

厦门活动策划 商业路演布展 商业推广 企业年会 咕咪传媒更专业

产品名称	厦门活动策划 商业路演布展 商业推广 企业年会 咕咪传媒更专业
公司名称	厦门市咕咪传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	咕咪传媒:厦门市咕咪传媒有限公司 厦门活动策划:企业年会策划 福建厦门:厦门/集美/海沧/同安/翔安
公司地址	厦门市湖里区仙岳路1933号快乐天地A塔1506
联系电话	0592-5222552 13850082388

产品详情

活动策划 / 路演布展 / 商业推广

厦门市咕咪传媒有限公司 设在福建厦门，公司有着丰富的媒体运作经验与快速的市场反应能力，自身拥有厦门6000多栋楼宇平面广告+岛外候车亭媒体资源运营管理，仍在快速拓展中，并以“整合资源、专业服务、品牌化经营”作为客户服务理念，整合各渠道媒介资源，配合广大企业市场营销方案落地执行，提供强势的广告发布平台和务实的媒体投放建议及活动策划 / 路演布展 / 商业推广，为多方位塑造企业品牌提供专业的咨询及媒介管家服务。

公司服务众多 品牌 客户:

如：可口可乐，中国移动，中国联通，58同城，BOOS直聘，贝壳房产，茅台集团，***集团，朴朴超市，大润发，宝马汽车，建发房产，国贸地产，美莱整形，建发医疗，海峡整形，欧菲整形，新东方教育，厦门大学，快乐学习，中国人寿，中国平安，黑谷科技，熊猫不走蛋糕，农商银行，民生银行，中国人民银行，银河植发，苏宁电器，爱马逊科技，禾露堂....

路演是在全国中心城市进行的关于品牌宣传活动和促销推广活动，具有非常重要的战略性和长期目标。

活动将采用包括新闻发布会、研讨会、座谈会、论坛和促销推介会等多种形式，使政府和相关部门了解项目的经济实力和项目的理念，为后期区域扩张奠定基础；

活动路演 使各中心城市的相关行业了解*项目的经济实力、专业水平，为张扬品牌和后期合作奠定基础；

路演使各中心城市的消费者了解*项目，使之成为消费者的**品牌，同时为后期进入中心城市市场作好准备。

在路演活动的过程中，通过一系列的公关活动和媒体的宣传，***项目的品牌形象，***项目的**度，增强企业的竞争能力。

经过行期一年的路演后，*项目将在行业中突现出来。

*饮料路演活动策划方案

作为新兴的饮品，它的推广与销售渠道、关于饮品的活动是紧密联系的。

其中路演作为大型的促销活动，贡献*大！

路演就是外展加舞台。舞台聚集**，演出是为了**销量，并不是为了做公益表演，一定要将公司和产品宣传效果*大化。

帐篷是舞台宣传的承接，表演*终的目的就是抓销量，两手都要硬！主持人和责任人是活动成败的关键，具体实施方案如下：

第一步：场地确定

1、场地选址：

路演位置一定要选在大终端、营业员强势、人**大有空地可以摆置舞台和帐篷。终端是路演的承接，路演是终端的延伸，两者互为影响，只有好的终端承接才能发挥路演*大的效果。

2、场地联系：

场地必须至少要在计划活动日前一星期落实好。

场地的联系请注意与商场和城管两者之间的协商。

联系场地时要把舞台和帐篷的摆放位置，可放置舞台大小的尺寸，电源，临促活动范围等问题确定好。

了解活动当日是否有别的品牌的活动信息，特别是竞品。在学生聚集的学校，则要落实好与校方的联系：场地的联系、学校保安的沟通、学生组织的合作等。

第二步：演出队伍

1、队伍的确定：

演出队伍的效果是整场路演活动的活动兴奋制造点。

演出队伍有两种组成方式。一是请演艺公司。二是请艺术类的学生（主持人和舞蹈，音乐）组成。三是自编自导。

促销员，业务人员，代理商人员，自己出节目，自己主持！此外，临促的队伍更是品牌推广的关键，我方会联系能说会到，富有销售经验的促销员。

2、费用的确定：

以上三种方式，费用递减。但是请演艺公司需要考虑费用的合理性。浙江近乎目前的演出公司费用标准（参考）元（4小时/一日/2场）-----元（4小时/一日/2场）。

其中费用需要考虑是否含舞台音箱设备。演出人员的数量（至少音响师一名，支持一名，舞蹈两名，男女歌手各一人）。

以上这些一般都是包含在内。临时促销员，300元（12小时/一日），管理设计费用为总费用的百分之8个点。

第三步：确定主题

1、主题的确

路演主题要与举办这次活动的实际日期和情况相符合，可以结合当地特色创新，主题不同，吸引消费者的噱头也不一样。

多次路演会让消费者失去审美价值，不要认为路演做过很多次了很有经验而不去花心思，这样的路演促销只会越来越没效果。

主题的确需要考虑几个因素。

第一，避免商业化过于严重，尽量贴近公益性和娱乐性。

第二，理解简单，敢于创新，富有特色。可结合活动游戏或者活动形式选取主题。

第三，彩页，海报，背景布主题一致！

2、活动形式的确定

A、试饮

路演现场在人**大的场地进行试饮。

B、抽奖

抽奖作为很多路演的必选形式，在一定程度上还是有吸引力。

但是目前这样的形式已经被各大厂家使用，所以我们的形式和力度一定要大。

奖项一定要高，中奖率要公布，抽奖形式的确定！

C、促销

此次，力度要大，刚进入市场的饮品，*重要的是先获得消费者的肯定，可以一定程度低于市场价进行消费回馈。

第四步：物料准备

1、包料到人

促销物料分为宣传物料和活动物料。

宣传物料用来制造声势、扩大宣传。原则是能摆三个就不摆两个，气势越大越好。

活动物料用来俘虏顾客，确保所需。

每件物料不论大小都要有专人按照物料准备清单包料到人，责任到人（见‘路演物清单’），确定物料准备人，物料数量，物料到位的时间，*迟必须在演出前两天都完成。

2、特制彩页

设计专门的路演彩页，一面是详细的主推机型功能的具体介绍，另一面是活动主题，*赠信息/抽奖信息，路演时间和地点。

确定好彩页数量，必须提前在演出前一周印*出来，方便预热，彩页必须具备到现场免费领取礼品（垫板，练习本，扇子）的功能。

在条件允许的前提下，彩页可体现一定的娱乐信息！

一场路演一般用1 - 2万份单页

第五步：人员分工准备

1、总指挥（特别强调）

整个活动必须有一个人全程组织领导，协调统筹整个活动，监督每个团队的作战行动，是整个活动的灵魂人物。

其工作是战前动员、点到、分配销量任务、及时通报销量变化情况、组织喊口号、指导现场人员销售、迅速解决突发情况、战后总结、点评活动及个人表现。

2、临促队伍建设：

定人定岗。促销人员必须有经验，能说会道，了解本产品。

针对性培训。把临促分为宣传员（发彩页、引导顾客、举牌、喊口号）和讲解员两大类培训，然后按照路演现场区域情况制作培训计划。讲解员也要具备是个**的宣传员，培训要人人过手。

3、主持人：主持人直接关系舞台表演的影响力。

主持人要有非凡的激情，具备亲和力、渲染力、控场能力和应变能力，并了解诺亚舟公司及其活动当日主推产品特色卖点。

主持人要明确当天路演是以销量为导向，知道*赠信息，活动的节目流程，要与每个节目的表演者深度沟通，知道节目中准备的小礼物是什么，数量是多少。

主持人实现需要公司的培训，了解公司的产品，了解产品的各类特色。

4、演出人员：节目的表演不需要找专门的演出公司，演出公司表演的节目太大众化和商业化，且费用高。

我方将联系校方、少年宫内**的表演者进行精彩的歌唱、舞蹈等表演，演出同时穿插产品的介绍。

第六步：预热

路演活动当天**要旺，前期的预热很重要，一定要让更多的人知道总统饮料是在什么时候什么地点举办大型表演活动，尽可能提前5-7天时间到活动地点周边学校、社区、超市商场等处发放。

面要广，要发透。

区域经理和业务人员必须带队、监督发放。发放人员要进行针对性培训，要对目标客户群体有声发放，告之活动地点及优惠的内容。

彩页预热注意事项：

“定点”：既是分地方预热。菜市场。街道商铺。休闲广场。学校与商超。乡镇等。

“定时”：某个时间段到某个地方预热，这样可综合利用时间达到**效果。

例如，早上到菜市场，上午，下午到街道商铺，中午到培训中心，学校。傍晚到休闲广场与商超等

“定人”：业务人员或促销组长对自己小组的预热效果负责。搭配人员分工预热，统筹规划！

第七步：战前动员

活动前一天把要参与此次活动所有相关人员都召集在一起开动员大会。

把每个人该做的工作细化到每个人的身上，每个人都要明白自己在活动中担当的角色和任务。

A.介绍基本情况。包括路演主题、*赠信息、活动时间地点、销量目标。（活动责任人根据活动地点人**、以往销量、竞品促销情况、路演投入成本仔细核算确定销量目标，细化目标销量。）

B.分组、分配销量到组。2 - 4组，有竞争有合作。设组长，宣布提成办法。制作海报，公布销售和拉客竞争情况。

C.喊口号。鼓舞士气。（提前练习口号）

路演中：第一步：点到

1、清点人数：在规定上班时间前30分钟先清点所有工作人员和临促人数，还未到的先打电话，确定到达时间；

2、集合、整队，签到：6人以上（包括营业员、业务）的队伍排成相对的两排，领队站在两队之间点到。用当天临促工作名单点到，要求大声点到、大声答到，点到的同时队友之间相互认识（要求领队事先熟悉临促名单，当场就能叫出临促名字，禁止使用“喂”“谁”）；然后每个人在其相应名单后签到。

第二步：分工

拿出前一晚事先列出分工名单，指明每个人具体的工作；

每个临促所工作的岗位。确定现场站位，强调团队内部的相互配合和团队之间的相互协作；

第三步：销量分配

- 1、以销售点（每个帐篷和柜台）为单位将总销量细分到点上；
- 2、以团队为单位宣布每点的销量目标，强调销量要团队完成，切忌将销量分配到个人；
- 3、以问答形式确认每个团队的销量和人头数；
- 4、布置活动现场，熟悉商场柜台路线，观察收银台、竞品柜台、电梯口等有利地形和路线。

第四步：节目安排

1、节目流程参考：

上午：8点之前 现场布置（舞台搭建-**前一晚搭好；音响调试；背景安装）

08：00—09：30播放广告。发传单，活动预热，举牌游街

09：30—09：50主持人对公司进行介绍，介绍活动主题，活动开始。

09：50--10：15节目表演10：15--10：30游戏互动、产品展示（只要**旺就展示产品）

10：30--10：40节目表演

10：40--10：55互动游戏

10：55--11：15产品介绍、互动游戏（吃西瓜比赛，踩气球比赛等）

11：15--11：25节目表演

11：25--11：30主持人总结活动

下午：下午的节目时间从三点开始到五点结束。活动安排可以重复上午的流程。

第四步：现场监控要点

1、喊口号

整点喊一次口号，并根据现场情况增加频次：如士气低落时、人**大时、竞品柜台有人围观时、产生销量时；

2、举牌游街

在活动现场没多少人时（如舞台表演结束后），到活动地点周围进行举牌游街，尽量将宣传效果*大化。

举牌游街时注意牌要举正，脚步要齐，口号要响，特别安排一人在一旁沿途发放彩页。

3、解决问题

在活动中一听从总指挥安排，无论发现任何问题要及时向总指挥反映并立即解决。

路演后：

战后总结（15-30分钟）：上午活动结束后，总指挥应该及时把所有人员集中进行简短总结，当天活动结束后所有人把物料收拾完毕后由总指挥组织交流心得。

先让每组的负责人总结本组工作，再让每个人以百分制来给自己打分，用两分钟总结自己今天的表现*后由总负责人总结经验指出不足，表扬先进和典型，宣布临促当天所获得的工资。

目的是总结经验，加强不足的地方，**临促的集体荣誉感。

路演活动范例(多张)

咕咪传媒是一家专注于厦门活动策划、商业路演布展、商业推广和企业年会策划的公司，总部位于福建厦门。作为一家专业的活动策划公司，我们致力于为客户提供全方位的专业知识、细节和指导，帮助他们打造出成功的活动和推广活动。

咕咪传媒的优势

丰富的经验：作为一家经验丰富的活动策划公司，我们在厦门地区积累了丰富的经验和资源。我们深知如何根据不同行业和目标受众的需求，量身定制*适合的活动策划方案。

专业团队：咕咪传媒拥有一支由经验丰富的活动策划师、设计师、执行团队和演艺公司组成的专业团队。无论是活动策划、布展还是推广执行，我们都可以提供*专业的服务。

全方位合作：我们与厦门地区的不同行业和企业有着广泛的合作经验，可以根据客户的需求和预算进行灵活的合作方式，确保活动顺利进行。

厦门活动策划服务

咕咪传媒为客户提供多种活动策划服务，包括但不限于：

企业年会策划：我们可以根据客户的需求和预算，为企业定制独特的年会策划方案。无论是主题设计、节目表演还是会场布置，我们都能够提供专业的指导和服务。

商业路演布展：对于需要进行商业路演的企业，我们可以提供全方位的服务。从场地选择、演讲者安排到展台设计和展示材料制作，我们都能够协助客户取得成功。

商业推广：无论是新产品发布还是品牌推广活动，咕咪传媒都可以提供专业的策划和执行服务。我们可以帮助客户找到*适合的推广渠道，并制定切实可行的推广计划。

活动执行：咕咪传媒拥有一支经验丰富的活动执行团队，可以为客户提供现场指导和协调。无论是会务管理、活动安全还是现场布置，我们都能够确保活动的顺利进行。

服务区域

咕咪传媒的服务覆盖福建厦门地区的各个区域，包括厦门、集美、海沧、同安和翔安。不论您的企业位于哪个区域，我们都可以为您提供专业的服务。

问答

问：咕咪传媒如何保证活动的成功？

答：咕咪传媒拥有丰富的经验和专业的团队，可以为客户提供详细的活动策划、细致的活动执行和全方位的服务。我们将根据客户的需求和目标，制定切实可行的策略并确保活动的顺利进行。

问：咕咪传媒的收费方式是如何的？

答：咕咪传媒的收费方式是根据客户的具体需求和活动规模来确定的。我们将根据客户的预算和项目要求，提供详细的报价和费用明细。在确定合作时，我们将确保双方的权益和利益得到保障。

无论您需要厦门活动策划、商业路演布展、商业推广还是企业年会策划，咕咪传媒都可以为您提供专业的服务。请联系我们，了解更多关于我们的服务和合作方式。