# 2024年愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划(23篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-09-05

*无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。愚人节主题活动策划 愚人节的活动...*

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇一**

(休闲网有史以来最大的一次联欢聚会)

二、活动时间地点：

活动时间：年4月1日 20：00

地点待定：

三、活动内容：

1、小游戏：(20分钟)

2、节目表演：(10分钟)

3、评选晚会最佳化装奖(男女)，最差化装奖(男女)。(20分钟)

注：投票以无记名方式投出，第一轮举手投票侯选人，确定侯选人名单。第二轮，由唱票员，唱票。票高者获奖，结果产生不可更改。

4、小游戏(或节目)(20分钟)

5、评选晚会最佳人气奖(男女)(10分钟)

6、评选晚会最好色的色狼奖(10分钟)

7、小游戏(10分钟)

8、节目(10分钟)

9、评选晚会最靓美女奖，最酷帅哥奖(20分钟)

10、版主讲话(5分钟)

11、众人合影(20分钟)

12、晚会结束。

四、活动经费预算：每人预收80元rmb。

其中，包括场地租用费，活动奖品费，酒水用餐费。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇二**

一.活动目的

a：竞争的激烈，现以留住老顾客，明确并吸引长期消费的客人，以顾客的需求出发，有针对性的开展活动。本篇文章来自资料管理下载。

b：不断扩大知名度，对于中低端消费的人群制定合理及透明的消费政策、价格，广而告之。

c：针对慢摇吧要求具备客流量及现场气氛。

二.活动内容

a：以vip贵宾积分卡吸引具备长期消费的人群;b：联合啤酒厂商开展一定的降价促销活动以积聚人气;c：差异化的销售活动，提升降价带来的利润损耗;d：逢节假日及周末等，开展场内抽奖活动。(起到刺激消费及吸引人气的作用)

三.活动细则

a：vip贵宾积分卡要求：使用压膜塑料硬卡制作，双面彩印，手工编号可降低印制成本，要求收银台人员做好积分卡专项记录。

内容：前面印制“酒吧logo，及”vip贵宾积分卡“字样，并印制：订座电话，地址等项目内容。ktv愚人节促销活动策划方案

后面：vip贵宾积分卡使用说明

1.凡持有vip贵宾积分卡的客人为我店最尊贵客人;

2.本人持有vip贵宾积分卡的客人，凭此卡可享受折优惠;

3.凭此卡消费可获赠积分;

4.凡持有vip贵宾卡的客人，每年生日时可获赠本店精美礼品一份;

5.凡持本卡在本店进行生日聚会，可获赠精美生日蛋糕一份。

b：联合厂商进行降价促销活动。与厂商人员进行洽谈，活动时间1个月，以一款小枝啤酒进行特价销售，要求厂商给予一定活动经费赞助。

c：差异化的销售活动，提升降价带来的利润损耗。指除特价酒以外，退出新品种的酒品，要求竞争对手没有的品牌或单品啤酒。本篇文章来自资料管理下载。主要策略：较高的定价，配送礼品(可以是小吃，果盘，或是酒水)，配合服务员或是厂家指定促销员进行推广，满足高端客人的需求，提升利润额。

d：逢节假日及周末等，开展场内抽奖活动。可根据节假日及周末等，单桌消费临界点为根据，进行抽奖货以吸引人气为目的，每桌消费到较低限额时候即发放抽奖券，在23：00进行抽奖。奖品可设1.2.3名。

注意因素：

竞争对手的开业时间，及其活动方案，策略重点等。单页投放可印制低成本的单色单页。场内人员培训及执行等。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇三**

一、活动目的：

圣诞节是基督徒纪念耶稣的诞生的节曰，是一个西方的节曰，但是近年来，他却为越来越多的中国人，特别是年轻人所接受，并且渐渐被赋予了许多中国式的特色和内容。为了丰富同学们的课余生活，了解和体验到圣诞节的气氛，结交新朋友，促进沟通，增进彼此感情，并且度过一个愉快而又有意义的圣诞节，我们营销策划研究会策划了此次活动。

二、活动主题：圣诞之夜party

三、主办单位：营销策划研究会

四、活动内容：

1、时间：20xx年12月25曰19：00~20：30

2、地点：师生活动中心

3、对象：①营销策划研究会全体会员，以及，愿意参加的全体成大师生

②营销策划研究会全体会员，以及嘉宾(如其他社团骨干)

4、活动步骤：

a、19：00前的等待时间，播放圣诞歌曲，营造圣诞气氛，如《叮叮当，叮叮当》《平安夜》《听，天使报佳音》，活动要求每位参与者携带一张圣诞贺卡，在入场时交给工作人员。

b、19：00活动准时开始。

c、19：00~19：05首先由主持人致词，内容为圣诞祝福，圣诞由来，以及世界各地的圣诞风俗等。

d、19：05~19：30，进行第一个活动“拍七令” ，目的是为了炒活现场的气氛，让所有人都参与到其中来。

活动规则如下：多人参加，从1-99报数，但有人数到含有“7”的数字或“7”的倍数时，不许报数，要拍下一个人的后脑勺，下一个人继续报数。在所有到场者中循环3~5次。如果有人报错数或拍错人则给予一定的处罚。

处罚方式：每循环一次的所有出错者一起出一个表演，可一起合作，也可选派代表。

兴奋点：没有人会不出错，虽然是很简单的算术。

e、19：30~19：50，第二个活动：“椅上功夫”。先不宣布活动内容，邀请多名到场者参与，并把参与者按人数分为多组，然后进行比赛，若比赛中人数不够，可再邀人加入。

概要：在一张椅子上站最多人的游戏

方法：1、各组互相商量要如何才能站上最多的人。

2、依照号令比赛，哪一张椅子上站最多的人。

3、可以规定一个时限，如3分钟。

奖惩方式：对于人数最多并且站到椅子上的每个人给于一份小礼品;对于人数最少的一组且站到椅子上的人，则给于相应惩罚(即，头顶2~3本书学模特走台步一圈，若掉了，则表演一个节目。)。

f、19：50~20：10，第三个活动：祝福传递，将开始前收到的所有圣诞卡片放到一个大的布袋里，让每人抽取一张，把美丽的圣诞祝福带给每一个人，在抽取卡片时，播放圣诞歌曲，适当缓解一下刚才激动的心情，最后邀请嘉宾把自己抽到的贺卡上的内容念出来。

g、20：10~20：20第四个活动：圣诞老人,即派送5份礼物，采取抽签的形式，抽中者站出来，但是有次小小的考验，有三种形式可以选择：

a、先大笑5秒之后，忽然又大哭5秒钟，反复2-3次。

b、面对墙壁或其他物体，大声地喊三声：“我爱你!”

c、把礼物抱在胸前，闭眼睛，左转三圈，右转三圈，再睁开眼睛，走回自己的座位

h、20：20~20：30，由主持人主持，所有人一起做一次互动，临近的人相互说

：“merry chirsmas!”并且致结束词。然后播放圣诞歌曲，参加者可以相互交流。

五、宣传：

1、12月20曰在各宿舍楼张贴栏上张贴pop海报，23曰再次于主要教学楼一楼张贴处张贴海报，需要海报约15张，由宣传部负责海报的制作。

2、12月20曰前后，在寻知、寻梦桥头悬挂横幅，如“(赞助者)预祝营协圣诞之夜圆满成功”云云。

六、奖品设置：

笔记本 10元/本×10本=100元

或杯子……==b

七、会场布置：

1、入口：放圣诞树

2、玻璃：白色的喷雪，写为merry christmas,其他颜色的喷雪，画成各种图案

3、墙壁：张贴一张雪白大纸，上面绘上松树等装饰，请到场者写上在圣诞节最想说的一句话，活动结束后，可作为协会活动的纪念物，可悬挂气球、彩带等具有节曰喜庆色彩的物品

4、空中：放20个氢气球，在线上挂上有一定重量且赏心悦目的小物件，让其悬空在距地面1.6米处

5、椅子：

八、资金预算：

宣传：海报：3元/张×15张=45元

横幅：

会场布置：圣诞歌曲的cd：20元/张×1张=20元

圣诞树：

喷雪：

气球：

彩带：

氢气球：1.5元/个×20个=30元

纸张(最想表达的一句话)：2元/张×2张=4元

油性笔：3元/支×3支=12元

奖品：

总计：xxoo

九、可行性分析报告：

在活动前播放的圣诞歌曲和整个会场的布置融为一体，不仅从视觉，还包括听觉上，给会场营造出一种温馨、欢快、活泼的氛围，能起到舒缓众人情绪，弥补活动空缺的作用，花费不高，作用巨大。

19：00~19：30 的主持人圣诞致词和“拍七令”这两个环节，使活动开始得不至于太突兀，主持人致辞可以明确活动的指向，即圣诞节，“拍七令”能调动参加者的情绪。而同时 “拍七令”给出错的人给出的惩罚要求集体合作表演一个节目，避免了单人表演时的放不开，以及确实无专长可表演时陷入的僵局。

19：30~19：50 的第三个环节“椅上工夫”既可以考验团队的协作，又是对个人性格的一次考验(希望获得奖品而站上椅子，或害怕受到惩罚而不敢站上椅子)。为了避免出现每组人数过少的突发状况，游戏的规则之一是当人数不够时，可再出台下邀人上场。另外，椅子的高度不高，即使摔倒也不易受伤，但为了保险，可向体育器材室借软垫防护。而活动的惩罚人数约为3~5人，和上一个环节一样，有一定的余地。

19：50~20：10的第四个环节“祝福传递”的卡片由参加者准备，参加者抽取，在入场时交给工作人员后方可参加活动，因此，卡片的数量正好合适。而卡片上陌生的有缘人的浓浓圣诞祝福，一定能带来一份好的心情。为了预防卡片的数量和人数不合，主要是卡片少了，我们可以再多制作3~5张卡片备用。

20：10~20：20 的第五个环节“圣诞老人” 把惊喜带给幸运的人，礼物并不贵重，但在圣诞这个特殊的曰子里，不仅得到礼物的人能得到一份祝福，即使没有得到礼物的人，也将在这个环节中让情绪high 起来。最终的考验听起来并不具有太大的难度，但就是在经历考验的过程中，再一次调动了会场的气氛。

最后的环节，即互相的祝福里，活动收尾。

总的看来，本活动的难度均不大，经费的开支，即宣传、会场布置、奖品的费用，无不确定因素的变动开支，能控制在预算的范围内。

此次活动主要针对于协会内部，欢迎成都大学全体师生的参与，人数在50~100人为最佳，如人数少于预定人数，即适当增加“拍七令”的循环次数，反之，则适当减少循环次数。

同时，活动环节中所计算的时间也为参考时间，按活动的具体情况可做适当修改，如适当缩短或延长均可。

十、赞助方案：

圣诞节是西方的“春节”，随着中西方文化的融合，圣诞节在中国尤其在中国年轻一代的影响逐渐增大，如今，圣诞节已经成为中国学生的一个隆重的节曰。在圣诞节，各种各样的圣诞节庆祝活动越来越受到大学生的关注。

圣诞节派对作为一种重要的形式，对大学生的吸引力非常巨大，即使因为各种原因，他们可能无法亲自参与本次活动，但是，一个欢乐而温馨的圣诞节party依然能成为大学生们闲暇之时津津乐道的话题。

其影响力之大，难以表述!通过这次的“圣诞之夜”派对，能够达到事半功倍的宣传作用。赞助商家的品牌形象在成大学生的心中将前进一大步。

这次活动，我们将以“圣诞之夜”来命名，在活动的宣传中，不遗余力地为赞助商做宣传;同时，赞助商以现金的形式支持我们这次活动，与“营销策划研究会”携手，“圣诞之夜”派对在成都大学做大、做好!

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇四**

1. 活动目的：

由于“淘淘一家”的用户主要来自年轻一族，普遍具有追星的心理。“淘you，淘的就是你”活动就是为了满足这些用户的需要，为他们创造和明星接触的机会。借明星吸引更多的年轻一族关注3d网淘，加入3d网购，从而达到助势产品推广的目的。

2. 活动时间：20xx年2月14日到28日

3. 活动简介：

“淘淘一家”用户在情人节、春节期间参加3d网购超过150元，即有机会参加“淘you，淘的就是你”活动抽奖。活动将会有60%的机会能获奖，其中有50%符合条件的用户将获得国内娱乐明星亲笔签名的新年纪念礼物（初定为日历记事本），10%的用户更能获得20xx年娱乐明星见面会门票。

4.活动执行：

（1）“淘淘一家”在参加3d网购时登记“我最想见到的国内明星”，并写出前三志愿。

（2）根据用户的对明星喜好的基本调查，确定5个基本明星，联系确定其意向。

（3）进行用户抽奖并送出新年纪念礼品，后续跟进明星见面会门票事宜。

四、活动预期效果：

（一）. 活动能够体现系统性、规模性

“淘you”系列网络活动从“淘友”“淘优”“淘游”三阶段展开，各个阶段彼此相连，彼此贯穿，历时较长，共同形成大型的系列“淘you”活动事件，使活动具有系统性和规模性。通过长时间的大规模运作，将会对淘淘一家淘宝娱乐城进行较为广度的推广。

同时，由于活动通过现时广为流行的qq、社区等媒介进行网络炒作、明星助势、diy等活动的推广，保证了整个“淘you”系列网络活动的规模。

（二）. 活动具备有用户群体的针对性

“淘you”系列网络活动从淘宝用户、社区论坛用户、游戏用户三种类型的用户着手，为他们创造亮点和吸引点。由于淘宝网用户本身对淘宝业务比较熟悉，从该用户推广开来可以带动其他非淘宝用户认识淘宝，加入淘淘一家，同时活动也兼顾到社区论坛用户和游戏用户，由于这些用户都常常关注论坛，因此活动通过论坛展开能把这两种类型的用户吸引进来，促进用户的大量参与和活动的广泛传播。

（三）. 活动具有较大吸引力和趣味性

由于“淘淘一家”用户主要是年轻一族，根据他们喜欢追星、喜欢网游、喜欢论坛的心理策划“淘you”系列活动，结合有奖竞猜、免费出游、明星接触等多种富有吸引力和趣味性的形式，能够有效吸引追求时尚、追求创新、追求娱乐的用户加入“淘淘一家”。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇五**

活动背景和主题： 自vvtv成立以来，承蒙广大客户的支持和关爱，因为您的的参与我们不断发展，不断前进，为了表示我们的谢意，特面向社会推出此次感恩活动。

活动宗旨： 通过此次活动让更多的人了解vvtv，让更多的人感受vvtv的热情和专业，让更多有消费潜力的女士成为我们的顾客，让每一名员工有更多的收益。

活动内容：免费赠送感恩卡一张，内含rmb肆佰捌拾元整，仅限女士烫染使用。消费时，高于480的烫染项目，需现金补足差额，低于480元时，此卡内余额不退，并限一人一卡一次，并需现金支付造型费用。

活动时间：x年x月x日至x月x日

活动期间推广事宜：凡在活动时间内持感恩卡来消费的客人，不推销产品，不推销高价项目，发型师在即将完工时，向客人询问对我们的技术和服务是否满意，并告知活动期间充卡有优惠，如果发型师没有说服，那么到收银台时由收银员继续推售，并展示相关赠送礼品。(切记要适度，不要让客人反感)，因为此次活动的宗旨只是为了提高人气，扩大知名度。

活动期间的卡级内容： 烫染卡(此卡仅限烫染护，并按价目表扣除，不享受另外优惠)

1、烫染卡20xx(存1200消费20xx)

2、烫染卡3000(存1800消费3000)

3、烫染卡6000(存3500消费6000)

4、烫染卡10000(存5000消费10000)

凡办卡者均有相关礼品赠送(如洗发水、护发素、发腊等)

通用卡：此卡可消费vvtv全场所有项目

1、500卡享受烫染8折，洗剪吹9折

2、1000卡享受烫染7折，洗剪吹8折

3、20xx卡享受烫染6折，洗剪吹7折

4、5000卡享受烫染5折，洗剪吹6折

均同样赠送相关礼品

活动期间注意事项：

1、每名员工要以高度的责任感和积极性参与此次活动，为达到活动效果，活动期间将严格执行奖惩制度。树立大局观念，不计较一时得失，共同谋求公司发展壮大。

2、强化服务意识，认真做好每位顾客的接待工作，如有顾客对活动内容不清楚，耐心做好解释，树立vvtv服务好，讲诚信的形象。

3、收银员做好登记工作，每位凭卡来消费的客人，都要记录姓名、生日、号码三要素，届时店内将用短信进行跟踪、回访。

4、每名发型师可持有本店此次消费卡20张，发给活动期间你认为有发展潜力的客户，一方面可以树立良好的客房关系，另一方面可以发展体验或营销，让顾客带动顾客。

5、如果短时间内出现客人井喷现象，将实行预约制。

活动期间店内布置：

一、店内悬挂气球、彩旗，营造温馨气氛，员工时刻保持笑容，店内单曲循环播放(感恩的心)

二、进门处设置海报，详细阐述此次活动的内容和消费注意事项

三、彻底清理店内卫生，物品摆放井然有序，卫生间要随时有专人打扫，保持时刻清洁卫生，并适当张贴一些标语和头发保养护理知识。注重管理的细节的人对卫生间的要求都是很高的

四、设置一处积分礼品兑换处，礼品要新颖独特，有眼球冲击力，一看就想有占有欲望的礼品。礼品按照积分等级进行摆放，让顾客能为最高积分的礼品而冲刺!

五、店内标语内容：

经济虽然危机，美丽不能出现危机

店里所有项目和产品都可以打折，唯有对您的美丽我们从不打折

我一直在这里，等待您的到来

愿以后的日子里，都有我们vvtv陪伴

告诉朋友，如果我不在vvtv，就在去vvtv的路上

走进vvtv，感受头发与美的全新定义

是的，我很贪婪，永远不会满足，因为我始终觉得您还可以更美丽

有谁可以告诉我，头发是干吗的?

诚实守信、平价消费、技术过硬、服务周到，是vvtv的经营宗旨

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇六**

一、活动背景

在活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在活动中的销售做铺垫。

二、活动方案

1.活动形式：

预热：时间：10月20日至11月10日

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以为主题元素，旨在营造购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量，钻展，直通车图片。

流量：直通车，钻展，微淘，淘宝客，短信发送，老顾客唤醒等等。

正式活动：11月11日00：00~11月11日23:59

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，微淘活动推广海报，钻展图片，直通车图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

2.活动力度：

1.收藏领卷2.关注有好礼

3.抽奖赢免单，每次购买满100元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

4.邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值1111元神秘礼物一份，共20个名额，被邀请人有机会获得价值111元神秘小礼物一份，共100个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

3.活动推广：

1.直通车引流2.店铺活动通告3.宝贝描述通告4.帮派社区宣传5.旺旺签名活动预告6.淘客联盟7.钻展

三、活动跟进

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前x名+售后x名+客审x名(负责订单审核和打印)确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动回复(提前准备、包含促销、尽量少用)

仓库：确保库存准确，避免缺货。准备好打印机及相关材料和打包用的材料。准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

四、库存准备

(1)确定活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的50%-60%所有产品在11.11之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的90%-95%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

七、人员准备

(1)对可能出现的双11订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，做好打包环节，提前培训好相关的打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作

(2)对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训

(3)制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5)物料要针对可能出现的流量和包裹数去计算

八、物料准备

(1)包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货;

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3)本次活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇七**

随着经济条件和教育水平的发展，教育信息化已经成为一个不可逆转的潮流，广大求新、攀高的青年学生更是成为一个巨大的潜在消费群体。在这个电脑技术、网络技术已经普及到社会各个领域的社会里，作为二十一世纪的大学生，对信息技术相关知识的渴求是不言而喻的。因此，电脑也就成了高校里大学生最喜爱的设备。随着大学生的规模不断扩大，可以预见买电脑的大学生会越来越多，所以校园这一巨大的市场一定会有广阔的发展空间。

（一）市场环境特点分析

1.人数规模大且具有集中性。随着学校的不断建设和近年来的连续扩招，在校人数不断增长，对于商家和企业来说，也就意味着一个巨大的、高素质的新型消费市场的形成，也将占据未来整个消费市场的不可忽视的一大份额。而且，校园市场消费集中，企业能够通过各种活动进行有效地宣传，这样花费的成本相对较低，有效信息传达也比校园外市场更迅速更直接。

2.信息的封闭性。在校大学生与电视媒体接触不多，信息多来源于广播和互联网，信息的普及和传播主要靠同学们的口耳相传，形成了一个较为封闭但却活跃的消费市场圈，产品的接受度和知名度主要依赖于其在高校市场内，也就是学生消费圈的口碑，但对消费品的选择还是有一定理性认识的。

3.消费的延续性。校园市场是有未来导向的，具有连续性。企业占领这个市场不仅会带来短期的商品效益，而且，当代大学生拥有知识资本，以脑力劳动为主，崇尚品质生活，具有鲜明的品牌意识，是形成中国新生中产阶级和引领青年一族消费潮流的重要支柱，必将成为未来社会中消费的主导力量。

（二）电脑消费市场前景

大学生是电脑高端消费的潜在消费群体，全院上万人的消费市场，市场集中，消费者流动密集，信息传播迅速，学生对电脑价格、行情、服务的不熟悉都需要用知识去引导。而且到目前为止还没有那个电脑商家整理这个比较杂乱宽广的市场，统一学生的电脑消费市场导向，完善服务和售后服务精细科学的内外管理，帮助他们拥有正确合理的消费和消费理念，所以学生的消费是比较盲目的。作为电脑商家的目标顾客群，大学生市场的消费现状在某种程度上决定着运营商的未来业务发展，必须引起电脑商家的足够重视，努力开拓这一市场。

虽然校园市场不具备生产能力，但是作为一个消费市场来说，巨大的市场潜力必然会使校园市场研发和拓展进入白热化，但是校园消费市场又不同于一般消费市场，具有很强的特殊性。校园市场所蕴含的市场价值主要体现在三个方面，即校园市场是企业品牌在年轻人群中树立和推广的绝佳领域；校园市场具有很强的终端可控性销售渠道网络前景；校园市场原生态内容是未来各个领域所共求的不常见内容。将这三个方面进行合理嫁接，打造完整的校园市场价值链，从而在校园市场开拓和发展中形成一种极佳的良性循环，为扩大校园市场份额和大幅提高校园市场回报奠定良好的基础。

（一）产品策略

根据调查了解，现在的在校大学生，在选购电脑时，有 67%的学生会选择笔记本电脑，他们认为笔记本电脑不仅美观大方，而且携带方便，可以满足不同场合的需求。所以在电脑推广时，可以先以联想、戴尔等备受青睐的品牌笔记本电脑为主，在获取学生注意力的同时也可介绍其他的品牌及台式机。

另一方面，大学生追逐时尚，崇尚个性化的独特风格，他们具有求新求奇求异的消费心理，对一切感兴趣的新鲜事物产生强烈的消费欲望，对新产品新技术反映及其敏感，易于接受新事物。甚至有些同学更忠诚于“这个产品时为我特别量身定做的”。据调查在校大学生有很大一部分在意自己的物品是否和别人的相同，他们追求自己的特点和不同之处，在价格相差不大的情况下，有很大一部分学生愿意接受个性化的产品。因此，对于他、有个性化的顾客提供个性化定制服务，在原有外形上通过一定的技术添加个性化设计元素 （如姓名、头像、座右铭等）。

（二）价格策略

大学生群体在购买习惯上，倾向于高端品牌，但在价格上则只能接受低端价格。在大学生心目中，品牌既是一种质量的象征，也是一种品味的象征。他们有着非常强的品牌意识，在他们看来，有品牌才会有质量。根据调查，大学生喜爱的品牌依次为联想、戴尔、惠普等，分别占31%、21%和15%。但是过分的低价会造成对品牌忠诚的恶化。调查结果显示，大学生可接受的价格在2500—3500元的占26%，3500—4500元的占32%，4500—5500元的占24%，5500元以上的占11%。可见，绝大多数大学生认为3500—5500元为心仪电脑的可接受价格，为了符合大学生的需要，所以建议电脑商家对机型采取高低搭配定价方案，建议定价为4999和5999元。

（三）渠道策略

1.专卖店。大学生选购电脑的地点，主要分布是专卖店56%排在第一位，其次是一些大型电脑城占38%排在第二位，最后是有6%的学生会选择网上订购。总体情况就是专卖店仍然是大学生最喜欢的购买点，因此在资金允许的情况下，应该在大学校区附近开设专卖店，销售联想等品牌电脑。一方面以便统一管理（掌握专业知识、统一服装、做好礼仪。无论是独立专卖店，还是各个大型商场只要是联想等经销店的每位员工的服装都要配套整齐起来。给顾客一种专业化让人信赖的感受。并且各个员工都应该受到严格的产品和礼仪培训）有助于提升牌子形象，另一方面可以统一定价减少中间商设置的差价，以便大学生就近购买价廉物美的产品。

2.在学校组建团队分销代理。目标是服务同学并发掘电脑销售的未来人才，利用广大的学生资源进行自我开发。现今的大学生，很多都希望可以得到更多的社会实践机会，所以渠道建设的成本将会很低。抓住这一点，直接在学校招聘校园代理，他们的任务除了销售，主要是及时宣传、调查、跟进，并负责学校卖场的组织和促销，以及定期的一些活动。校园代理应覆及学校的每个系别，每个系别至少有一个校园代理者，重点是对新入学的新生进行调查，宣传和市场咨询。设立奖励机制和淘汰制，激发他们的热情并对他们的工作表示肯定。成立这些分销点后，要经常对校园团队进行知识和技能培训，使他们的能力不断提升。

（四）促销策略

1.每学期开学的第一个月，进行校园团购促销。

凡在此期间购买某品牌电脑即可享受团购价格，每位购机的同学将拥有某品牌特送嘉宾卡，其作用是可参加定期的幸运抽奖，还可凭此卡推荐五位朋友购机，不但朋友可享受优惠，自己每次推荐成功都可获得礼物，如u盘等。促进人际关系营销；对不急于购机的同学可填写购机意向卡，将来购机时可凭档案中的记录享受特殊优惠；对“购机意向档案”进行整理，经常邮件问候，提供优惠消息和新闻给这些潜在消费者，以达到最大限度的预售效果；对于购买者，提供接送服务。提供该服务，会提升顾客对该品牌的美好体验，并且能够获得一种被重视的满足感。而这些情感上的体会对培养顾客忠诚非常重要，另外有助于建立良好的品牌口碑。这些活动的实施，需要校园团队配合工作，效率和成绩都会很好。

2.赠送带有品牌标志或品牌名称的、时尚的、流行的衣服、帽子等物品。

大学校园是一个人流密集的地方，一件富有新意的衣服（必须在同学可接受的范围内）可以招来无数双眼睛。当同学穿着这样的衣服走在校园里或走在世界各个角落，他就是一个品牌的免费宣传员。人们从他身上获取的品牌信息要比从其他途径获取的信息觉得更可靠，更值得信赖，而且可以给人留下深刻的印象。这些物品的发放也可作为每个月幸运抽奖者的附加奖品。

3.赞助学校举办的赛事、晚会等有影响力的活动。

企业赞助学校举办的赛事、晚会可以让品牌走进同学，让同学感受品牌的真诚，同学将会被这一份关切而感动，一个良好的品牌形象将在同学们心目中诞生。有时学校的赛事、晚会都会制成视频在学校的网站或其他网站传播，这也为企业的品牌赢得更多的展露价值。比如赞助学校每年的迎新晚会、求职技能大赛等。

4.举办有新颖性的各类校园竞赛，吸引大学生的眼球

由于大学生是一个正接受着高等教育的群体，他们渴望有一个展示自己的平台，或是为日后职场生涯增加经验的活动，因此他们乐于参加各种知识或技能竞赛之类的活动。企业可以借助此类活动，做到真正吸引大学生的眼球，并通过活动将企业品牌背后的文化传输给大学生，为其品牌忠诚度打下基础。竞赛应该尽可能的吸引更多的大学生，不分年级、专业、性别，人人都可以参加，人人都可以挑战，而且企业应该尽可能的扩大竞赛的影响力，争取得到学校的支持。

5.在校内制作海报和发放宣传单。

校内海报制作量每天都比较大，但多数不认真，所以设计海报内容要精要、具体，可以加入一些学生感兴趣的话题，是内容具有吸引力和感染力；宣传单同海报一样，设计要新颖，让学生保留宣传单时间越长越好，可以在他们无聊时看看，避免拿到宣传单后马上就扔掉，达到最大的阅读率，因此要在宣传单上印有品牌电脑系列的基本资料、促销活动、人性化的售后服务的具体内容。

市场营销策略选择决定着企业成败，电脑是一个包含了技术、应用、时尚等诸多元素的产品，在信息科技发达的今天，电脑对于大学生的吸引和运用是巨大的。企业在利用这个优势的基础上，再充分了解市场环境情况和消费者需求特征，从而对营销策略进行不断创新。只有这样，企业逐步提升品牌影响力和产品吸引力，才能赢得广大的消费者。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇八**

一、促销主题：秋日师语 感恩回报

二、促销目的：

1. 提升商场对外知名度和美誉度。

2. 提升商场大众关注度。

三、促销核心：促销宣传

四、促销时间：20xx年9月10日—9月12日。

五、礼品发放地点：

二楼客服中心。

六、促销活动：

活动一 情聚在国芳 “老师，您辛苦了!”

a.凡在9月10日当天持本人教师证即可免费银卡一张。

b. 凡在9月10日当天持本人教师证即可领取免费体检卡一张和精美礼品一份并送上国芳百盛大世界商业广场最诚挚的问候。

活动二 感恩免费点歌台

9月10日“教师节”当天，凭当日购物小票(金额不限)免费为您的老师在客服中心点歌一首，

并附50字内的广播内容。广播将带去您对老师感恩的心情。

活动三 感恩教师送礼

夏末秋初，新货抢先购，活动期间凭教师资格证即可领取10元代金卷一张，享受活动专柜的打折优惠活动并可与现金卷同时使用，单张小票只可抵卷一张。

详见各专柜明示pop

活动四 我和我的老师，征文大赛

参赛时间：本活动从20xx年9月1日开始报名参赛，9月10日下午18:00结束。

参赛要求：题材要求与自己的老师有关。

参赛范围：只要您有一份感恩的心，均可参加本项活动。

展示地点：国芳百盛大世界一楼南侧玻璃门斗。

评选方式：国芳百盛将评选出：

一等奖1名，品牌复读机1台;

二等奖3名，奖收音机1台;

三等奖5名，奖学习用具1套;

鼓励奖10名，奖精美笔盒1个;

参与奖各奖圆珠笔1支。

演讲时间：20xx年9月10日下午14:10(如有变动，及时通知)

活动结束时间：作品在9月13日取下后，电话通知领取，并有精美小礼品赠送。

七、促销广告支持：

1. 电视广告和我商场的led大屏从20xx年8月25日开始投放宣传，9月12日晚电视宣传结束，9月12日闭店led大屏宣传结束。

2. 手机短信在20xx年8月25日和20xx年9月1日,8日分三次次对外发送，每次6000条左右，各楼面整理提供电子版楼面顾客信息电话。

3.. 户外喷绘宣传，场内气氛布置。

八、费用预算

九、礼品预算

十、广告费用

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇九**

一、活动概述： 长治大昌丰田 4s 店是一家经营丰田品牌全系列轿车的整车销售、零配件销售和售后维修服务的品牌 4s 店，为回报一年来所有的新老客户对本店的支持，借此一周年店庆之机会，特举办这次真情回馈活动。

二、活动时间地点：地点：长治大昌丰田 4s 店庆典活动时间：晚会：20xx 月 21 日 晚上 18：00---21：00优惠活动时间：20xx 年 7 月 21-8 月 21 日

三、活动主题：丰田品质 感谢长治 感恩周年---联袂演绎感恩月，用真诚、用质量、用优惠，回报社会和车友。风雨兼程 喜迎奥运风雨兼程 一路同行

四、活动目的：

(1)提高丰田系列车型的品牌影响力，行业知名度和认知度，宣传汽车文化，提升企业形象，巩固消费者对品牌的忠诚度。提高 4s 店知名度和美誉度;

(2)促进产品销售;

五、活动说明：目前首先要解决的问题是：提高大昌丰田的知名度，解决客流量的问题，而客流量和销售量是成正比的，所以此次活动偏重于拓展客户关系，为以后的销售做准备。活动主要分为四个阶段：人员邀请期：根据人员需求：如媒体、丰田区域经理等相关人士， 目标消费群：根据以前来店看车的用户资料群。 根据长治公关协会群，也属于潜在消费群媒体造势期：利用上党晚报、电视台等相关媒体进一步宣传活动执行期：聚餐、晚会、展示、小礼品、资料包赠送后期跟踪期：进一步整理客户资料、回访。(活动 3 天后)

六、活动对象：老用户、潜在用户、政界领导

七、活动内容：

1、所有车型：现场购所有车型享受以下政策非常感恩，延长质保期至 年或 公里;现场抽取大昌丰田非常感恩，精彩生活，缤纷大礼(价值 20xx00) ;

2、新老好友齐惊喜：活动期间大昌丰田新老客户介绍新客户购车，可获赠价值 1000 元精品;

3、现场订车用户：送 vip 金卡会员/(可选择附件里的任何一款)

4、现场大奖：(见附件礼品)

八、前期准备：

(1)物料准备：1、拱门、横幅、鲜花花蓝、升空热气球、礼花、 、霓虹灯、背景板(以丰田的企业 logo作为舞台背板，直接展现的企业实力及企业文化)红地毯、烧烤、啤酒、10 层高蛋糕塔、音响设备、礼品、资料包的整理 条幅2) 签到台a. 2 张(嘉宾签到台和领导、媒体签到台)b. 主要物品：覆红色绒布桌子 2 张，椅子 4 把，签到本 2 册、名片盒 2 个c. 人员：每张签到台 2 人，共 4 人(职责：分别负责嘉宾和媒体的接待签到、分发奖票)3)鲜花花蓝一边 8 个，共 16 个。4)礼仪小姐(2-4 人)5)展示试驾车 5 台和车模 2 名：2、多功能厅：1)主席台：大型背景板(1 个) ：尺寸，材质，内容设计横幅(悬于正门，内容a. 小型演讲台(1 个，位于主席台上中间，放置立式麦克风，装饰鲜花)b. 投影设备：(一套，播放 宣传片)，投影机自备2)重要嘉宾区(正对主席台的第一排)3)媒体记者区(正对主席台第二排)4)邀请与会用户席5)会场两侧a. 易拉宝或 x 展架每侧各 2 个b. 摄像机

(2)现场布置：a. 舞台搭建(以黑或银色的材料作为主色调)b. 氛围配合布置：外面门口：拱门(上面做字体：“大昌丰田 4s 店周年庆典”)大厅门口： ， 花环或气球搭建弓形入口 并在上边安装霓虹灯字体 。 (大昌丰田 4s 店周年庆典)门口通道：铺红色地毯和和大厅通道连接。氢气球：配条幅c. 舞台设计以深色的地毯作为铺设，烘托特殊气氛。d. 背板以丰田的企业 logo 作为舞台背板，直接展现的企业实力及企业文化。e. 签到台装饰签到台侧面及台面，台面上放置鲜花和嘉宾签名薄，签到簿用于核对来宾到场情况。f. 佳宾通道设立晚会佳宾通道，佳宾通道：由两行花篮和红地毯铺就佳宾通道。在通道最后搭建小台阶。g. 桌椅摆放位置以全场观众都能看到舞台情况为宜。h. 餐饮：烧烤、啤酒i. 主持人 为了充分调动每一位来宾的情绪，达到轻松、活跃、紧凑的氛围。j. 摄像现场进行活动的摄像，记录整个活动的精彩部分，将录像资料留作以后的原始资料，以备在电视或影视广告中采用。

(3)活动现场氛围营造：a. 音乐第一篇章：创新飞跃以后重激昂的的音乐作为衬乐，(例如：numb)寓意大昌丰田 4s 店辉煌的征程和不断创新的企业宗旨。第二篇章：科技灵感音乐以轻快柔和的轻音乐为主，使观众在静静的聆听中感受丰田企业信条与服务理念。第三篇章：激情感动背景音乐以动感欢快的音乐为主，营造会场热烈欢快的节日气氛。使每一位现场嘉宾都可以感受到丰田人的热情。b. 10 层高蛋糕塔专门定制 10 层高蛋糕塔，活动第三篇章“感动”高潮氛围时，现场推出蛋糕塔，邀请领导进行切蛋糕仪式，来宾共同举杯庆贺大昌丰田 4s 店周年庆典。

(4)邀请人员：丰田山西区区域经理丰田 4s 店总经理媒体领导媒体记者长治公关协会成员(后面附资料)预计人数：150—200 人

(5)人员安排：

九、活动执行安排：活动预热期(庆典前 15 天) 拟订邀请嘉宾并发出邀请函和电话约定，邀请其参与庆典活动，同时对活动所有物料进行制作和确定，为活动的圆满成功做下充分的铺垫。活动执行期(庆典前 5 天) 活动执行期间，将所有物料及环节设定确认并执行，加强活动执行的把控性，这个期间并进行媒体及其他方式的宣传造势，活动高潮期(庆典当天) ， 在活动执行期间上演传播诚信企业形象语言的相关节目 建立与诚信客户的直观倾情联系。活动结束后由相关媒体对本次活动进行专题报道。

十、广告配合方式：前期媒体宣传：

十一、费用预算：广告宣传：现场布置：礼品：餐饮：晚会：

十二、效果评估： 短时间内扩大本次活动的影响，从而提高品牌知名度和经销商的影响力。 收集潜在用户的资料，建立潜在客户数据库。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十**

关于店铺装修

每个品牌的推广都需要较长时间，在品牌形象树立在早期推广占据相当重要的地位，向顾客表达出，我们做的是品牌，我们很专业，请必须信任我们的理念。网店的装修就像实体店面一样，要在众多店铺中脱颖而出必须有自己的特色，给予顾客购物一个良好的购物环境。

1、店标——是作为自己店铺的标志，要能体现自己的个性、店铺经营的内容以及能够给人以深刻的印象。同时网上店标和一般标志不同，它可以做成动画效果的，一方面因人瞩目，另一方面又可以增大单位面积上的信息承载量。

2、店铺公告——这里可以是自己店铺的简介、想和来客说的话以及一些忠告和注意事项，这里的内容会被大部分人第一时间注意到，因为它放在店铺的右上角，类似报纸的报眼位置，而且是滚动显示的。

3、是宝贝分类标签，它位于店铺左侧，可以用图片形式表示产品分类，可以让人看上去很有特色，漂亮的分类标签也能给我们的店铺增色不少!

4、是产品描述膜板，它是在别人点击浏览我们的产品时才能看到的，这里支持较大篇幅的html代码，可以让我们有机会详细介绍产品、说明交易约定和价格、物流等问题，并展示多幅产品图片让顾客详全面解产品。

5、是品牌介绍，有一个专页，整页让我们介绍自己的品牌，充分展示自己的品牌形象，可以使用文字图片和一些html代码做成的效果。

6、此外还有心情故事这些都是我们充分展示自己个性、与顾客建立良好界面的工具，通过这些我们可以表现自己的文化修养、价值取向、艺术情趣和生活态度以及处事哲学等等，这种文字的信息往往可以拉近我们与顾客的距离，建立客户对品牌的良好印象，对商城的生意是很有帮助的，不可小视!

7、帮派头像是显示在我们所发的帖子的作上角，代表你的个人形象，当然可以是店标、照片或者广告性的图文，但最好不要用头像做广告，这样给人的印象太过于急功近利了;

店铺包装是需要一定的资金投入，价格在几百到上千元不等。具体看设计的专业程度而定!

关于引流方法

大概分类两种!

一种是免费的人为推广，当然这方法比较累，而且必须长久坚持才会见效!

① 通过淘宝top排行榜进行确定。选择标题关键字必须用的一个免费方法，所以还是要说一下。top排行榜的网址为：进入这个网址后，选择自己产品的类目查看最近一周的热门搜索关键词，这些对你标题的设置很有帮助，这是第一步。

② 打开淘宝首页，选择自己的类目，看看哪些是黄色字体的，这些就是当前同类中的热门搜索关键词，赶紧记录下来，接着第三步是非常关键的。

③打开百度指数的网址：逐个输入刚才通过前两步锁定的关键字，查看搜索量，把搜索量好的留下来，继续记录下来。

④通过量子统计查看关键词，进入量子统计后台，点击淘宝搜索关键词查看来自己店铺的买家是通过哪些关键词过来的。

⑤首页对比精选关键字。宝贝标题通过上面的步骤已经具备了骨架，下面打开淘宝首页，搜索你同类的宝贝，看看前三页的标题进行比对参考，看看自己的有哪些不足，再进行完善。

二种是付费推广，利用淘宝站内各种营销工具，前提是你得对这些工具有一定的了解，不然就等于把钱扔进大海里了!

关于流量转化率

客服的能力

①礼貌先行。礼貌是淘宝卖家留住客户的第一把杀手锏，任何人都无法拒绝礼貌的语言。例如在淘宝时卖家称亲们。

②沉着冷静。对于一些新手卖家来说，有人询问价格，型号，材料等等的时候，往往很开心，总想着有生意了……其实很多买家是这家问问那家问问，最后才能决定买哪一家的东东，这种情况很普遍也很正常，所以有人问只是表明他对你的这件宝贝或者这一类的宝贝感兴趣，千万不要以为他问问就一定会买!

满足客户。

③尽量的满足客户的需求

④客户回访。在店里买过东西的客户可以专门找一个本子记录下来，记下该客户的淘宝用户名，地址，喜好，还有聊天中捕捉到的特征性的东西，比如他的爱好，昵称，性别……正所谓知己知彼，百战不殆!

产品的吸引力

产品吸引力主要从产品价格和性价方面体现。这方面还得有文总自己把资料搞起来啊!

以下活动只是等销量稳定的后的大手笔，策划先不急。可以参加一些淘宝的官方活动，如：钻石展位，超级卖霸，聚划算等等一系列的活动...这些官方的活动带来的流量可是相当惊人的。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十一**

活动时间：12月24日—12月25日

活动主题：相约圣诞之夜(圣诞狂欢夜、欢乐优惠在圣诞)

活动说明：策划风格独特的节日促销，引发市民对金义百货的强烈关注，为冬季旺销铺垫人气。

活动地点：门前广场

活动内容：

一、卖场圣诞氛围营造

a、门前广场可设置这样一个场景造型：在雪地上矗立着一座别墅市的房子，房子周围是浓郁的圣诞树，并有着一个美丽的花园，整个房屋透着黄色的温暖的灯光，透过窗户可看到一家人的身影，正在欢快忙碌着准备圣诞晚会，精心布置圣诞树，圣诞老人正悄悄爬上烟囱，悠扬的音乐从圣诞屋飘出来。整个场景静谧而欢快，有动有静，栩栩如生、充满情趣。注：音乐必不可缺少的，给整个场景增加动感，可以播放一些经典的曲子。

b、营业员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

c、划出圣诞商品区域，陈列各种圣诞礼品，圣诞树排成一排，配以各种彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来渲染圣诞氛围，将商场变成圣诞晚会的天堂。

二、主持人节目促销活动

(1)狂欢帽子节!展出款式新颖、色彩鲜丽的各款男女老少帽子!部分帽子、手套半价销售!让您在享受暖冬的同时，增添一抹靓丽的风采!操作说明：在寒冷的冬天，帽子是不可少的御寒用品，也越来越成为时尚年轻人着装的一大点缀。在帽子展出陈列上，可以突出红色的圣诞帽，一方面渲染节日氛围，另一方面也通过圣诞帽带动其他帽子的销售。

(2)购物送手套，还有连环大惊喜商场购物满1200元，凭购物小票，赠送一双手套(手套价值5-10元左右)，在手套里还藏有奖券。同期可开展“手套节”，展出销售不同款式的各类手套。

奖券奖项设置(可根据实际情况定夺)：

一等奖：1名，29寸彩电一台

二等奖：3名，vcd一台

三等奖：20名，圣诞音乐cd一张

四等奖：100名，圣诞贺卡一张所有奖券上都应该写上祝福语：圣诞快乐、新年快乐。

操作说明：手套也是人们不可少的防寒用品，购物送手套，对顾客来说比较实在，将奖券藏在手套里又是一个新颖的促销方式，跟西方的小孩在过圣诞节时在长袜子里得到礼物有异曲同工之妙。作为赠品的手套可为同一价位不同款式不同颜色的手套，顾客在选定一副手套后，不可再次挑选更换。奖券制作尺寸大小不宜太大，以方便藏在手套里不致掉出来。注：购物赠品还可为一些时尚台历、圣诞礼品、平安符(平安夜赠送平安符)等。

(3)圣诞大蛋糕

定制一个圣诞大蛋糕，直径可长达几米，上面写“圣诞快乐”几个字，并插满蜡烛，在晚上八点，大家一起许愿，然后一起吹灭蜡烛，整个场景周围用圣诞树、彩灯等装饰，并配以音乐营造氛围，凡25日当晚6点至8点在商场购物满1000元的顾客，凭购物小票即可分得一块蛋糕，分完为止。

活动说明：在国外，为圣诞节添姿增色的往往还有美味圣诞蛋糕。人们常常把圣诞蛋糕做得新奇漂亮。上面用奶油或果酱浇”圣诞快乐”的字样，四周插上特制的圣诞蜡烛。蜡烛形状小巧，只有三四寸长，但用料精致，五颜六色，有的还做成螺旋形。点燃之后，由主人吹熄，然后大家分吃蛋糕。人们有时还在蛋糕里放进三粒豆子，以此代表圣经故事中的三个东方贤土，谁吃着豆子谁就当上了“三王”，令人感到十分有趣。

操作注意事项：可在中央大厅划出一专区摆放蛋糕，注意维持现场秩序，以免阻塞客流;蛋糕可以做得尽量大，也可以分为几个大蛋糕，准备切蛋糕之用具。在圣诞夜晚八点，顾客凭规定时间内的购物小票领取一份蛋糕。同时准备好盛放蛋糕之用品，如塑料盘和塑料叉，同时放置垃圾桶，以免顾客乱扔垃圾破坏环境。

(4)购物送c打

cider(c打)是一种不含酒精的，从苹果汁当中提取出来的饮料，有点像香槟，国外人过圣诞的时候，晚上习惯将2升的c打和2根桂皮枝，还有黄糖一起放在锅里煮15分钟，于是整个房间里都充满了圣诞的味道联合厂家共同举行此促销活动，购物满500元送一瓶c打，满1000送2瓶，以此类推。

操作说明：可以事先通过报纸广告、海报、dm等来宣传西方庆祝圣诞的这一方式，将西方圣诞习俗介绍给顾客，通过增强顾客的文化意识来引导顾客的消费习惯，从而促进商品销售。

(5)购物送免费餐券!

兑换地点：总服务台商场消费满1000元，可获甲天下免费券一张100元，满20xx送两张，限单张小票，不可累计。操作说明：对于年轻顾客和小孩来说，过圣诞节总是免不了吃的，餐券倍受欢迎，还能在邀约进餐的好友中进一步传播金义。

(6)其他促销活动

圣诞服装大特卖：冬季休闲服装、西装、风衣、羽绒服、保暖内衣等

圣诞限时特卖，开设圣诞疯狂抢购区，可分为一元抢购区、五元抢购区、十元抢购区等，抢购商品为一些小商品，如圣诞小礼品、袜子、手套、毛巾、巧克力、饼干等等

圣诞玩具节：玩具对与年轻消费群体特别是小孩总是最具吸引力的商品之一，展出销售不同类别、各种款式的玩具，对于促进圣诞销售会有很大帮助。

三、特别企划——公益活动(主持人煽情串词)

每年的圣诞之夜，你是否会想起那个卖火柴的小女孩，是否会想起那个慈祥的老奶奶，其实在我们城市中，也还存着需要我们去关心的孩子，伸出您热情的双手，献出您的爱心，让我们共同给他们点亮“希望的火柴”。

您只要将自己的购物小票投在募捐箱内，我们就会将顾客投票金额的1%作为爱心公益捐献给这些孩子们，并中征集十名公益热心者，在圣诞节当天，扮成圣诞老人去看望全市各大孤儿院、福利院儿童，给孩子们送去礼物，并与孩子一同嬉戏游乐。礼物设置：冬衣、帽子袜子等保暖用品、玩具、食品等。

操作说明：邀请相关媒体对此活动进行报道，并邀请公证单位对此活动进行公证，此公关活动有助于引导市民来关心和爱护这些弱势群体，提倡公益爱心，也有助于提升金义百货的美誉度。

※主持人还会穿插互动的时尚游戏、健身项目表演来持续吸引市民，一方面让市民了解金义百货欢乐优惠在圣诞的活动主题，增加对企业美誉度的认知，带动商品销售。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十二**

一、促销活动注意事项

促销时限;有促销时限是目前比较流行的做法，比如促销的第一天，节日的消费时段，限定消费时间来鼓动消费，在固定的时间里面满足促销的需求。

促销量化;把要销售的产品规定数量，这也是常规的做法，但在促销活动当中，这样的做法不是很好，容易被竞争掉。

促销特点;有自己的促销特点，比如民族特点，那么在赠送、包装、折扣、礼物、优惠上要鲜明地树立起特色的旗帜，把特色促销做到底，区别七夕的统一的格局。

促销目标;促销目标的要求是将促销规定在一定的范围内，便于消费者选择，同样也是对销售梳理的一个过程，找寻自己的，选择自己的，才是促销的最佳效果。

促销氛围;控制好促销的氛围是很重要的，一般在节日中间，氛围比较统一，以喜庆为代表，但在不同的场合或者不同的产品上可以有所区别，要表现出主动的促销氛围，主要展示促销氛围中的个性，比如重促销手段，而轻产品功能，重促销礼物，轻促销承诺等。

二、促销小技巧

1、为网店只做主题logo

想必稍微细心的人都会发现，百度、谷歌每逢节日或大事都会制作专门的logo，即使你的网站充满了节日特色，也引起更多人关注，所以第一步，你可以像大网站一样，设计情人节的节日logo.

2、开设情人节专题

在网上搜集一下情人节相关的文章，并进行一定编辑，最重要的是自己多创作一些原创文章，当你的情人节专题内容足够丰富，原创内容足够多的前提下，一定带来巨大的流量。比如金算盘的亿禧网在春节的时候也制作专题，异曲同工，收到了很好的效果。

3、情人节的图片优化

百度、谷歌两大主流搜索的图片搜索都具有较大流量，可以在网站上多放些精致的、原创的情人节图片，最好能把图片都打上水印，即时被转载，也能看到你的网址。

4、网店推广

a.巧用自定义表情

这算是节日网络营销的一个小技巧，自定义表情做成gif的动画图片，留下自己的网站名称或者网址，同样也通过qq、msn等即时通讯软件传播。

b.贺卡来传情

情人节给你的用户发送贺卡是一件很有意思的事情，注意组织好贺卡内容，包括称呼、署名等非常重要，新颖的内容能给你带来意想不到的效果。

c.情人节祈愿传播网页

这是节日网络营销中最常用的一种形式，也是效果最快最直接的形式，需要注意的是网页需要生成别人的姓名及祝福语，效果很好，此网页可通过qq、msn等即时通讯软件传播。

5、论坛推广少不了

在国内比较知名的情感类社区，包括一些综合性娱乐社区，比如贴吧等等，找准目标群，制作好主题贴，并定能引起网友的共鸣，带来流量。

三、促销方案

促销方案一：

降价。这是最实用，也最能吸引买家眼球的一种促销方案，当然降价也是有技巧的。首先，我们在自己的热卖产品中找出一款人气极高的产品，当然如果适合情侣用，那更好不过。定价技巧我们可以这样来展开。

1、如果你的单品卖30-50元之间，价格可以设置成13.14元，代表一生一世的意思，加上限购，每人限购2份。(目前我的店铺就用此方案)

2、如果你的单品价格在30元左右，可以按照情侣装来促销，也就是52.0元或者53.0元情侣装1份，代表我爱你，我想你的意思(注：1份情侣装包含2份单品哦)，如果你的情侣装套餐在包装的时候

方案五：酒店餐厅七夕情人节活动策划方案

活动参与方式：

1. 即日起至8月16日前来酒吧现场报名

2.拨打活动参与热线: ,报名参加

名额有限,敬请从速

活动道具：开心锁，爱心钥匙，爱心手牌，您的热情

酒吧情人节第二波：心花为谁怒放

参与对象：美丽情人夜希望用鲜花来表达浓浓爱意的来宾

参与目的：英雄豪情，誓夺花魁

活动简介：

现场拍卖酒吧提供的蓝色妖姬玫瑰一束和珍藏版葡萄酒一瓶，成功竞标者将获得特别爱心寄酒卡，双方签名才能取用.礼物寓意是一心一意，天长地久，酒吧见证真爱.

最接近成功竞标的前5位参与者，将免费获得酒吧提供的鲜花一束.

活动道具：蓝色妖姬玫瑰，珍藏版葡萄酒，5束不同的鲜花，您的热情

参与对象：全体来宾

活动目的：在这特殊的日子里向心中的她/他表达最真挚的爱意，爱她/他就大声说出来.

活动简介：酒吧在这美妙的夜晚，为您提供大声表达爱意的机会，特殊的日子特殊的真情告白，怎能不感动她/他?最有创意的真情告白，酒吧将赠情人节厚礼一份，为您祝兴.

活动道具：诚挚的爱意 , 大声表达的勇气

媒体推广:(可选)

店堂广告

入口看板

8月\*日---8月\*日 厦门晚报消费列车广告

厦门日报

海峡导报

城市t频道公交电视广告…

酒吧内部操作说明

时间安排:第一波15-30分钟,第二波15分钟,第三波15分钟.注意节奏及时间的掌握

细节表达:

酒吧情人节第一波:谁来开启我的心锁

1. 第一缘:主持人须事先掌握参与者名单,快速找到成功开锁者对应的号码手牌,并请该女生上台.上台开锁男生,最多5次开锁机会.不成功者出局.

2. 第二缘:尽力搓和台上男女自我配对,为实现下一节做准备,无法配对者将不能参与下一节,暗示他们不能获得奖品.促成配对.

3. 第三缘:主持人调动场内气氛,促使配对男女生做些惹火动作,拥抱,kiss……, 让他们放松,鼓励激情表达

酒吧情人节第二波：心花为谁怒放

拍卖前对礼物进行煽情描述(两个方面1.特殊日子里礼物的寓意.2.礼物的特殊使用方法,突出寄酒的特色)制造夺标气氛,促成高价.未中标的前五位参与者分别赠送不同的鲜花一束,花的具体名称根据8月15日和花店洽谈的结果来定.然后8月16日节目开始前知会主持人.

酒吧情人节第三波：真情告白

抒情环节,鼓励大家勇敢的说,并强调最感人的真情告白将获得大奖.

费用一览

道具名称 数量 单价 合计

开心锁 30只

爱心手牌 10只

蓝色妖姬玫瑰 1束

珍藏版葡萄酒 1瓶

不同的鲜花 5束

开心锁节目礼品

真情告白奖品

合计：

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十三**

一、活动时间

20xx年6月20日至8月31日

二、用餐标准

428/桌528/桌588/桌688/桌888/桌1288/桌

三、惊喜活动如下：

1、满10桌送高级行李箱一个，餐厅消费劵200元（限一次使用一张），另送豪华客房标间一间、ktv欢乐唱一间（无最低消费）

2、满15桌送高级行李箱一个，餐厅消费劵300元（限一次使用一张）另送豪华客房标间二间、ktv欢乐唱一间（无最低消费）

3、满20桌送高级行李箱一个，餐厅消费劵400元（限一次使用一张），另送豪华客房标间三间、ktv欢乐唱一间（无最低消费）

4、满25桌送高级行李箱一个，餐厅消费劵500元（限一次使用一张），另送豪华客房标间四间、ktv欢乐唱一间（无最低消费）

满30桌以上以此类推（详情请联系我们）

5、含十桌以上免费现场布置，免费提供司仪、为考生化妆打扮提供服装。

6、免费赠送led屏使用权一次。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十四**

一. 活动时间：20xx年x月xx日—x月x日

二. 活动主题：欢欢喜喜庆五一 清清爽爽过夏季

三、具体活动：四重喜、惊喜连连看!

惊喜一：激情五一 开门送礼!

x月x日当天前300名购物的顾客朋友，无论购物金额多少均可获得精美礼品一份，数量有限，送完即止。

惊喜二：购物抽奖 抽完还送!

x月x日—x月x日，凡在本商场一次性购物满28元即可凭电脑小票换取抽奖券一张;满58元换取抽奖券两张;多买多抽。单张小票最多限抽5张。

一等奖：现金购物卡888元 1名

二等奖：现金购物卡588元 2名

三等奖：现金购物卡88元 5名

四等奖：精美礼品一份 100名

惊喜三： 您购物，我送礼!

x月xx日—x月x日，凡来本商场超市一次性：

购物满18元 送 牙刷一把;

购物满38元 送 500ml茶饮一瓶;

购物满68元 送 1.25l可乐一瓶;

购物满118元 送 1.5l洗洁精一瓶;

购物满168元 送 1.8l调和油一瓶;

(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参此活动)

惊喜四：超值换换换!

活动期间凡在本商场超市区一次性购物满18元，就可凭海报剪角加1元换购牙膏1支;一次性购物满38元，加5元可换购价值20元冲调礼品盒一盒;购物满58元，加15元换购价值60元保健品一盒。(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参加换购活动;此活动和惊喜3活动任选一项，不可同时参加)

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十五**

一、活动目的

新春来临之际，借由这个喜庆的日子，提高珠宝的销售业绩，而以打折为主的价格战千篇一律，忽视了品牌的建设和维护。珠宝作为业界的翘楚，在春节期间再次强力出手，给市场带来福祉，给消费者带来福音。 珠宝诉求品质，演绎经典，引领时尚。此次策划活动目的是提升公司产品销量及销售额，强化品牌认知度及美誉度，同时也是部分新品的上市。

二、活动对象

孙子兵法曰“凡战者,以正合,以奇胜”。集中优势兵力，重点突破，选择节日营销的重点市场。

1.活动对象：18-35岁追求完美和个性表现、具有消费能力的时尚群体。

2.活动控制的范围：优先选择的特定区域。(一、二级市场)

3.促销的主要对象：职业女性、职业男性。重视工艺、追求时尚;注重品牌;对珠宝有所诉求。

4.促销的次要对象：注重装饰;关心质量和服务。

三、活动主题

1、 确定活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。一个好的主题很关键。 我们的主题是：价格折扣+抽奖+服务促销 价格折扣：按产品的实际价值加上合理利润(40%-100%),把得到的结果除以其相应的折扣点，最终的数字作为产品定价。折扣点选择吉祥的数字：八八折、六八折、四八折。

抽奖：具体形式见“活动方式”。

服务促销：继续宣传和推出公司的售后服务。归纳为八项保证服务——保质量、保调换(可等值异地换货)、保纯度、保克重、保维修、保缩放、保清洗、保翻新。

2、包装活动主题

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。 本次促销活动的主题是“高贵、尊崇、祥和”。 整个店面环境设置应该凸现这个主题，员工服装统一是红黄色，最好是唐装，表达春节传统、祥和的意思。 卤素灯不要耀眼，选用一些光线柔和、温暖的，但不要显得暧昧。其次，可分时段 选取一些高雅、柔和、喜气的背景音乐播放。一些顾客可能没看到柜台，但被音乐吸引，而成为潜在顾客。 其它设置如吊旗、灯笼、pop、展架等要尽量凸现春节喜气祥和的气氛，同时彰显\*公司大气精致的形象。

四、活动方式

1、确定伙伴：和商场、经销商、加盟商联合，可整合资源，降低费用及风险。具体公关由市场督导负责，和商场敲定活动形式、时间和地点。利用商场春节大型促销宣传吸引自己的人气。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

建议公司在每个销售网点举办一个抽奖活动：凡是在活动期间购买\*珠宝首饰的顾客：

金额在1000元(实际结算为准，下同)以下：获得一次抽奖机会，限当天抽奖(下同)，或者直接领取安慰奖一份;

金额在1000-3000元：获得两次抽奖机会，或者直接领取五等奖一份;

金额在3000-6000元：获得三次抽奖机会，或者直接领取四等奖一份;

金额在6000-10000元：获得四次抽奖机会，或者直接领取三等奖一份;，

金额在10000-20xx0元：获得五次抽奖机会，或者直接领取二等奖一份;

奖品设置(设七个等级)，特等奖，一、二、三、四、五等奖及安慰奖。具体内容待商榷。

五、活动时间和地点

活动时间：1月24号——2月7号。

此次活动在珠宝公司所有销售网点同期进行。

此次促销活动在设在商场内专柜、岛柜进行。不搞场外搭台销售。

六、广告配合方式(待定)

报纸——

优点：1.信息的传播可以限制在目标区域内。

2.广告制作速度快。

3.灵活、及时，区域市场覆盖面大，能广泛地被接受，可信赖性强。

缺点：1.杂乱，针对性差。

2.保存性差，复制质量低，传阅者少。

3.浪费发行量：信息可能被送给很多永远不在市场买公司?品的人。

4.一种高度易见的媒介，竞争对手可以很快获取我们促销活动的情报。

电视——

优点：1.综合视觉、听觉和动作富有感染力，能引起高度注意，触及面广。

2.能很好地建立形象的一种媒介。

缺点：1.制作成本高。

2.干扰多，瞬间即逝，观众选择性少。

3.大多数广告只有10到30 秒长，这就限制了我们可传送的信息量。

杂志——

优点：

1.区域、人口可选择性，可信并有一定的权威性。

2.复制率高，保存期长，传阅者多。

缺点：

1.广告购买前置时间长，有些发行量是浪费的，版面位置无保证。

2.篇幅成本和创意成本较高。

七、前期准备

前期准备分三块：

1、人员安排:要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\*点。谁负责与商场的沟通?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?谁负责产品介绍?谁负责数据记录?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。活动前对所有营业员进行培训,统一思想,统一口径，明确活动目的、意义、对象和重点。

2、展柜形象：展柜形象是一个系统的工程，在卖场中一般体现在以下方面：企业统一的vi，起到整体形象的塑造;展柜色彩，能够吸引眼球的亮丽色彩或者彰显高贵的神秘色彩;展柜用材：衬托产品形象的材质;展柜灯箱：华丽、明亮、引人注意的灯箱;展示现场商品的pop、x展架、易拉宝等道具：可以充分展示产品个性，突出卖点;展柜现场的装饰布置：如花环、汽球、灯笼、吊旗等道具的采用，给人以灵性、活力的展示。主题烘托春节喜气洋洋的气氛，具体工作由店长和经验丰富的营业员来做。

3、备货：确定新品、促销产品、传统产品的种类，并准备充足的货源。列一个备货清单，按单清点;然后参照每天的销售数据，及时补充。

八、中期操作

中期操作主要是活动纪律和现场控制。 纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传? 综合成本(低)、媒体知名度(高)、受众(多)、宣传时间(及时)及方式(切实可行)，选择当地一两个主流媒体单位。报道这次春节促销活动的主题，展示公司品牌形象。详细操作不报道，以免竞争者效仿。

十、费用预算

整个活动费用包括：活动期间员工工资(含加班费)、广告媒体费用、店铺包装费用(购买吊旗、气球、灯笼、制作条幅等)等。总费用单店控制在一万元以下。 另外还要考虑到商场的扣点。建议各个店铺负责人结合本店实际情况，参照策划方案，在活动开展前半个月，拿出详细的费用预算，及店铺包装意见，并传真给公司市场部。

十一、意外防范

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致客流减少等等。 这些意外可能影响活动的继续进行。各店铺负责人必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。不能因为单店的意外而影响整个公司活动的进行。建立活动期间店铺主管全面负责制，并以此作为其绩效考核的依据。

十二、效果评估

活动结束后，各店铺应及时盘点库存，整理销售数据(包括销售量和销售额)，销售日志，结算商场扣点，统计购买者情况(大概年龄、性别、穿着、陪同者人数、消费金额)，实际总费用(包括明细帐)等。 从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。 各分店按照以上要求认真总结，将结果在促销活动结束后一星期内反馈给公司市场部。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十六**

1.充分借助节假日的促销来提升麦兜药品品牌的知名度。

2 。便于销售渠道拓展和样板店建立与湖北紫荆医药建立良好合作开端

3.为增强已签约和潜在客户及销售终端的合作信心

如（麦兜，我的茁壮成长）

：

节假日。（如六一儿童节等）

1具有较强终端展示效果的门店（如：面积在300平方米以上的门店）。

2具有很好的销售流水的门店（如：日流水在15000元以上）。

3在人流量较大的商业圈内（所在城市的主要商圈内）。

4同类商品销售较好门店。

（如麦兜系列药品）。

1.与促销点的沟通

a.药品能够进场并能占据较好陈列位置，具良好排面和终端包装效果。

b.确定活动开展的具体时间、开展范围、活动内容等，在参与活动的药房摆设展架和张贴海报说明活动内容。

c.活动参与人员和促销点的有关营业员。

2.确定活动时间、地点及相关人员、赠品。

3.邀请部分代理商、区域终端分销商观摩。

1在所属区域内的各大连锁选择符合条件的门店，由区域经理负责收集以上资料，城市经理负责和其总部的门店管理部门洽谈驻店促销、流动促销、固定兼职促销、临时促销和短期宣传活动事宜。

2驻店促销：通过事先准备好的促销方案和对方的现有资源进行交换，而降低促销费用和促销成本。

3案包括：准备促销的门店（具体的门店名称）、促销时间（不少于3个月）、促销品种（儿科系列）、人员的数量（1-2人）、产品陈列的位置（货架第一层或端

架）陈列的数量(单品不少于10盒)

4促销方案及费用由城市经理申请，事业部经理审核批准后执行

5流动促销：由城市经理洽谈，区域经理执行，一个店做7天。方案及费用由城市经理申请事业部经理审核批准后执行。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十七**

活动范围：教辅类图书

活动时间：20××年8月18日20××年10月7日

活动地点：新华书店

活动规则：

凡一次性购买教辅图书、30元赠5元购书券，满50元赠10元购书券，满100元赠20元购书券，以此类推。

注：

1、领取购书券一律以小票为准，票据概不累加;

2、购书券必需在20××年12月31日之前使用;

3、购书券在全市新华书店通用。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十八**

一、活动背景

七夕，一年中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情释放，真诚的渴望与期待等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒不熄的爱的火花。

七夕是一个典型的中国式情人节，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，在这一天，情侣们都会安排很多活动来庆祝这个特殊的节日。这样一来就使七夕情人节成了消费高峰。很多商家都积极主动的抓住这个机会，搞各种各样的促销活动以期提高人气。同样的我们也不例外，也要抓住这个机会。

二、活动名称：

广场“爱就在身边”情人节真情联欢

三、活动主题

“玫瑰心情，情系你我”

主题演绎要求：以“简单却让人印象深刻”为设计思路，结合情侣从相识相知到相恋相爱的情感历程，通过互动游戏穿插节目表演的形式，塑造情人节浪漫、温馨、浓厚的氛围，揭示爱情的真谛和表达方式，让人们快乐参与和享受，学会表达爱、珍惜爱和呵护爱。

同时给年轻情侣提供一个表达情感的舞台和互动联欢的机会，创造“爱就在身边”的快乐场景，引发“和谐.关爱”的思考，进而推出本次活动的主题。

四、活动目的

(1)在这样一个浪漫的日子里，我们以实际行动送上真诚的祝福，愿天下有情人终成眷属，白头偕老，美满幸福。

(2)借活动提高东方广场人气，体现广场人性化的关怀，提升东方广场在生活时尚方面的品牌知名度和美誉度。

五、时间地点

时间：20xx年农历七月初七日

地点：广场

六、组织机构

主办单位：

承办单位：

七、活动内容

主要分为以下四个基本环节：

每个主题环节的互动游戏穿插嘉宾节目表演，用以衔接。

1、★唯一·示爱★

开场节目：爱在表达——嘉宾表演经典情歌对唱(略)

互动游戏：爱在互动——大声说出你的爱、歌曲接龙(男女拉歌)(略)

参与者：主持人以及现场挑选的情侣

道具需求：无线话筒、小礼物、哨子或小手掌等(略)

2、★唯一·藏爱★

衔接节目：爱在用心——嘉宾表演现代舞蹈(略)

互动游戏：爱在惊喜——神秘送礼，真情告白(略)

参与者：希望在情人节送出自己精心准备的礼物，让对方惊喜的大众

道具需求：情侣自备的礼物、鲜花等(略)

3、★唯一·珍爱

★衔接节目：爱在付出——嘉宾或主持人情诗朗诵或情感故事诉说或小品(略)

互动游戏：爱在默契——心有灵犀，通过测试考验情侣的默契程度(略)

爱在细心——百里挑一，通过情侣之间的辨认考验彼此的熟悉程度(略)

爱在珍惜——感同身受，模拟情景让情侣感受各自在对方心中的重要性(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：若干统一的情侣衫，寻找正确的情侣可获得一套活动中所穿的情侣装(略)

4、★唯一·永爱★

衔接节目：爱在持久——嘉宾表演民乐演奏(略)

互动游戏：爱在承诺——真情宣言大募集，传递深情，现场告(略)

爱在同心——通过共同努力，排除阻难，搭建属于两个人的爱的小屋(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：积木，橡皮绳，篮筐，桌子等(略)

八、组织实施：

1、活动组织

“唯一•示爱”、“唯一•藏爱”、“唯一•珍爱”、“唯一•永爱”板块的策划，由各组织单位协商一致共同实施。

2、新闻公关

负责邀请有关指导单位领导，

并负责对各新闻单位的联系和组织报道。

拟邀请广播电台等主要新闻单位采访及报道。

3、资金物品：

广场提供活动经费，并负责场地安排及相关事宜。

九、媒体宣传

宣传方式：拟采用“电视媒体+网络传媒+平面报纸+广播电台+

活动现场pop广告+宣传单页”六种方式相结合的形式进行宣传。

主要媒体：(1)

电视媒体：自贡电视台、生活时尚频道等

(2)网络传媒：新浪、搜狐、东方广场活动主页、各大校园等

(3)平面报纸：文汇报、新闻晨报、青年报等

媒体计划：

前期：在主要报纸上刊登主题广告，让东方广场成为各界的焦点。

中期：在东方广场及五星街及近及各大高校开展系列宣传活动，打造广场人文关怀的“名片”。

后期：以广场的活动中心为主会场，开展情人节真情联欢活动，汇聚四方人气。

十、现场布置

配合本次活动主题，主要突出“浪漫、温馨、浓厚”的氛围。

舞台用特殊饰物装饰，营造一个流星划过的氛围，突出浪漫的流星搭载着我们虔诚的誓言穿过天空，象征“心语星愿”。同时注意道具的位置，以便游戏的开展和互动。(具体布置略)

主背景板显著位置摆放一大型“双心结”，用以展现

情人们对完美爱情的祈盼和祝愿。

活动现场的主要入口附近显著位置摆放一个大展板，用玫瑰化装点四周，用以展现活动各项内容。

“爱心”围栏：在活动现场搭设一颗巨大的“爱心”，爱心之内作为观众站立区域，爱心的四周可考虑留一个小口方便行人出入

十一、前期准备

1、人员安排

2、物资准备

十二、后期延续：

1、“爱在承诺——真情宣言大募集”是一个很好的跟踪报道环节。

2、“情人节文化展览厅”

十三、活动预算

十四、效果监测评估

1、活动主题与商场品牌形象的高度一致性。本活动与人文关怀主题相结合，并突出政府和社会、每个人共同关注的“和谐.关爱”主题，可谓“立意高，创意新”。特别是紧扣商场品牌形象特点设计活动方案，可以展示主办单位的人文关怀方面的全新社会公众形象。从“人文关怀”聚焦“真情联欢”，再由“真情联欢”演绎“人文关怀”，可以很好地展示良好的社会公益形象。广场比较缺乏此类大型的公益活动，特别是结合青年活动对象为主题的活动。为此本次活动特别有助于广场在年轻一代中重塑时尚形象，使万达与“人文关怀”、“和谐.关爱”等具有良好公共形象的活动联系起来。

2、活动体现了高度的自主参与性和可塑性。本次活动将通过社会情侣报名和组织内部推荐等形式，可以最大限度地体现其活动的水准和有效管理。活动注重良好的参与程度，呈现活动与参与者兴趣的统一。同时活动设计结合兴趣特点，还将考虑深层的文化理念，使活动丰富且具有纪念意义，可激发人们的持久吸引力和思考，并可以使本次活动成为长期运作的品牌项目，进行积极的形象塑造，有利于新闻的多则面、持久的跟踪宣传报道。由此，活动必将在参与者和社会公众中产生持久的影响力。

3、活动还将有效配合“情人节文化长廊、”的创建。建议广场在可能的情况下，考虑创建“情人文化长廊”，诉说情人节的由来和发展，同时募集“天使情侣”各种形式的合影、制作等等，将这些悬挂在展厅里的显眼位置，让他们的爱情和万达一起成长。这样一来，活动就充满了人情和文化，正好体现了广场兼具文化与时尚的形象。“天使情侣”的合影照片、制作在长廊悬挂，不仅体现出活动的长效性，还体现了广场海纳百川的胸怀与气魄。(“情人节文化长廊”方案另行策划。)可通过此次活动丰富展览内容，作为一个铺垫和开始，吸引到广场购物和游玩的顾客参观和拍照留念，将极大推动企业形象的宣传展示。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇十九**

一、促销的目的

提高康师傅茶饮料在校园内的销量，开发新顾客。

二、促销活动的主题

元旦来临了，转，转，转，康师傅茶饮料给您意外惊喜

三、促销活动时间

20xx年1月1日—3日（元旦假期内）

四、促销活动地点

在学校内的新世界超市门前

五、活动的促销对象

（1）所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

（2）在校的教职工

他们的经济水平较高，会享受生活。

六、促销活动内容

（一）抽奖

参与条件：只要购买康师傅茶饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以康师傅经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话中什么奖等

4、购物券可以到新世界换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值10元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

（二）免费品尝

在新世界销售茶饮料地点进行免费品尝，让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

（三）凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

七、现场布置

（一）人员安排

1、请5个工作人员在售点（3天的安排一样）

2、一人负责抽奖及换瓶盖环节。

3、一人负责兑换奖品以及记录信息。

4、一人负责免费品尝。

5、两人负责销售。

（二）现场安排

1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。

2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。

3、免费品尝的桌子一张。

八、媒介计划

30—31日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计500份。

1日—3日：1、工作人员统一穿着“康师傅茶饮料”的工作服。

2、在售点发传单。

3、在售点挂横幅及其他宣传物。

4、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

九、促销活动预算

场地费用：约1000元运输费用：约200元

人员费用：约1000元传单费用：约1000元

物料费用：约1000元水餐费用：约200元

总计：4400元

十、促销效果预测

中国软饮料业近年取得了飞速发展，但近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国约有茶饮料生产企业近40家，其中大中型企业有15家，上市品牌多达100多个，有近50个产品种类。而与此同时，中国茶饮料消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料而名列饮料市场的“探花”，大有赶超碳酸饮料之势。在中国台湾，在日本，茶饮料已超过碳酸饮料成为市场第一大饮料品种。随着茶饮料的出现及市场的繁荣，中国茶产业将迎来更加美好的前景。21世纪饮料市场将是茶的世纪，茶饮料将成为“饮料之王”。而作为茶饮料中的佼佼者—康师傅销售前景不言而喻。

我们有理由相信，通过此次的促销活动，康师傅在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。而学生们也将更加喜欢茶饮料，将尤其钟爱康师傅茶饮料，也会对康师傅的营销战略更加满意。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“康师傅茶饮”的热潮。对树立“康师傅”品牌也会有很大横好的影响。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇二十**

一、促销主题

中欧英语狂欢大放送

二、促销目的

促进老带新，加强知名度

三、促销时间

20xx年11月11日

四、促销对象

中欧英语新老学员

五、具体方案

1、①针对老带新：老生送20个课时(翻倍送)，新生折上折;

2、②非老带新当天报名直减1000元;

3、③11月11日当天报名所有新生均可赠送中欧英语一个月的特色课程。

特色课程每次45分钟，可中教课外教，人数限制20人，每周一次，每月四次，每次主题不定

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇二十一**

一、节假日

儿童节：6月01日(星期二)

父亲节：6月20日(星期日)

端午节：6月22日(星期二)

二、快讯档期

5月

27日6月09日《金色童年，快乐六一》

6月10日6月24日《端午节靓粽，购物满就送》

第一部分父亲节促销方案

一、营销目的

由于父亲节(6月20日)和端午节(6月22日)只相差两天，并在同一快讯档期，而父亲节相对端午节来说，仅仅是一个小节日，两者只能选择其一做为促销重点，因此，今年父亲节的促销不做主题式促销，主要以商品促销为重点，来达到销售的目的。

二、快讯档期

6月10日6月24日

三、促销主题

1、扮靓父亲，重返年轻

2、给老爸一个温馨的父亲节

3、真情实意送父亲，健康礼品更贴心

四、促销方式

一)商品选择

选择男士商品和季节性商品进行促销，以下商品谨供参考：

1、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等;

2、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀、体育用品、高档礼品等;

3、烟酒类。

二)商品特卖

由采购部针对相关商品与供应商洽谈特价销售：

1、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀等特卖;

2、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖;

3、让父亲更快乐：一些精美高档礼品等特卖;

三)商品促销

1、要求采购部洽谈供应商，争取供应商对相关男士用品开展打折、买赠活动，如买空调送毛巾被、买西服送领带、买烟酒送打火机、买保健品送一小盒西洋参等;

四)商品陈列

由各连锁分店根据本店与专柜情况，针对相关特价商品进行突出和重点陈列，以促进和达到节日销售的目的。

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇二十二**

一、热情退货：大多店面退货时的脸色都不是很好看的，就算是退回给客户，也是心不甘情不愿。假如有一家店面退货时比卖货态度还热情，这样的店面就一定能留住客户，因为它留住了客户的心。

二、解说30种产品：心理学家告诉我们，解说完5种以上产品客户还是光问不买后，营业员就要开始不耐烦了，10种以上就很少有营业员还能耐心给客户解说了。正常情况下能给只问不买的客户解说15种产品就算是奇迹了。我们要做得是：以15个品种为起点，假如想在脸上写上：“不耐烦”三个字，至少也要在解说完30种产品之后，假如她最终还是不买，我们再说一句：真不好意思，在我店里没有您适合的产品，下次我们一定把品种做得更齐全。

三、不让她买产品：假如确定产品不适合她的，坚决的告诉她，这产品不适合她。

四、真诚夸奖竞争对手：假如客户问起竞争对手情况，你就很真诚夸对手。(在这同行是冤家的年代理，真诚夸奖对手和情况不能说没有，但至少是很罕见，因为一般的夸奖对手情况都是故作高度，装模做样罢了)。

五、让耳朵竖起来：竖立起耳朵，认真的听客户倾述，从头到尾不要向她推销一样商品。有时倾听比推销更能起效果。

六、精确时间到小时：店里难免会缺货，假如客户问什么时候会到货，一般的回答是：大概某某天会到，我们要做到的是：某某天下午4点会到货。听到这样的回答，客户对你的忠诚度最少提高30个百分点。

七、上门去给客户退钱：假如多收了客户的钱，客户不知情的情况下，一定要上门去退还，最好能带点小礼品以示道歉。钱多钱少是其次，这份心让人无法舍却。

八、来去如一：很多商场的电梯只有上去的没有下来的，意思很明显：上去是让你去掏钱，下来的要么是不买的，要么是已经掏过钱的。小店里也一样，来是笑容满面，去时冷若冰霜，其实并不要有多热情，只要做到把客户微笑迎进来，微笑送出去就可以。

九、当然，店员要有眼色，看见孕妇挺个大肚子，怎么好意思不帮手为顾客提着购物袋，想打的士的帮忙叫停出租车，有私家车的送上车座，做公交车的，更要满心感激，再三感谢。(准妈妈们大老远来一趟多不容易啊!)

**愚人节主题活动策划 愚人节的活动策划篇二十三**

活动细节：

1，活动期间，收藏店铺和宝贝即送豪华便携杯套一个(杯套与购买商品一同拍下方有赠送，点击进入杯套链接)

2，购买两件全国包邮

3，购买3件赠送特百惠运动水杯一个

附件是以前活动的海报 标注内容可参考以前的海报。

需要的素材可以在店铺商品链接内找。

直接在下面附图，谢谢

附：开学促销广告语

新学年就爱炫，靓手机好用又省钱。——开学手机促销广告语

转眼又是新学年，买手机就来( )，好用又省钱，你来看一看。——开学手机促销广告语

新的学期，新的手机，某某手机，你值得拥有。——开学手机促销广告语

眼镜是心灵的窗户，孩子是我们的未来，眼护士为孩子的未来创造光明。——开学眼镜促销广告语

聚十万份爱心，筑建欢乐童年(1号店开学季促销广告语——爱心购物)

低价开学季，商品聚会季，优惠在身边(国美网上商城低价再革命开学促销广告语)

开学季必备内衣，给学长一个好印象。——开学内衣促销广告语

开学必备内衣，防火防盗防师兄。——开学内衣促销广告语

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