# 2024年七夕节营销策划方案(十篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-06-14

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。七夕节营销策划方案篇一穿针赢金条农历七月初七旧称...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

**七夕节营销策划方案篇一**

穿针赢金条

农历七月初七旧称七夕、也称乞巧节、女儿节、古时民俗要求妇女在七夕夜晚向仙女织女乞一双灵、是为对月穿针。巧的手、因此妇女在月光下“穿七针、引七线”借助七夕中国情人节、渲染无限的感情色彩、盛大推出针对消费者的七夕乞巧穿针活动、用大奖激发节日人气、给消费者奉献一场别开生面的七夕珠宝盛宴。

1、提高珠宝店节日人气、促进销售;

2、以活动拉近消费者与本品牌的距离。

7月31日(周日)――8月6日

a、七夕乞巧：

穿针赢金条比浪漫谁怕谁?七夕情人节、紫金祥特推出浪漫复古的穿针乞巧游戏、趣味十足、激情无限、赶快来参加、可以现场赢金条哦!8月4日――6日期间、顾客来店均可参加穿针赢大奖活动、在规定的1分钟时间内、穿过10针及以上的、获得一等奖穿过6针及以上的、获得二等奖穿过4针及以上的、获得三等奖穿过4针以下的、也获得参与奖一份最高奖项抽完即依次向下顺延。奖项设置：一等奖1名、5克金条二等奖2名、梦洁床上用品三等奖20名、戒指水杯参与奖不限、香皂花

b、七夕相惠建议：

店门口搭建一座简单的鹊桥直通店内、柜台里打折促销的首饰、与顾客在鹊桥上相会约惠、真正实现七夕甜蜜浪漫的节日购物体验。

**七夕节营销策划方案篇二**

20xx年8月7号――20xx年8月16号20：00

走对80步，尽可能快，别掉水里。小伙伴只需要不断踩着图案快快前进即可。很简单吧，谁都可以会玩，但并不是谁都能玩得很好噢，小伙伴，不服来战！

我们通过排行榜的名次给用户发放奖品，并可以设置一定概率的幸运奖，让即便觉得自己速度不快的粉丝也可以拼人品赢得幸运奖。

一等奖：鲜花+情人节专享蛋糕一个+客房一晚

二等奖：鲜花+手工巧克力一盒+x观影卷2张

三等奖：鲜花+迷你小缤纷慕斯一盒

幸运奖：xxx官方微信商城20元代金卷一张

1、手机号码为兑奖重要凭证，填写应当真实有效，如若有误，作废处理；

2、代金卷只能在金冠好运来官方微商城购买兑现使用

3、本活动最终解释权归金冠好运来蛋糕店所有。

关注xxx官方微信点击图片或发送关键字“七夕”，到xxx官方微信参与活动！或进入主页菜单点击活动专区“七夕走鹊桥”参与！

请中奖的微友凭领奖时间：

20xx年8月16日―晚上8点前过时作废。

**七夕节营销策划方案篇三**

20xx年8月21日至25日

线上活动

所有少年儿童读者，限20人。

请登陆xx免费报名，报名后请加入活动微信群。

1、七夕节的故事，七夕节的文化。

2、七夕节的知识问答。

3、七夕节的游戏。

4、七夕节的手语舞蹈学习。

1、8月xx日：七夕节的故事，七夕节的文化。

任务：学习七夕节文化，讲好七夕节的故事;

反馈：提交七夕讲故事音频，最高获得3个阅读存折积分。最后上传官网音频额外加2分。

2、8月xx日：七夕节相关的知识问答。

任务：扫码参加知识问答赛。

反馈：参加答题即可获得1积分，答题前3名可额外获得2积分，得分相同，答题时间最少者得分。

3、8月xx日：七夕节的游戏。

任务：穿针乞巧、漂针试巧、鹊桥相会。

反馈：穿针乞巧、漂针试巧照片反馈各1积分，鹊桥相会视频反馈2积分。

4、8月xx日至xx日：七夕节《让爱传出去》手语舞蹈学习。

任务：根据视频进行手语舞蹈学习。

反馈：发送手语舞蹈视频，最高获得6积分。

**七夕节营销策划方案篇四**

本次活动的主题是为了突出：xx文学社并不仅仅只是一个文学艺术团体，更重要的是为了表明：xx文学社在一定程度上，是所有喜好文学艺术之士的共同家园。于此，爱在xx，爱让我们成长，爱让我们彼此的梦想聚集在一起，倾注希望，放飞梦想，一同远航。

对内：联络社员、社务、以及读者等，增进情感上的交流，促进文学、艺术等方面的发展；

对外：宣传xx文学社，打造品牌，树立形象，扩大影响力，提高知名度。

20xx年x月xx日

爱在xx。

歌曲联欢、嘉宾驻唱、情诗朗诵、真情告白、游戏娱乐等。

xx文学社yy频道

目标一：通过活动，增进社员、社务、以及读者之间的感情交流；提升文学爱好者的创作、工作等各方面的积极性。

目标二：通过活动，树立xx文学社的优良形象，发展xx文学社的文学地位。

目标三：通过活动，扩大xx文学社正面的影响力，提升xx文学社的知名度。

（1）主持人：xx、xxx

（2）现场场控：xxx

（3）字幕：xx

（4）接待：xx等

（5）参与者：特约嘉宾、普通游客、社员、社务、读者等。

（1）19：30：暖场，主持人到位，由场控负责音乐，（曲子尽量以柔和为主）

（2）19：55：主持人宣布活动进入倒计时，场控负责音乐（曲子以激烈急迫为主）字幕开始刷字。

（3）20：00：主持人宣布活动正式开始，宣读开场词，由xx文学社社长致欢迎词。

（4）20：10；播放不能到场的嘉宾录音，（场控在主持人报出嘉宾名字及不能到场后播放录音音频）字幕同时播放嘉宾信息。

（5）20：15：正式开始活动由社内社务献唱。

（6）社务再演唱过程中如有特约歌手到场，接待及场控做好应急处理，原则上有礼貌的掐断社务演唱，并对特约歌手致以欢迎，邀请其及时演唱。

（7）21：00：进行现场真情告白活动（主持人注意随机发挥煽情、场控放《婚礼进行曲》或《今天你要嫁给我》等歌曲。注意音量调节到不影响主持及告白人说话为好）

（8）21：20：进行配乐情诗朗诵。

（9）主持人及场控做好煽动鼓动现场气氛的作用，可适当的进行游戏来活跃现场气氛。

（10）要求所有活动工作人员、献唱社务在活动当天下午进行彩排，活动进行中yy必须保持在线状态，便及时沟通调整，并调整活动栏目顺序。

（11）22：00：活动高潮和活动延续。

xx、xx、xxx等人。

接待、字幕组、场控、驻唱歌手等yy工作人员，有意者请报名加入；xxx文学社yy工作组，群号：xxxxxxx

**七夕节营销策划方案篇五**

穿针赢金条

诠释农历七月初七旧称七夕、也称乞巧节、女儿节、古时民俗要求妇女在七夕夜晚向仙女织女乞一双灵、是为对月穿针。巧的手、因此妇女在月光下“穿七针、引七线”借助七夕中国情人节、渲染无限的感情色彩、盛大推出针对消费者的七夕乞巧穿针活动、用大奖激发节日人气、给消费者奉献一场别开生面的七夕珠宝盛宴。

1、提高珠宝店节日人气、促进销售;

2、以活动拉近消费者与本品牌的距离。

7月31日(周日)――8月6日

a、七夕乞巧：穿针赢金条比浪漫谁怕谁?七夕情人节、紫金祥特推出浪漫复古的穿针乞巧游戏、趣味十足、激情无限、赶快来参加、可以现场赢金条哦!8月4日――6日期间、顾客来店均可参加穿针赢大奖活动、在规定的1分钟时间内、穿过10针及以上的、获得一等奖穿过6针及以上的、获得二等奖穿过4针及以上的、获得三等奖穿过4针以下的、也获得参与奖一份最高奖项抽完即依次向下顺延。奖项设置：一等奖1名、5克金条二等奖2名、梦洁床上用品三等奖20名、戒指水杯参与奖不限、香皂花b、七夕相惠建议：店门口搭建一座简单的鹊桥直通店内、柜台里打折促销的首饰、与顾客在鹊桥上相会约惠、真正实现七夕甜蜜浪漫的节日购物体验。

**七夕节营销策划方案篇六**

情定七夕，“金”喜不断！

20xx年x月x日――x日，共计3天。

xx银楼各专卖店。

1、爱在七夕，玫瑰传情

活动期间，凡进店消费的顾客，即可获赠红玫瑰一支，为你传递浓浓爱意。

2、七夕爱妻，幸福甜蜜

农历7月7日，持结婚证到店内购买黄、铂金首饰，每克优惠20元，k金、钻石5折优惠。

3、浪漫情人结，缘结七月七

活动期间，招金银楼推出“浪漫情人结”系列产品（将部分产品用红绳编成中国结，分别取名“情缘结”、“同心结”、“牵手结”、“福运结”等等），套牢您的爱情，天天都是情人节。

4、七夕传情礼，数字表情意

活动期间，招金银楼将推出价值520元（我爱你）、1314元（一生一世）、1234元（与爱相随）、2134元（爱你三世）、9475元（就是幸福）、9955元（朝朝暮暮）、9999元（长长久久）等吉祥寓意的首饰若干，数量有限，先到先得。

5、甜蜜相约，幸福延续

活动期间，一次性消费满3777元的顾客，可免费获赠“钻石会员卡”一张，持此卡以后在本店消费，购买千足金每克优惠4元，万足金、铂金、硬千足金每克优惠8元，非黄金类产品享受xx折尊贵消费（注：金条不享受优惠）。

1、提前准备好货品和所需的奖品、礼品等。

2、提前对参加活动的店员进行培训。

3、请商场给予支持（让扣点、短信、广播等宣传）。

4、这次活动要做好客户资料的累计。

1、会员短信。

2、拱门、横幅、展架、海报。

3、商场led字幕、广播宣传。

**七夕节营销策划方案篇七**

七夕情人节即将到来，为促进酒店经营，树立酒店品牌知名度，我部根据市场及酒店实际，拟推出如下活动：

8月xx日

“情系七夕、相约星际”。

3.1)“愈夜愈美丽、七夕不孤单”大型郎才女貌亲密约会派对。

酒店南广场500平方精心布置，摆放各种休闲桌椅，广场播放舒缓浪漫的背景音乐，住店宾客凭房卡免费入场，其他客户凭入场券进场。现场配设饮品销售点、小吃点心销售点、七夕商品销售点等。凡莅临的宾客皆有机会抽取七夕意外惊喜大奖一份，价值5000元珠宝首饰。此外凡约会成功的男女可获赠精美礼物纪念一份。

3.2)客房：

活动当天特别推出“七夕”特价客房，一号楼高级大床房428元/间夜，赠送次日双人自助早餐、赠送精品玫瑰一支、赠送精品红酒一支、精美棒棒糖一支、演出门票二张。

3.3)餐饮：

银河餐厅推出

277元七夕情人套餐(包含双人套餐、红酒一支、玫瑰一支、)

577元七夕情人套餐(包含双人套餐、高档红酒一支、玫瑰花一束、巧克力一盒)

777元七夕情人套餐(包含超值双人套餐、进口高档红酒一支、玫瑰花一束、大河秀典门票2张)

月宫食府

凡活动当天，在月宫食府消费满77元，即可获赠玫瑰花一支。

3.1)请采购部联系购买活动所需礼品(如：玫瑰花、巧克力、红酒等)

3.2)请餐饮部出列不同的套餐菜单，对餐台餐位进行适当装饰。请餐饮部小吃城及九曲餐厅负责人领取相关物品，并按活动内容配合执行。

3.3)请财务部知会各餐饮收银，做好折扣优惠。

3.4)请前厅部针对步入散客积极销售七夕特价房，并介绍相关内容;请房务部领取相关礼物，并按活动配合执行。

3.5)策划部设计制作派对入场券(抽奖券)，1座、2座大堂海报及相关宣传。

3.6)请宴会部提前做好派对现场的摆放，并配合策划部、工程部对现场的装饰。

酒店店内海报、单页

酒店官方网站及友好连接网站

商都信息港漂浮广告(一个月)

大河报四分之一彩版+600字软文

时尚杂志硬广及软文

沿街灯箱胶片

目标客户短信

玫瑰花2元/支500支1000元

巧克力50元20盒1000元

棒棒糖50元10支500元

红酒150元10支1500元(红酒商赞助)

高档红酒300元10支3000元(红酒商赞助)

精美礼品200元200个40000元(企业赞助)

条幅/海报80元

短信促销0.04元/条60480条2400元

大河秀典演出门票赞助(100张内，超出置换)

珠宝首饰赞助

小礼物酒店库存礼品

大河报、商都信息港、时尚杂志约68000(全额置换)

合计：2500元(不含置换)

**七夕节营销策划方案篇八**

面向全校同学举办“show your love”主题晚会；内容包括同台笑谈，放飞希望；以及向同学们提供销售玫瑰花，孔明灯，情侣体恤等情人节特有饰品。

本次活动旨在为在校学生营造七夕情人节甜蜜温馨的气氛，让同学们感受情人节的浪漫气息；丰富同学们的课余生活，引导同学们树立正确的爱情观。同时为参与举办该活动的同学们能够锻炼自己各方面能力，增强合作意识。

1、活动时间：20xx年x月x日晚上7：00

2、活动地点：新广场（待定）

3、活动详细流程：情人节活动策划xx前期

3.1.1.寻找赞助商

（1）时间：20xx年x月中下旬

（2）内容：策划部协助外联部写好商业策划书，为活动拉到外联。

3.1.2.寻找眼睛店及饰品店的合作商

（1）时间：20xx年x月中下旬

（2）内容：外联部联系有关商家，协商供货、退货与价格问题，并签好合同。

3.1.3.前期宣传、准备

（1）x月上旬

内容：策划部和宣传部商讨海报，横幅标语（有一定内涵的）以及“许愿墙”的装饰。

（2）x月xx日前

内容：秘书处协助宣传部做好海报，横幅，准备订货单、宣传部开始准备网上宣传。

（3）x月xx日前

a.安排活动两天中物品出售的人员、地点、供货。其中人员安排中包括：结束后整理现场、营业额结算、剩余物品收集。

b.确定玫瑰花，孔明灯和其它小饰品的价格；优惠方案；以及销售方式：例如，送货上门，现买现送等；

（4）x月xx号――xx日

a.张贴海报于校园明显处；

b.全体人员写黑板，扩大宣传。

（5）x月xx日

准备摆台所需物品（装饰物；小贴纸；准备订货的广告条，订货单；晚会报名表；“许愿墙”；黑色粗中性笔、圆珠笔各10支；照相机（订货的广告条包括价格、联系方式等必要描写叙述性文字）

（6）x月xx日到xx日

在一食堂门口摆台，进行活动宣传，订货（活动当天可直接送货上门）和主题晚会的报名（连续宣传几天）。

（7）x月xx

通知全体成员例会商讨活动当天的人员、物品、销售方案、方式安排等。

4、会场布置

（1）一部分男生于早上7点把桌子，海报板等搬到指定地点，女生从宿舍带凳子，并且负责场地的布置（全体成员提前2个小时到）。

（2）全体成员于11点穿好会服到达摆台地点听从安排。分配人员：

a.音响调试

b守台，报名，介绍活动，解答问题

c.介绍活动，引导报名，以及到横幅处签名

d.拍照，记录活动

（3）活动结束后，清理活动现场，收集报名表由秘书处代为整理。

活动中：

1、x月xx日

（1）下午4点30到5点20，集中领取晚上要卖的东西

（2）5点30左右开始向情侣们出售玫瑰花，小饰品

a.优惠方案，如a.买9朵花送一份小饰品

b.买2份饰品送一朵花

b.根据之前的订货情况，送货上门（鲜花上附带小卡片，写上送花人、

祝福等）

（3）举办“show your love”主题晚会（该活动策划书另附）

（4）活动结束后，a.清理场地；清点物品b.结算营业额，统一先由秘书处保管

2、x月xx日

（1）、（2）同上

（3）放飞希望――

出售孔明灯之后，将大家相对集中于一个地方，然后一起放飞。

a.成员们需要每人带2个打火机，以防打火机不能正常使用；

b.出售前，成员们应自己先了解怎样使用孔明灯；

c.活动前了解场地的防火安全性，确定安全方案。

（4）、（5）同上

活动后

1.商讨如何处理所得利润，例如捐款等。

2.清点、归还物品

3.活动展示与汇报：

把签字的“5.21情人节”挂到宣传栏上，把许愿墙摆在食堂门。

4.以调查问卷形式，调查同学们对本次活动的满意度、搜集意见。

5.举办经验交流会。

已有资源：气球，拉花，彩带和装饰塑料花，贴纸，

需要资源：

a有赞助商提供的大舞台，以及灯光、音响等舞台设备

b两个主持人；，活跃会场气氛

c一面许愿墙（木板）；四条横幅

d两个食堂门口场地；

e鲜花、孔明灯等其它情侣饰品（如戒指，项链，手链，钥匙环情侣杯等）；。

（1）活动若有冲突，可以整体适当提前或推迟几天。

（2）对于如何处理没有卖出的物品，特别是玫瑰花，事先应与商家协调好。

（3）提前几天查一下活动当天的天气情况，若下雨的话，小范围调整活动日期。

（4）标志物挂上树和宿舍楼后，若被吹走，则应尽快补上。

（5）若校园情人节晚会因赞助等问题无法实施，以情人节派对等类似活动代替。

xxx

**七夕节营销策划方案篇九**

相约xx黄金

7月28―8月2日

一、黄铂金：

黄铂金消费满1500元送77元钻石。

黄铂金消费满3000元送177元钻石。

黄铂金消费满4500元送277元钻石。

以此类推。

二、银饰：

xx银饰全场9折。

三、钻饰：

挑选一系列产品，取名“携手永恒”并准备结婚纪念品。

1、相约xx―“一生的约定”

凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由xx银楼送出的价值288元结婚礼品一份。

2、相约xx―“七年之痒”

凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由xx银楼送出的价值588元结婚纪念日礼品一份。

3、你购钻饰我送金

凡购买钻石产品：

实付20xx元者，送红绳千足金转运珠手链一颗。

实付5000元者，送红绳千足金转运珠手链两颗。

实付8000元及以上者，送送红绳千足金转运珠手链三颗。

4、xx钻石特价

在七夕情人节当天，挑选两款钻饰，以7。7折特价销售。

1、店铺布置，店门放置粉色心形拱门。

2、礼品定制，契合结婚纪念，相守永恒为主题。

3、活动宣传：活动前期可短信发放(每店数量约2万条，xx县两店合为一起。)

4、网络宣传：常德论坛、同城交易网等宣传。

5、dm单宣传。

**七夕节营销策划方案篇十**

浪漫情人节，单身离人节。让单身男女在情人节不再寂寞，给他们一次付出努力寻找缘分的机会。

至今仍单身的高薪阶层、高级白领，随后向社会中级阶层进一步推广。

今天七夕情人节，告别单身汉。

20xx年8月xx日(七夕情人节)：

1、参与者上午入住酒店，并带上由酒店独家制作的单身戒指，代表他参与这个活动，同时也发出了自己正单身、寻找爱情的讯号。

2、中午在室内进行烧烤聚会，参与者自我介绍、互相熟悉。此时，由女生一一选出心仪对象，完成第一次男女速配。

3、分开活动至晚餐前，配对双方可自由得互相了解。游憩地点可以是酒店咖啡厅，康娱中心或是影院等。

4、在酒店进行晚间的化妆舞会，同时也供应自助餐，参与者盛装出席，凭单身戒指入场，有才艺特长者可凭藉此机会上台show一把，也可以在一旁默默关注、寻觅自己心中的伴侣，同时也是速配成功的男女进一步互相了解的好机会。

5、半夜，向天空放飞爱心状的天灯(孔明灯)，双手合十、许下心愿，同时酒店配合燃起烟花。完美的一天顺利结束。

20xx年8月xx日：

1、上午继续进行游艺活动。有“k歌之王”与“背著女友跑”两项比赛活动，优胜者都可以获得酒店提供的免费入住酒店一晚客房，客房标准由优胜者自选。

2、中饭则是简单的自助餐，让参与者在轻松的氛围中继续点燃自己的爱火。

3、午饭过后，由男生选则女生，完成第二次男女速配。

4、由陶艺老师教情侣们动手制作手工陶艺，作为情人节礼物。

5、晚餐前，最终是爱情大告白。

6、配对成功者可继续留下，享受酒店为其提供的情人节大餐!之后可向许愿树许愿，在“天涯海角”的石壁上锁上他们的爱情锁，拍照留念，爱情长长久久。而不成功者则可自行退房离开。

1、产品特色策略：符合单身青年找伴侣的个性化和多样化需求。戴上由酒店独家打造的单身戒指，体现了自己仍单身、对爱情及美满生活的渴望。而情人锁则是见证了成功配对的.情侣感情长长久久，有缘人因此终究结缘。

2、销售渠道：

⑴直接销售：直接上酒店现场报名

⑵间接销售：各旅行社、旅游集散中心等机构报名

3、价格策略：

⑴新产品价格：在介绍期，用高价撇脂策略，给参与者一种价高质必优的优越感，同时也会让高薪高地位阶层的单身贵族对此感兴趣，让他们感受到找朋友的快乐，同时也不会觉得这种“相亲”活动会降低了自己的地位。而酒店也会在短期内获得较大利润。而当产品逐渐进入成熟期，则可以适当的降低价格，尽量扩大市场份额，也可按参与者的社会阶层档次，分成不同品质不同价格以满足不同人的需求。

⑵心里价格：介於新产品介绍期的主要市场人群是高薪阶层，建议整个活动定价用声望定价策略。既提高了新产品的身价，也承托了参与者的身份地位，给人以心灵上的满足。

⑶而成熟期后，可用折扣价格策略：如一个医院的单身医生一起报名，可以量大从优，从数量上打折扣。

4、广告促销策略：传单、住房促销(房客报名优惠)、报纸杂志、成功配对的第一对第一百对等依此类推为产品代言人等。

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