**“爱是美丽的主旋律”活动文案**

**早该帮 编制**

一、背景分析：

在我公司在国内成立5周年之际，并提高自身影响力和形象，并接受与其他公司和团体合作。拟投资50万美元作为资费，深入四川地震灾区和希望工程，给那些怀揣时尚梦想的人们一个全面触碰时尚的机会，提供免费培训，并为之提供更高层次的发展机会，完成他们的时尚梦。时尚，势在必行!

二、活动主题：

“爱是美丽的主旋律”

三、活动目的：

人的容颜美丽固然重要，但心灵的美丽才是真正的美丽，曼秀不仅要让大家外在的美丽动人，还得使大家的心灵得到净化，打造完美的自己!

四、活动时间：

20xx年5月20日“520意为我爱你，我爱美丽”

五、活动地点：成都会展中心

活动单位：曼秀化妆品公司、某红十字会、公关公司、会展中心设备部活动人员：化妆品公司董事长、银行行长、首席化妆师、演出团队、记者、会员、各界爱美人士

六、活动内容：

8：00—9：30布置会场(邀公关公司和受资灾区志愿者几名男同学)9：30—10：00嘉宾入场

10：00—10：10时尚开场舞

10：10—10：20主持人开场白(公关公司2人)

10：20—10：30主持人介绍嘉宾，以及说明此次活动的目的

10：10—10：15曼秀成都分公司经理致词

10：15—10：20受资方领导致词

10：20—10：35主持人的引导下由曼秀宣读与受资方合作的相关事宜、以及提供的培养的机会和资助款额

10：35—11：00由曼秀方提供的水晶圆台表演

11：00—11：30由曼秀方的化妆师进行现场时尚彩妆讲解彩妆技巧和现场化妆12：20—13：00现场有奖问答环节

13：00—13：30由曼秀工作人员进行现场礼品派发，留有咨询台进行对顾客问题的答疑，且嘉宾可以离场。

七、效果预测：

1、受众通过我们的5周年回馈活动接触曼秀产品而最终多次回顾产生购买行为。

2、受众接触曼秀产品的信息后，对曼秀有了一定的认识，但没有购买的行为，表示以后购买。受众接触曼秀的产品后，表示好感，并介绍其他人购买。

3、通过对慈善活动来提高自身的美誉度，更大程度的提升己的品牌文化力和产品实力。

4、通过举办慈善活动，不仅可以提高公司的美誉度和知名度，而且还为自身做了免费的广告。

5、通过前期的网络媒体的宣传，报纸的宣传，我们可以高效的回收到关注率，可以达到产品在消费者记忆中的效果，这与间接的效果大同小异，但是不同时的是，这种方式，还可以凭借我们的推助力量，造成新鲜的购买血液，唤起消费者的购买欲望，扩大产品的销售。达到预期的效果。

八、实施方案的措施：

1、入场：

(1)各家媒体以及邀请嘉宾的凭邀请卡入场

(2)工作人员包括主持人凭借胸牌并且着特定的服装进场，作为服务会场工作人员标志

2、演出队伍：

(1)由曼秀化妆师对模特进行化妆展示，并在水晶台上进行展示;

(2)由受资方准备时尚元素的舞蹈;

(3)由捐助方派出首席化妆师资助的专业代表进行现场培训、指导

3、礼品派发

4、爱心标志：由受资方设计曼秀投资的logo。并投放在背景上的一个角落

5、幸运观众：现场抽奖，以签到的序号为抽奖号码

九、传播策略：

1、室内背景宣传板：用曼秀产品形式画出关于慈善捐助的宣传板

室外海报宣传画：红十字会海报

2、宣传：

在各个实体店内粘贴室外宣传海报缩印画，将周年庆活动的市场信息反馈到爱心活动中去，邀请媒体和杂志的记者进行现场采访与报道。利用媒体关注的余热，继续在实体店内对活动感兴趣或者没参加到活动中去的顾客进行后续的小礼物赠送和免费咨询，并且在时尚杂志上发表后续报道。同时降低会员办理的门槛，纳入新的会员，以进一步扩大活动的影响。并帮助公司持续发展。调查问卷的跟进，更进一步了解消费者对活动以及产品态度，扬长避短。

十、场地布置:

会展中心从内到外分为后场准备场地、舞台、中心水晶台、两边各有嘉宾席和各种名牌物件、摄像和灯光、记者席与会员嘉宾们，会场门口安排服务台和咨询台

十一、费用预算：

拟投入费用50万美元，实际场地、灯光等各种租用费用约18万、嘉宾邀请4000、产品成本10万、各人员报酬6万、宣传费用5万等，实际共消费约42万美元，未超出拟投入预算。

十二、评估标准：

1、实际效果要根据调查问卷所反应的效果，作为标准。

2、曼秀销售的业绩为主要的评估测评标准。

3、目标细分的市场选择的是A商场，通过活动A商场所受到的市场效应，作为评估标准。

关键词：爱是、美丽、的、旋律、主旋律、活动、文案

参考文献：[1]早该帮https://bang.zaogai.com/item/BPS-ITEM-33258.html