

最新吸引女孩的活动方案(实用5篇)

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。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

吸引女孩的活动方案篇一

1、工业有限公司自20xx年底推出、系列产品以来，与各区域经销商和广大客户。

2、本次活动采用培训+晚宴的形式，树立公司形象，宣传集团和公司的核心竞争和产品优势，构建一个畅通的客户关系沟通渠道，营造宽松、良好的交流氛围。希望通过这次活动给客户留下深刻印象，加强合作的信心，继而对公司产品产生美好印象并自发进行产品的口碑宣传。

3、通过培训使客户拓展思维，得到收益，为共同发展打好基础。

二、活动形式

1、活动目的：客户培训、产品一周年总结回顾，塑造品牌形象、巩固客情。

2、活动主题：客户培训及一周年产品总结大会

4、活动地点：

5、与会人员：代表性客户、经销商、集团及公司相关领导，共约80人。

三、活动内容

1、开场及嘉宾介绍(10分钟)

2、大会日程安排(5分钟)

3、培训目的及培训师介绍(5分钟)

节目：歌曲、小品□dv□时装秀(50分钟)晚宴：十桌

抽奖：纪念奖(每人一份)——电子相框四等奖(8个)——

三等奖(4个)——

二等奖(4个)——

一等奖(2个)——ipad电脑各一台特等奖(1个)——笔记本一台

四、前期准备

1、内部组织：

文字类：领导致辞、一周年产品回顾(3月4日前定稿)物品类：请柬、胸牌、奖品、纪念品(3月4日前完成)人员类：会务安排人员、主持人、组织协调人员、嘉宾名单及确定(2月25日前确定)

2、外部联系：

培训公司及讲师确定(2月20日前确定)活动场所：时间、地点、音响灯光设备、会场布置、人员准备节目准备(3月4日前确定)摄影及制作(3月4日前确定)

五、活动议程

1、3月14日：

六、具体工作安排：

- 1、大会总协调——
- 2、大会总策划、主持——
- 3、签到——

工作范围：签到、发房卡、胸牌等，准备签到表(3月4日前完成)

- 5、车辆安排、会场接待——
- 6、节目排练及组织——
- 7、酒水及杂物采购——
- 8、会场充气样品摆放、抽奖汽球准备——
- 9、文字类：一周年回顾总结——；前景展望——任总；视频制作——；发言稿——；
- 10、培训讲师联系及跟进、课程确定——
- 11、与媒体的沟通——
- 12、会场拍照——

七、预计费用

- 1、材料费用：横幅、背景、胸牌、产品材料及制作等，15000元；
- 2、住宿费用：30000元；

- 3、餐饮费用：30000元；
- 4、抽奖费用：50000元；
- 5、讲师费用：30000元；
- 6、其他临时费用：25000元共计：180000元

吸引女孩的活动方案篇二

活动的方案的方法策划有很多种，该如何策划一场吸引人的活动呢？下面是本站小编为大家整理的最吸引人的活动方案，希望对你有帮助！

促销活动一：转发微博、微信

为了迎接20xx年感恩节，美容院可发起微博、微信转发送礼品的促销活动，打响感恩节促销的第一炮。活动内容是凡在感恩节活动期间，只有你转发该美容院的相关微博并转发5个好友，即可有机会获得该美容院提供的精美礼品一份，届时活动结束后的第二天该美容院会将获奖名单在微博上公布。

美容院在选择给顾客的精美礼品时，一定要站在顾客的立场出发，认真挑选符合顾客需求的礼物，切记促销礼品预算不能超出美容院开支范围，确保整个促销活动井然有序的进行。

促销活动二：打折促销

在感恩节里，不少人向自己的父母、同事、领导表达了一下感恩之情，比如请父母吃饭，请同事看场电影等等。但是美容院感恩节要怎么表达对顾客的回馈呢？不妨来个折扣优惠。在感恩节当天，美容院可以推出众多优惠套餐和产品供顾客选择，此外一些季度性美容项目可以根据顾客的需求合理优

惠；一些单卖美容产品可以配合套餐项目一起做捆绑打折促销，不仅减轻了库存积压量，还提高了营业额。

促销活动三：温馨晚餐

美容院可以策划一个活动，就是想要在20xx感恩节为父母做以上三件事的话，来美容院消费满888元即可获得。该美容院将为老年人提供剪发、护理等多项贴心的项目；其次，专业的技术，一流的服务将百分百让顾客满意，同时也能略表达我们对父母的感恩。

促销活动四：真情摇奖，感恩大礼

为了能够更好增进与顾客的交流 and 信任，美容院可以在感恩节活动当天推出一些回馈活动，例如，只要进店前20的顾客即可获得免费抽奖活动；或是消费满100元的顾客均有免费抽奖一次。该奖项设置10个，分别是10元、20元、30元、40元、50元、60元、70元、80元、90元、100元。顾客现场抽完奖立马兑现奖金。

促销活动五：小细节打动人心

- 1、致顾客一封感恩信，通过内部宣传手段表达美容院感恩节感谢顾客、感谢社会及借节表达人与人之间亲情、友情、爱情的感恩真情。

- 2、11月28日当天，美容院门外举办感恩签名大行动，顾客可在百米长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，此长卷在楼外长廊上展出。

- 3、通过员工配戴特制感恩节小胸牌、美容院做“感恩节快乐”的心型汽球、顾客购物赠送特制感恩卡等氛围的营造、渲染感恩的浓烈氛围。

4、感恩节当天楼内播放《感恩的心》等各种关于感恩、感谢为主题的歌曲;迎宾词以感恩概念为主。

5、广告宣传: 广告宣传一定要主题鲜明, 具有很强的吸引力。只有把广告做好了, 才能吸引大批的消费者进店购物!

活动的流程, 好比像一个漏斗形状, 策划每次活动, 参与的人总是有限的, 只会有一部分人参与, 在漏斗的不同层级, 漏掉一些, 这样就可以把活动参与归结为一个活动策划漏斗, 注意-兴趣-权衡-参与, 缩写为aiba(attention-interest-balance-action)□

首先, 要让很多人注意到、知道有这个活动, 这里主要是传播, 传播包括: 广告位置、站内短消息、群发邮件、口碑传播、置顶帖等;广告又包括广告的位置、大小、格式等;如果是文字, 包括文字的大小、颜色、字体等。传播并不是越广越好, 也要考虑传播所覆盖的用户群属性, 就是覆盖到目标用户群。

其次, 不管人们如何注意到这个活动, 总会有些人产生兴趣, 来了解活动的详细情况, 活动本身的吸引力决定着网民兴趣的程度, 包括奖品的吸引力、玩法的乐趣等等. 关于奖品, 并不是说, 活动主办者喜欢的, 网民就一定会喜欢, 了解活动所针对的网民的兴趣尤为重要;不管是人们觉得有赚头, 还是觉得好玩、有意思, 总是会有一部分人感兴趣, 而另一部分人不感兴趣离开。通常来说, 我们总是希望找到更受欢迎和更低成本的活动方案, 这并不容易。

再次, 有何活动有门槛, 这些门槛对促使网民进行权衡, 即判断, 所能得到的, 或者可能得到的(抽奖活动), 与所需要付出的代价相比;是否仍具有吸引力;不同的门槛, 对于不同的用户, 所造成的阻力不同。门槛包括: 注册、发帖、实名认证、到活动现场等等;并不是说有门槛一定不好, 一定程度上的门槛, 起到了了用户对用户群的筛选的作用。当然, 我们总

不希望筛选到最后是个0，所以控制门槛，是活动策划的一个重要的部分。

最后，有的活动会有时间设置，必须在某个时间点等待着；有的人在那个时间点可能脱不开身，就无法参与活动；活动的时间什么时间开始？什么时间结束？较短的时间，会给参与者紧迫感，而较长的时间，能保证更多的人参与进来。有的时候，会通过一些特别的方式体现时间的急迫性，例如倒计时的图案，例如某些奖品已领取完毕的提示。

在每一个漏斗的过程中，都会有一些流失，一个好的活动策划人员；在策划一个活动的时候，就应该预估，根据活动每一个环节的影响，预估活动效果；并且能够分析出，哪一个环节会影响活动效果，应该如何改进或者弥补？如果活动效果不好，应该能准确的知道是哪一个环节出了问题。

一般来说，更准确和广泛、有效的用户覆盖，更高的吸引力，更低的门槛，更恰当的时间安排，就会有更多数量和比例的参与。对不同环节的调整，会实现不同的效果，例如提高门槛，参与的人就会少很多，但是，参与者会更加认同活动和产品；这取决于活动所要达到的效果是什么？更多人参与？还是更有效的参与？还是更低的预算？还是其他的目标。

营销者向消费者传递有关本企业及产品的各种信息，说服或吸引消费者购买其产品，以达到扩大销售的目的。

企业所从事的这种市场营销活动叫做“促销”。企业的促销活动与其他的市场营销活动如产品决策、价格策略的选定、分销策略等有所不同。上述一些市场营销活动主要是在企业内部进行或者在营销者与营销者之间进行。而在促销活动中，要向消费者宣传或介绍其产品，说服和吸引顾客来购买其产品，所以参与促销活动的双方是营销者与购买者或潜在的购买者。

促销实质上是一种沟通活动，即营销者(信息提供者或发送者)发出作为刺激物的各种信息，把信息传递到一个或更多的目标对象(即信息接受者，如听众、观众、读者、消费者或用户等)，以影响其态度和行为。譬如，某媒体上发出了这样一条广告语：“金兔绵羊绒毛衫——男士的毛衫!”显然，当消费者阅读到这一广告语，立即就可获得如下信息：该毛衫的品牌是金兔牌，是上海一著名品牌，产品质量可信赖;毛衫原材料采用的是绵羊绒，属高档产品;产品是适合秋冬时令的服饰。

如果某一消费者确想购买一件毛衫，这一广告语将会对他的购买行为产生一定影响。营销者为了有效地与消费者沟通信息，可采用多种方式加强与消费者的信息沟通，以促进产品的销售。譬如，可通过广告传递有关企业及产品的信息;可通过各种营业推广方式加深顾客对产品的了解，进而促使购买其产品;可以通过各种公关手段改善企业或产品在公众心目中的形象;还可派遣推销员面对面地说服顾客购买其产品。常用的促销手段有广告、人员推销、营业推广和公共关系。企业可根据实际情况及市场、产品等因素选择一种或多种促销手段的组合。

共2页，当前第1页12

吸引女孩的活动方案篇三

方案目的：

儿童乐园吸引人气

内部策略：

1. 制定童装，背面放上光腴猴的logo[]前面可以制作卡通娃娃，衣服具有长期保存性，可延长宣传时间并有带动性宣传和隐形宣传用作。
2. 在儿童乐园外设置家长休息区，摆放桌子和

凳子，面对儿童乐园右边可设立为家长休息区，左边摆放儿童游戏机，在视觉上对孩子进行诱导消费。3. 制作本店的专属气球，在气球上印上我们的logo和儿童乐园字样，送给来儿童乐园玩的小朋友。

4. 对于是两姊妹或者是兄妹等可享受优惠俩人15元钱左右，或可送碰碰车优惠券一张。 5. 进行长期抽奖，在本乐园玩耍的小朋友都有机会参加抽奖，奖品有，卡通衣服，小娃娃，笑脸，贴纸等（多准备一些小朋友喜爱的礼物）

6. 儿童乐园安排专门的看护人员，（对看护人员进行培训，要具有亲和力，带动孩子在里面玩耍，在确保孩子安全的情况下，让孩子玩的开心）。让家长把孩子放在放在我们的乐园放心，喜欢游戏的家长可以放心的去玩游戏，喜欢看书的家长可以放心的到楼上博览群书，对那种不放心非要守着孩子的家长，可以提供袜套进去陪同孩子一起玩耍，并在我们的家长休息区摆放一些报纸周刊等读物，供家长阅读消磨时间。

7. 在孩子较多的时候，我们的看护人员可以随机组织活动，比如组织小朋友跳舞，跳得好的可以发奖品，或是在场内组织比赛，根据实际场地进行比赛，在场内藏有某物品，找到物品的小朋友发奖品等活动来吸引小朋友。

8. 让我们的看护人员穿上本店的动漫人物服装陪同孩子一起玩。

外部策略：

1. 在电梯口入口处，楼梯玻璃等地方，占据广告位，并粘贴单独的儿童乐园广告。 2. 可以隔两天让两个服务员在外面发气球给经过的小朋友。3. 店门口长期放置儿童乐园的海报。4. 城市少儿频道，广播电台的广告推广。5. 附近的幼儿园，幼教机构联系互动。

6. 经常派服务员床上动漫人物服装到处走来走去，提前准备一些问题问小朋友，小朋友回答不上来的，可以求助爸爸妈妈，答对了就送本店的礼品。

7. 在周末的时候可以让几个有能力有组织的服务员去广场组织活动，周末人多嘛，可以将小朋友聚集在一起，做些小比赛活动，或是小朋友之间的活动，亲子活动等等，对于参加比赛活动的小朋友赠送本店儿童乐园优惠券一张（视情况而定），而比赛胜利的小朋友赠送本店特意为小朋友定制的卡通衣服一件（视情况而定）

吸引女孩的活动方案篇四

2. 新年促销广告语

3. 双十一活动广告语2015

4. 2015情人节宣传活动广告语

5. 2015五一活动广告语大全

6. 2015经典的五一活动广告语

7. 20最新服装促销广告语大全

8. 2015端午节促销广告语

9. 2015七夕创意活动广告语

10. 2015年双十一活动广告语

吸引女孩的活动方案篇五

活动的方案的方法策划有很多种，你知道哪一种最吸引人吗？

下面是小编为大家整理的最吸引人的活动方案，希望对您有用！

活动的流程，好比像一个漏斗形状，策划每次活动，参与的人总是有限的，只会有一部分人参与，在漏斗的不同层级，漏掉一些，这样就可以把活动参与归结为一个活动策划漏斗，注意-兴趣-权衡-参与，缩写为aiba(attention-interest-balance-action)[]

首先，要让很多人注意到、知道有这个活动，这里主要是传播，传播包括：广告位置、站内短消息、群发邮件、口碑传播、置顶帖等；广告又包括广告的位置、大小、格式等；如果是文字，包括文字的大小、颜色、字体等。传播并不是越广越好，也要考虑传播所覆盖的用户群属性，就是覆盖到目标用户群。

其次，不管人们如何注意到这个活动，总会有些人产生兴趣，来了解活动的详细情况，活动本身的吸引力决定着网民兴趣的程度，包括奖品的吸引力、玩法的乐趣等等。关于奖品，并不是说，活动主办者喜欢的，网民就一定会喜欢，了解活动所针对的网民的兴趣尤为重要；不管是人们觉得有赚头，还是觉得好玩、有意思，总是会有一部分人感兴趣，而另一部分人不感兴趣离开。通常来说，我们总是希望找到更受欢迎和更低成本的活动方案，这并不容易。

再次，有何活动有门槛，这些门槛对促使网民进行权衡，即判断，所能得到的，或者可能得到的(抽奖活动)，与所需要付出的代价相比；是否仍具有吸引力；不同的门槛，对于不同的用户，所造成的阻力不同。门槛包括：注册、发帖、实名认证、到活动现场等等；并不是说有门槛一定不好，一定程度上的门槛，起到了对用户群的筛选的作用。当然，我们总不希望筛选到最后是个0，所以控制门槛，是活动策划的一个重要的部分。

最后，有的活动会有时间设置，必须在某个时间点等待着；有

的人在那个时间点可能脱不开身，就无法参与活动；活动的时间什么时间开始？什么时间结束？较短的时间，会给参与者紧迫感，而较长的时间，能保证更多的人参与进来。有的时候，会通过一些特别的方式体现时间的急迫性，例如倒计时的图案，例如某些奖品已领取完毕的提示。

在每一个漏斗的过程中，都会有一些流失，一个好的活动策划人员；在策划一个活动的时候，就应该预估，根据活动每一个环节的影响，预估活动效果；并且能够分析出，哪一个环节会影响活动效果，应该如何改进或者弥补？如果活动效果不好，应该能准确的知道是哪一个环节出了问题。

一般来说，更准确和广泛、有效的用户覆盖，更高的吸引力，更低的门槛，更恰当的时间安排，就会有更多数量和比例的参与。对不同环节的调整，会实现不同的效果，例如提高门槛，参与的人就会少很多，但是，参与者会更加认同活动和产品；这取决于活动所要达到的效果是什么？更多人参与？还是更有效的参与？还是更低的预算？还是其他的目标。

促销活动一：转发微博、微信

为了迎接2014年感恩节，美容院可发起微博、微信转发送礼品的促销活动，打响感恩节促销的第一炮。活动内容是凡在感恩节活动期间，只有你转发该美容院的相关微博并转发5个好友，即可有机会获得该美容院提供的精美礼品一份，届时活动结束后第二天该美容院会将获奖名单在微博上公布。

美容院在选择给顾客的精美礼品时，一定要站在顾客的立场出发，认真挑选符合顾客需求的礼物，切记促销礼品预算不能超出美容院开支范围，确保整个促销活动井然有序的进行。

促销活动二：打折促销

在感恩节里，不少人向自己的. 父母、同事、领导表达了一下

感恩之情，比如请父母吃饭，请同事看场电影等等。但是美容院感恩节要怎么表达对顾客的回馈呢？不妨来个折扣优惠。在感恩节当天，美容院可以推出众多优惠套餐和产品供顾客选择，此外一些季度性美容项目可以根据顾客的需求合理优惠；一些单卖美容产品可以配合套餐项目一起做捆绑打折促销，不仅减轻了库存积压量，还提高了营业额。

促销活动三：温馨晚餐

美容院可以策划一个活动，就是想要在2013感恩节为父母做以上三件事的话，来美容院消费满888元即可获得。该美容院将为老年人提供剪发、护理等多项贴心的项目；其次，专业的技术，一流的服务将百分百让顾客满意，同时也能略表达我们对父母的感恩。

促销活动四：真情摇奖，感恩大礼

为了能够更好增进与顾客的交流 and 信任，美容院可以在感恩节活动当天推出一些回馈活动，例如，只要进店前20的顾客即可获得免费抽奖活动；或是消费满100元的顾客均有免费抽奖一次。该奖项设置10个，分别是10元、20元、30元、40元、50元、60元、70元、80元、90元、100元。顾客现场抽完奖立马兑现奖金。

促销活动五：小细节打动人心

- 1、致xx顾客一封感恩信，通过内部宣传手段表达美容院感恩节感谢顾客、感谢社会及借节表达人与人之间亲情、友情、爱情的感恩真情。

- 2、11月28日当天，美容院门外举办感恩签名大行动，顾客可在百米长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，此长卷在楼外长廊上展出。

3、通过员工配戴特制感恩节小胸牌、美容院做“感恩节快乐”的心型汽球、顾客购物赠送特制感恩卡等氛围的营造、渲染感恩的浓烈氛围。

4、感恩节当天楼内播放《感恩的心》等各种关于感恩、感谢为主题的歌曲;迎宾词以感恩概念为主。

5、广告宣传：广告宣传一定要主题鲜明，具有很强的吸引力。只有把广告做好了，才能吸引大批的消费者进店购物！

营销者向消费者传递有关本企业及产品的各种信息，说服或吸引消费者购买其产品，以达到扩大销售的目的。

企业所从事的这种市场营销活动叫做“促销”。企业的促销活动与其他的市场营销活动如产品决策、价格策略的选定、分销策略等有所不同。上述一些市场营销活动主要是在企业内部进行或者在营销者与营销者之间进行。而在促销活动中，要向消费者宣传或介绍其产品，说服和吸引顾客来购买其产品，所以参与促销活动的双方是营销者与购买者或潜在的购买者。

促销实质上是一种沟通活动，即营销者(信息提供者或发送者)发出作为刺激物的各种信息，把信息传递到一个或更多的目标对象(即信息接受者，如听众、观众、读者、消费者或用户等)，以影响其态度和行为。譬如，某媒体上发出了这样一条广告语：“金兔绵羊绒毛衫——男士的毛衫!”显然，当消费者阅读到这一广告语，立即就可获得如下信息：该毛衫的品牌是金兔牌，是上海一著名品牌，产品质量可信赖;毛衫原材料采用的是绵羊绒，属高档产品;产品是适合秋冬时令的服饰。