外,手工定制和家庭作坊式的小型企业还是占大多数。为了对行业从业人员进行规范,提升从业者的专业素质,20xx年4月底,中国社会工作协会婚庆行业委员会出台一项政策:从20xx年开始在国内婚庆行业推行婚庆策划人、主持人持证上岗制度。中国社会工作协会婚庆行业委员会出台一项政策,规定20xx年五一前夕开始在国内婚庆行业推行婚庆策划人、主持人持证上岗制度。

(4)区域市场结构

婚庆行业消费的区域性特点非常明确,婚庆产业的区域性特点也很明确,在全国各地区都有自己知名的婚庆策划公司、婚纱摄影公司,在当地市场已经形成了一定的知名度和良好的口碑。区域分布上,结婚产业各行业的企业产品销售和服务区域性很强,很少出现跨地区经营的大型连锁企业。服务企业主要集中在北京、上海等相对发达城市,生产企业主要集中在沿海及发达的大中城市,在小城市的分布较少。

(5)地域性的行业品牌正在形成

由于结婚产业是一个新兴的服务行业,除原来相关行业的迁移品牌外,真正全国性结婚产业品牌各地尚未形成,但一批在当地市场份额大、具有竞争优势的行业领先企业,正在逐渐形成行业品牌,优势企业主导的行业整合将提升市场集中度和行业整体盈利水平。近年来在北京、上海、广洲、深圳等新婚消费能力很强的地区,已经出现了连锁经营的服务企业,这涉及到婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务等方面。例如色色摄影、金夫人摄影等知名影楼早就实现了全国连锁、本地分区布点的格局。

(6)全国缺少婚庆“一条龙”服务的专业市场

市场呈高度分散局面,全国婚纱市场呈广州、上海、苏州三角鼎力局面,但其他各地婚庆产品主要参杂在服装、礼品、小商品市场内,高档产品,,珠宝、服装等主要到百货商场、专卖店采购,婚庆公司、摄影公司、鲜花专卖店散居在城市的各角落,市场呈高度分散局面,目前没有真正意义做到婚庆服务“一条龙”服务市场。

(7)新市场建设热开始升温

我国婚庆用品批发市场起步较晚,与消费需求一定的差距,近年来北京、上海、苏州等地在政府的政策导向下开始新建各类婚庆用品批发市场的建设,新市场建设热开始升温,新建婚庆市场多数以摄影器材和婚纱礼物为主题,面积基本在2万平米以下,以中小型市场为主。

(四)我国婚庆行业发展前景

☆ 走在时尚的前沿:当今社会的人们追求流行与时尚,这将极大的促进庆典行业的发展,使这个行业走上可持续发展的道路;

☆ 服务范围广:虽然不是日杂销售,但是无论什么样的人群,一生中总是会接触到几次庆

典活动,因此庆典并非是为特殊人群设计的,而是大众行业;

☆ 历史与创新:庆典行业即使一个古老的行业,又充满了新颖时尚的生命力。古老是因为从人类存在以来就有着各种不同形式的庆典;而新颖时尚则是指庆典的形式和庆典行业的经营模式。由于行业的特殊性,需要我们既要保持古老的传统又要不断创新,因此庆典行业有着极大的提升空间。

☆ 庆典行业向多元化发展:多种文化元素融合,使庆典的形式和内容更加丰富;个性化、多元化成为都市人群的新潮流;

☆ 婚庆产品的丰富:随着社会的发展,人们对庆典的质量也越来越高了,高科技技术、数码产品也逐渐广泛运用到庆典行业中。

据国家宏观调查的资料表明,农村每对新人结婚费用在2-10万元,城市大约在8-25万元。其中光婚礼消费就占全部费用的1/5-1/6。从最初结婚时简单地照一张二人合影,亲朋好友吃顿婚宴,到现在照成套的婚纱照,参加专业婚庆公司组织的庆典,可见国人婚庆观念已经有了很大的变化。而且半数以上的新人将吉日选在“五一”“十一”、元旦、春节期间,这必然形成结婚高峰期。结婚人数增多,促使了婚庆生意的日益火爆。如果我们合得来婚庆公司能够提供优质的服务,定会分得婚庆市场的一块蛋糕。

三、市场分析

(一)市场特征

概述

婚庆公司是指能够承接婚礼策划实施的专业机构,主要的目标消费者是初涉爱河的未婚男女。目前,婚庆公司逐步发展为集喜庆文化研究与传播、传媒建设、喜庆用品开发及连锁经营于一体的大型企业集团。婚庆行业属于服务行业,被服务过程属个人行为,口碑宣传是最有效的宣传方式。我们公司首先根据自己的生活要求选择开设的业务,同时会受地方习俗、宗教信仰、地域差异等因素的影响。

婚庆公司属服务类,服务类管理机构制定的政策法规会对其发展产生重要影响。开设婚庆公司的证件主要是《企业法人营业执照》、《税务登记证》、《组织机构统一代码证》、《验资报告》等。

(二)市场细分

我公司根据市场需求的多样性和差异性,建立特色的市场细分以便选择确定自己的目标市场。

(1)将婚庆文化、爱情和婚姻价值观等文化内涵的传播作为品牌的营销方向。

据了解,目前市场上大部分婚宴酒在推广过程中,仍然着重强调两个方面的工作;一是,保证渠道各环节经销商有较高的利润保障,有推广的积极性;二是,开展各种超强力度的消费者促销,吸引消费者购买欲望(如送饮料、红酒和婚庆礼包等)。虽然它们也会在三婚渠道跟风做一些工作,但由于产品本身缺乏品牌内涵与差异化,仅仅是抓新人资料,实质上仍然是卖产品。这种推广行为根本不顾产品本身的形象塑造与品牌价值体现,最终造成品牌的昙花一现。而这种现象却也显示出了婚宴酒在促销力度上的竞争有多么激烈了。为了在竞争中立于不败之地,我们公司开始在营销定位上摈弃传统的卖产品和形文化策略,转而将婚庆文化、爱情和婚姻价值观等文化内涵的传播作为品牌的营销方向。

(2)适时适地的推出特色服务 ,吸引各类被服务人群

对于特殊的日子,例如五一、十一等结婚高峰期,同时也可以根据不同地域的人群,我公司推出极具诱惑力的婚庆服务,除了传统的特色酒店婚礼、户外草坪婚礼,还包括庄园婚礼、海外蜜月度假婚礼的特色服务,让消费者有更多的选择。为了开拓更广阔的市场我公司的特色服务还包括周年庆典活动,例如,金婚、银婚、钻石婚的纪念活动,让老人也能体验新时代的浪漫。总之,做到适时适地的改变自己的方案和业务,去满足更多需求的顾客。

(三)需求分析

随着我国国民经济的快速增长,城乡居民生活水平的日益提高,人民群众对生活质素的不断提高,以及人们对现代社会时尚追求,使得大众生活中婚庆习俗在不断产生变化,从而诞生了有一定规模符合我国国情的婚庆市场,通过这一市场不断完善和扩大,必定使中国婚庆文化走向更个性化和时尚化,这已成为当今社会的又一流行趋势。

新人结婚典礼选择项目

婚庆项目 占比(%)

需要拍摄婚纱照 88.4

计划请婚庆公司策划婚礼 49.1

酒楼举办婚宴 78.7

新娘购买婚纱 36.8

蜜月旅游 67.7

城市举行婚礼的各项费用支出比例

(3)区域经济水平及其结婚消费差异分析

从20xx-2025年中国行政大区结婚消费差异来看,基本上是华北和华东地区明显高于其它地区。如华北地区在婚纱摄影、婚礼服务、珠宝首饰、蜜月旅游和新居价位方面具首位;华东则在婚宴服务、新居装修和新居家电方面具有优势。

在一项对婚礼费用的调查中发现,在城市举办婚礼的平均费用为62620元,这里不包含新婚房屋装修、家电家具购买等,在新婚时,对房屋新居装修的费用平均为56998元,购买家用电器平均16680元,家具为17494元。而农村的则在16100元。有88.4%的新人认为结婚时要拍婚纱照,78.7%认为要在酒楼举行宴席序号 各项支出 费用(元) 各项占比(%)

1 婚宴 34120 54%

2 买首饰 12000 19%

3 服装 6000 10%

4 乐队司仪 3800 6%

5 拍婚纱照 3000 5%

6 其他 20xx 3%

7 租用车辆 1700 3%

合计 62620 100%

农村举行婚礼的各项费用支出比例

序号 各项支出 费用(元) 各项占比(%)

1 宴请 6000 37%

2 首饰 3000 19%

3 衣服 3000 19%

4 拍婚纱照 1500 9%

5 烟酒糖茶 1000 6%

6 其他 1000 6%

7 婚礼用车 600 4%

合计 16100 100%

(4)结婚消费需求的发展趋势

尽管全国许多机构都先后对结婚消费进行过调查,但缺乏全国性的连续调查和报道。为此,这方面的数据零星、不系统。我们力求从宏观上加以描述。

1 结婚消费项目增加,62.9%的新人表示要举行婚庆,婚庆的档次也有较大提升,婚礼现场的灯光、音乐、司仪等标准也节节攀升婚车档次一溜排的宝马、凯迪拉克等高档婚车在大街上也能看见;对婚宴气氛和质量提出更高的要求

2 结婚消费范围不断扩大,新娘婚纱从以往租用型,变成了挑新款买回家,婚礼现场的灯光、音乐、司仪等标准也节节攀升

3 现代人的婚礼正由“物质型”向“精神型”转变,新郎新娘越来越多地关注文化层面,更加追求时尚、健康、文明,个性化、时尚化越来越强化

4 结婚年龄愈来愈大,结婚人数将逐渐下降,在20xx年迎来一个新高峰;婚纱照整体市场规模略有扩大,

但增长的原因主要是因为新婚夫妇数量上的增加。

5 我国的新婚消费集中在节假日,传统观念对结婚择日仍有影响

6 经济发展较快的城市里,婚礼出现了新的变化,婚礼的形式、内容、地点变得多样化、个性化;7 婚庆从“攀比风”、“炫耀风”到流行“婚事应该从简”的观念,目前随着社会经济的发展,又转换成在经济承担能力之内的婚庆行为,得到认可。

四、公司战略

(一)总体战略

有产品无品牌,或者有服务无品牌,是中国婚庆市场的显著特征。虽然不少企业对婚庆市场觊觎已久,在产品、服务等诸多领域,各大品牌都针对婚庆推出过相应产品,但叫得响的专业婚庆品牌,却少之又少。而源自南京的合得来婚庆公司目前正试图通过开婚庆公司的形式,在这一领域取得突破,实现一站式服务。合得来公司致力于打造国内婚庆市场强势品牌,引导婚庆消费品市场逐步走向品牌化经营时代。合得来婚庆公司将通过强化服务意识,努力为顾客营造一个浪漫的氛围,让您享受到幸福的滋味。我们将通过自身的努力让广大消费者认可我们的服务,并把合得来婚庆公司成推向全国,使之成为全国婚庆品牌最响亮的公司之一。

(二)发展战略

(1)前期(5—8年)

主要阵地是江宁地区。江宁作为一块新心开发的地区,其潜力不可谓不巨大。正有越来越多的人选择生活在这块热土之上。这其中不乏青年男女。所以我们的初期战略就是要通过拟定的市场策略,并加以适当的方法挤占原有的市场份额,树立自己的品牌,积累公司无形资产,打牢基础,收回初期投资,为后期市场的开发做准备。

(2)后期(8—10年)

通过前期的经营,使公司积累一定的资源,开始走向更大的市场——南京及其周边城市(镇江、常州、扬州等)。建立自己的分店。(这一时期我们的分店仍采用加盟模式)与此同时,进一步完善和健全服务网络及信息网络,进一步开拓市场,实行多元化与产业链战略,为公司后期的发展提供相关的支持。

(3)长期(10—15年)

逐步退出与合得来婚庆的合作,建立自己的婚庆公司(目前暂定为无名指婚庆公司)。并实施“走出去”战略,按照公司的长期规划,将公司逐步向外推进,逐步形成全省、东南地区乃至全国的连锁网络,让我们的服务无处不在,用我们的真心来服务每一个人的生活。

五、营销策略

(一)目标市场

江宁及其周边地区的有需求意向的青年男女。

(二)产品与服务

(1)产品

顾客就是上帝。我们将统一的为顾客提供婚礼必须用品。当然,我们也拥有专业的策划团队,可以根据顾客的需要来精心准备您所需要的产品以最大程度的满足您的需要。

(2)服务

作为一个以服务行业为基础的公司,我们最注重的也是我们的服务。我们将建立完善的服务体系,为顾客提供便捷、优质

、满意的服务。

■售前服务:通过现代媒体技术来宣传自己。对员工进行专门知识的培训,努力培养每一位员工的服务意识,让您在前来咨询的时候也能感受到我们公司的人文气息。

售中服务:努力为顾客营造一个舒适浪漫的氛围。在这里,您的每一个合理的需求都会得到满足。无论是您的婚礼,婚后蜜月,抑或是您的周年纪念活动,我们都竭诚为您提供优质的服务,让您拥有一个轻松愉快的心情去享受这些。

■售后服务:只注重销售不注重售后服务的公司不会有好的市场。所以我们公司更加注重售后服务的质

量问题。我们将建立信息交流反馈渠道,将你的意见和建议进行归集,做好商品的质量、服务的反馈信息处理,根据消费者需要不断优化经营结构,最大程度满足顾客需要。加强同客户的联系,追踪顾客的服务消费,为公司的进一步发展“添砖加瓦”。

(3)品牌

1品牌策略

公司将实行统一品牌策略,即与总部品牌策略保持一致。这样既可以扩大知名度,同时使公司节省大量广告宣传费用。

2品牌忠诚度

建立品牌忠诚度是扩大市场份额的重要方式。作为合得来婚庆公司的一个模式,要建立牢固的品牌忠诚度,可以从以下几个方面努力:

■凭优质的商品和服务提高公司品牌名誉度。在商品的来源上严格把关,以物优价廉的商品赢得顾客的心,凭借出色的售前、售中、售后服务抓住顾客,使其在亲朋好友中主动的帮我们宣传。这样既达到了舆论宣传的作用,又赢得竞争主动权,提高了公司的名誉度。

■以完善的服务体系提高公司品牌的忠诚度。在产品、服务质量一定的情况下,不断提升服务等级,并加以优质健全,是赢得公司品牌忠诚度的良好途径。因此,公司将建立健全服务网络,覆盖整个服务区域;建立完善的优质服务制度,为公司巩固及扩大市场作不断的努力。

■良好的公共形象对于公司的品牌具有至关重要的影响。公关活动将始终被公司作为树立和提升公司品牌形象的重要途径之一。公司将通过参与一些社会公益活动等其他方式来提升公司形象,从而加强品牌忠诚度的建立。

(三)服务价值定价

针对国内市场情况,拟采取服务价值定价的价格策略。大约定在国内婚庆行业平均价格的基础上,另外我们主要以优质的`服务赢得消费者的青睐。并派专人定期或不定期的到全市各个婚庆公司进行价格调查。在取得一定数据之后,结合当时的实际情况,采取相应的价格浮动措施。

(四)竞争策略

(1)价格竞争

公司创业初期由于使用的是总部的商标,所以公司的知名度以及社会的认可度相对较高,但由于我们公司的人员缺乏经验,所以在总部的允许下,我们将适当下调相关服务的价格。在未来也将采用浮动价格策略。

(2)服务竞争

公司以“婚庆服务,我们最专业”为特色,向广大顾客提供最优质,最专业的服务,让顾客感到物有所值,物超所值。

(3)优势竞争

由于我们是一家新型的,并且是以加盟形式的一家婚庆公司,所以我们拥有加盟的各项优势,而我们四位大学生也勇于打破传统婚庆的思想,主张个性化,让每对顾客都有一场属于他们自己的,独特的婚礼仪式。

(4)与主要对手的竞争

就目前江宁区内状况分析,我公司主要竞争对手是天禧婚庆公司。因此我们制定如下竞争战略。

1、我公司是一家婚庆加盟店,我们可以享受总部的各项支持措施,并且总部知名度高,我们公司可以节省大量宣传成本。

2、服务方面我们采取一条龙式的服务,突出我们的专业化,必要的时候可以请总部协助我们,是顾客满意我们的服务,也让他们放心的把婚礼交给我们。

3、由公司和广告公司配合,打造出具有公司特色的广告,包括电视广告,平面广告,邀请媒体记者参加公司的新闻发布会及产品介绍会。以此扩大公司在社会上的知名度。

(五)推广策略

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找