

幼儿园老师国旗下讲话讲节约用水 幼儿园勤俭节约国旗下讲话(模板5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

情人节活动策划方案篇一

情人节是一个典型的西方节日，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，其流行程度已大大超过了我国传统的七夕情人节。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2月14日情人节成了春节以后的第一个消费高峰。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在年初获得一个销量增长。同样的我们也不例外，也要抓住这个机会。

过去和现在，各大企业在情人节期间的促销活动不外乎打折优惠，抽奖等，大都缺乏新意，因此没能达到预期的效果。试想一下，追求天长地久的爱情岂能打折?那究竟怎样才能策划出好的，富有新意的活动呢?我们先来作一下情人节的消费市场分析。

第一部分：市场研究(通过互联网上所做的市场调查得出)

情人节期间的主要消费群体是20—25岁的未婚青年，约占52%，其次是25—35岁的已婚夫妇，约占43%，而50岁以上的老年消费群体也占到了将近5%；消费者的购买行为主要是购买礼物(鲜花，巧克力等)，娱乐，餐饮。

在对本市内其他几家图书销售商过去几年的情况进行了解后发现，他们都没有在情人节期间举办较大促销活动的历史，

即使有也只是简单的商品促销，通过常见的打折，送礼等形式实现。更多的图书销售商及书店采取的只是自然销售，最多搞一下店面布置而已。既然这样，如果我们现在反常态而为之，开创书店举办大型宣传促销活动的先例，从一个侧面来推动书店的销售增长，将是一个非常有开创性的举动。

昆明市内年轻人经常光顾的场所有迪吧、电影院等，虽然他们每年情人节都搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，同样没有新意，而且受自身条件的限制，导致活动宣传乏力，不到位，效果不佳。

综合考虑市场研究的内容我们就可以大致上判断出我们的目标消费群体情况：

a类消费群体：20—25岁的未婚青年及20岁以下的学生，此类消费者都是情人节消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。特点就是这一人群的消费能力不高，但是基数大，所以总体的消费量也就很大，是活动的主要参与人群，绝不能放弃。

b类消费群体：50岁以上的人群，此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个消费群体中已占有5%的比例，说明其时尚心态尚存，是一个易被“同化”的群体，如果其子女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，因为他们掌握着社会80%的财富资源，消费能力最高。但是因为昆明本地的这一人群人文特征较传统，他们能够参与到情人节活动中来需要一个过程，所以不做重点考虑。

c类消费群：25—35岁的消费群体(35岁以上的人群为负担人群不做考虑)，此类群体有的是处于事业的起步期、上升期，而有的已经事业有成。由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因的影响，使得此类群体消费行为最成熟，

消费习惯最复杂，最不利于市场推广，但他们是影响b类消费群的主力，而且同样拥有丰富的财富资源，消费能力非同一般，绝不能放弃。

第二部分：目标消费群体定位：

对a类消费群体和c类消费群体作重点推广，带动b类消费群体的积极参与。a类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场。而且消费习惯不成熟，极易受到广告的影响，所以是广告宣传的主要对象。b类消费群体虽然需求较小，但如果购买行为被激发出来的话，消费量会很大，也是一个不小的市场，而且其社会影响力对公司的品牌建设将十分有利。c类消费群体同样有着较高的消费需求，但是他们的消费档次和a类人群相比就显得高许多。他们是一个喜欢怀念的群体，所以注定了他们较容易受到a类消费群体的影响，跟随a类群体的步伐庆祝情人节。所以可以通过强烈刺激a类群体产生购买行为来带动他们的消费行为发生。

这样就可以总结出活动宣传的策略：

主要面向a类消费群体做活动概念和形象的宣传，次要的提及b类和c类群体的需求点。

情人节活动策划方案篇二

- 1 浪漫七夕，相邀美丽
- 2 浪漫满屋，幸福七夕

每年农历七月初七这一天是我国汉族的传统节日七夕节。因为此日活动的主要参与者是少女，而节日活动的内容又是以乞巧为主，故而人们称这天为“乞巧节”或“少女节”、“女儿节”。七夕节是我国传统节日中最具浪漫色彩

的一个节日，也是过去姑娘们最为重视的日子。

人们传说在七夕的夜晚，抬头可以看到牛郎织女的银河相会，或在瓜果架下可偷听到两人在天上相会时的脉脉情话。女孩们在这个充满浪漫气息的晚上，对着天空的朗朗明月，摆上时令瓜果，朝天祭拜，乞求天上的仙女能赋予她们聪慧的心灵和灵巧的双手，让自己的针织女工技法娴熟，更乞求爱情婚姻的姻缘巧配。

- 1、营造浪漫的节日气氛，增加客户对企业的认同；
- 2、真诚回馈客户，同时挖掘潜在客户，提升顾客的品牌忠诚度；
- 3、提升xx地产的知名度，营造良好的企业形象；
- 4、与xx美容机构合作，让新老客户享受浪漫的同时，体验健康美丽；

1、七夕佳节，节日购房大优惠；

3、与xx美容机构—xxxx美容机构合作，为到场的讲授美丽健康的秘诀；

6 现场精彩互动小游戏，为现场情侣、夫妻提供一次爱的体验，见证爱的默契；

7、小提琴暖场，营造温馨浪漫氛围；

活动时间□20xx年x月xx日 活动地点□xx地产售楼部 邀约人数：100人左右

（一）签到

1、来宾签到，赠送鲜花，领取资料

2、走鹊桥，合影留念

亮点1：走鹊桥，营造温馨浪漫的氛围

亮点2：小提琴暖场，用音乐渲染气氛，增添节日元素

（二）茶水点心供应

1、水吧提供足够数额的茶水点心，包括奶茶、咖啡、蒸馏水、汽水、曲奇饼等

（三）主持人开场白

1、提前五分钟、二分钟提醒户外的客人入场

2、讲解活动，包括活动主题、内容等

（四）小提琴表演

1、小提琴表演，拉奏优美、温馨、扣人心弦的曲子，渲染氛围 第一轮抽奖

2、抽取三等奖，调动客户的积极性，为健康美丽讲座奠定感情基础 健康美丽座谈会

3、有xxxx美容机构讲师主讲，跟到场的来宾，尤其是女性讲授健康美丽的秘诀

（五）互动游戏

1、心有灵犀大比拼 互动游戏

2、肢体模仿秀

（六）抽奖

- 1、分一、二、三等奖，各项奖品待定
- 2、第一轮抽出三等奖，最后一轮抽奖同时抽取一等奖、二等奖

情人节活动策划方案篇三

一、活动主题：“岁月无声、真爱永恒” “诗情花意过七夕”

二、活动时间□20xx年8月9日星期二(时间可自拟)

三、活动地点：某某酒吧

四、活动形式：男女配合. 才能玩的活动

五、活动规模：33人左右

六、七夕策划活动流程方案：

一 “寻找你心中的女神”

1、 通过对嘉宾的介绍，嘉宾选出自己心仪的对象

(自我介绍限时2分钟/人，女嘉宾们全部站一排通过自我介绍让男嘉宾有个初步的了解，男嘉宾作出选择，如果只有1位男嘉宾选择，并且女嘉宾同意，则初步速配成功。如果有多名男嘉宾选择，则男嘉宾有1分钟的表白时间，最后女嘉宾选择1位心仪的，速配成功。)(七夕情人节情侣活动策划书)

2、 如果男女双方同意则第一轮速配成功 在剩下第二轮速配

游戏非得一男一女 合作 才能得到大礼品 大礼品4个 只有男女一对可以玩. 要配合. 男女是一组后都不能离开对方 离开算弃传处理没有礼品 不能玩下轮游戏.

二 “分组对战帅哥美女对对碰”

1、牛郎背织女(推选现场每组2对男女组合共同完成本游戏)

游戏规则是分组进行，其中一人蒙上眼睛背上自己合作伴侣，由另一方负责指挥，按游戏的路程，要捡起所安排的物品、规则是男方的蹲下女方捡起、拾玫瑰等关口。顺利通过的组并且用时最少的一组将得到小礼品一份。

2、智力大冲浪，争分夺秒游戏

每组2对男女 女的坐在凳子上 男站在墙对拿玫瑰花. 每组的女方给对方男的提出一些问题，答对可以走一步，知道男方可以把玫瑰送到女方，就是胜利者。答对问题最多的组将得到小礼品一份。失败的就淘汰.

3 . 情歌对对唱

由主持人说个字. 如爱，现场每组一对。比赛过程中参与者自由发挥自我特长，努力表现自我。唱爱开头对情歌最多的一组将得到小礼品一份。要答对5次 失败的就淘汰.

4. 七夕情侣大赢家pk

活动每对赢的 男女在pk 评第一名 第二名 第三名

将得到小礼品一份。失败的就淘汰.

4 红绳一线牵

男的 站在墙边 而女的即上红绳 对着拉. 只要男能够牵到你的手就赢的.

5 一见钟情 心心相印

6 四不象

每队男女谈论给对方学什么叫. 那个队的可以 男的或者女的叫男的猜. 猜对算赢, 猜3次, 失败的就淘汰.

最后终结情侣

文艺演出:

男女嘉宾共同出些节目。大家一起娱乐, 唱歌跳舞, 做游戏等。

自由活动: 吃巧果

活动细节问题和解说部分

我想活动费用定35块 活动人数32人先定下来. 交钱 有负责人收其提前14号收起 把经费 . 买礼品和道具和食品 干果. 水果 这样人数可以早点定下来. 活动好开始. 活动结束 每个女孩一个美扶宝化妆品。

情人节活动策划方案篇四

可以通过“浪漫七夕夜”这一主题, 紧紧抓住围绕“有情人”这一心理, 展开商品促销和活动促销, 以吸引客流, 提高知名度, 达到销售的目的。大力推出“降价风暴”的降价促销活动, 让消费者感到真正的降价优惠。

1、示爱有道降价有理。

2、备足礼物让爱情公告全世界。

3、相濡以沫，浪漫七夕夜。

20xx年8月2号-8月11号

1、活动前期配备活动海报、宣传单页进行落地的活动宣传。

2、商家应该在周边社区和写字楼及合作单位内摆放宣传物料进行活动宣传。

3、商家需向存量客户通过电话邀约和现场拜访的方式邀请客户参加活动。

4、在商家的微信公众平台上以软文的形式发布本次活动的的相关信息，作为线上的推广渠道之一。

1、商家门口美术笔手写招贴（含优惠策略的具体内容）。

2、彩色横幅一条：内容为“示爱有道！降价有理之降价风暴”。

3、购买或租用心形气球做装饰。

4、商家的柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净，一尘不染。

5、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

情人节活动策划方案篇五

情人节就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的节目，是每一家酒店都在努力的工作，多年来，也一直是送玫瑰、送巧克力布置一下场地来向消费者传送这个节目的讯息。

根据我们蕴海建国饭店的经营特色，及平常消费熟客的消费习惯，今年，我们制定出以下情人节推广计划。

浪漫情人节，相约蕴海(玫瑰、烛光、物语)

这次活动主要是彰显情人节的浪漫氛围，将情人节与蕴海建国饭店进行联系，故活动的主题选择“浪漫情人节，相约蕴海”，为了烘托情人节的浪漫，会加上玫瑰——爱情的象征、烛光——浪漫的熏陶、物语——情感的寄托。

3.1、活动时间

主要活动时间□xxx

客房活动时间：情人节前后一星期均有优惠

3.2、活动对象

4.1、主要地点

4.2、次要地点

1)、客房

2)、普通客房。客房里面有烛光灯具和玫瑰花茶，沐浴间同样有烛光灯具和花瓣(沐浴用)

2)、蕴海食府

除了门面装扮出情人节氛围，还要推出情侣套餐或情人节新品；

3)、酒吧

酒吧服务小姐要为每位来宾道情人节快乐，另外，还推出情

人节鸡尾酒。

5.1□xxx饭店接待大厅活动主题

2)、设立“情人留言板”，并提供彩色心形便利贴和彩色签字笔，并有两名服务员在此服务，供情侣在上面写上爱的挚言或爱的勇敢告白。

3)、情人节当天所有女士凭会员证或房卡可以收到前台小姐送的玫瑰花及祝福。

5.2、浪漫“对对碰”相亲派对(宴会厅)

酒店宴会厅500平方精心布置，摆放各种休闲桌椅，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、其他商品销售点等。

本会场布置采用“一网络，一舞台、一会场”布置，做到处处有约会、处处可传情。凡进场宾客通过彩色荧光棒挂在身上的方式，区分单身和有情人之间的身份，会场中会有挑战麦克风之情歌pk□自我风采展示、组队辩论赛、真情告白等环节游戏，凡牵手成功者可以收到酒店一份精美礼物。

5.3、浪漫情人节之烛光晚会

烛光晚会500平方精心布置，会厅空间主要布置有烛光、玫瑰、粉色紫色气球、红色地毯等设备，场内播放有浪漫的华尔兹舞曲音乐，特意为消费者提供一个与伴侣享受情人节爱的熏陶及温馨的环境。另外，舞台设有麦克风和点歌台，可供情侣们为另一半唱出心声。

住店宾客凭房卡免费入场，其他客户凭入场券进场(入场卷需购买)。现场配设饮品销售点、小吃点心销售点等，供顾客消

费。

5.4、客房

1)、客房特设八间“粉红情侣套房”，其主要以粉红色调来渲染情人节氛围，每个房间均设有烛光灯具，其睡床为心形，并在棉被下面放有花生和红枣，可以为情侣们带来一种蜜月经历的感觉，在沐浴间有玫瑰花浴，将情人节的气息漫步在每个角落。“粉红情侣套房”每间228元，并赠送玫瑰8支，巧克力一盒，香槟酒一支。

2)、桑拿房设八间“粉红情侣套房”，其氛围主要为烛光，每间每晚218元，并赠送玫瑰花8支，巧克力一盒香槟酒一支。

3)、活动当天，其他普通双人间房价都为8.7折，来寓意情人节来此会发

5.5、酒吧

推出情侣鸡尾酒和单身鸡尾酒。

情侣鸡尾酒主要为大小两杯，小杯为老婆杯、大杯为老公杯，卖双不卖单，其味道和外形都要衬托出一种甜蜜；而单身鸡尾酒其味道和外形主要衬托出一种潇洒和对主人未来爱情的祝福。

5.6、蕴海食府

1)、餐饮

77元情人套餐(包含双人套餐、红酒一支、玫瑰一支、)

177元情人套餐(包含双人套餐、高档红酒一支、玫瑰花一束、巧克力一盒)

277元情人套餐(包含超值双人套餐、进口高档红酒一支、玫瑰花一束、尧山门票2张)

6.1、营销部

2)、提前一星期做好情人节氛围营造工作。活动期间应该是客服部和销售部较忙的几天，因此，在活动前必须对工作人员召开会议，将任务分配，并对其处理突发事件的方法进行培训。

6.2、娱乐部

6.3、桑拿、客房部

6.4、工程部

结合活动计划，做好用光、用电工作的安排及特殊道具的运转或制作，做好停电停水的准备，还要有其他任何情况的应急措施均要做到位。

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)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、请财务部知会各餐饮收银，做好折扣优惠。

4、请前厅部针对步入散客积极销售普通双人优惠房，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。

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。

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。

7、请保安部和公关部相互合作，保证晚会及派对的正常运行，避免突发事件的发生

1、宣传单：10000份，自行派发。

2、短信发布：3000元。

3、内部广告发布：（含喷画、电脑屏幕）。

4、广告文字：

a□拥有你，我此生有幸。

珍惜你，我毕生力行。（广告词）

b□春信绽放，玫瑰花开，爱情来了，你的故事开始了；

情人节到了，在蕴海建国准备一份珍贵的礼物，然后温柔地携上你的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。（短信）

c□情人节，“粉红情侣套房”188元，恭祝您情人节快乐！

情人节日东莞山庄单身贵族“浪漫对对碰”相亲party恭候您的光临！

玫瑰花雨，美酒烛光，丽骏会情人节粉红之旅，等待您的参与！

9.1、费用预算

1、仿真玫瑰花：6000朵×0.3元=1800元

2、玫瑰花：500朵×1.00元=500元

3、巧克力：100盒×20元=20xx元

4、粉红色雪纱：100码×5.0元=500元

5、宣传单：10000张×0.25元=2500元

6、喷画：200平方×10元=20xx元

7、短信：3000×0.1元=300元

8、其它：500元

合计：10100元

9.2、效果评估

通过本次情人节促销，酒店可以达到以下效果：

1、可以为酒店增加知名度和美誉度，通过吸引媒体、报社的方式，达到省内甚至是国内国际的广告效应，让旅客一到达平顶山就会想到来蕴海建国酒店订房。

2、通过本次活动，可以带动餐饮、桑拿、客房、酒吧等部门的消费收入，虽说较为薄利，但能达到多销，故可使得酒店在这短时间内可以达到较大利润高峰。

3、通过此次活动，可以提高酒店的区域竞争力，赢得更多的会员，为酒店的未来发展打好了基础。

以上是我对情人节蕴海建国饭店所策划的促销方案。在策划之前，由于对其市场了解不多，上网查阅了很多关于现在酒店促销的案例和信息，也查询了平顶山蕴海建国饭店的地理位置、酒店环境及服务设施等。然后再根据课本和老师曾告诉我们的一些实践性知识构建出我所要策划活动的基本构架。

将策划书完成之后反复修改，并写出最后定稿。

此次促销方案，让我学到了很多具体促销思维，更好的去了解促销知识和酒店内部结构和设施，对现在的酒店市场也有一定的了解。相信此次促销策划方案撰写，对我以后的学习和工作会有很大的帮助。而且此次也让我体会到促销的重要性，促销不仅可以让企业得到较高的利润，而且还可以为企业赢得有效的宣传和更多的顾客。