# 最新母亲节营销活动策划方案总结(二十一篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-06-14

*为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。母亲节营销活动策划方案总结篇一感恩...*

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**母亲节营销活动策划方案总结篇一**

感恩母亲，母爱永恒。

活动目的：

1、在母亲节期间，向顾客宣传品牌文化内涵，让人们知道有这样一家中老年服饰专卖店，推广品牌，提高品牌知名度和美誉度。

2、利用母亲节活动方案，带动销售，吸引人气.为后期的经营造势。

活动时间：(5.5——5.13)

活动预热：

大多数人没有过“母亲节”的习惯，本身知名度也不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式开展做好铺垫工作。告知公众“今年5月13日是母亲节”，以及在“母亲节”当天要做的活动内容以及活动期间的承诺，引起消费者参与活动的欲望。

预热时间：可定在主题活动的前一个星期5.3--5.5三天。

活动内容：

1、可在店门口写上一块招牌，上写“今天距世界母亲节还有\_\_\_\_天”，以此来提醒过往行人，母亲节即将来临.得好好为母亲过个节日准备了。

2、活动期间，可主推某一款或几款服饰，通过导购员向顾客详细介绍。

3、可提前制作好以母亲为主题目的pop，宣传画等，在店内适当位置进行张贴或者悬挂. 宣传方式有以下几种，可根据各个店的具体情况具体对待：

(一) 到街头，闹市去发送宣传单以及讲解活动细则。

(二) 将卖场的电话定为“感恩热线”，欢迎顾客进行咨询.接线员可在电话中明确告诉顾客，凡来店中参加活动的都有好礼赠送。

(三) 为每一位在店中留下了电话的朋友，在母亲节的前一天若是还没有来参加活动，可主动给其发去感恩祝福，祝福其母亲节快乐。

(四) 活动期间，每天来店中的前十位购衣的中老年人送上一朵康乃馨，并送上一声节日快乐。

(五) 购衣就能参加抽奖.设定购物达到多少元就设定不同的奖品.奖品为针对中老年朋友的食用油，大米，洗衣粉等。

(六) 另外，可针对具体的顾客，送不现的好礼：

a.孝心礼：高档木梳;

b.青春礼：鲜艳康乃馨;

c.长寿礼：精美生日礼品

根据其消费情况和身份来选择送什么礼合适。

4、母亲节活动方案之活动期间应该注意的问题：

(1)店堂内环境

首先要保持活动期间室内的地面，墙壁，门窗以及各种活动牌的干净，检查上面是否有灰尘，是否破损，是否有错误的或是不恰当的标语。如果有上述情况，就要立即纠正。以免影响店面的形象从而破坏活动氛围。

(2)服饰陈列

查看服饰是否摆放好了，是否有灰尘，吊牌是否完整等。在平时就应该注重陈列这一块，活动期间客流量会突然增大很多，更应该注意服饰的陈列。可通过平时的经验，觉得哪种陈列更利于促销，哪种陈列更受顾客欢迎，在活动期间可做出有针对性的调整，或者尝试换一种陈列风格，让顾客光临时有一种焕然一新的感觉。

(3)灯光，音响等设备的布置

可针对中老年服饰的顾客定位以及品牌理念，适当的布置一下灯光。围绕某一主推款式，可用不同的色光来装饰。也可在店中选择一些比如舒缓的音乐，让老人进店了有种回归的感觉。

(4)人员安排问题

活动期间，应该多增添些人员，做到每一块都有人负责，以保持活动期间的服务不打折扣。

5、为了使活动能够取得预期目标，我们还要学会分析顾客的心理

顾客的类型千万种，服务方式因人而异，所谓“知已知彼”“百战百胜”。

(1)节俭型顾客

特点：爱讨价还价，选东西很仔细，爱占便宜，一直问价钱。

对策：推广时以强调产品优点为主，选择时价格较便宜产品。

(2)虚荣型顾客

特点：喜欢吹虚自己的成就，穿着时髦，爱听别人赞美。

对策：尽量投基所好，强调产品时尚，引起她的注意。

(3)自负型顾客

特点：穿着打扮引人注意，喜欢谈论自己，喜欢聊天。

对策：假装崇拜她，把话题捡过来。

(4)固执型顾客

特点：主观意识强不易动摇，有明确购买意愿，不愿接受别人意见。

对策：尽量满足其意愿，反驳她时尽量委婉。

(5)苛求型顾客

特点：喜欢吹毛求疵，不易被说服，喜欢自己掌握情势，通常这类顾客穿着打扮都很讲究。

对策：抓住她的需求，介绍一些价值较高的产品。

(6)专家型顾客

特点：她问的话题，喜欢围绕着专业知识打转，使导购员下不了台。

对策：不要和她们在专业知识上做过多的争论，尽量改变话题。

(7)反复无常的顾客

特点：情绪不稳定，反复无常。

对策：小心应付，根据她的心情来确定服务，对方情绪不好时，导购员的态度应更加友善。

活动期间，切忌要注意现场氛围，必要时可请专业人士来现场指导.比如走秀，热歌热舞来引导现场气氛。

活动结束

要注意做好活动结束的工作，比如清点物品与货品，撤消宣传标语，pop等，以免引起不必要的纠纷。

**母亲节营销活动策划方案总结篇二**

为增进客户对公司产品认知，带动销售，借助“母亲节”这一节日，策划母亲节感恩主题活动，引导客户对“母亲节”的关注，让活动主题深入消费者情感深处，引发其“回报养育之恩”的心结，从而达到共鸣，产生消费欲望。

活动一：颔首致意母爱 倾诉感恩心语

母亲青春的流逝见证了我们的成长，母亲积累沧桑让我们拥抱明天。随着年轮的递增，我们多了沉稳，但我们感恩母爱的情感却愈发甘醇浓烈。

【活动内容】

1、活动期间，进店消费的客户均可以获得母亲节录音贺卡一张;

2、随贺卡代客户邮寄至制定的收件人地址。

【活动时间】\_\_.5.7-\_\_.5.11

【活动目的】收集客户资料，发现潜在客户，扩大品牌影响力

【执行网点】

公司旗下所有网点

【感恩共鸣】在这个即将到来的特殊日子里，我们一起向那暖暖的三春阳光颔首致意，对伟大的母亲倾诉出发自肺腑的感恩之情。

活动二：母爱执着温馨 亲情真挚永恒

康乃馨已经是母亲节的常规礼品，它代表着温情，代表着温馨，新鲜的康乃馨由于其物理属性，只能保存数天，而真挚的亲情需要永恒与执著，显然，只能保鲜数天康乃馨承载不了这层信息。

公司推出的贵金属吊坠和转运珠配上时尚的24k镀金仿真康乃馨就能完美的承载永恒的亲情、代表着执著信息的母亲节礼品。

【活动内容】

1、活动期间，购买贵金属吊坠满2999元以上均可获赠24k镀金仿真康乃馨一支。

【目标客户】

目标人群：年龄25岁~55岁之间，重点为私营业主、企业高管以及事业单位中高层职务的成功人士。由于事务繁忙，与父母亲在一起的时间少，大都存在“回报养育之恩”和“家·亲情”观念的心结，可以引发其潜在情感需求。

【活动时间】\_\_.5.7-\_\_.5.11

【活动目的】扩大品牌影响力，提升销售量

**母亲节营销活动策划方案总结篇三**

运营部

1.双十一活动报名及活动商品申报

2.制定双十一活动方案

3.完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。

4.双十一专题页制定日收藏数据指标

5.跟进双十一专题的访客量及收藏量，根据需求做出适时流量或页面调整(持续)

6.双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求。

7.优惠劵派发入口、文案说明

8.要求商品选主推款;对推广提出数据指标

9.跟进爆款销售情况，每天确定流量指标

10.通过cim区分出会员情况，针对每一个会员区域作出相对应的动作方案

11.催付、发货短信、签收短信预热前优化方案

12.制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案

13.活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)

14.商品标题优化，增加实时热索关键词，如：商品词及双十一关键词

15.制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案

16.类目小二现场考察，双十一相关了解

17.双11当天类目对接相关(会场位置更替，临时素材对接，营销时时反馈)

18.倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知

19.11月12日短信播报销售战况，感谢活动支持

商品部

1.包括梳理商品结构，制作商品结构总表。确定预爆款，主推、常规款;按功能性区分，包含定价、库存量

2.根据确定的主推款进行文案优化

3.活动款文案撰写和优化，以及产品定价

4.确定双十一主推商品及价格，拟定商品申报表

5.规划和淘宝后台设置活动安全库存

6.主推款及常规款关联销售方案

7.新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)

8.双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案

9.跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

美编部

1.产品详情页设计、制作、分批次优化

2.主推款的详情页制作、制作、优化上线

3.预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4.活动报名素材制作与优化

5.首页(预热、双11当天{有可能几套方案}、11月12日)页面制作

6.双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作

7.预热前、双11当天、11月12日活动、单品详情页、直通车推广款页面定稿

8.钻展，直通车素材制作

9.店铺自定义页面及商品列表页优化

10.制订大促进行中页面banner轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)

11.双十一自主购物攻略页面制作

12.无线端手机专修

13.o2o素材制作

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

3.双11专题页启用店铺推广，快捷推广，明星店铺(持续推广)，增加首页、类目页、详情页流量入口

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

客服部

1.客服分组：分成多个客服小组及选出小组长、排班计划，确定临时客服小组负责人。客服人员从10日-13日，建议24小时在线

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

3.双11临时客服到岗及相关知识培训：店铺后台功能、旺旺操作使用、产品知识、促销活动内容、双十一话术等

4.设置添加淘宝客服子旺旺、赤兔后台、e店宝、客道等客服信息，确保各项设置准确无误

5.制定双11相关的活动内容文档、快捷短语文档、活动注意事项文档，并设置添加快捷短语自动回复等并进行核查

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

7.制订客服应急预案，监控大促时客服旺旺流量情况、强制分流、400电话接听、紧急情况拨打电话

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺激客户的占有欲)例：亲~您好!你在我们家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次，由于销售太火爆，为了避免超卖，我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦~^\_^

b.短信催付：短信模板增加个性化用户信息，如订单号、商品标题、顾客姓名，提高专业程度公信力。例：亲爱的\_\_，您在本店铺购买的\_\_\_\_\_\_等商品尚付款，由于活动款数据有限，请尽快付款，避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。【\_\_\_旗舰店】

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时间(0:00~9:00，11:30~14:00，21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例：客服：你好，我是\_\_\_旗舰店的客服，我的名字是\_\_\_，你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

物流部

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

6.快递合作商支持、联动，双十一开始蹲点合作，确保12销售出货能力，或者签好协议保证按期发货

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

9.根据预计发货量增加打包流水线和定岗、货架货品合理摆放、规划优化拣货人员路线图增强效率、发货流水线实时优化，仓库合理布局规划

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

系统检查整改(解决漏单，超卖等问题)以及应急预案，系统运维人员现场蹲点，实时监控系统安全

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.10优惠劵：主要的工作是开始发放优惠劵，主要的发放形式是采用在店铺首页，详情页面，双十一预热专题页面悬挂优惠劵领取banner，客服在接待咨询时主动提醒客户领取双十一优惠劵;

10.14产品申报：10月14日需要准备好商品申报表单，产品申报时间是10月16日10:00至10月29日22:00，商品价格自由报备;店铺满减自由报备;

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

3.双11专题页启用店铺推广，快捷推广，明星店铺(持续推广)，增加首页、类目页、详情页流量入口

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

客服部

1.客服分组：分成多个客服小组及选出小组长、排班计划，确定临时客服小组负责人。客服人员从10日-13日，建议24小时在线

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

3.双11临时客服到岗及相关知识培训：店铺后台功能、旺旺操作使用、产品知识、促销活动内容、双十一话术等

4.设置添加淘宝客服子旺旺、赤兔后台、e店宝、客道等客服信息，确保各项设置准确无误

5.制定双11相关的活动内容文档、快捷短语文档、活动注意事项文档，并设置添加快捷短语自动回复等并进行核查

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

7.制订客服应急预案，监控大促时客服旺旺流量情况、强制分流、400电话接听、紧急情况拨打电话

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺激客户的占有欲)例：亲~您好!你在我们家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次，由于销售太火爆，为了避免超卖，我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦~^\_^

b.短信催付：短信模板增加个性化用户信息，如订单号、商品标题、顾客姓名，提高专业程度公信力。例：亲爱的\_\_，您在本店铺购买的\_\_\_\_\_\_等商品尚付款，由于活动款数据有限，请尽快付款，避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。【\_\_\_旗舰店】

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时间(0:00~9:00，11:30~14:00，21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例：客服：你好，我是\_\_\_旗舰店的客服，我的名字是\_\_\_，你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

物流部

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

6.快递合作商支持、联动，双十一开始蹲点合作，确保12销售出货能力，或者签好协议保证按期发货

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

9.根据预计发货量增加打包流水线和定岗、货架货品合理摆放、规划优化拣货人员路线图增强效率、发货流水线实时优化，仓库合理布局规划

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

系统检查整改(解决漏单，超卖等问题)以及应急预案，系统运维人员现场蹲点，实时监控系统安全

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.10优惠劵：主要的工作是开始发放优惠劵，主要的发放形式是采用在店铺首页，详情页面，双十一预热专题页面悬挂优惠劵领取banner，客服在接待咨询时主动提醒客户领取双十一优惠劵;

10.14产品申报：10月14日需要准备好商品申报表单，产品申报时间是10月16日10:00至10月29日22:00，商品价格自由报备;店铺满减自由报备;

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

**母亲节营销活动策划方案总结篇四**

活动主题：假面party

活动时间：x年4月1号(星期五)

活动地点：某某酒吧

活动商家：某某公司

活动人员：某某公司职工和公司会员

愚人节酒吧活动策划方案的构想：

20x春天是充满生机的季节，在这个春天里有您的支持我们信心抖擞，将努力为您提供更好的服务。为了感谢您对本公司的支持，本公司邀请您参加愚人节酒吧活动，将在某某酒吧以蝴蝶为主题，打造一场全新的假面party活动，让你拥有一个快乐的愚人节。

春天，看那花丛中的蝴蝶，飘逸飞舞，那是一种脱变的美丽，正是自己不怕脱变的痛苦，才成就的美丽。在你戴上蝴蝶面具的那一刻，你就已经成为了全场最美的蝴蝶仙子。

在愚人节当晚，你、我、他一起来快乐过着假面party活动，女士们佩戴着美丽的蝴蝶面具，男士们戴上奢靡的面具聚在一起。面具掩盖了大家的真实身份，不需要顾虑，这个夜晚是属于我们的，音乐、美酒，这是一场快乐的夜宴。

隔着面具，彼此留下神秘朦胧的一面，让人期待。

摘掉面具，彼此赢得真诚珍贵的记忆，让人珍惜。

愚人节酒吧活动流程：

一、场景营造

1、在酒吧场外摆放公司咨询台和摆放愚人节活动展报。

2、在场内舞台上放置一个带有公司logo的面具作为主题。

3、在场内各区域悬挂带有蝴蝶图安的气球作为装饰点缀物。

4、全场所有工作人员佩戴活动面具。

二、愚人节酒吧活动内容

1、晚上21点开始，开场白，同时对公司作第二季的简短宣传。(10分钟)

2、道具派发。(10分钟)

3、小游戏。(20分钟)

4、节目表演。(10分钟)

5、评选晚会化装奖(男女)。(10分钟)

6、小游戏(或节目)。(10分钟)

7、男士邀请女士跳舞。(20分钟)

8、自由活动。(30分钟)

9、评选活动最靓美女奖，最酷帅哥奖。(10分钟)

10、抽奖环节。(20分钟)

11、众人合影(20分钟)

12、活动party结束。

**母亲节营销活动策划方案总结篇五**

背景分析：

市场很大却不温不火

该产品是一留美博士于\_年以瑶族的解酒草药“还阳藤”配伍砂仁、茯苓、陈皮等多味中药研制而成的新型咀嚼型解酒产品。经过石家庄中医院临床跟踪实验调查，葛花片在饮酒前服用可以增加酒量，而且对因饮酒过量引起的各种恶心、呕吐、消化不良、脘腹胀闷、心悸失眠、反胃等症状有较好的疗效。

经过市场调查后，项目组就目前市场上的同类解酒产品进行了分析：

1、咀嚼片类的解酒产品目前在市场上比较少，但解酒市场虽然需求很大，却是一个不温不火的市场。尽管海王金樽号称坐上了第一把交椅，但坐得很不是滋味，同类产品成功的也很少。

2、目前解酒类产品始终围绕在保肝、护肝的概念上做文章，而且这个概念海王金樽已经教育了很多年，如果继续做下去，市场是有，但是做不大。

3、从渠道上看，基本上可以想到的渠道已经都上了货，包括药店、诊所、商超、酒吧、夜总会等地方。

4、产品价格从几元到几十元不等。

5、产品剂型上已有口服液、饮料类、咀嚼片、单纯片剂、胶囊等。

6、此类产品到目前为止还没有被暴炒过。

为了让这个产品在市场上找出新的突破口，项目组决定从以下几个方面进行突围：

概念突围：

“中和”“宿醉”全面覆盖市场

曾经有位策划界名人说过，你如果在一个城市做产品做不到老大，那你就应到另一个可以让你做老大的地方去。意思就是说，搞营销策划要善于挖掘自己的优势，找到适合自己发挥的地方，成为老大，而不是跟着别人的屁股走。葛花片如果还是围绕“保肝、护肝”的概念来做的话，那就只是跟风，很难形成气候。经过几次讨论后，项目组决定把产品的概念放在“中和、宿醉”这两个点上。主要理由是：

首先，保肝也好，护肝也罢，消费者不变的要求就是还要喝酒，这个消费需求是始终改变不了的。所以，考虑到消费者的需求，营销者就应该顺水推舟。既然还是要喝，那就喝吧。在此基础上，第一个概念出来了，就打中和酒精度数——平时你可以喝1斤50度的白酒，如果超出了这个酒量，那肯定就会醉;而如果事前吃些葛花片，就能中和掉一些酒精分子;也就是说你吃了产品后，就可以多喝几两了。“中和”这个概念正好解决了消费者总是要喝酒且一不小心就过量的问题。

其次，预防的问题解决了，那如果喝醉了，恶心、呕吐、消化不量、脘腹胀闷、心悸失眠、反胃等症状是肯定有的，而且会是一个晚上甚至到第二天都会不舒服。怎么办?围绕这个问题，第二个概念也就出来了：如果喝醉了吃了产品，可以极大地减轻喝醉后的不适症状，所有需要解决的问题，归纳起来就以避免“宿醉”来概括。

目标人群：

针对需求精准细分

目前解酒市场上的产品都是主打应酬时的需要，所以很多产品都盯住了商务这块人群不放。而年轻人基本上都喜欢自己处于似醉非醉的状态，根本就不需要解酒类的产品。有鉴于此，项目组对产品的购买人群分为：

1.商务人士：在商务应酬前临时购买;正好用“中和”的概念来诉求。

2.商务人士家属：关心家人的身体健康，担心太多的应酬对家人身体的损害，在日常生活中有可能经常购买;这个正好可用上“宿醉”的概念。

3.夜总会、卡拉ok厅里的一些服务人员以及酒类销售人员，也是不可忽视的重要消费群体。他们每天的工作目标就是多卖酒，既然是卖酒，肯定少不了经常要陪酒，所以他们就必须经常准备些解酒的产品。为此，在宣传的时候就增加了一个让他们信服的“香港娱乐协会指定解酒产品”的logo，牢牢抓住了他们的购买欲望。对这个消费群体也可用上“中和”的概念。

销售渠道：

另辟蹊径有效降低竞争度

目前市场上解酒产品的主要渠道是otc市场，如果葛花片还是把主要渠道定在这里的话，就是存心要和同类竞品“打架”了，那么投入的费用将是一个无底洞，最后赚钱的不是厂家，而是药店、媒体或者广告公司了。所以，要让有限的费用发挥的作用，这将决定产品的命运。最后，项目组决定把销售渠道全部不放在otc范围内，而是根据产品的概念来细分渠道，分为酒前渠道和酒后渠道，然后再加上一个另类渠道。

酒前渠道超市卖柜：从酒前消费人群分析，应酬和非应酬的酒类消费者，有一部分还是喜欢去超市购买，如果在超市中酒类集中的地方做一个产品的小专柜，产品宣传到位，让人群了解产品的功能后，直接在超市购买该产品的也会有不少;烟酒专卖店：这是购买酒类产品的必经之路，产品既然是解酒的，把酒前主要渠道之一定在烟酒专卖店上，解决了应酬类和商务人士家属这两类目标消费者购买的便利性问题;社区小卖部：这一渠道的优势是购买便利，所有的小区都遍布着小卖部，不管是满足酒前需要还是酒后需要，都将是一个非常好的销售途径。

酒后渠道酒店、酒楼专柜：经过详细的分析和询问大量经常应酬的人群了解到，在酒楼、酒店中真正喝醉的人不是很多，但从产品宣传的角度看，还是应该把这个渠道定位于酒中或酒后需求上，因为这同时也是一个可以直接产生购买的途径;卡拉ok厅、夜总会前台专柜：在所有喝酒的地方中，真正经常会喝醉酒的地方应该是在夜总会和卡拉ok厅。因为应酬的人一般不会吃了饭后就马上各自离开，而且在酒店、酒楼也不会喝到醉，大都会留下一定的“酒量”，到最后的目的地——夜总会或者是卡拉ok厅。

到了这些地方，往往基本上都是全部“倒下”后才真正各自回家。而这些地方又正好是另外一个目标人群——陪酒小姐上班的地方。所以，这是酒后渠道中最重要的场地。

另类渠道在销售的过程中，捆绑当地销量比较好的啤酒或者白酒厂家，借用酒类渠道开展促销，实施“赠量、赠广告”和“厚利、厚道”的捆绑策略，迅速建立葛花片销售的捆绑型附加渠道。赠量：平时一个人消费1瓶啤酒或者半瓶白酒，即赠送一定量的产品;如果消费者服用葛花片后增加酒量40%左右，那么，酒类企业的销售量自然就增加了。赠广告：和葛花片捆绑销售的酒类企业都可以在葛花片的宣传物料上加上该酒的logo广告，这就是所谓广告资源的互相借用。厚利：和葛花片合作的酒产品，企业将以和酒厂结算，铺货价格、促销费另计。厚道：实施严格的商圈控制和长线合作方案，保护酒厂利益，并坚持不与其他同类酒签相同的合作协议。

传播突围：

立足渠道主攻终端

概念、目标人群、渠道确定后，接下来的就是怎样去传播了。考虑到渠道的特殊性，项目组分别设计了几种不同风格的宣传物料，如pop、x展架、宣传dm单等，尽量符合渠道以及目标人群的定位特点。为了让夜总会的pop有宣传效果，其pop采用了反光漆印刷，即使场地比较黑暗，但只要有一点点光亮，涂有反光漆的pop也可以让消费者看清楚里面到底是些什么内容，方便目标人群了解产品信息。

在张贴和发放宣传物料时，项目组要求必须做到以下几点：所有的社区小卖部必须有酒前消费信息的pop;所有已铺货的夜总会、卡拉ok厅、酒吧等，必须有涂了反光漆的pop;所有已铺货的夜总会、卡拉ok厅、酒吧的男女卫生间必须要有相关的温馨提示卡;所有的酒前渠道必须要有x展架和pop(张贴到包间);所有终端必须做一个产品堆头;dm要在每个小卖部都进行散发。

**母亲节营销活动策划方案总结篇六**

一、活动时间

20\_年12月9日至20\_年12月25日

二、活动对象

农行信用卡持卡人(商务卡、准贷记卡除外)

三、活动内容

20\_年12月9日至20\_年12月25日，持农行信用卡(商务卡、准贷记卡除外)在宾馆、餐饮、百货三类商户累计消费金额排名前10名，即可获得“20\_海南日月湾国际冲浪节”农行大礼包获邀于20\_年1月免费观赏海南首届国际冲浪比赛、入住艾美酒店，欢享奢华与狂欢，体验不凡人生!

四、活动细则

(一)“20\_\_\_国际冲浪节”农行大礼包包含内容：获奖持卡人可携一名同伴免费获取双人往返机票、免费观赏\_\_比赛、游非诚勿扰ⅱ拍摄地、免费入住\_\_酒店四天三晚。大礼包不可转让，不可折现;

(二)活动按持卡人主卡刷卡消费金额排名(附属卡交易加入主卡合并计算)，当金额相同时按消费笔数排名;

(三)活动共排名产生10名获奖持卡人，若同一持卡人持有多张卡，且均满足奖励条件，仅能获得一个大礼包;

(四)宾馆、餐饮、百货类商户的认定以中国农业银行系统设置为准;

(五)刷卡消费时间以系统入账时间为准;

(六)美元消费按1：8的比率折算成人民币计算;

(七)持卡人如有下述任何一种情况，其参加本次活动的资格将被取消，包含但不限于：进行虚假交易或者违法交易、当前账户出现欠款逾期、账户状态不正常、违反《中国农业银行金穗贷记卡章程》和《中国农业银行金穗贷记卡领用合约(个人卡)》及其他相关规定;

(八)中国农业银行将于活动结束后公布获奖持卡人名单并通知持卡人相关兑奖事宜;

(九)中国农业银行在法律许可的范围内保留对本活动内容的最终解释权。

**母亲节营销活动策划方案总结篇七**

一年一度的高考已经来临，对于很多考生来说是一生一次，一次一生。今年高考最迟将于7月20号前发布第一批重点本科录取通知单，很多家长非常关注高考重视高考。

针对这一社会热点，如何抓住“高考经济”，并借此提升酒店经营效益，经营策划部特联合餐饮部推出升学宴策划方案。

一、主题：

金榜题名时谢恩情

二、时间：

7月20日-8月30日

三、地点：

xx大酒店

四、对象：

被国家或省级正规院校录取（含本科和专科）、家在市区且经济条件比较好的考生家长

五、目的

1、紧扣社会热点，抓住“高考经济”，特别推出升学宴策划，借此提升酒店经营效益；

2、通过与众不同的高考升学宴策划，满足家长和考生的骄傲感和荣耀感，并感染现场的亲朋好友，通过提升酒店美誉度来吸引潜在客户，为酒店的后续经营带来潜在效益。

3、有效运用“心理营销”，结合“情感营销”，通过提高服务附加值等方式，限度的满足客人的心理需求和情感需求。

六、前期宣传“纳客”方式：

通过市场营销代表前往各高中学生工作处及邮政局（因为耒阳有一部分学生在长沙及衡阳的重点高中就读）搜集高考被正规院校（含本科和专科）录取的学生资料及家长资料，筛选出家在市区、且经济条件比较好的家长资料，营销代表先打电话过去代表某五酒店大酒店表示祝贺，并预约时间和地点送上某五酒店特制温馨贺卡，邀请其前来酒店举办升学宴，同时告知升学宴的特别策划及心动优惠政策，吸引其如约前来预订。

七、升学宴流程策划：

为了限度的满足家长和考生的荣耀感与虚荣心，吸引现场所有宾客的赞美与羡慕之心，本策划方案将在升学宴流程上做出重点策划，旨在通过一系列新颖、别致的策划活动来提高酒店服务附加值，得到现场所有宾客的高度赞同，为考生及家长留下刻骨铭心的美好回忆。同时利用“边际效益传播效应”吸引其同学甚至现场的亲朋好友在举办各类宴会时首先选择某五酒店。

1、9：30-10：30：考生来酒店化妆。

2、10：30-11：50：考生及家长端上糖果和香烟站在大堂迎宾，大堂播放轻柔喜庆的乐曲，摆放庆贺水牌。二楼宴会厅旁，承情处工作人员就位，承情处周边氛围布置由餐饮部负责。一楼上二楼的楼梯转角处摆上指示牌。

3、10：30-11：50：宴会厅播放喜庆乐曲及歌曲，供宾客聆听。

4、11：50：喜宴正式开始，考生（男生穿上黑白配燕尾服，女生穿上白色礼裙）在承情处旁就位。

5、11：55-12：05：荣誉宝座问鼎仪式。宴会厅正中间过道铺上红地毯，两边围上露营，红毯前设一个塑料鲜花拱门，考生站在拱门前，前面为两名礼仪小姐，身后为两名要好同学，四人每人捧一捧鲜花持一张贺卡，由这四人伴着激昂的音乐将考生送上主席台荣誉宝座，红地毯仪式过程中喷七彩礼花（鲜花和贺卡由考生自己准备，酒店可帮其订购）。

6、12：05-12：10：考生发表荣誉宝座感言，播放背景音乐《掌声响起来》。

7、12：10-12：20：花季感恩仪式。背景音乐播放《感恩的心》，请考生家长及两位老师代表上台，由考生分别为父母及老师送上慰问鲜花及感恩贺卡，并向父母、家长及现场的宾客三鞠躬，一鞠躬感谢父母的养育之恩，二鞠躬感谢老师的培育之恩，三鞠躬感谢现场所有亲朋好友在成长过程中给予的关心和支持！

8、12：20-12：30：烛光许愿仪式。礼仪小姐将蛋糕车推上主席台，考生对着蛋糕、烛光许愿，并跟在座的亲朋好友分享蛋糕。播放背景音乐《明天会更好》

9、12：30-12：38：家长开怀感言：邀请考生父母上台发表骄傲感言，与此同时播放背景音乐《明天会更好》。

10、12：38开始午宴。

八、附加服务策划

凡前来酒店举办升学宴的考生，酒店将在升学宴举办的当晚免费赠送三楼包厢一晚（19：00-0：00）给其举办同学欢庆party，包厢大小视三楼当天生意预定情况而定，party流程由考生及其同学自主商量策划，酒水零食费用自理，不能外带。

凡前来酒店举办升学宴的家长，当晚在酒店开房达到3间以上者，将可享受最低7.5折优惠，3间及3间以下者不享受住房优惠政策（具体由前台跟餐饮部联系核实后方可打折）。

九、升学宴优惠措施：

1、望子成龙宴（388元/席）

2、金榜题名宴（468元/席）

3、平步青云宴（568元/席）

4、前程似锦宴（668元/席）

5、鹏程万里宴（888元/席）

6、飞黄腾达宴（1280元/席）

注：

a、凡在酒店预订升学宴且宴席数量达到6桌及6桌以上者，可免费享受以下优惠措施：

1）免收服务费；

2）免费提供司仪；

3）免费提供现场布置；

4）免费提供礼仪服务；

5）免费赠送指示牌1块；

6）免费赠送签到簿1本；

7）免费提供宴会摄像、拍照（酒店仅提供电子版，刻碟及冲洗照片由客人自己自费负责）；

8）免费提供三楼8888或9999大包厢给考生举办同学欢庆party（备注：仅免包厢费，酒水零食费用自理）；

9）免费提供服装和化妆.

a类经费预算：考生服装租赁100元，签到簿30元，合计费用130元。

b凡在酒店消费金额达到5000-7999元者，另可享受以下优惠措施：

同上；

另免费赠送高级密码皮箱1只。

b类经费预算：以上费用再加高级密码皮箱180元，合计费用310元。

c凡在酒店消费金额达到8000-9999元者，另可享受以下优惠措施：

同上；

另免费提供客房1间。

c类经费预算：以上费用再加客房1晚30元，合计费用340元。

d凡在酒店消费金额达到10000-14999元者，另可享受以下优惠措施：

同上；

另：免费赠送3磅蛋糕一个；

同时：考入省内学府学子凭录取通知书赠送省内快巴票1张（赠送车票仅限耒阳至录取院校所在城市，若起止站点不在此规定之内，恕不赠送），或者报销火车硬座票1张（赠送车票仅限耒阳至录取院校所在城市，若起止站点不在此规定之内，恕不赠送；且车票由考生自己购买，凭票前来酒店报销）；考入省外学府学子可凭录取通知书赠送火车软卧票1张（赠送车票仅限耒阳或衡阳至录取院校所在城市，若起止站点不在此规定之内，恕不赠送；且车票由考生自己购买，凭票前来酒店报销，报销金额为500元，超出部分由考生自理）；或者免费为其订购5折优惠飞机票1张，并报销500元，超出部分由考生自己负担（若折后机票金额低于500元，由酒店全额赠送，恕不补差价；5折飞机票需提前15天预定，拖延期限不能订到5折机票，酒店不负任何责任，仅报销500元）。

d类经费预算：以上费用再加3磅蛋糕40元，加车票或飞机票平均价500元，合计费用880元。

e凡在酒店消费金额达到15000-19999元者，另可享受以下优惠措施：

同上；

另免费赠送品牌mp4（128m）1台；

此外，考入清华、北大两大名校的学子凭录取通知书免费赠送飞机票1张。

e类经费预算：以上费用再加品牌mp4（128m）180元，合计费用1020元。

f凡在酒店消费金额达到20xx0元以上者，另可享受以下优惠措施：

同上；

另赠送国际派克钢笔一只

f类经费预算：以上费用再加派克钢笔160元，合计费用1180元。

备注：本次升学宴不享受折扣优惠，仅享受以上对应条款优惠政策。

十、各部门分工配合

1、餐饮部：

1）宴会厅现场氛围布置

2）舞台背景布置

3）准备宴会背景音乐及宴会前播放乐曲

4）升学宴菜单提供

5）检查设备设施是否正常运转

2、经营策划部：

1）水牌制作

2）横幅制作

3）贺卡制作

4）现场摄像、拍照

5）协调、沟通并监督各部门工作执行情况

6）升学宴菜单制作

7）本次活动宣传推广

3、市场营销部：

1）派营销代表到各学校及邮政局搜集考生及家长信息资料，并筛选出意向客户。

2）打电话对意向客户表示祝贺并亲自登门拜访送出邀请贺卡。

3）跟意向客户充分沟通本次升学宴策划方案，并将客户预定意向及时反馈给经营策划部、餐饮部及房务部、康乐部。

4、采购部：

1）采购高档特色座位一张（摆放在舞台上）

2）采购签到簿

3）采购高级密码皮箱

4）采购品牌mp4（128m）

5）采购派克钢笔

6）采购与本次活动相关的其他物料

7）联系影楼赞助或租赁黑白燕尾服和白色礼裙

8）联系赞助单位

注：请采购部事先联系好供应商，具体采购数量视具体业务情况而定

5、康乐部：准备好ktv包厢的赠送预留及相关服务

6、房务部：负责做好当天举办升学宴客人赠送客房及优惠（7.5折）客房的预留，具体情况请听市场营销部通知。

7、行政人事部：

1）各部门应在此方案出台3天内对全体员工进行相关培训，行政人事部将在此方案下发3天后对各部门员工进行抽检，若员工无法正确回答本次策划活动相关知识，各部门负责人将被绩效考核；

2）负责组织教师篮球联谊赛；

3）龙甜梅负责给考生化妆。

8、工程部：负责制作金榜（kt板，摆放在大堂）

十一、本次活动宣传推广方式

为了减少不必要的成本浪费，尽可能的降低费用支出，提高经营收益，本次活动将采取有针对性且时效性较强的宣传推广方式，如：对外采取营销代表亲自登门拜访目标客户并派送邀请贺卡的方式，同时在市中心悬挂宣传造势的横幅；内部采取店外横幅、大堂kt展板、电梯广告相结合的方式。

1、前期宣传方式：联系各高中老师举办篮球联谊赛，借此宣传升学宴策划，并搜集考生及家长资料，具体组织由行政人事部负责。

2、活动过程中的宣传方式：在大堂设一块金榜题名榜，张榜宣传在酒店举办升学宴的考生喜讯并附上考生照片及其基本信息，借此金榜在考生之间与考生家长之间互相传播宣传。

凡在酒店于订宴席的考生即可从预定之日起在大堂金榜题名；同时考上四大名校的学生，无论其是否前来酒店举办升学宴，均可在金榜上题名。

十二、全员营销提成方案

（营销代表不参照此提成方案，直接参照市场营销部绩效考核方案）

1、所有员工按照餐饮部流程提前5天以上预订宴会，并在客人交纳宴会预订金后得到餐饮部人员在订单上的签字认可并报财务部备案，宴会结束后可享受宴会总消费金额的现金提成奖励。

2、凡内部员工及亲属在酒店预订升学宴均可享受9折优惠。

3、宴会结束当天现金结账按2%提成，挂帐10天内（含10天）收回按1%提成，超过10天收回不计提成。

4、凡全价预订宴会并在当天内结账且挂帐10天内（含10天）收回现金的可增加0.5%提成。

5、凡预订宴会低于9折不计算提成。

**母亲节营销活动策划方案总结篇八**

一、活动目的：中秋节的活动已经结束，由于人们在节日期间走亲串友，家中的礼品类商品比较充足，因此在国庆节期间，我商场的销售思路应在日常消费品上，因此我们在十一期间，可以再次组织，“超低商品、重拳出击”，推出十一超低商品的抢购大潮，再次吸引人气，带动商场的人流及销售高峰。

二、活动主题：精彩华诞，举国同庆

三、活动时间：9月30日—10月7日(据报纸消息，可能黄金周放假有所变动，因此，活动时间根据情况可能随时调整)

四、活动内容：

1、国庆节里乐无边，精彩大戏随您看

9.30-10.7日活动期间，在惠万家西门口，惠万家为您在南阳邀请来了精彩的文艺演出，高雅的演出风格，多种多样的文艺形式，让您在国庆节里大饱眼福!

2、我是中国人，国旗大派送：

国庆节当天，凡在我超市二楼一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。(限500面，送完为止)

3、秋装上市，名品服饰展示会

10月1日起，惠万家三楼时尚服饰馆，名品秋装隆重上市，休闲装、商务装、职业套装等新款名装靓丽登场，上百款服饰总有一款适合您的品位，敬请光临锦上花200\*秋装展示会。

4、名品夏装、换季打折，超低特价、最后清仓

活动时间：10月1日——7日(7天)

10月1日起，在惠万家广场举办三楼名品男女夏装，换季打折活动，超低的价位，让您心动到家，带上您的家人，到锦上花西门名品服饰特卖场来淘宝吧!

由百货部安排三四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

5、国庆七天乐欢乐实惠颂：

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。除了菜价外，出惊爆价的部门依次为：二楼食品、酒饮、洗化、百货、针织、食品，酒饮。选择商品时，根据惠万家的近期活动，要有针对性的选择商品，原则上为平毛利。情况特殊可作负毛利。一定要在活动期间作出清早买菜老太太满场飞奔的情况

6、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天：

在10.1-5日，凡在我商场二楼次性购物满38元，或是在一三四楼一次性购物满58元，即可凭购物小票参加国庆刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，便可获得对应奖品：

一等奖：29英寸康佳纯平彩电一台;

二等奖：澳柯玛洗衣机一台

三等奖：电饭锅一台;

参与奖：洗衣粉一袋或是醋一瓶。

100%中奖!

国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖!

7、黄金周，结婚季、浪漫而甜蜜!

曾经，因为那次的怦然心动，如今，我要对你实现我的承诺，那就是，给我一个机会，让我一生一世对你好!亲爱的，我们结婚吧!让锦上花和紫梦为我们共同见证，天长地久，此情不渝!

凡是在黄金周期间结婚的新人，且在我商场一次性购物满500元以上，即可获赠x县紫梦婚纱摄影名店提供的20寸免费艺术照一张。

8、您来购物我送礼：

凡在10.6-7日在我商场二楼一次性购物满48元，或是在一三四楼一次性购物满88元的顾客朋友，凭小票即可到服务台领取洗洁精一瓶。(小票不拆分不累计，每张小票限领一个单品)

五、广告宣传：通过各类媒介做好活动推广的宣传。

**母亲节营销活动策划方案总结篇九**

活动目的：

一、加强企业文化气氛

二、了解美容师的心声

三、拓宽新拓客

活动主题：

520，向美容师问候!

活动时刻：

20\_\_年5月20日

活动内容：

美容店在5月20日当天可以举办520美容师节你最喜爱的美容师评选活动，关于每一位被邀约进店的客户给予必定的奖品以及美容店优惠卡。

环节一：优异美容师讲演大赛(美容师可以叙述自己对美业的喜爱，自己的生活作业，以及对将来的展望，以及身边感人的小故事都可以)

环节二：游戏环节(这是美容师与客户都要玩的小游戏，比方接龙游戏，你画我猜等游戏)

环节三：美容师拉票环节(美容师关于自己的`亲友团停止拉票选出最优异的美容师)

环节四：颁奖环节(优异美容师宣布获奖感言，获得520最美天使的称谓，由美容店店长颁发奖状和奖品等。)

**母亲节营销活动策划方案总结篇十**

一、活动时间：20\_\_年2月26-28日

二、活动内容：

1、购物赠汤圆：

2月26日至28日一次性购物满68元(莒县、莒南店58元)即赠价值5元的思念汤圆1袋(500克)，单张小票限赠两袋，日赠200袋，赠完为止。

2、猜灯迷活动：

2月16-21日在店内悬挂灯迷，猜中即可获得价值3元的精美礼品一份，每日准备灯迷200个，猜完为止。

3、开学加油站：

元宵节期间，离学生开学时间为期不远，各种学生学习用品、生活用品箱包类、文体类等惊爆价促销。学生服装、休闲类服装等冬装出清促销。

广告促销赠品气球：颜色：红、粉、黄、兰、绿、紫、橙、金、黑、白。印上企业、商家的标志、图案、宣传用语、地址电话、庆贺文字等。以气球自身无可替代的亲和力及五彩缤纷、人见人爱且价格低廉的特色，作为一种新型经济实惠的广告载体，深受青睐、广告宣传效果极佳、信息反馈立竿见影。

它适用于企业开业、房地产公司开盘、培训学校、广告宣传产品促销活动、节日、纪念日、庆典、展会、和婚宴生日等场合的装饰布置和赠送、另配套气球杆、帽。产品价格低廉，质量上乘，印刷精美，欢迎广大客户来人来电咨询。扔不掉的广告小汽球!

它可以将您的广告商标和地址电话像长着翅膀飞进千家万户、穿街过巷、人人皆知!达到广而告之的效果!

派发气球方案和地点：可根据客户指定地点投放赠送如市县级、地区、街道、公园、小区，车站，商场、超市、学校、医院等周边以人为方式投放或赠送给每个人。广告小汽球快餐店广告气球、西餐厅礼品气球、大酒店、饭店、宾馆广告气球、酒吧礼品气球、冷饮店礼品汽球、茶馆广告气球公园广告气球、儿童乐园广告气球、游乐场礼品气球、俱乐部广告气球、卡拉ok礼品气球。

**母亲节营销活动策划方案总结篇十一**

1、项目背景：中国历来有”民以食为天的传统”,餐饮业作为我国第三产业中的一个支柱产业，一直在社会发展中。过去人们的生活水平比较低，对饮食的要求只不过是温饱，然而，随着经济的不断发展，人们对饮食的要求也不断的在提高，尤其是崇尚美丽的女性，当今女性最时尚的话题也就是减肥.美容养颜，滋补等，然而由内而外，吃出来的美丽，才是最动人最恒久的美，健康餐饮将引领女性时尚潮流。

2、项目宗旨：

满足女性们饮食健康所有的需求，提供温馨的环境，为女士享受完美的服务，吃的舒心，吃的放心，吃的健康，达到减肥美容 养颜 滋补的效果。把微笑带走…

3、项目介绍：

(1)、女士主题餐厅餐厅室内主题： 环保节能为前提，一切采用低碳原理，以时尚简约的模式，打造轻松典雅的环境，让每一位客人能有一份温馨的感觉，店内以淡淡绿色为主题进行室内设计，绿色是生命的颜色，健康的颜色，让清新自然的感觉时刻伴随着您，时刻放松您的心情，同时分吸烟区和清新区两块就餐区域，减少顾客的忧虑

(2)、 餐饮形式：为女士们提供有营养师制定限量(分量)的健康 美容饮食套餐，情侣套餐，主题套餐(以季节、天气、以及顾客的身体情况为主题)

(3)、餐饮理念：健康 美容 养生 减肥滋补

(4)服务人员：青年男性(五官端正，身高1.70cm以上,接受训练)

(5) 地区选择：中国台湾

(6) 面向人群：以女性为主(可以带小孩，节假日男性客人需携女友方能入内)

(7) 爱心之约：每结算一份单，向慈善机构爱心捐助1元

1、市场前景分析

社会的进步，也伴随着许多问题的出现，人们生活的提高，饮食的讲究对人们越来越重要，健康，保健，养颜，美容这都是女性特别关注的话题!市场经济竞争日趋激烈的今天，性别经济逐渐火爆，这种以女性为主题的餐饮理念，它摆脱了传统的餐饮业就餐时不分男女千人一面的现象，从菜谱到环境都符合女子的生理，心理定位，同时以贴心的服务将赢得她们的喜爱，产品的逐步发展，为将来的连锁产业奠定基础。

2、 目标市场

面向全体女性，可以领小孩;男性需携带女友方可入内，禁止单身男性入内。

3、顾客消费准则

舒心，放心，健康，美容 养颜、 减肥等。

4、市场竞争分析

中国台湾餐厅，各式的茶艺馆，西餐厅，普遍大众化，没有突出特色的方面，个性时尚的分性别的餐厅还一直是个空白，女性永远是时尚的代言，她们追求一系列美容。

5、中国台湾餐饮市场分析

根据慧典市场研究报告 近年来中国台湾餐饮业呈良性发展态势，中国台湾餐饮市场蕴藏的巨大商机也被许多餐饮投资者所看中，因此，中国台湾餐饮业的未来发展趋势也被投资者所关注。

6、swot分析行业与企业的情况

s、(优势)：1、我们的餐厅具有一定的特色，符合中国台湾市场的需求。

2、我们开始中央厨房的应用，将大大减少了我们的成本，提高我们的竞争力。

3大陆和中国台湾合资的模式使得双方可以各取其长，互补共赢。

w(劣势)：1、 刚进入中国台湾市场，我们的品牌知名度还不足。

2、对于餐饮业经营的经验不足。

o(机会)：1、平价奢华的潮流已成为发展趋势。

2、餐饮产业是中国台湾重要的服务产业，尤其在面临全球不景气的压力下，餐饮是民众最基本的内需产业，近年来两岸推展观光交流，对中国台湾餐饮是利多机会，美食已成为一项重要的时尚产业。 3、中国台湾市场已慢慢向大陆开放，政治方面的优惠政策也比以前好很多。

t(威胁)：1、中国台湾餐饮店数多，同业又同类店面竞争十分激烈。中国台湾人比较注重吃。同时中西餐饮文化在中国台湾汇聚，不仅加剧了竞争，也将消费者挑剔的习惯培养起来。

2、中国台湾餐饮企业为了能在激烈的市场竞争中脱颖而出，都拥有完备的企业体系认证.3、中国台湾的政局不稳定，针对大陆来的投资政策也不稳定。

我们选择投资进入模式的合资方式，与中国台湾当地的企业按一定比例共同投资开办企业。这样一来，大大减少了政治风险，享有更多政策上的优惠。其次，可以利用合营伙伴熟悉中国台湾政治法律，社会文化静经济状况的优势，比较容易取得当地的资源并打开市场。

1、产品策略

第一，菜色。在这方面我们采取的是多元产品策略。消费者的需求是个性化和多样性的，单一产品存在消费者满意度局限性，同时有的品牌现有产品缺乏竞争优势，需要开发新的产品。我们实行多元产品策略主要体现在我们的菜品上，除了养颜美容的产品外，我们还根据季节和每天的天气状况推出相对应的健康食品和饮品以满足女性顾客的多元化要求。我们思考的不是引入最正宗的料理，而是侧重于考虑消费者的口味。

第二，服务。招聘服务员的原则就是这个服务员是不是喜欢和人相处，喜欢和别人打交道的特质，我们提供的服务不是有距离的服务，强调的是永远的亲切、温馨，像家人般的服务概念。

我们服务分三个阶段，第一是标准化的服务，餐饮业的服务员流动率比其他的行业大，要有标准化的教育，并附案例说明。当顾客来餐厅庆生，服务人员特别为准备生日蛋糕，为其唱生日快乐歌。他的桌面的布置和一般的桌子不一样，这些只需在预定的时候提前说明即可。第二是要让顾客满意。尤其节假日绝不涨价。既然她在这样的特别日子记得我们，就要特别为他们准备更多的活动，形成良好的口碑。第三是要让顾客感动。

我们的整个服务流程，主要围绕一个概念，就是让顾客成为我们一辈子的好朋友。站在顾客的角度思考每一件事情，尽管有损失，但顾客会成为我们一辈子的好朋友。只有这样才能让企业走向成功。

2、价格策略

(1)、我们的价格策略主要以平价奢华为主。 中国台湾餐饮行业由于受到西方餐饮和日式餐饮的渗透和影响，使其成分和风格丰富复杂。在激烈的竞争中，人们对于就餐环境以及价格都提出了更高的要求。市场细分之后，中国台湾餐饮更倾向从服务业本身内涵中挖掘出竞争优势。而食品精致化、品牌定位于“平价奢华”就是许多中国台湾餐饮企业新的路线。 在餐饮细分市场，除了各种不同风格和口味以外，高档餐饮、商务餐饮将服务做到极致，而快餐则将价格做到了极致。我们认为中间可走的路线就是平价奢华，所谓奢华，就是店面装潢和就餐环境与高档商务餐饮相当，而且有细致亲切的桌边服务。

但单价则保持在50~80元钱。 既要平价，还要奢华，又要亲切的桌边服务。那么成本怎么控制?利润怎么保证?我们的想法是建立中央厨房，也就是在一个地区如果有三个餐厅开业，就设立一个中央厨房。中央厨房的职能是由公司研发人员即主厨研发出来的菜品进行一次加工，并配送到其辖区的餐厅，餐厅只需要二厨根据规定动作烹制食品即可。这样对于每个餐厅来说，不需要配备薪水较高的主厨和大厨，只需要配备二厨即可。中央厨房统一配送，既能使食品保持口味一致，二次加工流程减化，又能减少顾客等待的时间。增加餐厅的翻台率。

(2)、 折扣价格策略。主要是为了促进消费者的消费，除了法定节假日的折扣优惠外，我们还推出白银、金卡、白钻的会员等级制度，会员的等级越高享受的折扣也越多。

(3)、 参照竞争对手价格策略。为了使自己的产品在价格方面比竞争对手更具优势，企业在认真研究竞争对手价格的基础上，参照竞争对手的价格制订自己的相应价格。

3、 促销策略。

促销对于提升当期销量、提升品牌形象都具有非常重要的作用，因而促销是营销最重要的营销方式之一，促销活动要体现：形式多样性、针对性、的原则。

(1)、 价格促销。价格促销主要是降价促销，为了提高竞争优势，我们会做一些折扣价格优惠等促销以提高消费者的消费积极性。如每天推出一个降价套餐。

(2)、 赠品促销。赠品可分为两种：一种是赠送优惠券，一种是赠礼品。赠送礼品，可采用消费不同数量奖励不同价值礼品的方式，在礼品的制作和选择上，其主要特点新异、奇特、艺术性等，突出企业文化内涵。

(3)、 节日促销。利用圣诞、元旦节、情人节、愚人节、母亲节等节日在餐厅举办相关主题的促销活动，尤其是情人节和圣诞节是最重要的促销节日。如情人节可采取消费指定套餐赠玫瑰，女士携男士消费，免费赠送女士玫瑰。

4、 品牌生动化传播策略。

女性消费者一般具有较强的品牌意识，对品牌有较高的忠诚度和偏好性，故加强餐厅的品牌生动化传播是非常重要的。

(1)、我们采取多品牌战略

多品牌战略在企业经营中可能是老生常谈，多品牌战略与特许经营结合在一起最大限度地降低了成本，增加了市场份额。由于每个品牌定位不同，在一条竞争激烈的商业街上，可以出现多个品牌最大限度占有市场份额，这对于盟主的直营店，还是对于加盟商都不会出现自己打自己的情况。

成熟的加盟管理体系的形成需要多年摸索，但是多品牌可以使加盟体系在企业内部快速复制。对于盟主来说，多品牌在招商过程优势也是非常明显的——给加盟者提供更多可选择的空间。加盟者主要看中的是盟主的经营理念和特许体系，如果给加盟商提供更多定位和价位的加盟品牌，则会优化招商效果。

(2)、视频广告投放。主要是在广场、电视等大众媒体上进行传播，以提高企业知名度。

(3)、 人员传播。我们公司的所有店面人员统一为年轻男性，统一黑色宴会装。服务人员造型美观大方、色彩搭配合理醒目的服装也会起到良好的品牌传播;服务人员热情周到的服务和对企业文化的宣传都是对品牌良好形象的塑造和传播;要重视口碑传播，通过第三方的口碑宣传，提高品牌可信度和忠诚度。

(4)、 礼品展示。放置在展示架或展示橱窗里放在夜场大厅明显位置广泛地展示给消费者，刺激消费者的消费欲望。

5、分销渠道策略

我们采用中宽度分销策略，既具有控制性、服务、质量的优势，又具有较大覆盖面。

采用直营和加盟商的渠道建设方式，尽可能占领市场。直营连锁的方式有利于加强控制力，树立企业良好的品牌形象，但是也存在建设成本过高的问题;加盟的方式就能有效解决成本问题，而且还能加速企业的资金周转速度。

以下是我公司设想几个主题餐饮店：

芭比粉红舍(别名：the pink room)

芭比粉红舍是全球首个完全以芭比品牌为主题的餐厅，完全是为喜欢芭比娃娃的女性度身订做的。

餐厅以粉红色作为主色调，一走进去有如在梦幻般芭比世界一般;餐厅主打经典英式下午茶，新派甜点及手工巧克力品种繁多，制作精致可爱，甚至连蛋糕上面都印有芭比娃娃的头像。

餐厅还有专门让小朋友穿芭比装走秀的小t台，可谓是把芭比主题发挥到极致，绝对是闺蜜小聚的最佳地点。

宝贝豆 baby doll(来福士店)

baby doll的定位就是“针对女性打造”的餐厅，自然处处透露出梦幻与童真。

餐厅色调以紫色、红色、橙色为主，珠帘、流苏、帷幔、轻纱装饰其间，如同女孩子的闺房般温馨;不过最吸引人的还是这里超有噱头的菜式，“宝贝豆”“黄金甲”“会说话的鸭子”，这么有意思的名字让人一看就想点。

6、公共关系策略

(1)、是要建立与客户的良好关系，首先要坚持“以人为本”、“用心服务”的原则，要充分地了解顾客的需求，认真听取顾客的意见;比如可以在餐厅里留下顾客的意见本，以便及时了解顾客需求，改进服务，建立与顾客的良好关系。

(2)、是要建立和完善顾客档案，经常通过各种方法维系感情，不断地把暂时顾客变为长久顾客;

(3)、是加强消费管理。如创建顾客俱乐部，及时倾听他们的意见和建议，组织开展各种活动;

(4)、是根据公司的财力和物力，适当地开展一些社会公益活动，比如建立“希望小学”，帮助贫困学生完成学业、救助孤寡老人等慈善行为树立企业形象。

**母亲节营销活动策划方案总结篇十二**

一、【营销活动背景】：中秋是传统的佳节，国庆更是举国欢庆的大节日，更逢各业种大调整完毕，形象和档次再次提升。这三大热点必将掀起一阵销售热潮，各业种把握时机，甄选商品再掀销售新高。

二、【活动目标】：同比提升30%，提升商场美誉度、增加店堂活动气氛，突出家文化带给消费者的温馨感觉。

三、【活动主题】：中秋.十一双节同欢、耀眼

四、【广告词】：赏中秋、庆国庆、走亲朋、送好礼、到

中秋国庆喜连连、商品好又全

中秋国庆双联欢超低折扣大惠战

五、活动时间：中秋节主题活动9月17日(周五)——23日(周日)7天

甜蜜婚庆购物周9月24日(周五)——30日(周日)6天

十一国庆主题活动10月1日(周五)——7日(周日)7天

第一部分：中秋节主题活动

六、活动内容：

1.中秋美味汇展

请超市中心店及各超市门店全力联系供应商引进知名月饼如“德懋恭”、“稻香村”、好利来、阿美莉卡等品牌，全力推出各种风格、各种口味的月饼，大摆热卖形成中秋美食一条街的陈列氛围。重点对月饼礼盒、名烟名酒名茶、节日礼品类、水果类、海鲜类进行强力推荐，可于各品类中找出2—3款做超低价，吸引消费。要与竞争店形成鲜明对比，使消费者对我店的商品产生新颖、特别、全面的购物新感觉。

2、奢华秋品、时尚绽放

穿品业种：包括靴鞋、女装、男装、4楼运动休闲、针纺，本次活动集中推出展示国内外知名品牌的秋款新品，并结合中秋节给予全场深情价，部分商品再降1——2折的适度折扣。针纺业种为即将到来的旺季作好铺垫，重点推出羊绒、羊毛等知名品牌火爆上市的宣传，针对调整升级推出华丽转身、荣耀升级——大升级、转惊喜活动(活动期间到二楼预购羊绒羊毛商品可转转盘一次，领取指定的立减金额，可设置50—200元的立减金额。每日限前100名)同时各业种最后库存夏季商品开始1-2折的超低价折扣。

营销部将在dm广告重点宣传。

3、20xx金秋婚庆月：珠宝、化妆、家居床品、家电形成互动，相互给予立减xx元的折扣。(立减金额有业种拟定，但须报营销部)食品业种、超市酒水、糖果、干果类商品全市。免费送到指定位置。开展公司级的大套购，联购满50000、30000、20xx0等金额赠送不同婚庆大礼。(本活动初期即开始宣传，24—30日开展力度)

4、会员活动：(1)会员购物即赠购物袋一个(2)会员购物满300元赠送月饼礼盒(3)会员购物满500元送大闸蟹。(4)新人免费办理会员卡、信用卡并赠送双卡好礼。(5)会员持会员卡购物在原有折扣上再优惠0.5—1折，各专柜的商品都要有会员优惠。不参加商品上报营销部个别明示，营业员要将会员卡卡号标明在购物小票上。无会员卡消费不予打折。

5、特别活动:购月饼礼盒满500元以上可免费邮寄及全国各地，为您的亲人送去浓浓的思念。

第二部分：甜蜜婚庆购物周主题活动——花嫁喜事、缘起

1、婚庆商品甄选：各穿品业种开展主题活动，如西装节、礼服节、婚庆鞋品、旅游必备装、床品节、超市开展婚庆用品、食品展。婚庆周期间都要推出至少20个知名品种的婚庆特供商品，dm作重点宣传。珠宝卖区推出新款钻戒、项链等黄金珠宝类首饰。金店黄金首饰免费清洗，首饰维修加工只收成本费。钟表卖区推出情侣表;化妆卖区推出新娘套装礼盒等。家电业种推出多款婚庆价的电脑、数码摄像、照像机、手机及各种大小家电，保证价格略低于其他商家。同时大力开展分期付款、以旧换新等业务。

本次活动重点为床品卖区，以圣夫岛品牌的超低价热卖、正门展演为主，联动全卖区床品5-6折空前火爆热销，最终带动其他各业种开展轰动性婚庆商品促销，精耕细作深入挖掘我市婚庆市场的潜力，从而大力提升我店销售。

2、携手，同贺婚庆周

婚庆月期间，单张小票购物满300元可得100元楼礼券;满500元可得200元礼券;满700元可得300元礼券，每天限量100张，先来先得。发放地点：中心。

3、特别活动：婚庆在，天天送大奖

(1)活动期间，24日——30日在累计购物满1000元以上可抽喜\*包(最多抽三次)，现场办理大商卡1000元抽五次(100%中奖)。

奖品为：10元或100元的\*

(2)办理满10000元、20xx0元30000元以上赠逐级大礼或加赠换购好礼、业种商品再降折、特供商品任您选、卡大升值商品等活动，小家电类商品、床品、床品卖区上报部分商品换购。(参加活动的商品减免相应商场扣点)

4、会员活动：

1、好事成双——持结婚证购物可享受双倍积分。

2、新人免费办理会员卡赠送圣夫岛床品百元打折卡(明示商品不能使用)或电影票一张

3、免费办理中国银行、兴业银行的信用卡并赠婚庆礼品

第三部分：国庆主题活动——国庆七天、狂减狂欢

穿品类满400元减150元(6.5折)或满500减200元(6折)

运动类商品200减40元婚庆类商品按婚庆周活动进行

1、各穿品业种以应季正价商品(女装、男装、靴鞋、针纺、四楼文体、五楼儿童床品、超市一楼)为重点，借各业中调整完毕之势推出大力度的满减活动，全力提升销售。(不参加品牌上报营销部)

2、非常七天、非常折扣：各业种除正价商品外要组织部分特价商品，要求各类穿品选出100款商品最为牺牲商品，新品6-7折、落季商品2-4折火爆销售，全线让利。

3、化妆珠宝钟表：化妆品主打各品牌的秋季保湿、护肤系列，全场品牌要充分抓住黄金周契机加大赠送力度，活动期间满200减30基础上全场5倍积分;珠宝钟表各品牌总体折让幅度要在现有基础上再降0.5-1折。

4、会员价商品：活动期间会员购物再降0.5——1折

5、大商电器：满1000元减150元

(1)、华丽大升级、价格大突破：大家电类满1000元减150元赠送好礼小家电类全线品牌劲掀底价狂飙，倾力惠民。

(2)、七天欢庆、七重谢礼：家电业种要加大赠品力度，商场赠礼、厂家礼、套购礼、婚庆礼、会员礼、乡镇车补礼、刷卡礼、等七重大礼庆十一。

6、大商超市(1)、参加公司幸运大抽奖活动(当日可累计);

(2)、联手各厂家推出千种特价商品及会员特价商品;

(3)、开展厂家户外展演及展卖活动。

7、特别活动：华诞61、非凡国庆礼(费用由参加活动供应商与公司各担一半)

活动期间，凡当日在各穿品卖场购物单张小票满下列金额即可获得如下赠礼(食品、超市、明示品牌不参加本活动，珠宝、电器类贵重商品按3倍计算)：当日累计购物满400元，赠价值20元赠品;(2)、满600元，赠30元赠品;(3)、满800元，赠40元赠品;(4)、满1000元，赠60元赠品;(5)、满1500元以上送90元卡

发放地点在中心，商品部安排公司各部门轮流发放。

8、会员活动：

1、十一期间会员购物达额可领取上一级奖品。2、会员购物双倍积分3、会员购物即可领取环保购物袋

9、户外展演，时尚秀场：十月1、2、3日三天正门舞台，由各业种安排品牌开展门前露天演出活动，品牌推介，互动娱乐，低价特卖等活动。同时等友情助演(时间、内容上报营销部)

活动要求:

1、本次活动要求各业种辖下品牌尽全力参加，部分品牌可以适当放宽但需报营销部

2、各业种要保证折度到位，让消费者产生震撼，商品部负责于活动前3天检查各业种折让及货品准备情况

4、本次活动是今年“十一”档期的最重大营销活动，集团也在此期间开展了销售竞赛活动，因此各业种、各卖区对此要有足够的重视，加大活动力度，落实好商品，全力以赴提高销售，必保实现同比增长30%的销售目标。

5、公司将开展多样的销售劳动竞赛活动，形式及奖励办法由工会出台。

6、本次活动各业种上报的dm商品信息要突出每一波主题活动及价位优势。务必于9月9日下午15：00之前上报第一波商品信息。(后两波另通知)业种经理要签字确认。dm版式附后，请各业种根据版面掌握上报信息量。

7、本次活动时间长、主题多请各业种认真传达准确传达活动内容，确保传达到每一位员工，避免错误宣传造成顾客投诉。(

8、珠宝、钟表、女装、男装、靴鞋、针纺、床品、羽绒、五个业种各出2个空飘球。9月30日悬挂门前，装点节日气氛。

**母亲节营销活动策划方案总结篇十三**

当日在ktv超市消费满188元即可参加节日摸彩活动，每张彩券均有精美的礼品，摸到什么就送什么，即摸即送，惊喜由你选择，运气由你掌握!

是虎年，ktv为了更好营造节日气氛，于元旦假期特别增加虎年吉祥公仔的`销售：

ktv可在超市显眼位置设立一个区域，专门摆放各种公仔娃娃。毛公仔大小数量根据摆放位置定制，建议数量在30-50左右。

公仔规格要求：大、中、小;数量比例：建议是1：3：2。

公仔造型要求：以动物为主，如顾客熟悉的造型，小龙人、米老鼠、斑点狗、哆啦a梦等。(建议由红酒厂商提供公仔，ktv支付成本费用。)

大、中、小公仔的售价分别为48元、28元、10元。

即时摸彩办法：

ktv制作彩票箱一只，彩票若干。

顾客可凭借电脑小票(限当日小票有效，金额不累计)，到摸彩处兑奖。

此活动仅限ktv元旦促销假期期间有效，过期不候。

每张电脑小票仅限摸奖一次，复印小票无效。

元旦小长假期间，在ktv前后广场或大厅举办欢乐游园活动，可以设置如下游戏项目，简单易玩轻松愉快。

凡ktv包厢消费满200元即可以参加ktv以下活动的任意一项，选择你最擅长的一项游戏，100%中奖，大奖可获得智能手机一部，纪念奖可获得50元代金券一张。

转\_：红色的幸运\_转起来，转出一整年的好运气。希望\_能够给你带来幸运大奖。

抽红包：一沓厚厚的红包，哪一个能够给你带来大惊喜呢?那就得看你老人家的眼力了，可别看走眼了哦。

掷飞镖：如果你是神射手，就必须要发挥你的功力选择掷飞镖了!连续3次击中10环就可获得大奖哦，这要是万一失手了还有丰富的纪念奖等着你。

猜灯谜：ktv收集灯谜题目，顾客进入ktv可选择玩猜灯谜游戏，猜中可获得30元ktv代金券一张，当日消费即可使用。

**母亲节营销活动策划方案总结篇十四**

一、活动时间：

20\_\_年11月9日 6pm---9pm

二、活动主题：(可选)

主标：北站爱情故事

爱上爱，爱上(企业名或品牌名)! (企业名或品牌名)美食音乐荟 附标：11.9，但愿人长久，光棍不再有!

三、活动目的：

吸引人气，增加粉丝 餐饮商家展示 带动零售

四、活动形式：

场外商家美食展+场内商家促销+乐队live演唱+敢爱达人宣言

美食：30个餐饮商家摆摊，自备食品与份数，一个小时免费试吃。同时(企业名或品牌名)配备花式调酒和水果。

场内促销：全场五折起，商家推爆款，先到先得。

乐队live：男女歌手轮流登场，情歌、节奏与布鲁斯、轻摇滚 4、 敢爱达人：事件营销

事前：微信征集敢爱达人，“为爱发声，(企业名或品牌名)挺你!” 事中：安排女跟男求婚快闪 事后：媒体报道

五、活动地点：

78层主会场

六、活动受众人群(1000名)

北站企业/事业单位：a1栋、地铁物业、高铁等

周边社区/公园居民：龙悦居、民塘路公园等

公司内部员工邀请家属朋友

商家邀请家属朋友

七、活动宣传渠道

1、缤果空间资源：自媒体、微信大v购买、纸媒 (11月3日—11月9日)

2、北站及周边社区线下派单：11月3日—11月9日

3、商家自媒体转发

八、活动流程

1、导入阶段：6pm—7pm

78层：音乐响起

主会场入场：扫二维码、送现金券、美食贴纸、荧光配饰、拍照 主会场：商家摆摊陈列

美食贴纸：凭贴纸领取五份食物

现金券：用于现场零售消费，满200减60

荧光配饰：用于身份识别和游戏互动，增强现场氛围

敢爱达人：现场荧幕留言滚动/照片滚动

人物kt板创意拍照+鲜花留言墙：情侣人物、苍井空

2、 美食派对阶段：7pm—8pm

商家：提供产品、服务，派送优惠券

气氛营造：乐队live

消费者：关注微信，获取贴纸，免费试吃

敢爱达人互动阶段：8pm—8:30pm

大荧幕留言滚动，随机抽取五份留言，由当事人现场表白，(企业名或品牌名)准备鲜花和礼物。 l 事件安排：快闪求婚

全场爆款秒杀：9pm开始，先到先得

商家：每个商家自推一款产品做爆款，限量限时

九、现场布置

舞台、大荧幕、灯光、音响

情侣人物kt版创意照相

缤果logo做主景布置

鲜花留言墙

**母亲节营销活动策划方案总结篇十五**

活动主题：低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗?)活动时间：20xx年11月9日-20xx年11月11日活动内容：

活动一全场5折终极狂欢(20xx年11月11日)

20xx年11日11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城!

(注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。)

活动二购物有礼幸运随行(20xx年11月9日-11月11日)凡活动期间在购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台价值1111元二等奖2名超市购物卡一张价值111元三等奖6名真空保温杯一个价值60元四等奖20名心相印卷纸一提价值30元参与奖20xx名精美礼品一份价值2元

(注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。)

活动三一个人的节日双倍的甜蜜(20xx年11月11日)购物满11元1元赠2个棒棒糖(2元/个，200份)购物满111元11元赠2盒巧克力(25元/盒，40份)(甜蜜有限，礼品送完为止。)活动费用预计:

1、抽奖刮刮卡预计成本1000元，奖品成本8000元，总计9000元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本1500元。3、海报及广告宣传费用5000元。此次活动预计总体费用15500元。

(注：活动7000元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。)活动宣传：

1、广告投放，采用报纸提前3-5天投放2期。

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

**母亲节营销活动策划方案总结篇十六**

一.促销思路：

1.圣诞、元旦商机加强各门店气氛布置，大力提倡创意气氛布置及关联性商品陈列。并以气氛评比的形式，激发门店布置的积极性。

2.各连锁分店全力执行“圣诞狂欢度平安，元旦送礼乐翻天”促销活动计划，发挥促销的真正作用，创造气氛、吸引人流、提升销售。

二.促销时间：20\_\_年11月22日----20\_\_年01月2日

节庆假日

冬 至：12月22日平安夜：12月24日(星期五)

圣 诞：12月25日 元 旦：01月01日(星期六)

三.促销主题：圣诞狂欢度平安，元旦送礼乐翻天

四.促销商品组织：

1、 dm版面安排： 8p，促销商品70支。

2、 dm商品安排：

封一：封面活动主题圣诞来历

封二 ：圣诞用品专版 20单品

封三：洗化、家居百货 20单品

封四：酒饮、奶制品 20单品

封五：杂货 休闲食品为主 20单品

封六：杂货 南北干货、调味为主 20单品

封七：火锅料、汤料、水饺、汤圆 20单品

封底：生鲜 20单品

3、版面设计以紫色，红色为主色调，突出季节特点，另外突出冬季促销主题，促进商品类商品的销售。

五.促销商品活动

1.冬至(12月22日)当天推出较多火锅料、汤料、水饺、汤圆等特价销售，可关联性陈列，并快讯推介相关的调味系列商品及火锅用品。

2.圣诞节前期推出圣诞贺卡、圣诞礼品、圣诞装饰品、圣诞帽、散装糖果、 朱 古力等应季商品。

3.元旦促销期建议加强会员价的覆盖面及特价幅度。在新的一年里，给会员顾客留下一个良好的印象;(目前，我司会员价与零售价相差甚微，顾客意见很大，达不到真正的实惠会员，因此，元旦节日销售，建议各大分类销售排名前几位的商品不妨拉大零售价与会员价的距离，做超低会员价销售，并做快讯主题推介。)

4.元旦快讯促销品以清洁用品为主，烟、酒、礼品、保健品等开始推介。

5.生鲜商品建议每天做1—2个超低价，上快讯的水果、蔬菜需要全部订出价格。

六、活动促销

第一曲：《购物28圣诞帽带回家》

时间：12月22日—12月24日

地点：各连锁分店

内容：凡于活动时间内，顾客在各连锁分店一次性购物满28元，即可凭当日电脑小票送圣诞帽一顶，(指定柜组除外)单张小票限领一顶，数量有限，送完为止。

圣诞帽：10000顶\*0。8元=8000元

第二曲：《圣诞节，送欢喜》

时间：12月22日——12月25日，每晚6点—8点

地点：各连锁分店

内容：

1、活动期间，由各门店自行安排一位身材较为矮胖机灵、具有幽默感的员工，穿上圣诞老人服装(装扮的越像越好)，背上礼物糖果袋，在店门口或卖场内(最好是巡回走动效果好)为来店的小朋友派发糖果和圣诞节小礼物;

2、凡一次性购物满28元的顾客，还可免费和圣诞老人合影留念一张(限昌盛、时代店)(照片在各店指定时间内领取)，同时，还可与圣诞老人猜拳(剪刀石头布，三打两胜)，胜利的顾客即可用一只手在圣诞老人糖果袋里一把抓，抓多少免费得多少;

3、散装糖果，由采购部负责联系赞助散装糖果，a类店约配20公斤，，合计约400公斤。

12月21日前下发各店;

4、其他赠品、小礼物，由各门店自行解决。

第三曲：元旦送大奖，购物更疯狂!

时间：12月29日——元月2日

地点：各连锁分店

内容：

1.活动期间，一次性购物满48元的顾客参加抽奖一次，以次类推，两次封顶，百分百中奖，永不落空。(特价除外)

兑奖地点：各门店大门口

兑奖办法：即抽即中，即中即奖。

2.奖项设置：

一等奖 30名 奖自行车一辆 售价200元=6000元

二等奖 400名 奖怡飘10装卷纸一提

或可乐一提 售价10元=4000元

三等奖 1000名 奖酱油一瓶 售价3元=3000元

纪念奖 10000名 奖立白洗衣皂一块 售价1。5元=15000元

3.操作细则：

a.奖品必须搭展台，进行美陈展示，要有气势。

店和xx店奖品陈列在超市外围广场上，具体由行政部与公共事业机关协调。

c.一等奖奖品分别陈列到xx店和x店。其它分店抽中一奖均到这两个区域门店领取。

费用：约28000元

七、气氛布置

1.门店12月1日前按照企划部指定标准，完成圣诞节气氛布置;

2.门店以创意圣诞装饰和商品关联陈列为主。另加销售增长分;

3.营运部、企划部、门店共同进行本次活动检查;

店、-xx店、xx店气氛布置费用预计，3000元;(泡沫板，丙稀颜色)

5.装饰品由企划部统一购买，费用总额不超过10000元;(含圣诞服20套，圣诞帽20\_\_顶，彩灯50卷，圣诞树6株，棉花)

6.圣诞气氛布置总费用约13000元。

7.气氛布置如下：(详见图纸)

①a类店收银区吊楣、卖场入口门亭、圣诞特卖堆头按总部统一设计图制作、根据各门店区域规格进行调整。

②a类店圣诞特卖区统一设定为卖场入口第一视线点，两个堆头或一组端架即可。

③圣诞特卖区建议陈列(巧克力、朱克力，功夫糖、圣诞饰品等商品)在特卖区配备营业员现场叫卖;宣染圣诞氛围，刺激顾客消费。

④xx店、xx店和xx店气氛与其它店有所不同，作为酒嘉两区的中心办公基地。给供应商，其它企事业单位一点视觉冲击感以及两店促销氛围的提升作用，在两个门店大堂内制作圣诞庄园。

⑤abc类各门店促销员、营业员、收银员、各专柜员工统一配戴圣诞帽宣染圣诞氛围。

八.促销广告媒体支持

十一、活动分工：

1、各门店：

(1)提前对全体员工对本次活动内容进行培训工作。

(2)促销期间通过现场叫卖，营造卖场的良好气氛，海报商品及各类促销商品陈列要有量感做到丰满突出。

(3)海报商品的选择，协助采购定货。

(4)各档海报商品及春节相关商品陈列到位。

(5)监督客服中心促销活动之日起，活动内容及特价信息滚动广播。

(6)维护活动现场秩序，保证活动顺利进行。

(7)活动效果的评估与分析

2、行政部：

(1)超市外围广场使用审批协调。

(2)其它外联保障工作。

3、采购部：

(1)dm商品的选择与定货。

(2)圣诞元旦促销商品采购。

(3)礼品及糖果找供应商赞助。

(4)确定档期dm商品明细提交。

4、后勤部：

(1)保证活动期间灯光，设备的正常运作。

(2)音响设备调试。

(3)负责购买所有活动所需要的耗材。

5、防损部:

协助并监督所有活动礼品发放的核查工作。

6、收银课：

(1)对收银员进行活动内容培训要求员工熟悉掌握促销活动规则。

(2)熟悉限量抢购商品。

(3)告诉顾客最新促销活动信息。引导顾客参加活动，从而增强购买力。

7、财务部：

活动的费用统计核查工作。

8、企划部：

(1)活动方案的策划与执行，dm海报的设计和印刷跟踪。

(2)活动的宣传，整体宣传内容的设计各制作跟踪。

(3)负责各门店的气氛布置与指导工作。

(4)整体活动的跟踪与协调。

(5)圣诞节及元旦节广播稿拟定。

(6)活动效果的评估与分析。

9、信息部:

(1)负责做好dm商品的变价工作。

(2)负责活动期间收银设备检修。

10、总经办:

(1)负责所有活动的审核工作。

(2)所有活动整体的协调与监督。

(3)活动的费用审批。

以上方案适用于综合超市，广场类店，(集团)公司保留最终解释权。

十二.促销费用预算：约84900元

促销效果评估：(略)

**母亲节营销活动策划方案总结篇十七**

比如说，我们现在要做一份活动策划方案，在接下来的投入几个专展，或者上一个聚划算。那么目标明确了，接下来该怎么办?说白了，就是一整套流程走下来，那么什么算是活动策划的一整套流程，下面，我就在这里大致的介绍下：

第一，选款。也就是说，用哪个商品去上活动?在选款的时候，要充分考虑到如果活动上去了，它的销量会怎样，这一步算是活动评估，因为你总不能拿店里面一个销量都没有的产品去上活动吧，即便你想上，淘宝也不答应。所以，一般情况下，上活动的产品，都是本店销售最火爆的产品，毕竟，销售的，说明用户接受度高，从本质上来讲，是在说明市场的反应情况。

第二，活动价格计算。淘宝上活动，人家总是要求打折的，你大致算下，如果淘宝小二答应了，你可以上活动，但前提是打5折，那你那时候就要计算了，如果打5折再包邮，会不会亏本，亏多少，如果不亏，我可以赚多少?大部分情况下，你家的商品要上活动，在价格方面，被淘小二挤出来的水分是非常多的，也就是说，人家见多识广，看着图片就差不多能估摸出你产品的成本价，所以小二同志会死命的压价。正是因为小二同志有此嗜好，所以，活动商品的最初定价还是相当重要的。你对活动产品的价格安排也就显得非常重要。

第三，店内营销策划。好歹上一次活动，总不能浪费了这个流量，那么是不是还要在店里面做一系列的营销策划，诸如满就送、搭配套餐等等，这一点的目的是为了提高客单价。虽然这一点对客户来讲，有点不大情愿，为什么，因为凡是通过活动来购买的，基本上都是奔着活动产品来的。但是，这里有一个问题，顾客不买，不代表不能没有。

第四，调货。既然要上活动了，总要备货备在这，总不能说卖完了再去进，那会就已经晚了。

第五，活动上线后的客服管理。搞过活动的同学应该清楚，比较好的活动上线了，那会你的客服工作就非常重要，你总不能一直跟客户神聊吧，你这么一神聊，要么让其他客户走人，要么客户收到货后在评价中说你几句，你要知道，他说的话可是展示出来的，这总不大好。而且，即便你想神聊，也没这个机会，你那电脑一直弹对话，你自己也扛不住吧。从我搞活动的情况来看，好活动开始，电脑基本上就卡死了，所以，提前写好自动回复很重要。在这个自动回复里面，你要把能想到的都写上去，不要怕文字长。关键是，尽可能的回复客户的疑问。

第六，发货。根据活动大小，提前准备一些货总要先打好包，这个很重要，不然，如果客户一多，你发货速度慢，就会影响到店铺的评分，所以，这一点务必清楚。

第七，售后处理。发货之后，客户陆续就收到货了，这时候，麻烦也就来了，各种各样的评论都有，比如遭遇差评怎么办?该如何解决，这些都是要考虑到的问题。

以上是一个活动策划最简单也是必须要考虑到的内容，而且，这个只是流程，作为活动策划者还必须给这些环节，每个环节里面安排一个人员来负责，在何时何地做什么样的工作，出现问题之后的内部协商机制是什么等等。

总之，如果是策划案，必须注意一点，流程要完整，还必须将该策划案落实到执行层。你要进入到情境中，因为是你策划的，你需要什么样的资源来配合你，在活动中会有什么样的情况发生，你如何解决和避免等等都要说清楚，至少要有所防范，如此，便是一个简单的策划案了.

**母亲节营销活动策划方案总结篇十八**

一、活动主体：

520，网络情人节

二、活动时间：

20\_\_年5月17日—5月20日（星期四至星期天）

三、活动内容：

【活动一】：我的情人——我做主

浪漫520，款款深情，穿着类全场4折起，精品皮鞋、旅游鞋全场8折，羊毛衫全场5折起，七夕热销，甜蜜放送，扮靓您的她（他）。（明示、特价商品除外。）

凡5月20日出生的顾客，凭身份证均可免费获赠情人节玫瑰一支。

凡购物满77元的顾客，均赠送甜蜜情人卡一张、玫瑰花一支。

订花、送花服务。

活动期间，鲜花专柜将接受顾客订购与送鲜花服务（限城区），代您传达烈火浓情。

活动期间，凡需礼品包装的顾客均可凭购物小票到一楼总服务台进行免费包装。

【活动二】：浓情七夕，浪漫送礼——巧克力

活动期间，穿着类商品当日累计满177元（超市不打折单票满77元）送精美巧克力一盒或玫瑰一支。（凭购物小票，到1f总服务台领龋）

【活动三】：520情意重，信物寄深情

1、珠宝类：足黄金180元/克，铂金pt950：385元/克。银饰全场75折，玉器专柜5折起，\_\_好运钻饰全场5折，老凤翔品牌黄金208元/克，钻饰8折。

2、名表类：

活动期间高档手表全场85折，并赠送格雅系列女表一款（价值98元）。

卡通手表、头饰品全场7折。

3、化妆品类：玉兰油、美宝莲、全场9折（特价商品除外）。雅芳防晒系列全场85折，凝白系列全场8折，羽西、李医生、高丝全场9折热卖。

4、开学助跑，亲情学生篇……

新学年开学助跑，新世纪为莘莘学子精心准备：箱包类全场8折，文体用品类、生活用品类折扣多多……

5、欢乐七夕情人节，超市特价抢购风

散称花生油68元/桶，面包部分半价，口口香、金篮子等熟食部分7折，面食天推出4种商品7折让利，鸡蛋不定时特价热卖！

**母亲节营销活动策划方案总结篇十九**

光棍节自助套餐：

方案一：套餐食物可以全部是：黄瓜条、香蕉派、薯条、虾条、干煸豆角、烤香肠、红烧排骨段、手指饼干、玉米段、筒子饭、巧克力棒、带鱼、油条、鸡蛋等棍状物。饭后小甜点为签语派对签语饼(赠送)。

方案二：共准备十一盘佳肴，像什么红烧膳段、糖醋排骨、水煮泥鳅、干煸豆角之类。

前来参加晚会的人自备筷子一双，因为我们是光棍，与筷子形似，并且倡议出外就餐我们每个人都应该自备筷子一双，可以为环保做出一点贡献。晚会结束时，可以和心仪的对象互赠筷子，组成一对情侣筷(寓意“一心一意，一生一世”)。

在一个单数的生活模式中，

习惯一个人吃饭、一个人逛街、一个人看电影、一个人自言自语、一个人想那个ta……

一个人的生活，也可以满足，只是少了一点分享的喜悦

一个人的生活，也可以开心，只是少了与另一颗心灵的交融

一个人的生活，绝对的自由自在，只是少了“眷恋”的特权

**母亲节营销活动策划方案总结篇二十**

为了提高员工企业归属感，增强酒店员工凝聚力，鼓舞酒店员工士气，丰富员工业余生活，经酒店研究决定，于20\_\_年1月20日举行第一届员工新春联欢会。

一、主题：放飞梦想期望无限(活动前背景音乐“超越梦想汪正正”)

二、活动时间：20\_\_年1月20日14点(根据预订情景决定，时间二小时以内)

三、活动地点：酒店

四、参与对象：酒店全体人员

五、活动主持人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

六、活动流程

第1个环节：携手\_\_风雨同程(背景音乐提议采用西安总经理年会背景音乐)

本环节主要资料：展示酒店(可介绍酒店或酒店未来的发展方向)新春寄语(员工入场时投入已经准备好的抽奖箱中，每个员工为自我、家人、朋友或公司写下一句祝福，号码由行政部提前发放到员工手中，以便于最终抽奖，)公司高层致词(执行董事黄永中先生、总经理赵润森先生)大型歌舞节目一个介绍酒店的员工情景(20\_\_年度酒店感动人物暨优秀员工事迹，提议参照感动中国的颁奖程序，有颁奖词、颁奖嘉宾及影像资料)

第2个环节：感动时刻温情常在(背景音乐“感动韩红、不能没有你那英”)

本环节主要资料：庆祝近期时间员工生日回顾酒店筹开军训培训影像资料节目两个

第3个环节：青春无限梦想飞扬(背景音乐“想唱就唱”)

本环节主要资料：春节style;衣食住行玩。节目三个互动游戏(团结协作型“因为有你，我的世界更精彩”)

第4个环节：活力荡漾畅想明天(背景音乐“我相信”)

本环节主要资料：传递欢乐心境(现场传动一支话筒，由主持人随意叫停，如话筒在谁手里，由他说出对酒店想要说的话，并参加现场抽奖，现场堆放数个气球，里面有不一样的奖品，也可能是惩罚等)放飞期望(抽奖，由现场的观众抽取6名幸运者，一等奖1名，二等2名，三等奖3名)

七、活动准备工作：

行政部：主要负责本次活动规划、预算、组织、协调各部门

培训部：协助行政部完成本次活动，对活动整体策划、节目选定、化妆费、服装费等发生的相关活动费用报帐工作。

工程部：活动当天14:00前完成音响灯光调试，2个无线麦克风、2个有线麦克风、2个麦克风架，负责活动现场背景音乐和员工节目音乐播放。

餐饮部：负责活动当天14：00前场地布置完毕(绿色植物、彩带等)。

**母亲节营销活动策划方案总结篇二十一**

一、活动主题

光棍节主题班会。意在让同学们彻底放松下来，增强同学之间交流， 积极的融入到班级活动中去， 增强班级凝聚力， 营造良好的学习氛围。

二、活动简介

1. 全班一起吃外卖。 (统计并提前一天预订， 班会当天中午通知) 2. 幽默搞笑视频。 (吃饭的时候播放，意在让同学们放松下来， 融入到氛围中去) 3. 氛围调动：班委节目。 (班委和主持预先做排练) 4. 游戏环节 5. 颁奖(游戏中获胜的队伍——辅导员颁奖) 6. 总计。 (班主任、辅导员发言，晚会结束)

三、活动时间

20\_\_ 年 11 月

四、活动对象

工商 1203 班全体学生+辅导员(+班主任)

五、活动地点

批教室，暂定管理楼 222

六、活动主办与班委任务分工

主办：全体班委和四个队长 任务分配： 姓名 任务 批教室场地布置负责与外卖联系确保送到游戏队伍方阵 计分工作人员 门口迎宾发船票购买游戏所需道具购买零食晚会服务零 食茶果 门口迎宾发船票双休统计外卖单找音乐晚会服务零食茶 果 场地布置写黑板主题“双十一主题班会” 场地布置收集班级活动的照片、视频、奖状 场地布置找幽默视频当天活动拍摄 写主持稿主持 飞信通知加以宣传主持排开场节目 场地布置 ppt 制作当天负责统计到的人数，在签名海报边 提供引导和记号笔负责游戏队伍方阵计分 队长：、 、队长需提前到帮忙并且做好方阵队员位置引导

七、活动流程

16:15~16:30 回寝室拿道具，班委自己随喜好打扮好。 16:30~17:30 班委教室集中开始场地布置。气球布置，写黑板主

题，海报粘贴，场地示意。 17:20~17:45 入场时间，门口迎宾。期间保证外卖正常运送。 17:45~18:30 吃饭。放视频。 18:30~20:30 准时开始班委节目热场游戏进行 20:30~20:45 班级成果展示 20:45~21:15 发言 21:20 主持总结

八、活动游戏 1.孤岛求生

需要道具：报纸(卡纸 10 张) 参与人数：可以男男，可以男女，可以女女，总共成立 4 组。每队派 人。 规则：两人站在一张报纸上，然后将报纸不断对折，在站立过程中两 个人的脚不能站到报纸以外的场地。持续 10 秒钟，如果不能持续 10 秒算挑战失败。最后，报纸折叠面积最小的一组获胜! !如果时间面 积相同，都可获得光棍一只 工作人员：2 人

2.抢凳子

需要道具：音响，话筒，凳子 8 张 参与人数：8 人 规则：播放欢快的音乐，进行抢凳子，最后，胜出的 2 个人代表队伍 获胜。 工作人员：2 人

3.两块钱

需要道具：话筒，音响 参与人数：10 人 规则：根据男女学员不同比例，比如男生远远大于女生比例的话，女 生就当“2 块钱”而男生则是“1 块钱” ;如果女生比例远远大于男生 的话，女生就当“1 块钱”而男生则是“2 块钱” 。 2、根据工作人员的钱数，所有学员组成相应的数字，没组成符合要 求的数字的，均被淘汰。比如，培训师喊 7 块钱，所有学员就组成一 个小组，这个小组所有人的面值加起来应该是 7 块钱，没有组成小组 的学员将被淘汰。

4.你划我猜

需要道具：卡纸 20 张。 (关于日用品，交通工具，一句话等。 ) 参与人数：两次。每次一个队伍。

规则：比划的人不能说任何话，工作人员写好卡纸上的话给观众看， 再给第一个人看。此时第一个人转身，其余人背对他。一个接一个传 达下去。最后一个人说出动作表达的意思。 工作人员：2 人

5.我爱记歌词

需要道具：纸箱。歌词条，答案。 参与人数：四队，每队派出 3 人 规则：在纸箱中放入纸条抽纸条，纸条上有歌词并且空出来的格子， 要求唱出则胜利，可以抽 4 次必须唱出其中三张才算过关。 工作人员：2 人

6.积水成渊

需要道具：脸盆，一次性杯子，水，矿泉水瓶，量器 参与人数：两队 规则：两队比赛，每队出 8 个人，同时开始，看哪一队灌倒脸盆里的 水更多。 第一个人杯子里倒上后叼在嘴上侧着将水流入下个人的被子 里，依次流入，最后一人将嘴上杯子里的水倒入盆内。限时 6 分钟。 工作人员：2 人

7.默契搭档

需要道具：大气球四只

参与人数：四队每队出两人 规则：两个人将气球放在膝盖处，使用除手以外身体任何部分将气球 从膝盖处推到胸以上部分。期间可以掉气球一次，第二次掉落淘汰换 本队另外一组。最快的两人所在队获胜。 工作人员：4 人

9. 萝卜蹲

需要道具：无 参与人数：5 人共 4 组 规则：每个人代表一个动作，工作人员做了一个领头动作后做随机一 个人的动作，然后那个人也这样传下去。 工作人员：4 人

10.齐心协力站起来

需要道具：绳子 参与人数 1、 首先要大家两个人一组， 围成一圈，背对背的坐在地上。 (坐的意思是屁股贴地，正常来说一个坐在地上的人，是无法手不着 物的站起来的) 2、两人手 \"桥\" 手，然后要他们一同站起来。很容易吧?那么再试 试多人一点，如六至七个人，应该还不是太难。最后再试试十四五人 一同站起来，那难度就会较高了。

游戏内容： 1)每组出两位组员进行游戏。两人应以身体高度相近为佳，两人先 背靠背，手臂扣着手臂，然后坐在地上，跟着依靠背与背的支持一起 站起来; 2)当两人站起来后，增加一人，成为三人一组，以同样方法站立起 来; 3)以此类推，增加到四人、五人、六人。。一组，直到全体一起站 。 立为止。

11.你快我不快

参与人数：两队 规则：报数字，3 的倍数和含有 3 的数字轮到时击掌一次。不然则接 受惩罚。

九、活动道具

气球、绳子、海报纸、书法相关道具、记号笔、凳子、惩罚盒子 (写好惩罚措施) 、奖品

十、总结发言

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找