

团结大学城数码文化节

一、前言

十月是新生的第二个消费高峰期——以电脑为主（第一个是刚开学时，以日用品和手机为主），这时他对周边已有些了解，想买电脑了也能打听出那些地方实惠些，若直奔电脑城则成为你的消费者的可能性只有 1/4

这时为其考虑，免得他来回跑，就得把实惠的商品摆在潜在顾客的面前，为他提供方便来差异于竞争对手，这个利益点是实实在在的，也是能够打动目标顾客的。

为此我们结合团结大学城的实际情况作了这个方案，希望能和贵公司合作，开展此次活动。方案不妥之处，再所难免还望见谅。

二 目标顾客

（一）顾客分类

本次活动的主角当然是大学生了，按年级来分的话，就是大一、大二、大三、大四，越往后他的消费指数就越低了；以对学校周边环境的了解程度可分为新生和老生（这样的分类或许不够严密），老生就知道在那里买东西最实惠。

（二）消费特点

1、新生要买的的东西较多，家里条件好点的都会配上电脑等消费品；老生买电脑的不是很多，还主要集中在大二，他们主要消费手机等通讯产品。（便于联系工作）

2、学生消费讲究实惠、时尚、个性，超过他们承受力的过于奢华的产品是会被冷落的。

三、市场分析

（一）人数庞大

团结大学城目前有 6 所大学：四川师范大学成都学院、成都理工大学广播影视学院、四川爱华学院、华西师范大学成都校区、五月花计算机培训学校等。

人数共计 22500：四川师范大学成都学院有 7000 人，成都理工大学广播影视学院有 10000 人，四川爱华学院和华西师范大学成都校区等三个学校共有 5000 人左右，而五月花计算机培训学校有几百人。

六所高校紧挨着，利于一带五购机新学潮的开展。

（二）消费力强

四川师范大学成都学院和成都理工大学广播影视学院是三本学院，什么意思呢？

三本学校俗称为“贵族学校”，就是有钱人子弟的学校。它的学费比普通公办院校要高2000——7000元。有钱就有消费能力。

而且还有消费欲望呢！成都学院原名是电子信息工程学院，以IT为主，对电脑的需求量很大，电脑的拥有量占75%；成都理工大学广播影视学院对数码照相机、数码摄像机等有强烈需求自不用说。

（三）时机正好

新学期，新气象，也有新面孔。

大一新生的消费力时刻准备爆发。

（四）位置偏僻

团结还在郫县与新都的交界处，远离成都，比较偏僻因此去成都一趟（以电脑城为例）来回得5个小时，那还是正常时间，要是遇上堵车就不好说了。因此学生们去成都不会那么频繁，除非购物什么的，所以就有许多学生对成都不是很了解。

刚来的大一新生就更不了解成都了，因此要在他摸清之前先下手——上门服务。

（五）市场匮乏

团结经济相对其他镇有些落后，本身镇上的餐饮、网吧、娱乐都还能满足学生的需求，而像电脑这些高消费，就无法满足了。

校园内也有卖电脑小配件的商店，不过那个根本无法缓解市场的饥渴，更何况大家都知道那里很贵，而且没有太多的选择，还不如多跑些路到电脑城划算一些。

四、活动内容

（一）活动主题

1. 首选主题

（1）主题：我的青春，我的快乐

（2）说明：

a 主题应能与消费者进行潜入心智的沟通。我们每个大学生都处在青春岁月，大学生生活对更多的人来说充满了快乐，这是我们即将步入社会最后的校园生活。

b “快乐”一语双关，既指大学生生活，又指“数码科技”带来的快乐。

2. 备用主题

（1）主题：我的青春，我的梦想

(2) 说明：“青春”是我们的财富，而“梦想”是我们的憧憬，没有什么比梦想更叫人心动的了。因为我们或许会为之奋斗终身。当然这个主题与“数码文化节”相联系的确有些牵强，不过“科技成就梦想”也在情理之中。

(二) 活动口号

1. 首选口号

(1) 口号：我的地盘，我做主

(2) 说明：

- a 借用动感地带在学生中良好的品牌号召力，使活动能与目标顾客达到共鸣。
- b 符合目标顾客群独立自主，表达自我的个性。
- c 口号也切合了这次活动的地点——我们的校园，我们的地盘，一切得由我们自己做主。

2. 备用口号

(1) 口号：数码广场和你一起成长

(2) 说明：

- a 数码广场在成都也算是著名品牌，能和我们这些学生一起成长，足见其谦虚、和蔼，就增强了品牌的亲和力，树立了良好的品牌形象。
- b 突出数码广场对大学生这一细分市场的重视，为以后类似活动的开展埋下伏笔。

(三) 活动时间

1. 时间 10月13日（周五）—10月14日（周六）

2. 说明 新生这时对环境已有些了解了，准备要消费了。

(四) 活动地点

1. 地点 学院食堂前和二号教学楼前

2. 说明 人流量大；可以辐射全院所有的学生。

(五) 活动安排

1. 培训建议

- a 预热：讲座、培训以数码广场和协会的名义打出。
- b 内容：围绕“数码科技”进行主题突破，讲些实用的东西。
- c 次数：文化节开始的前三天，在三所学校分别举办一次。

2. 阳光服务

- a 维修：现场提供免费维修服务。

b 咨询：解答关于电脑方面的疑难问题。

3. 卖品准备

a 卖品：以电脑、mp3、mp4、数码相机等为主。

b 价位：主推中低价，进行强势促销。

以电脑为例：1000——2000 元为低价位；2000——3500 为中价位；3500 以上就是高价位了。

4. 物料准备展台、资料、伞等自备。

5. 组织商家一定数量的商家（不宜过多）

五、服务内容

（一）促销支持

1. 人员：我们会给每个摊主分配两名促销员。

2. 培训：文化节开始前，我们按你方的要求统一培训。

3. 要求：限女生，身高 1.65 米以上，口齿伶俐，责任心强，以电子商务、市场营销专业的学生为主。

4. 安排：促销员的时间由你方安排，我方负责工资。

5. 着装：我们对促销员统一着装，或穿你方要求的服装。

6. 更换：如果对促销员不满意，我们随时更换。

（二）宣传推广

1. 横幅（7 条）

（1）

我的青春，我的快乐——首届团结大学城数码文化节

10 月 13 日—10 月 14 日 主办：数码广场 地点：成都学院

a 长宽：长 14 米×宽 0.7 米

b 字体：宋体+黑体

c 颜色：红底黄字

d 数量：四条

e 位置：理工后门前、川师后门口、川师二教靠三号公寓侧、华西师大门口

f 时间：提前半个月悬挂

（2）我的地盘我做主，数码文化节由你做主

a 长宽：长 10 米×宽 0.5 米

b 字体：黑体

c 颜色：红底黄字

d 数量：一条

e 位置：食堂处

f 时间：提前半个月悬挂

(3) 数码广场与你一起成长，数码广场成都高校行活动

a 长宽：长 10 米×宽 0.5 米

b 字体：黑体

c 颜色：红底黄字

d 数量：两条

e 位置：商业大道、川师二教靠三号公寓侧

f 时间：提前半个月悬挂

2. 海报（20 张）

a 内容：更为详细的介绍本次活动

b 分配：理工——8 张；川师——7 张；华西——5 张

c 位置：校内的张贴栏上

d 原则：保证每个张贴栏上都有

e 时间：提前 5 天张贴出来

3. 传单（5 千份）

a 内容：辅助海报介绍本次活动的内容，重点突出低价让消费者惊奇。

b 发放：开幕前一天及活动那两天，我们地毯式的发放，保证每个人都知晓。

c 分组：传单组 6 人，2 人一组，分 3 个战区（理工、川师、华西），一天三次（上午、中午、下午）进行派发。

(三) 午餐供应

a 午餐：二两米饭，菜：一荤一素

b 时间：12：20

(四) 供纯净水

(五) 卖场工作

1. 布场：由专人协助商家布场；
2. 清洁：我们会做好清洁工作；
3. 秩序：维持秩序。

（六）市场调查

文化节后，我们将提供一份团结大学生的数码产品消费报告，帮助商家改进以后的推广工作，为下次的合作打下坚实的基础。

（七）方案支持

协助商家完善其促销方案

六、协议内容

方案和贵公司细谈交流之后，再修改完善，然后起草合作协议。协议内容包括：活动内容，合作方式，你方的资金承诺，我方的服务提供，若是出现下雨等的解决办法，还有违约赔偿问题等。

七、组织机构

本次活动由四川师范大学成都学院希望之星协会和光茂朝志营销策划工作室联合数码广场共同举办。活动以服务学生，及锻炼同学们的社会实践能力为目标。

组委会由顾问组、管理组、秘书处、宣传组、促销组等组成。

1. 顾问组 请学院领导和数码广场公司的领导担任。
2. 管理组 5人 两名活动负责人和三名工作组负责人。
3. 秘书处 2人 协助管理组工作。
4. 宣传组 7人 海报张贴、横幅悬挂、传单发放等。
5. 后勤组 4人 布场、卫生、供应午餐和水。
6. 促销组 待定 原则是每个摊位配两名促销员。

八、媒体公关

（一）新闻采点

1. 大学生自己全程组织运营的商业性文化节。
2. 数码广场走进校园，服务学生。
3. 校方支持的社会实践活动；打造社会实践校园课堂。
4. 成立四川大学生第一个自建自营的“心灵基金”（拿出本次活动的一部分收入），该基金以关注大学生的道德修养，解决他的心理问题为宗旨。

（二）联系媒体

《成都晚报》、《成都全接触》、《新闻现场》

九、初步预算

项目	内容	数量	费用	备注
宣传费用	横幅	7*100元	700元	
	海报	20*5元	100元	
	传单	5000*0.15元	750元	
场地费用	摊点	400元*10个	4000元	假如有10个摊点
促销费用	促销人员	20人*50元*2天	2000元	假如促销人员是20人（每个摊位是2个人）
	其他	18人*50元*2天	1800元	
餐饮费用	午餐	100元*2天	200元	包括纯净水
策划费用	文案费		300元	
	调研费		400元	
	策划费		500元	
其他	车马费等		300元	
合计			9050元	

十、后记

我们相信通过此次“团结大学城数码文化节”活动的开展，是能够吸引广大学生的注意力，增加数码产品的销售机会，提高销售额，并有效的提高公司在学生中的知名度和美誉度。