# 最新喜迎国庆策划案范例(3篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2024-08-24

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。喜迎国庆策划案范例...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**喜迎国庆策划案范例篇一**

一、活动目的：

1、为迎接祖国妈妈六十五岁生日，通过开展“迎国庆亲子”活动，使幼儿和家长在积极的参与中体验合作与交往的快乐。

2、通过本次手工活动作品展示，渲染喜庆的节日气氛，让孩子和家长在幼儿园渡过一个愉快、难忘的节日。

3、在活动开展过程中，让幼儿认识了解中国的传统节日，从而促使萌发幼儿热爱祖国的情感。

4、通过本次活动的开展，促进亲子情、家园情，使家长进一步关注、了解幼儿园内教育生活，共促家园同步教育。

二、活动时间：20xx年9月28日下午15:20——16:30.

三、活动地点：媒体演艺厅

四、活动人员：大班全体师生及家长

五、活动准备：

教师准备：手工示范作品、幼儿礼品、场景布置、拍摄物品、毛线、玻璃纸。

家长自备：剪刀、卡纸、废旧饮料瓶、月饼礼品袋、双面胶或透明胶。

六、活动过程：

1、 班级老师提前布置好活动场地，并展示本次主题活动需制作的各类手工示范作品。

2、向幼儿和家长介绍中国的传统节日，重点介绍中秋节及国庆节。

3、引导幼儿用自己的方式来表达对祖国他\*的热爱之情，演唱歌曲《祖国祖国我们爱你》，为庆祝祖国他\*的生日送上自己亲手制作的礼物。

4、教师现场示范教授制作几类物品。

5、家长和幼儿在规定时间内共同制作完成作品，并悬挂展示(制作过程中播放各类音乐，让家长和孩子在一个轻松、愉悦的氛围中进行此活动)。

6、教师巡视指导并拍照记录活动精彩过程。

7、小结评价本次活动的亲子手工作品，班级集体拍照留影后结束活动。

七、注意事项：

1、本次活动的组织者为本班三位教师，各老师必须明确活动方案内容，活动开展实施过程中，三位教师要相互配合协作，以便活动的顺利开展。

2、提前通知每一位幼儿家长准备相应的材料，活动当天提前来园，以便活动准时进行。

3、活动过程中，引导幼儿与家长遵守活动的纪律与秩序，在强调幼儿安全使用各类制作工具。

4、活动过程中引导幼儿不乱扔垃圾，保持场内环境的整洁，活动结束后请家长与幼儿收拾好各类物品方可离开活动现场。

5、活动结束后，在活动主持人的协调安排下按顺序排队回教室，所有接送幼儿的家长必须在教室接孩子。

**喜迎国庆策划案范例篇二**

促销活动目的:

旺季抢量,同时强化\"步步高音乐手机,完美音质\"的形象定位,通过主推音乐手机,提高中高端机型的比重达到40%以上.

促销主题和内容:

主题:\"完美音质,随身畅响\"

xx年9月20日-10月31日,凡购买步步高音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款,均有便携式旅行小音箱赠送.

赠品介绍:该赠品为便携式旅行小音箱,主要的用户利益点在于手机音乐的共享,可以在郊游,聚会等时刻,随时随地播放手机中存储的音乐.

促销活动的开展方式:

此次促销活动,全国统一开展,赠品全部由工厂采购,公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款.礼品采用先冲帐后核销的办法.

礼品费用核销办法:根据各地促销活动其间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定,原则上是针对消费者的促销,不考虑补通路库存.

配合本次促销活动,公司将专门制作陈列,形象展示,现场活动用pop物料.

除不可抗力影响外,本次促销的所有赠品,户外促销活动以及形象布置的宣传物料,须在9月10日之前到达各一级仓库.

终端的赠品配送方式:

派驻促销员的铺货型的卖场:赠品必须由促销员控制,赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应.

无派驻促销员的铺货售点:最好能借助促销活动转成现金进货;否则,不必在此类售点开展促销活动.

现金进货的售点:由于促销礼品主要是对于实销活动的促销,原则上不补通路库存.建议根据促销开始之前的零售商音乐手机库存的实际情况,按照1/3或者1/4(比例可自定)的数量补部分赠品,后续发货则按一比一配发;而且,这种补库存的情况,必须来自于该售点有新的订单下达.

促销活动注意事项:

从全国来看,音乐手机80%以上的销售来自于促销员;另外,还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推.因此,我们的促销活动重点在此类售点开展.

招聘临促.旺季临促是拦截客流,留驻顾客的最重要力量,并且能加大活动范围,加大成交面.各地要从暑假开始招募培养临促队伍,才能在旺季产生巨大作用.明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客,协助试机以及替顾客排队交款.

促销员演示样机配备.k098,k028,k128必须配真机.

陈列和形象更新.为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象,在促销开展之前,各地务必在大卖场,核心售点,专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列.工厂届时有专门的陈列示意图,各地务必按照示意图执行.

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点.尤其是人流量大的核心售点.

本次促销赠品,很好地和音乐手机\"完美音质\"的卖点相切合,可以在销售时加以演示,进一步突出\"完美音质\"的概念.因此,促销品的备货和补货非常关键.

抢占销售卖场的关键陈列位置.陈列位置越好,越多,越大,销量就会成倍提升.因此,各地在9月15日前,要设法拿下关键陈列位(人流大,留驻率高).

注意资源的投放和集中优势兵力.旺季的时候,其他品牌也是重兵投入,参照五一联想在长沙市投放的的临促数量(300名临促),估计十一各品牌的投入力度会更大.因此,各地要注意借力打力和集中优势兵力,必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节.

业务团队销售竞赛和短信互动.在国庆三天高频度互动.其余时间每天短信通报省内各地销售.

10,注意国庆七天的人流特点.对历次节假日旺季的观察表明,第1,2天,省会城市,二级地市的人流量会大,第1天的销量会达到平时7-10倍,第2天达到平时的3—4倍;第3,4,5天,人流回落到地市,县城,乡镇,销量为平时的1.5—2倍;第6,7天,一级城市又有所上市,但总量增长不大,和平时周末类似.各地注意根据此人流特点,安排促销活动开展和资源调配.

11,国庆当天要准备低价格机器冲量.比如:k218等.

预防问题:

赠品的流失问题,必须有严格的流程控制,促销员必须填写《赠品发放登记表》.每发放一个赠品,都必须在表上做相应填写.

活动效果延续性的问题.要设定促销目标,开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推.

终端赠品发放登记表

售点名称: 填表人:

编号

顾客姓名

联系电话

手机型号

手机imei码

赠品名称/数量

赠品库存表

期初库存

实销数量

送出赠品

期间补货

期末库存

备注:是否有其他损耗,请在下面注明原因.

**喜迎国庆策划案范例篇三**

国庆节期间，一次性充卡或购买产品满n元，赠代金券面值50元一张。

方案二：国庆节期间，烫发一次，满n元，赠价值 n元(洗护套装)1套+价值 n元(烫后护理精华)1瓶。

方案三：国庆节期间，做一次xx品牌彩色拘油，赠一套xx品牌价值n元洗护套装1套;另加送价值n元锁色护理精华1瓶。

方案四：国庆节期间，做一次xx品牌直线烫，赠xx品牌价值n元柔顺修复王1瓶。

方案五：国庆节期间，男士剪发一次，赠时尚造型发腊1款;男士染发一次满88元，赠价值38元特效洗发水1瓶。

方案六：孝心套餐。国庆节期间，女士染烫消费n元，赠孝心卡1张。孝心卡(老人可免费享受一次头发修剪)。

以上发廊国庆节活动方案仅供参考

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