# 婚纱策划书概要(大全11篇)

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-08-10

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。婚纱策划书概要篇一绿色婚纱张静...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**婚纱策划书概要篇一**

绿色婚纱张静茹每次上学放学，都要路过一家婚纱影楼，总是随意地瞟上一眼新到的婚纱。喜欢漂亮的纱裙，这是我自小就有的毛病。宽大的落地橱窗里，总是很拥挤地摆着几个衣架，挂着或红或白的几件，样式很漂亮，却总觉俗套，并未引起我的注意。直到有一天，那是个有风的下午，太阳慵懒地照着，人也觉得有些散漫，就在我那一瞥的时候――呵，我差点惊喜地叫出声来。橱窗里的摆设焕然一新：偌大的橱窗，只留下一个衣架，挂着一件绿色的纱裙。是那种早春的绿色，翠绿中透着鹅黄，青涩的质感被一层层的`薄纱诠释得无以复加，像初生的柳雾，像新鲜的青苹果冻，引诱着人的眼睛，绿色的纱质上没有任何的赘饰。很普通的样式――简洁的半袖上装，底下是如金鱼尾般层层散开的裙裾，只在左肩处缀一朵灿烂的太阳花，像极了早春的风格――干净、清流，却不失明丽。阳光斜斜地照过来，射着裙角，透过层层薄纱，滤过的阳光竟有些微微泛绿。橱窗背后，店里橙色的灯光映着乳白色的墙壁，成了朦胧的背景，就好像是梵・高的印象派色彩画。店外，同样嫩绿的树枝轻轻摇摆着，在早春的风中跳着圆舞曲，于是风的涟漪也带上了绿色的痕迹。看着眼前绿色的世界，我不禁笑了――一件纱裙染绿了整个春天。那么，将来会有一个怎样的新娘穿起它呢。或者，这就是专为春天的花神准备的嫁衣吧。评语：想象丰富奇特，观察细致入微。一个平常人一见而过的照像馆礼服柜，被小作者点缀成了“绿的世界”，给予了这礼服柜无穷的价值，同时，也给春天新意。由此，可见小作者对生命的热爱和对美的事物的无限遐想。“书中自有黄金屋，书中自有千钟粟。”愿你在书的宝库中拥有更“绿的世界”。陈昌卫

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**婚纱策划书概要篇二**

278、【灰太狼婚纱摄影工作室】

279、【时空记忆】

280、【生活秀婚纱摄影】

281、【如影随形】

282、【娜朵嫁纱】

283、【花嫁婚纱礼服店】

284、【萌萌工作室】

285、【伊丽纱白高档婚纱馆】

286、【映像婚纱礼服店】

287、【凯妮婚纱礼服店】

288、【华芬庭婚庆】

289、【幸福起点】

290、【小清新摄影工作室】

**婚纱策划书概要篇三**

活动主题：“让单身狗羡慕嫉妒恨\"甜蜜大礼包，多重豪礼大放送，火热抢先。

11月11日，单身狂欢日。

柔情似水，佳期如梦，浓情四溢，缘定今生。

在这个狂欢的日子里

要送什么礼物给心爱的他(她)呢?

拍一本专属你们的写真集，

来记录属于您们

独一无二的甜蜜和浪漫。

婚纱照系列及写真系列均可参加此优惠活动，前77位即可获得xxx优惠

活动时间：xx年11月11日，限前77位订单者，享受此优惠权限!

活动地点：xx婚纱摄影公司

说明：活动套系及大礼操作时可根据影楼情况自行选择更改

**婚纱策划书概要篇四**

活动主题：“浓情七夕浓浓爱意\"甜蜜大礼包，多重豪礼大放送，火热抢先。

农历七月七日，东方的情人节。

柔情似水，佳期如梦，浓情七夕，缘定今生。

在七夕这个甜蜜的日子里

要送什么礼物给心爱的他(她)呢？

拍一本专属你们的写真集，

来记录属于您们

独一无二的甜蜜和浪漫。

婚纱照系列及写真系列均可参加此优惠活动，前77位即可获得xx-x优惠

活动时间：xx年8月6日，限前77位订单者，享受此优惠权限！

活动地点：xx婚纱摄影公司

说明：活动套系及大礼操作时可根据影楼情况自行选择更改

**婚纱策划书概要篇五**

加者实地拍照摄影活动，信息部后期制作并传播。

《微摄影微生活》

在信息中传递你我的快乐

主办单位：广东xxxx术学院

承办单位：管理学院团总支学生会信息部

协办单位：广东xxxxxx业技术学院摄影协会

分别去不同的地方沿行记录并拍摄，（地点由信息部人确定）途中的活动和娱乐由信息部成员规定两个，另外收集参加学生的意见，希望有什么娱乐，留两个名额，本活动参加者经费自费。回校后收集同学们的照片和视频，制作出来，再发放给参加的同学、部门，图片和纪录片在全校各大微博、海报上展示。本策划方案对于喜欢旅行，喜欢团体活动，喜欢拍摄，不受院系拘束，交友合作的同学们有极大的吸引力。

**婚纱策划书概要篇六**

一、活动主题：爱在\*\*，为爱专一

二、活动目的：通过此次活动，提高酒店知名度、美誉度，促进酒店品牌形象的提升。

四、活动地点：\*\*\*

五、活动人数：300

六、活动形式：主题婚纱礼服show（商家展示、超级大奖抽奖）

七、各部门活动计划

1、市场销售部：

a)设计与落实酒店\*\*\*场景的布置。

b)落实参展客源。

c)落实参商铺赞助商。

d)设计活动门票及一系列的宣传广告。

e)负责活动的具体落实与各部门的工作协调。

2、餐饮部：

a)协助婚纱公司对滨海厅台型的布置。

b)落实参展客源。

c)当天安排多名服务员，做好现场服务工作。

3、财务部：

a)门票的领用、门票的汇总和统计工作。

b)婚纱展现场的检票。

c)参展商铺收费统计。

4、采购部：

a)联系活动参展商铺。

5、工程部：

a)配合宴会部完成酒店滨海厅场景的布置。

b)做好活动期间设施设备的检查和维修保养，并确保当天活动期间的使用安全性。

c)完成酒店外围灯光及检查工作。

6、安全部：

a)负责活动期间车辆停放和进出疏通的安全防范工作。

b)负责活动当晚入场的次序和现场的安全保卫工作。

3、xx月xx日完成：

a)婚纱公司演职人员走台。

b)婚纱展场地的装扮（活动提前2天装扮）。

c)各部门进行自检。

d)所有奖品及参展商铺的到位。

e)xx月xx日由副总经理带队进行全面的检查工作。

f)xx月xx日所有参展铺到位进入会场，宴会部做好物品的保管工作。

g)xx月xx日所有工作人员到位，开始接待任务。

市场销售部：年月日

**婚纱策划书概要篇七**

一、市场导入阶段

新开影楼或效益差的影楼，可能面临三个困难的问题：

1、目标市场有多大？

多数影楼对自己的目标市场规模（消费额及总对数）究竟有多大不是

很清楚。所以影楼首先要探索的是市场潜力。

2、有多少顾客是要从竞争对手夺来的？

3、必须考虑在新的市场中，要争取的目标顾客

有多少来源于竞争对手，尤其是影楼领导者的顾客，他们对原来老品牌的忠诚度有多高。

4、采用何种进入市场的策略？

影楼进入老市场有两个目标：盈利目标和市场份额目标，占领市场的速度有

两种：快速和慢速。影楼采用哪一种策略占领市场呢？这要综合影楼自身和市场两个方面的多种因素：

（1）、定价决定影楼的盈利水平，同时也决定了市场规模，影楼为了达到盈利最大化，产品定价 会较高，能消费的起的人就少，从而限制了拍摄数量，那么影楼就必须走精致化的道路。

（2）、如果影楼是追求市场份额为目的，那么就从微利角度制订价格，从而使人感到经济实惠，使 大众顾客都能消费得起，继而扩大市场份额。

（3）、影楼品牌入市速度的快慢取决于品牌的知名度，知名度高时，只需要花费很少的时间和费用 消费者就会知道，而品牌知名度低的影楼，要让消费者了解其特点、价格、服务、利益等，需要很 强的促销力度。

影楼在市场导入阶段会遇到以下几种情况：

（1）、不太清楚你的市场额是多少，所以影楼要制定的占领市场份额目标是，如在1-2年内市场份额占总体市场份额的25%-45%的目标。

（2）、要争取原来属于领导者品牌的顾客，瓦解他们对原来领导者品牌的忠诚度，如果你的影楼品牌没有独到之处或强大的促销力度是很难让顾客相信新品牌的。

（3）、新影楼进入市场时有一部分比较关心品质，对价格的承受能力大一些，所以新影楼或知名度低时应在拍摄风格、产品品质、消费当初上下工夫。

（4）、还有一部分顾客只注重价格，这些顾客对品质的要求低一些，那么影楼要为顾客提供物美价廉的产品和服务。

（5）、还有一部分对新影楼不了解，甚至还有人对新品牌的真实程度产生怀疑，存在拒绝心理。

（6）、大部分消费者是理性的，有较成熟的消费理念，只要他们了解了产品的品质、看到优质和新牌的风格及特色超群，他们是会做出明智的选择的。

鉴于上述主观与客观情况，影楼要想获得进入市场的成功率，应遵循以下操作原则：

（1）、集中资源，快速进入市场。

快速进入市场的方式之一就是用大力度的促销手段来“炸开”市场，通过相当的优惠价格来引起市场的关注，同时，也可以利用大力度的促销对市场进行一次探底，看看在促销过后在市场中的顾客有多少。另外促销的优惠折扣应以25%-30%左右为宜。

（2）、分阶段执行，适可而止。

可以设定30天或40天的促销周期，可分割成几个阶段来运作，前十天或十五天举办第一轮的促销活动，中间10天停止促销，最后十天或十五天举办第二轮的促销活动，这样做有几点好处：

一、是在消费者还没有对折扣价格形成心理定势之前第一轮促销活动就停止了，已避免对新影楼的促销活动产生习以为常的心理。

二、是在停止期间消费者之间对第一轮的促销活动进行传播，增强对新影楼促销的期盼，当再次举办促销活动时，消费者会人为这是一次难得的优惠的机会。

**婚纱策划书概要篇八**

一、促销背景：

1、全情市场状况：

婚纱摄影作为结婚的时尚方式被越来越多的妙龄青年及其父母们的认可，由于工作等其它原因，大多数情侣选择在“五一黄金周”期间的结婚。根据调查显示xx目前市场上共有大小影楼xx家，其中中小型影楼占据比率最大。但是，大型婚纱摄影公司攻占xx市场的有xx家。这些影楼市场规模庞大，而且知名度较高，人气极旺。

2、竞争分析：

主要来自于大规模影楼以及附近的同等影楼的宣传强度，而且本公司致命度及形象还未完全树立。

3、消费者分析：

五一前后的新婚夫妻以及希望留念补照的中老年夫妻。这些人收入稳定，有着很好的文化素质，多数都已占有一席之地。

二、swot分析。

（一）优势分析：

1、巴黎春天在xx市及周边地区有一定的知名度及美誉度。

2、五月推出的特别活动婚纱摄影、情侣套餐、全家福、个人写真等优惠活动。

3、价格在同类产品中，产品价格较低，而且质量和服务都是较好的。

4、各大摄影楼公司推出过较多促销优惠活动，但是并没有本公司的活动具有针对性、密集性，而且活动的优惠服务的`面也扩大。

（二）劣势分析：

1、同档次的产品竞争比较激烈。

2、消费者对新活动了解不多，很难深入人心。

3、人们对新的活动存在偏见（有些人总是不太喜欢尝试新的事物，对新事物有所偏见），同时也害怕上当受骗。

（三）机会点：

1、新活动具有是针对性服务的，在同类活动中，还未有针对性服务的活动。

2、促销计划不仅可以吸引新顾客，同时可以拉动老顾客的再次消费。这种促销同时也建立了一个顾客群体。

（四）威胁：

1、在五一市场活动中，其他竞争公司肯定也有新的活动的推出，对公司活动造成一定程度威胁。

2、该活动具有针对性服务，享受顾客面会受到一定程度的限制，失去竞争优势。

三、促销目标：

1、占领xx市场策划、制定新活动进行的从推广期到成熟期的整体促销计划，让消费者尽快了解活动。

2、提高公司知名度，能够深入到xx的各家各户，达到一定的认知量。

3、让消费者逐渐对该活动产生兴趣，成为巴黎春天的忠诚消费者，提高销售量。

四、目标消费群分析：

（一）重点目标消费群：

新婚夫妻及20——30人群。

（二）辅助目标消费群：

希望留念补照的中老年夫妇及儿童。

（三）目标消费群特点：

1、有一定的经济基础，购买力强，消费心理成熟，文化素质较高，具有开放心潮思想。

2、注重生活情趣，享受快乐。

3、追求时尚及品牌服务。

五、促销活动：

1、20.xx——：让xx大部分地区的消费者了解到此次新型促销活动。在各大超市发放宣传单，各档期促销活动报纸宣传，推出“寻最——谁是最深情的新娘”活动，街边发送宣传页，悬挂大型展示牌。（宣传期）

2、20.xx——：让大多数消费者接受此产品，既而对此产品产生浓厚的兴趣。利益诱惑，实惠浪漫，宣传起推动作用。发送“真情互动卡”、有情人浪漫百分与酒店联合举办“情真+”摄影喜宴活动。（活动期）

3、20.xx——：让大多数消费者信赖本公司，成为忠诚的影楼消费者强化品牌形象。做好报纸电视广播广告，树立品牌，良善服务。（成熟期）

五、促销范围：

1、目标范围：xx市地区。

2、范围计划：在五一期间得到消费者认同，奠定消费基础。

3、促销主题：

（1）活动主题：温馨送五一，浪漫新婚有好礼。

（2）活动业务：婚纱摄影、情侣套餐、全家福、个人写真。

（3）活动方式：设置“浪漫”写真套系、制作“真情互动卡”。以发售“真情互动卡”方式拓展此项业务活动操作办法。推出“寻最——谁是最深情的新娘”活动，得奖者获得玫瑰之约“真情永远免费摄影活动”，限定名额。

**婚纱策划书概要篇九**

圣诞快到了。天气也逐渐变冷了。对于年底结婚的人来讲的话这个时候是拍摄婚纱照是比较纠结的事情，为什么呢？主要是因为天气冷，拍摄室外的外景的话一般人都会表情表现不好。关于这个问题小编下面提供活动方案，希望能帮助到你。

圣诞“嫁”：

选择“圣诞”系列，抢订任何婚纱套系，预付300元换购网上团购6折优惠，即送价值2024元神秘圣诞礼物！

元旦“嫁”：

选择“元旦”系列，抢订任何婚纱套系，预付300元换购网上团购6折优惠，即送跨年度见证爱情拍摄花絮18张！

更有“嫁”外惊喜！

团购结束时，如果您所选择的节日系列团购量比另一个系列更大，如：团购“圣诞”系列的有1000个，团购“元旦”系列的有998个，那么，和您一起团购“圣诞”系列的“团”友们都将获得由xx婚纱影楼网络婚纱摄影提供的30寸精美放大相片1张（含过油压莫）！

备注：前5名参加团购的团友，无论选择哪个节日的优惠方案，均可再获水晶魔方1个！

团购报名方式：

网友参与奖：

积极回帖告诉我们，如果您所选择的节日同时也是更多人的选择，那么您将有机会获得：价值99元写真拍摄体验卡1个！无需抽奖，只需回复即有机会，回得越多，中奖机率越高！（在下面留言版处回贴即可）

圣诞vs元旦的pk大赛，你参与了没有？

特别申明：此优惠只限于网络报名客户享受、报名后过来店里联系xx婚纱影楼网络主管方可享受此网络团购优惠。

**婚纱策划书概要篇十**

通过“浪漫七夕夜”这一主题，紧紧抓住围绕“有情人”这一心理，展开商品促销和活动促销，以吸引客流，提高知名度，达到销售的目的。大力推出“降价风暴”的降价促销活动，让消费者感到真正的降价优惠。

二、促销时间

20xx年x月xx日——x月xx日

三、宣传档期

20xx年x月xx日——x月xx日

四、促销主题

1.示爱有道降价有理

2.备足礼物让爱情公告全世界

五、商品促销

“七夕情人节”是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到销售。

1、商品特价

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2、主题陈列：8月16日——8月20日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用厨窗摆放，如没有厨窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a、情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象。

b、各店必须包装至少11份以上的“饰品套系”用于主题陈列。

六、“浓情头饰花束”

1、以头饰为主，现价按原有价位6-7折卖，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品xx元以上的顾客均赠鲜花一支。

2、制作“浓情头饰花束”售价表，提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3、免费送货服务，要求饰品超过xx元，送货范围不超过2公里。

七、活动促销

1、情人气球对对碰

费用0.155元/套。

2、会员卡赠送

凡购买情人节系列商品（不限金额），即可赠送会员卡一张。

注意做好会员卡资料登记工作。

八、宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕、dm投递等。

九、店内布置

1、备足礼物“让爱情公告全世界”门前写真招帖

a.店门口美术笔手写招贴（含优惠策略的具体内容）。

b.彩色横幅一条：内容为“示爱有道！降价有理之降价风暴”。

c.购买或租用心形气球做店面装饰。

2、柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净。

3、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

十、联合经营

与当地鲜花店达成合作协议，相互提供商品，以增加双方销售量如购买xx元鲜花，赠由xx提供的饰品一份或会员卡在xx购xx元饰品，赠由xx鲜花店提供的鲜花或优惠卡。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**婚纱策划书概要篇十一**

活动时间：20xx年5月9日~5月20日。

特刊时间：20xx年5月20日。

主办单位：xx报社。

特别支持：xx市婚庆礼仪行业协会。

协办单位：xx。

活动内容：

1、5月9日开始，面向全市征集集体婚礼参加者。5.20日举办集体婚礼。

参加群体：低收入市民、新市民。

征集形式：硬广电话报名、与民政局、xx联系。

参与形式：免费。

赞助提供：婚庆公司、婚纱影楼、车队、旅行社、婚礼举办场地、婚宴提供；

负责人：广告处各个部门

2、特刊-5.20，我爱你，帮您办婚礼。

经济专刊部特别推出5.20，我爱你，帮您办婚礼专刊，就婚纱、婚庆、婚宴酒店的选择等问题给准新人提出相关建议，网罗国内外优秀案例，并结合本地优秀商家案例给予点评；给出选择家纺类产品的几点建议，比如家纺产品的花色如何搭配室内装修风格、家纺产品各种材质的优缺点比较等等；与旅行社共同设计适合蜜月旅游的线路，针对不同消费层次，设计国内长、短线，境外游，海岛游等线路。更有喜糖盒、保证书、请柬的个性设计案例相配合，使得活动版面更加活泼生动。

版面负责人：经济专刊。

广告支持：广告处各个部门。

由xx市婚庆礼仪行业协会推荐各个行业口碑品牌，用三百字左右的文字对每个口碑品牌进行介绍，提高品牌诚信度，让准新人了解该品牌的特点，并在选择的过程中对该品牌有所偏重。

版面负责：经济专刊。

内容提供：婚庆协会。

本次活动共涉及婚纱、摄影、珠宝、酒店餐饮、家居、家纺、旅游、家电等多种行业，作为参展单位，商家可利用硬广、软文等多种方式进行品牌展示，让准新人们更好地了解品牌文化、商品价位、优惠活动等内容。

负责人：广告处各个部门。

1、集体婚礼冠名费：xx万元（含冠名、特刊报眉、等值广告等）；

2、集体婚礼赞助：采用置换形式，换取等值广告；

3、特刊优惠：各个行业均执行活动优惠价格。

1、5月3日开始，各个行业主任根据本策划案内容，根据行业特点制定本行业策划案，发各自客户手中，并在5月6日前，定下集体婚礼冠名赞助商、集体婚礼赞助商；集体婚礼赞助商是重中之重，必须在本周内完成，并且由赞助婚庆公司提供本次集体婚礼的策划案。

2、5月9日开始，每天上通栏硬广一个，宣传本活动；（共10期）

硬广要求：以集体婚礼为主要宣传导向，辅之相关活动内容；

3、5月13日前，各个行业必须完成本次活动相关广告2家（以通栏为底线，以合同为基准）。

4、5月9日~5月20日特刊之间，经济专刊提供至少2次新闻报道，5次软文报道本次活动。

具体时间经济专刊自行安排。

新闻报道建议方向：低收入、新市民的艰辛婚礼之路（采访报名集体婚礼的人）；集体婚礼大型调查问卷等。

5、5月16日，根据集体婚礼策划案，分配各个部门负责区域。各个部门根据自己行业介入本次活动情况，提交行业介入形式（现场广告牌、现场展位等）

6、5月19日，至婚礼现场，做好婚礼的相关布置。

7、5月20日当天，经济专刊派记者采访婚礼现场，并与5月21日出版婚礼现场报道；

4、其他行业请务必完成本行业任务，支持本次活动。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn