

2023年环保的活动策划书 手机活动总结(大全5篇)

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。相信许多人会觉得范文很难写？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。

环保的活动策划书篇一

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。

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。

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：根据各地促销活动期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。

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。

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。

备注：是否有其他损耗，请在下面注明原因。

环保的活动策划书篇二

手机已经成为现代生活中不可或缺的一部分，但对于年长者来说，掌握手机技能可能仍然是一项挑战。为了帮助老人们更好地利用手机，促进他们的社交和学习活动，我参加了一次手机助老活动。通过这次活动，我收获了许多宝贵的经验和体会，不仅加深了对老人需求的认识，也为我自己提供了一个机会，让我明白了我可以为社会做出贡献的方式。

在活动开始之前，我提前做了一些准备工作，包括了解老人们常遇到的问题和难点，学习和熟悉一些常见的手机功能。我发现，年龄大的人往往对新技术持有一定的抵触心理，对于手机操作，他们往往感到无从下手，技术的难度让他们望而却步。因此，我们参与活动的志愿者首先要做的就是倾听和理解老人们的问题，并耐心地解答。

记得活动当天，我被分到了一个老人的身边进行指导。他姓王，七旬高龄，从未接触过手机。一开始，他对于手机感到十分陌生，根本不知道如何开机。我先给他展示了一些基本的操作，包括开机、解锁和关闭手机等基本功能，并一步一步地教给他。虽然他一开始感到十分困惑，但是我始终保持耐心，反复示范和解释，直到他能够独立地完成这些操作。当他成功开机时，他欣喜的面庞让我更加有信心。

接下来，我开始教他使用一些常见的手机应用程序。在了解了他的需求之后，我帮他下载了一款社交软件，教他如何注册和登录。在教学的过程中，我适时地提醒他注意个人信息的保护，教他如何区分虚假信息 and 真实信息。虽然老人们对于手机的使用可能相对较慢，但他们的学习能力依然十分强大。王先生很快就能够掌握如何通过社交软件与他的亲朋好友保持联系，并开始尝试发朋友圈进行分享。

在整个活动过程中，我收获了很多快乐与感动。一方面，我看到了老人们面对新技术的勇气和努力，他们愿意主动学习，适应这个新时代的生活方式。另一方面，我也深刻体会到了自己为他人带来帮助的成就感。每一位老人的进步都是我心中的一份欣慰，这让我更加坚定了继续参与类似活动的决心。

通过这次手机助老活动，我深刻认识到年长者对于社交和学习的需求。他们希望能够更好地和家人、朋友保持联系，分享自己的生活 and 情感。所以，帮助他们掌握手机技能，不仅是为了解决他们的日常问题，更是为了满足他们内心的渴望。同时，通过这次活动，我也发现了一个新的社会问题：

许多老人由于无法掌握手机技能而在社交和学习方面逐渐失去联系。因此，我觉得这样的手机助老活动应该得到更多的支持与关注，我们可以通过专门设立手机培训课程，为老人提供更多更好的学习机会，让他们在这个数字时代中不再被边缘化。

综上所述，通过手机助老活动，我既增长了专业知识和技能，也收获了幸福与成就感。我们每个人都可以通过自己的实际行动来帮助年长者更好地适应现代化的生活方式。帮助老人学会使用手机，不仅能够解决他们的实际问题，还能够让他们感受到社会的温暖和关爱。手机助老活动不仅仅是技术的传授，更是一份心意和爱的传递。我相信，只要我们持续努力，社会的温暖将会一直传递下去，年长者们的生活也将会因此变得更加美好。

环保的活动策划书篇三

近年来，随着科技的飞速发展，手机已经逐渐普及到老年人群体。为了更好地帮助老年人适应手机应用程序和社交媒体，一些手机助老活动得到了广泛开展和推广。我最近参与了一次手机助老活动，并通过此次活动深刻体会到了手机对于老年人的重要性和帮助。在此分享我对手机助老活动的心得体会。

首先，手机助老活动带给了老年人更多的便利和乐趣。老年人往往有更多的闲暇时间，活动组织者为老人们设置了手机上的各种应用程序，让他们能够自由地浏览新闻、听音乐、看电影等等。通过这些应用程序，老年人们可以在家中轻松获取各种信息，不再受时间和地点的限制。此外，手机上的娱乐功能也为老年人们的生活增添了乐趣。他们可以和朋友们一起玩游戏、分享趣事。这种便利和乐趣的带来，让老年人对手机越发喜爱，并更加积极地去学习和使用手机。

其次，手机助老活动帮助老年人走出孤独和无聊的状态。老

年人受到年龄和身体的限制，常常容易感到孤独和无聊。而通过手机助老活动，他们可以轻松和其他老年人或亲友进行语音视频通话，分享彼此的生活和心情，减轻了他们的孤独感。此外，他们还可以通过手机查找老同学、朋友和亲戚的联系方式，重新建立起联系，重新搭起了人际交往的桥梁。这种重新获得社交圈的渠道，让他们的生活变得丰富多彩，康复走出了孤独和无聊的阴影。

再次，手机助老活动提高了老年人的学习兴趣和能力。老年人在年轻时可能没有接触过手机和互联网，对新技术的学习充满了好奇和挑战。手机助老活动为老年人提供了学习的机会和平台，活动组织者开设了各类培训课程，教老人们如何上网、使用社交媒体和手机应用程序。通过这些培训，老年人积极参与和学习，不仅提高了他们的学习兴趣，也增强了他们运用手机的能力。在活动的过程中，我看到了许多老年人逐渐掌握了手机的基本操作，成功登录社交媒体并与朋友进行交流，这种进步让他们感到非常自豪和满足。

最后，手机助老活动促进了代际交流和亲情关怀。在活动中，老年人可以和年轻人一起学习和使用手机，通过互帮互助的过程，建立了深厚的友谊和亲情。年轻人耐心地解答老人们的问题，和他们分享手机技巧和经验，老年人则乐于分享自己的人生经验和智慧。这种代际交流不仅带给老年人更多的乐趣，也让年轻人受益匪浅。通过活动，我也结识了一些热心和友善的老年朋友，深感他们对年轻人的关怀和亲情。

总而言之，手机助老活动在老年人群中得到了广泛的认可和支持，并带给了他们更多的便利和乐趣。通过活动，老年人们走出了孤独和无聊的状态，提高了学习兴趣和能力，同时也促进了代际交流和亲情关怀。这是一项意义重大的社会活动，希望可以更多地推广开展，让更多的老年人从中获得实实在在的帮助和关爱。

环保的活动策划书篇四

手机助老活动是一项以推广手机技能为目标的公益活动，旨在帮助老年人尽快掌握和利用手机的功能，提高他们的生活质量和社交能力。在参与这个活动的过程中，我深切感受到了老年人对于手机的需求和对这项活动的热情参与。通过手机助老活动，我不仅对老年人的需求和困惑有了更全面的了解，同时也体会到了帮助他人的快乐和成就感。下面我将通过五个方面来分享我的心得体会。

首先，手机助老活动帮助老年人快速适应信息时代。随着互联网和移动通信的飞速发展，手机成为了人们获取信息、交流沟通的重要工具。但是对于老年人来说，他们往往对于手机的操作和应用并不熟悉。通过参与手机助老活动，我帮助老年人学会了拨打电话、发短信、使用社交应用等基本功能，让他们更轻松地适应了信息时代的变化。这不仅提高了他们的生活质量，也增强了他们与外界的交流和互动。

其次，手机助老活动增强了老年人的社交能力。在过去，老年人的社交圈子往往局限在家庭和邻里之间，缺乏广泛的交流机会。而现代社会中，人们通过手机来进行社交已经成为一种主流趋势。通过手机助老活动，我帮助老年人建立社交账号、加入互联网社群，让他们可以更方便地参与社交活动，结识更多的朋友。在这个过程中，我看到了老年人逐渐恢复了对社交的兴趣和活力，这对他们的身心健康有着积极的影响。

第三，手机助老活动提高了老年人的自信心。随着年龄的增长，老年人往往会遇到越来越多的困惑和不自信。在一开始参与手机助老活动的时候，老年人对于手机的操作和应用常常感到困惑和迷茫。但是随着不断地学习和练习，他们逐渐掌握了手机的使用技巧，解决了很多问题。我看到老年人们的笑容变得更加自信和满足，他们开始乐意尝试更多的功能和应用，这让我感到非常欣慰和骄傲。

第四，手机助老活动加深了我对老年人的理解和关怀。在参与手机助老活动的过程中，我接触到了许多不同年龄段的老人，他们有的是寡居老人，有的是丧失亲人的老人，还有的是身患重疾的老人。通过和他们的交谈和互动，我了解到了老年人的生活现状和他们的困扰。这让我更加关注老年人的问题，在日常生活中积极关心他们的需求和心理状态。

最后，手机助老活动带给我了成就感和快乐。通过帮助老年人解决问题，我感到了一种真正帮助他人的快乐。每当老年人因为自己掌握了新的技能或者解决了一个难题而开心的笑容，我觉得自己的付出变得更有意义。手机助老活动不仅让老年人受益，也让我收获到了更多的成就感和满足感。

总之，通过参与手机助老活动，我深刻体会到了老年人对于手机的需求和参与的热情，同时也增强了他们的生活质量、社交能力和自信心。这项活动也带给我了更多的理解、关怀和快乐。我相信，在我们共同的努力下，老年人可以更好地适应信息时代，享受更美好的晚年生活。

环保的活动策划书篇五

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:根据各地促销活动期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