# 最新婚纱店活动策划方案(汇总9篇)

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-09-08

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**婚纱店活动策划方案篇一**

二、网站定位分析

1、网站的定位

2、网站经营目标

3、网站平台作用

4、网站建设的目的

三、网站整体策略

1、网站建设五要素

2、网站首页栏目规划

3、栏目详细介

四、网站实施说明

1、项目实施流程制作周期

前言：一个企业网站的成功与否与建站前的网站策划有着极为重要的关系。在建立网站前应明确建设网站的目的，确定网站的功能，确定网站规模、投入费用，进行必要的市场分析等。只有详细的策划，才能避免在网站建设中出现的很多问题，使网站建设能顺利进行。

全国每年约有近1000万对新人结婚，统计数据显示。仅，全国就有1145.8万对新人登记结婚，登记结婚新人数量连续两年突破1000万大关。结婚人数的猛增，使得全国城镇居民因结婚产生的直接消费总额直线上升。而结婚的新人里约88.4%的新人需要拍摄婚纱照。婚纱摄影已经形成了一个巨大的消费市场。

随着网站建设热潮的兴起，不少婚纱摄影公司纷纷建立了网站。但是网站建好了，是否代表着客户就会送上门呢?答案是否定的。茫茫“网海”之中，要在竞争对手中脱颖而出，让客户“爱”上你，绝对不是件简单的事情。

婚纱摄影公司要通过网站来吸引用户，做好销售，首先要纠正一个观念：网站不是摆设，而是商家与用户沟通的桥梁!网站就像人一样，外表(页面设计)、谈吐(网站内容)、举止(网站互动功能)都在影响着用户对婚纱摄影公司的判断，决定了用户是否愿意与你展开合作。

二、网站定位分析

1、网站的定位

展示形象及会员互动交流的企业网站，展示企业和文化。

2、网站经营目标：

以成功网站平台营销，打造强势的网络品牌形象及促进销售。

3、网站平台作用：

传播企业文化，经营理念，介绍丰富的业务信息，搭建沟通互动家园。

4、建站的目的：

1.通过公司网站更好的进行形象宣传。2.展示企业实力，让，潜在的客户通过网站了解某夫人。3.更方便快捷的发布相关新闻。4.通过公司网站更好拓展市场.5.通过公司网站更好的展示企业文化，树立良好形象。6.通过公司网站更好的为企业发展招聘人才。7.全面介绍展示某夫人婚纱摄影公司的各种服务.

三、网站整体规划

网站设计要求及建站思路：

1.体现大型企业的领导形象，有亲和力、简洁、大气、体现时代气息。

2.色彩及风格上以公司的vi形象特点为基础。

3.栏目设置上做到详略得当，结构脉络清晰，便于访问，突出企业核心业务。

4.实现信息准时、快速的采集、编辑、审核、发布及传递。

5.人性化的动态后台管理，简洁的管理界面与强大的管理功能的有机结合。

6.多种技术和表现形式相结合，大量运用视频，图片，让消费者更直观了解企业。

1、网站建设5要素：

1).网站形象

根据婚纱摄影服务公司的消费群体分析，网站将以快乐、休闲、时尚，又不失去庄重的中心思想设计，处处体现出某夫人对顾客的诚信服务和亲情关怀，同时体现某夫人公司诚信为本的企业经营理念，让顾客在网站上产生身临其境，闻其香、诱其色、顺其意、进其餐、醉其眠的感觉。

2).网站内容

网站内容首要考虑限度的方便顾客浏览、交流，获取更多、更详细、更实用的信息为原则。

在内容编排方面：将以公司不同类型的摄影作品、精彩的活动及公司形象展示等栏目为基础，在给访客良好的视觉愉悦的同时，充分发挥产品展示系统，在线预定系统，会员管理系统，信息发布系统的作用，给客户一个方便的信息服务平台。另外列举一些客户案例详细信息，突出公司深层次的良好的服务。从而提升企业文化和品牌服务文化的内涵，培养顾客对某夫人摄影品牌的忠诚度。

3).网站功能

网站的后台功能一定要操作性强、扩展性强，方便而且及时发布有效文字信息、图片信息和视频信息，管理会员，及时的与会员沟通，搭建一个良好的服务平台。并随着公司的发展可以随时增加新功能，满足网站不同层次不同阶段的升级需求。

4).网站安全性

网站采用软件加密及数据备份模式。

5).页面打开速度

后台设置页面自动生成静态网页技术、span+css技术提高网页打开速度，更容易、方便让搜索引擎搜索、收录。网页设计作为一种视觉语言，要讲究编排和布局，虽然主页的设计不等同于平面设计但它们有许多相近之处，应充分加以利用和借鉴。版式设计通过文字图形的空间组合，表达出和谐与美。一个优秀的网页设计者也应该知道哪一段文字图形该落于何处，才能使整个网页生辉。多页面站点页面的编排设计要求把页面之间的有机联系反映出来，特别要处理好页面之间和页面内的秩序与内容的关系。为了达到的视觉表现效果，应讲究整体布局的合理性，使浏览者有一个流畅的视觉体验，本网站设计计划采用多个栏目模板的设计，让网站访问起来给人以结构脉络清晰的感觉，使访客迅速了解到自己想访问的内容。

2、网站首页栏目规划：

主题摄影：主题一、主题二、主题三

婚纱礼服：系列一系列二

摄影基地：景点一、景点二

摄影指引：摄影流程、摄影须知

视频专区：新人mv、广告欣赏

咨询预约：服务价格、咨询预约、在线预订

新人新照：客户安例

会员俱乐部：入会申请、会员章程、会员卡、bbs论坛

3、栏目详细介绍：

1、关于我们：展示公司形象，让访问者能够通过这些栏目更好的了解公司。

1.1、宣言：展示公司形象，表达企业的愿景及美好期待。

1.2、公司简介：公司的详细介绍及形象展示。

1.3、发展历程：介绍企业品牌建设的风雨历程及荣誉大纪事。

1.4、专业团队：公司服务团队和销售团队的展示。

1.5、人才招聘：公司的人才招聘信息。

1.6、联系我们：公司的方位地图及联系方式，如介绍某夫人的地址、电话、传真、e-mail、网址等信息。

2、公司新闻

1.1、活动公告：公司活动预告，活动信息。

1.2、公司新闻：发布公司最新的新闻信息、活动新闻、产品新闻、内部新闻等，提高企业的威信，建立品牌的信任度。

4、婚纱礼服：展示和介绍各系列婚纱礼服，款式及报价，让意向客户通过网站更好的了解各系列婚纱礼服款式的基本信息，让网站像展厅一样给访客提供一个全面真实的网络展示平台。

5、摄影基地：展示和介绍公司的拍摄景点，为客户提供更完善更贴心的服务。

6、摄影指引：

1.1、摄影流程：为消费者提供摄影指导，如摄影流程，注意事项等等。

1.2、摄影须知：

7、视频专区：视频信息系统，主要用于公司广告片和公司精彩活动视频的展示和浏览，让访问者看到视频如身临其境，在感受公司企业文化氛围和良好售后服务的同时，建立潜在客户和老客户的信任度和忠诚度。

8、咨询预约：

1.1、服务价格：方便、快捷、了解公司各种摄影服务价格。

1.2、咨询预约：在线咨询各种服务收费流程及预约时间!

1.3、在线预订：在线表单提交系统，方便需要进行预定的客户通过网络进行预约，节省了时间和繁琐的程序，使服务更加人性。

9、新人新照：展示最新客户案例。

8、会员俱乐部：会员注册、章程、会员卡办理等会员的便捷网上服务，并让俱乐部成为公司会员的交流与分享的网络家园。

1.1、入会申请：为会员入会提供在线申请入会的端口。

1.2、会员卡：会员卡的展示及级别分类。

1.3、会员章程：会员入会的章程。

1.4、bbs论坛：bbs互动交流中心。

四、网站实施说明

项目实施流程:

1为客户提出网站策划的解决方案

2修改，确定网站详细内容

3客户准备相关资料，签定合同

4经确认后，开通服务器上传网上

5建设完毕后交由对方审阅

6修改，经确定开始设计整体网站

7用户审核主页设计

8培训相关人员

9提供网站技术支持

五、网站推广

1、竞价排名

所谓竞价排名就是通过购买搜索引擎相关关键词搜索结果页中的排名位置。比如我们在百度中搜索“成都婚纱摄影”就会看到相关结果，其后出现“推广”字样的就是购买的竞价广告位。

竞价排名广告位可以设置很多的关键词，而其中“成都婚纱摄影”就是其中的一个关键词，同时对很多准备来成都拍摄婚纱照的新人都会使用的一个关键词，这样通过百度竞价排名就会在搜索结果中有一个很好的排名位置，也更方便将意向顾客通过搜索引擎吸引到网站上，从而提高成交量。当然，对摄影行业来说，竞价广告的投入也是非常大的。

竞价广告是一种非常省时的网络宣传方式，只要你从广告中成交的顾客收益大于你的竞价费用的投入，那么这种网络推广手段是非常值得利用的。事实上已经有非常多的影楼工作室都在采取这种方式进行网络推广，其中有很多效果非常好的，当然也会有推广效果不太理想的。

其实竞价推广的道理看似很简单，但是也并非是花了钱就能立竿见影。尤其是关键词的设置优化技巧和单价控制是直接决定你的竞价推广成败的因素。其中的很多细节问题处理不当都会直接导致竞价费用的浪费甚至没有任何效果，最后否决竞价排名。同时，对于大部分中小型摄影工作室来说，每月数万元的广告费用并非都能承受，所以中小影楼工作室就需要掌握其他低成本并且很有效的推广方法。

2、搜索引擎优化seo

seo的主要工作是通过了解各类搜索引擎如何抓取互联网页面、如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键词的搜索结果排名等技术，来对网页进行相关的优化，使其提高搜索引擎排名，从而提高网站访问量，最终提升网站的销售能力或宣传能力的技术。

同众多商家的网站一样，对于搜索引擎优化，大都是将这个业务外包给专业的网络公司来策划和执行。如果网络公司或者seo团队能将商家的网站优化至搜索引擎的首页，那么其效果就等同于竞价推广了。这类seo优化工作的服务价格也会根据具体的情况和服务时间收费，通常一年需要万元以上的投入，而且也需要承担部分风险，因为网络公司不可能的保证将你的网站做到搜索引擎首页第几名的位置。

而且，对于首页仅有的10个自然搜索结果，通常都会有几十上百个商家的网站去竞争这些有限的位置，这样导致其优化难度越来越大。同时商家网站本身的修改或者搜索引擎的算法频繁改进，都很容易使排名迅速下降甚至消失。所以，虽然seo对于婚纱摄影行业来说是非常好的推广选择。但是因为排名情况的不稳定性，所以商家需要在seo之外尝试其他更有效的网络推广方法来弥补因排名下降直接导致顾客量丢失的情况。

3、购买行业网站广告位

这一类推广方式就是在一些婚纱行业网站或地方门户网站上购买广告位或者其vip服务。通常这些行业网站的大部分访客都是有拍照需求的潜在顾客群体，所以通过购买广告位容易增加商家的曝光率，从而增加意向客户咨询量，同时网站vip服务也会使商家在网站上宣传时获得更多特权和便利。

通常不同的网站，根据其网站人气收费从数千元到上万元不等。对于中小型影楼工作室来说，是可以尝试的一种网络推广方式。

4、推广业务外包

现在网络上也有很多规模和营销能力不等的各种网络营销公司提供推广服务。对于一些网络推广或者网络认知不太深的商家来说，将这种推广业务外包给网络营销公司执行也是一种不错的选择。同时根据具体推广业务或目的的不同，其收费也从数千元到上万元不等。至于这些营销公司的具体操作，有高端的广告策划，也有低端的简单信息发布等等。也因为其广告投入比较低，加上网络公司营销能力也层次不齐，所以其推广效果大都一般。这也是很多中小型影楼工作室通常选择的推广方式。

5、贴吧推广

婚纱摄影行业的网站在这方面可能做的已经很多了，经验方面也积累了不少，只要坚持下去，一定会有意想不到的效果。

其实婚纱摄影网络推广并非像网站建设一样需要专门的技术支持，重要的是如何借助网络这个媒介用一种更有效的营销思路来指导你的推广策略。低成本的网络推广并非不可行，关键是你的营销思路是否能建立和掌握。当然前提是还需要对网络有一定的了解和认知。

六、总结

随着网络的高速发展，以及人们对需求的扩展。相信在网站建设成功后，会有很大的需求，本网站将以绚丽的形式展示在大众面前。

摄影秉承的文化是:以爱之名、传播幸福。

**婚纱店活动策划方案篇二**

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

**婚纱店活动策划方案篇三**

结婚是人一生中的大事。随着人们生活水平不断提高，生活内容不断丰富多彩的今天，婚纱摄影已经成为人们留驻幸福一刻的主流。

根据xxxx年中国经济景气监测中心对城市结婚消费进行了居民调查，结果显示，无论贫富，多数人结婚都要动用积蓄。结婚不仅消化居民现有的收入，而且还使居民的部分储蓄转化为消费支出。

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，调查中男性有百分之七十八，女性有百分之八十九点八认为该摄影留念，此项支出排在第五位。可见婚纱摄影已经深入消费者心里，但是越是发展，消费者选择余地增多，也带来了一些影楼生意人的困惑，面对着如此庞大的市场，自己的营业额竟然没有达到预想的效果，在加上外来同行的竟争，国内中小型影楼已经不觉走入困境。这种困境，跟市场有很大的关系，但究其主要原因还是来自于经营本身。

怎样发展影楼，让它由小做大，提高营业额呢?

今年的形势比较严峻,五一这个婚纱摄影的婚纱摄影的黄金段已经过去,在剩下的十一与今年年末的黄金阶段还有大的商机.

婚纱摄影的微利润时代已经到来,也就是各个影楼的大战已经揭开序幕,这次的大战,不同于以往的价格之战,这次的战争,综合了很多方面的因素.不是单纯的,面对一个蛋糕,吃多吃少的问题了,而是真正的你死我活的争夺分享蛋糕的入门卷。

1.市场状况：根据有关部门统计，截止xxxx年5月，十堰市共有大小影楼20多家，其中中小型影楼占据比率最大。整个影楼市场规模庞大，而且人气极旺。

2.罗门影楼竞争分析：主要来自于大规模公司以及附近的同等公司的宣传强度。

3.消费者分析：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。

4.产品分析：

a.优势：具有一定独创性，宣传意识强，促销有一定诱惑点。门面重新装修彰显时尚典雅，高科技数码摄影手法。

b.劣势：主要来自于大型公司，消费者强调要最精彩的，支出不是主要顾忌点

c.机会：推出全新促销活动，吸引消费者，宣传手法更新。

5.产品定位分析：略

6.以往促销活动分析：

例如：千禧纪念套：对于老顾客有种受骗感，因此时折扣高达4折。而新客户面对惊人的优惠价格，会认为商家的质量或其他一系列问题。

7.定价策略分析：

例如：开业惊喜价998元婚纱摄影本身就是体面的事，消费者认为此价格绝对超值，才是促销的成功所在。

自xxxx年7月1日至xxxx年6月30日，摄影销售量增长20%;营业额100万元，推广费用预算8-10万元，利润目标20万元。

1.夏季，是婚纱摄影最惨淡经营的季节，一些服务性行业通常会受到季节的影响，而造成淡季和旺季的销售差别。在旺季，市场情况良好的情况下，虽然竞争激烈，但市场需求大，所以销售仍较成功，且事倍功半;而到了淡季，则往往花费了大量的财力、物力、精力、人力进行促销仍不见回报，加上同行的竞争，针对季节性销售的滞销期，则更是寸步难行。在淡季\"该干什么\"、\"怎么促销\"、\"用什么手段进行促销\"等一系列问题，成了企业最常遇到的希望解决的关键。

当同行竞争激烈的情况下，并遇到销售季节性影响造成的淡季时的营销

第一，摒弃传统销售方式、促销手段，不与同行进行正面竞争。因为同行在客户心中有其独特的地位和品牌，所以不能和他们同时起跑来争名次。

第二，了解市场正确需求情况，利用客户的追随流行的心态，重新寻找新的促销手段。既然是新的品牌，就要有新的做法，尽量做到与别家不同，而不是归于传统方式，只有这样，才是避其锋芒，独特创新，容易让客户记住。

**婚纱店活动策划方案篇四**

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

**婚纱店活动策划方案篇五**

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。

**婚纱店活动策划方案篇六**

黄金周大放“价”

――xx地板五一特价促销火热促销

随着五一国际劳动节的到来，xx带给你最实惠的礼物，让xx地板陪你一起大放“价”。

注：需要设计“黄金周大放价”图标

二、活动背景

五一劳动节，各大商家纷纷拿出优惠政策和促销礼品来增加人气，吸引消费者。通过降低价格来吸引消费者，虽然是最普通的手段，但也是最实在、最有用、消费者真正能为之打动的手段。

三、活动时间

4月28日―5月13日

四、活动地点

全国xx地板销售点

五、活动流程

活动分为三个流程：

一、宣传期

时间：4月20日―4月28日

规划方案

媒体选择：

1、报纸：通栏硬性广告，放活动主题画面

2、网站：硬性广告，内容为活动主题形象

3、单页：活动内容+企业简介

二、活动期

时间：4月28日―5月13日

xx地板在五一劳动节期间，将拿出最优势的价格，彻底让利消费者，打一场漂亮的价格促销战。并且有更多好礼等着你。

活动内容：

1、来了就有礼惊喜送不停

五一劳动节期间，凡购买了xx产品的顾客，就能得到一份精美礼品(打火机、烟灰缸、相册)

2、五级大礼级级送为您新房添光彩

1、购地板50平米以下送地板专用拖把一个

2、购地板满50平米以上(含50平米)送名牌电话机一台

3、购地板满70平米以上送名牌电饭煲一个

4、购地板满100平米以上送名牌微波炉一台

5、购地板满150平米以上送名牌微波炉+名牌电饭煲各一台

3、特价诱惑你冲动挡不住

建议拿出库存花色，2-3款，市场价格在70块钱左右，要有价格优势。

活动细则：

1、特价地板不参与折扣优惠和买赠活动，不包安装和配件

2、特价地板数量有限购完即止

3、客户在交纳了定金后才可领取赠品

(注：礼品需用礼品袋包装好)

**婚纱店活动策划方案篇七**

背景及主要道具：

具体流程：

一。宣布开始动感音乐响起，舞台灯光变幻，追光扫射人群，（30秒）烟雾机释放烟雾后音乐渐小，舒缓钢琴曲响起，主持人缓缓登上舞台，边走边讲述故事（新人是大学同学，毕业晚会后两人一起月光下漫步…后来两人一同进入一所中学当了老师，当初朦胧的好感迅速升温，成了星与月的依恋。）

背景及主要道具：

具体流程：

一。宣布开始动感音乐响起，舞台灯光变幻，追光扫射人群，（30秒）烟雾机释放烟雾后音乐渐小，舒缓钢琴曲响起，主持人缓缓登上舞台，边走边讲述故事（新人是大学同学，毕业晚会后两人一起月光下漫步…后来两人一同进入一所中学当了老师，当初朦胧的好感迅速升温，成了星与月的依恋。）

二。入场追光打向拱门，六位天使身着天使服，手持荧光棒分列两旁，新人入场，走至每对天使面前时，天使点燃手持焰火。

三。新郎向新娘送礼物礼仪用托盘送上（用粉纱盖着的魔球）当新郎掀开纱的同时，礼仪开启电源，魔球发光，最后显示“我爱你”三个字，新郎深情地望着新娘：虽然我不能为你摘下天上的星星，但是我可以把我的心送给你，。。我爱你！然后，新人走向对方，四手相握，深情相望。主持人：你们是否愿意…如果愿意，就请深情地拥抱对方吧！（两人相拥，冷焰火起）

四。流星许愿新人相对而立，微闭双眼许下心愿，在许完愿的一刹那，流星从舞台上方划过

五。交杯酒伴着舞曲，新人一边旋转一边喝下甜美的爱情之酒

七。共锁连心锁放飞钥匙新人锁上连心锁之后高高举起，礼仪送上氢气球（最下边一层用装了发光泡的普通气球），新人将钥匙系上，放飞。发光的气球带着钥匙升上夜空，让群星和圆月一起见证新人爱情的忠贞！

三、荧光香槟仪式（高山流水s型水晶系列）

新人在转场音乐及主持人旁白引领下完成荧光香槟仪式；主持人引领新人返离前台，步入家长贵宾席前并准备感恩仪式；（新郎拿麦）

四、西式感恩仪式

主持人陪同新人步入家长贵宾席前分别与对方父母行礼/献花（双色康乃馨）（伴娘手持鲜花）/相拥（c组焰火支持）/感言；双方家长致词；（新郎递麦）

五、证婚仪式

全场启灯；请上证婚人庄严证婚；

六、中式交杯酒仪式

**婚纱店活动策划方案篇八**

—“我们有你想要的—属于你的婚纱摄影”主题活动

一、活动背景随着经济的发展，人民的生活水平不断提高。婚纱摄影行业也随之蓬勃发展，越来越多的人选择在自己生命中最重要的时刻通过婚纱摄影的方式记录这美好的瞬间。婚纱摄影从1992年开始出现在大陆，94年开始就出现了大量的婚纱摄影店，婚纱摄影行业发展迅速，至，才短短的xx几年时间，已经由一件奢侈品成为结婚的必需品，类似早期办结婚的三大件，一些婚纱摄影品牌名称也非常有艺术感、时尚、气势，这一阶段是影楼为主。像“金夫人”“丽质龙摄影”“玄色时尚摄影”“玛雅摄影”“韩式婚纱摄影”“诺颜品摄”“北京婚纱摄影”等。然而由于影楼是流水线的拍摄方式，导致大部份新人的姿势、场影、服装等方面的雷同。所以在20第一批摄影工作室应运而生，它们主张个性的婚纱摄影，每个新人的摄影风格各异，受到新人们的欢迎。在中国市场，“金夫人婚纱摄影”的市场份额及知名度都较其他品牌大，但是还远未达到可以成为婚纱摄影市场龙头老大的地步。因此，扩大金夫人婚纱摄影的市场份额，进一步提高其在全国范围内的知名度就显得尤为重要。

二、活动主题

我们有你想要的——属于你的婚纱摄影三、活动目的及意义

我们希望借“七夕“来临之际，策划以“我们有你想要的——属于你的婚纱摄影”为主题的活动，在全国范围内打响品牌，打造独特的摄影风格，扩大其市场份额，成为中国婚纱摄影市场的“领头羊”。

四、活动形式

6月1日起在全国范围内征集已婚或未婚的真爱男女的爱情故事，通过网络平台由网友票选出最浪漫、最感人、最痴情、最疯狂、最销魂、最神奇、最惊天动地的爱情故事各一例，通过分享他们不同的爱情经历、爱情故事，并以此为依据为他们量身定制属于他们自己的婚纱摄影。本次婚纱摄影取景于美丽浪漫的海南三亚，7对爱人将于8月23日（中国农历“七夕节”）集体赴三亚拍摄婚纱照，并有机会与形象代言人范冰冰亲密接触。本次活动全程都将在新浪、腾讯上进行网络直播，并且会在金夫人自己的官方网站设置版面专门进行这次的\'活动。活动还将与海南省旅游局及三亚旅游局合作，由三方联合主办本次活动。

五、活动开展

1、活动宣传

平面广告：在婚纱专业性杂志、各发行量大的主流杂志以及报纸上进行投放；

其它：设计宣传海报，以车身广告、路标广告的形式投放；而且撰写广播文案，在广播上投放。

2、活动进行

在“七夕节”启动活动，届时将会邀请范冰冰亲临现场，同时7对爱人也会相聚于三亚，在充满浪漫气息的“天涯海角”进行拍摄，同时请电视媒体进行跟踪报道，扩大影响力；还会将这一盛况通过在线社交媒体、视频等形式在网络上传播。

注：活动全程都将通过新浪、腾讯、搜狐进行同步直播并进行线上线下的互动，同时还有金夫人官网；同时通过活动联合主办方海南省旅游局及三亚旅游局的关系，吸引海南省内各大主流媒体的关注。

3、后期运作

（2）借本次活动之势，在全国各连锁加盟的金夫人婚纱摄影店加大宣传力度，开展一系列的终端活动，如婚纱拍摄享受优惠等。

六、经费预算

（1）新浪、腾讯直播费用：约为xx0万；

(2)电视版视频广告费用：33万×2=66万；

（3）网络版视频广告费用：xx万×3=45万;

（4）平面广告：约为20万；

（5）户外广告：约为30万；

（6）范冰冰费用：代言费800万（两年）+出席活动费xx0万=900万；

(7)孟非出场费：约为20万；

海南省旅游局及三亚旅游局赞助xx0万（借这次活动宣传海南、宣传三亚）

总计费用：xx81万

七、活动主办方

海南省旅游局

三亚旅游局

海南大学xx广告“金夫人婚纱摄影”策划小组

**婚纱店活动策划方案篇九**

一、活动主题：

浪漫的五一温馨的xx

二、活动时间：

4月20日—5月20日

三、活动背景：

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

四、活动内容：

1、有奖购物促销。

凡在xx购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如t恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在xx广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约2024元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

2、“xx采风，今夏清爽”———淄博xx第二届空调节。

（1）购机抽奖，互赠空调。用户在xx购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

（2）销售排行榜。xx购物广场联合消费者协会等有关部门，对4月20日—5月20日之间xx购物广场所销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

（3）主题为“空调与我现代生活”的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表

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