

春节促销活动方案(优质8篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

春节促销活动方案篇一

本次促销活动从__年__月__日至__年__月__日，共计__天。据了解，商超与去年同期相比有一定的增长，销量重点拉动是以____及__等商超的重点店面为主，活动方案效果表现一般。

据市场了解，今年春节整个商超红酒市场有一定的萎缩，但主要体现在礼盒方面。我公司通过去年的产品结构调整与完善、店面客情关系的维护、促销队伍的建设，配合经销商的活动方案，取得了一定的业绩。

一现场特价销售：

主要体现____系统共计12个单品，累计单品特价次数18次。此活动形式，迎合了广大普通顾客的心理需求，市场反应比较好，在一定程度上有效的拉动了销量。但同时，也存在一点负面影响，降低消费者的品牌忠诚；增加消费者对价格的敏感度；影响消费者对商品的品质认可。

二堆头、端架

堆头与端架不仅仅是体现在销售上，更体现在他的宣传与展示方面，吸引顾客，从而指引顾客到此类商品或者与之相配的产品上。整个春节期间，我公司在超市的堆头与端架未能按照当初方案逐一落实到位，但几个重点店相继有了一定的补充，也起到了一定的宣传与销售促进作用。

三上刊

一种单品的宣传广告，既有特价又有宣传。我公司产品主要做了___、___两个单品。此活动形式，有效地提高了销量，增加了顾客的可信度。据卖场实际情况，___现场顾客有一定的自点量。

四返现

返现类活动也属于一种间接让利的促销方式，虽然表面价值偏小，但对于消费者来讲是最实惠的促销。整个活动期间，我公司产品主要针对各个单品，单品返现手续比较麻烦，且只能针对有促销员的店，相对受众面比较小。整体限额促销返现相对比较弱。

总之，我们要灵活掌握各个活动形式的优缺点，从顾客的实际需求出发，尽量利用其优点，回避不利方面，从而做出化的方案，实现销量与品牌同步发展的格局。

同时，__葡萄酒市场竞争异常激烈，尤其是__、__、__三大品牌，在__地区根深蒂固，已经在顾客心中潜意识的形成。在每次的旺季促销活动中，采用高费用投入(各个店做堆头、端架、上刊)，重点店面人海战术、次类店人员覆盖，促销方式灵活，主打产品突出、礼盒更新速度较快，切合市场实际，迎合消费者。

一. 与系统谈判我公司人员信息封闭，未了解到一手信息。导致整个决策过程时间较长，都处于未定状态，所以商超系统以及经销商临时的决定，短时间内难以拿出方案，影响较大。鉴于此，以后再做促销方案时，我们到底应该采用那种模式，显得非常重要。

二. 我公司产品价格体系不完整，表现在单品二三十几元的无法做活动，___和___做活动都成二十几元，三十几元又空白，

无法填补。应进一步加大售价在20到60元之间，尤其是30到50元之间的单品，可采用经销商低利润的方式，用出厂价高的单品，这样消费者受到了实惠，单瓶价格也相对提高。礼盒价格在90元左右销量，而我公司礼盒价位很高，再加上品牌宣传的缺乏，走不了量。

三. 促销员，尤其是临促，应当加强培训，尤其是葡萄酒知识与个人店里行为方面。临促作为应急人员的补充，应当提前做好准备，建议在旺季来临之前加强产品与销售技巧的培训，尤其是在店里接待顾客与引导顾客，应加强与长促交流，总结，必要时可采用长促带临促的方式，学习一段时间，等到旺季再分配到各个具体店面。

四. 除进一步加强重点店面的日常维护外，还应加强次类店的销售，尤其是销售旺季，以拉动整体销量。目前，在整个西安商超中，重点店面的销量占很大比重，但是其他次类店仍然有一定的客流量，尤其是在销售旺季，更是值得注重。据了解，我们的酒在旺季在这些店有一定的自流量。如果对这些店面加大投入，尤其是旺季临促，会大幅拉动该店的销量。

五. 针对淡季以维护市场份额做市场为主，加大店内堆头、端架、上刊等广告宣传引导销售，并将旺季的产品功能诉求，逐渐转向侧重于品牌认知，力争淡季的广告投放能够水平地提高公司葡萄酒产品的知名度，迎接销售旺季的到来。只有这样，才能更好的为旺季提高销量奠定基础，也为品牌的长期培育客户基础。

在长城、张裕的阴影下，我们每销售一瓶酒都很困难。因此，我们只有根据市场具体情况，结合自身实际情况，进一步革新营销思路。把工作做透、做细、做精，进一步提高工作效率，在产品陈列、卖场客情、产品结构、促销员管理方面做好我们的工作。

春节促销活动方案篇二

20xx年春节前一个月，在厂方大力促销下，在各二批商，分销商和我们公司全体同仁的共同努力下，我们的产品销量比去年同期相比又提高了一个阶梯，又一次实现了新年的开门红。仅我们分销渠道就销售了天之蓝7295箱，海之蓝14930箱，蓝瓷5560箱，梦之蓝930箱，梦三335箱，梦六122箱，梦九10箱。共送出加油卡1019500元，苏烟515条。

这次活动搞得比较成功，效果也是立竿见影的。体现在以下几个方面：

一：整个系列产品销量的提高，特别是海之蓝的销量从10年初的下滑状到这次的扭转超过了09年的销量最高峰的一个月，甚至赶上了08年销量最辉煌的同期销量。

二：产品市场氛围的营造和拉动，在10年初，海之蓝处于低迷状态，而竞品珍宝坊迅速占有市场，当时我们还在担心海之蓝的后路何去何从，经过一年的努力，海之蓝终于扭转了这个劣势，重新主导了市场。

三：这次活动，在公司的正确掌控下，产品的流向趋于良性，资金回笼及时，各分销商积极主动配合这次活动的开展。

但是在过程当中也存在着几个问题值得我们思考。

一：对于复杂多变的市场，我们没有一个合理的数据来预测到较为准确的总销售量，导致了在活动进行中销量不断提升，我们再次向厂方追加销售计划数字。我们以后要建一个销量档案，每个月的，每年的，促销期间的和自然销售的。这样的话对整个数据分析，对比。也能对市场有一个动态的了解和下次做活动的销量数据预测的依据。

二：由于公司这次活动销量的组成有二批商，团购商，乡镇

渠道和分销渠道。在活动面市前没能做一个比较完善的销量细化分割，导致了最后的实际销售数据有3个单品高于厂方核报数量。在以后的活动前，我们要有一个具体的数据分割方案。

三：执行不到位。执行力差的问题体现在梦系列的活动上，在活动初期，我们要求各分销商：凡是有梦系列消费的必须要在第一时间向各维护经理登记备案方可参加此次活动。但是由于种种原因，执行不到位，最后处于失控状态。这也反映了我们业务人员的执行力不够。这样给我们督查带来了很大的难度。这一点在以后的活动中要，如果不能执行到位的我们宁可放弃。

只有225元-228元每瓶，即使现在活动结束，价格也停留在每瓶240元左右，又回到了调价前的价格。以后搞这样的活动要借鉴这次海之蓝的掌控手法，不要给市场留有太多的库存，有计划的控制发货量。不为了销量而做销售。

五：数据的核报工作没有及时衔接，十天一次的滚动销量报批厂方没有及时跟进。以后再有这样的全方位大活动要有专人来负责这一数据的统计和上传工作。

一是加强市场宣传推广。在家电市场竞争越来越激烈的时期，必须在宣传推广方面以新、奇、好等声画形式进行产品宣传，广泛吸引消费者眼球，拉近消费者距离。我们将通过电视广告、图画广告、公交广告等进行全方位的针对性强、流动性强、视觉冲击力大、覆盖面广、直观性强、可信度高的广告，宣传卖场形象和促销政策，提升卖场商品销量，优化市场竞争力。二是加强促销策略推广。

通过一定的促销手段使家电业达到争相抢购，限时购买的销售氛围；我们将采取多种广告，对促销活动进行提前造势，利用歌舞互动产生吸引力，拉起销售高潮。三是加强人力资源推广。强化营销管理，提高市场推广人员技能，以促进卖

场销售力，在卖场开展比贡献、比创新活动，适时调整部门负责人，在情况允许下，请求招聘有丰富营销知识的大学生到卖就职，提升卖场生机。四是加强服务推广。

当今家电业的市场竞争中，各卖场的商品种类、质量、价格基本雷同，透明度也越来越大。价格优势，规模优势，商品结构优势，很难体现出来。服务的优劣，则可决定消费者的购买动机，优质的服务和灵活的销售技巧在一定程度上可以弥补商品的不足，所以对于商业部门来说，不管是售前还是售后，服务就是企业生命。因此，不但要热心做好售后服务，还要正确对待顾客投诉，重视顾客投诉内容，及时进行回复处理，绝对不能不闻不问，及时处理一件投诉案件，让一个顾客满意了，兴许会带来100个顾客的光临。提升办理投诉案件处理力度，提高卖场整体素质，能有效树立卖场形象，不断扩大卖场影响力。

春节促销活动方案篇三

针对本次春节促销活动，我厅前期进行了充分的准备活动并制定了详尽的计划：

2、宣传方面，春节前期我厅采取以石桥铺为中心向周边辐射的原则，厅内提前陈列、口述宣传；厅外针对周边人流量较大区域，利用周末地推及学生代表发放dm单进行宣传预热；活动期间，石桥铺周边商圈均在开展促销活动，人流量较大，为有效的将该区域的人流引导到厅，我厅组织数10名手机临时促销人员在周边多处人流聚集处派发本次活动dm单，并让其引导至我厅参与促销活动，有效的分享了该区域的人流，达到很好的宣传效果。

3、地推现场，此次营销活动，地推现场采用的是“展间”的形式，背景宣传画面统一布置，均以“td手机重磅出击”活动为主，这样整体的宣传使其能达到很好的宣传效果，突出了活动的主题。其中自有业务促销区域由自办厅人员总体负责，

主要负责过年卡座机、中高端、两城一家等业务的推广及销售;一元购机专区以自办厅人员为主,带领手机厂家促销人员以一元购机为重点进行针对性较强的推广;其余的两个展间由莱斯莉公司人员和手机厂家销售人员负责,主要推针对“常态化心机”进行演示推广及销售。展间旁,我们还开展了针对我厅的春节促销活动,进一步吸引了用户的眼球。另外,我们有效的结合1号酷派厂家和2号lg厂家进行的路演活动,较好的吸引了周边的人流,起到了很好的宣传效果,较前期销量均有成倍的提升。

本次营销活动卡号销售226张;终端销售326台,其中常态心机销售163台,捆绑心机16台终端123台,共销售移动心机302台,占终端总量的92.6%;中高端办理112户;全球通家庭计划办理55户;长话风暴净价版32户;两城一家18户,以实际成果为本次营销活动划上了完美的句号。

最后,我们始终相信只要大家团结一致,敢想、敢拼、敢争先,我们就一定能取得更大的胜利!

春节促销活动方案篇四

为了在不同的时间段针对不同的产品进行促销以达到最佳的促销效果,此次促销分为两个时间段:第一、直营门店鲜肉促销时间为:___月___日、___日 共计2天。第二、其他促销时间为:___月___日开始促销,礼品送完即止。针对不同的产品采用的促销赠品也有所不同。

1、 直营门店鲜肉促销

直营门店鲜肉促销区域涵盖了厦门地区现有的___家直营门店,时间为:___日、___日,共计2天。促销方式是:凡在我司直营门店购买鲜肉金额___元以上即可领取对联一幅。分配的对联数量为___幅,并于___月___日全部送至办事处,各门店具体分配数量由直营门店根据实际情况统一安排。

2、 直营门店肉制品、豆制品促销

直营门店肉制品、豆制品促销门店数量为__家，促销时间是从__月__日开始。赠品配送情况：__月__日这一批是派车直接送至门店。从__月__日开始，直营门店未配送完的赠品热狗肠是按业务人员根据门店实际情况分配数量然后交给内勤开单随货送至门店，未配送完的对联、玻璃杯、小猪水果叉也是按业务员根据实际情况分配好数量然后跟车配送至门店。

美食加盟店肉制品、豆制品促销的门店为已经开张的__家门店，促销时间和直营门店肉制品、豆制品促销时间一样，是从__月__日开始。赠品配送情况：__月__日这一批是按门店把赠品都打包在一起然后跟随豆制品发货的车直接送至门店，但有两家门店由于__月__日未叫货而未能随车送至，则在__月__日上午派车第一时间送到。

未配送完赠品除热狗肠由业务人员根据实际情况向内勤开单以外，对联、玻璃套杯、小猪水果叉都在__月__日送至办事处，有办事处统一安排。

对应的礼品来增加单个客户的购买量及增加门店的客流量，从而提升门店的销量。

2、进一步宣传了公司的品牌。通过买赠增加客流量的同时也加大了门店在消费群中的曝光率，增加消费者对公司品牌的好感，而且消费者在家中张贴带有公司logo和字样的对联，或者在派红包时用公司的红包，本来也是对公司品牌的一种宣传。

3、美食连锁加盟店都刚开张不久，即逢佳节销售高峰期，春节促销活动正好在这段时间开展，对提高美食加盟店的人气有很大的帮助作用。

商场20xx年春节促销活动总结

本次促销活动从20xx年1月1日至20xx年2月29日，共计58天。据了解，商超与去年同期相比有一定的增长，销量重点拉动是以华润万家及人人乐等商超的重点店面为主，活动方案效果表现一般。

据市场了解，今年春节整个商超红酒市场有一定的萎缩，但主要体现在礼盒方面。我公司通过去年的产品结构调整与完善、店面客情关系的维护、促销队伍的建设，配合经销商的活动方案，取得了一定的业绩。

本次的促销活动形式主要分为四大类：

一 现场特价销售：

主要体现在华润万家系统共计12个单品，累计单品特价次数18次。此活动形式，迎合了广大普通顾客的心理需求，市场反应比较好，在一定程度上有效的拉动了销量。但同时，也存在一点负面影响，降低消费者的品牌忠诚；增加消费者对价格的敏感度；影响消费者对商品的品质认可。

二 堆头、端架

堆头与端架不仅仅是体现在销售上，更体现在他的宣传与展示方面，吸引顾客，从而指引顾客到此类商品或者与之相配的产品上。整个春节期间，我公司在超市的堆头与端架未能按照当初方案逐一落实到位，但几个重点店相继有了一定的补充，也起到了一定的宣传与销售促进作用。

三 上刊

一种单品的宣传广告，既有特价又有宣传。我公司产品主要做了94赤霞珠、金装王朝两个单品。此活动形式，有效地提

高了销量，增加了顾客的可信度。据卖场实际情况，94赤霞珠现场顾客有一定的自点量。

四 返现

返现类活动也属于一种间接让利的促销方式，虽然表面价值偏小，但对于消费者来讲是最实惠的促销。整个活动期间，我公司产品主要针对各个单品，单品返现手续比较麻烦，且只能针对有促销员的店，相对受众面比较小。整体限额促销返现相对比较弱。

总之，我们要灵活掌握各个活动形式的优缺点，从顾客的实际需求出发，尽量利用其优点，回避不利方面，从而做出最优化的方案，实现销量与品牌同步发展的格局。

同时，西安葡萄酒市场竞争异常激烈，尤其是张裕、长城、威龙三大品牌，在西安地区根深蒂固，已经在顾客心中潜意识的形成。在每次的旺季促销活动中，采用高费用投入(各个店做堆头、端架、上刊)，重点店面人海战术、次类店人员覆盖，促销方式灵活，主打产品突出、礼盒更新速度较快，切合市场实际，迎合消费者。

我通过这段时间的观察与了解，觉得这整个活动是比较成功的，但从我个人的角度来看，还是有一些不足的地方，我就从以下几点说说我的看法：

一. 与系统谈判我公司人员信息封闭，未了解到一手信息。导致整个决策过程时间较长，都处于未定状态，所以商超系统以及经销商临时的决定，短时间内难以拿出最优方案，影响较大。鉴于此，以后再做促销方案时，我们到底应该采用那种模式，显得非常重要。

二. 我公司产品价格体系不完整，表现在单品二三十几元的无法做活动，94赤霞珠和金装王朝做活动都成二十几元，三十

几元又空白，无法填补。应进一步加大售价在20到60元之间，尤其是30到50元之间的单品，可采用经销商低利润的方式，用出厂价高的单品，这样消费者受到了实惠，单瓶价格也相对提高。礼盒价格在90元左右销量最大，而我公司礼盒价位很高，再加上品牌宣传的缺乏，走不了量。

三. 促销员，尤其是临促，应当加强培训，尤其是葡萄酒知识与个人店里行为方面。临促作为应急人员的补充，应当提前做好准备，建议在旺季来临之前加强产品与销售技巧的培训，尤其是在店里接待顾客与引导顾客，应加强与长促交流，总结，必要时可采用长促带临促的方式，学习一段时间，等到旺季再分配到各个具体店面。

四. 除进一步加强重点店面的日常维护外，还应加强次类店的销售，尤其是销售旺季，以拉动整体销量。目前，在整个西安商超中，重点店面的销量占很大比重，但是其他次类店仍然有一定的客流量，尤其是在销售旺季，更是值得注重。据了解，我们的酒在旺季在这些店有一定的自流量。如果对这些店面加大投入，尤其是旺季临促，会大幅拉动该店的销量。

五. 针对淡季以维护市场份额做市场为主，加大店内堆头、端架、上刊等广告宣传引导销售，并将旺季的产品功能诉求，逐渐转向侧重于品牌认知，力争淡季的广告投放能够最大水平地提高公司葡萄酒产品的知名度，迎接销售旺季的到来。只有这样，才能更好的为旺季提高销量奠定基础，也为品牌的长期培育客户基础。

在长城、张裕的阴影下，我们每销售一瓶酒都很困难。因此，我们只有根据市场具体情况，结合自身实际情况，进一步革新营销思路。把工作做透、做细、做精，进一步提高工作效率，在产品陈列、卖场客情、产品结构、促销员管理方面做好我们的工作。

春节促销活动方案篇五

返现类活动也属于一种间接让利的促销方式，虽然表面价值偏小，但对于消费者来讲是最实惠的促销。整个活动期间，我公司产品主要针对各个单品，单品返现手续比较麻烦，且只能针对有促销员的店，相对受众面比较小。整体限额促销返现相对比较弱。

总之，我们要灵活掌握各个活动形式的优缺点，从顾客的实际需求出发，尽量利用其优点，回避不利方面，从而做出最优化的方案，实现销量与品牌同步发展的格局。

同时，西安葡萄酒市场竞争异常激烈，尤其是张裕、长城、威龙三大品牌，在西安地区根深蒂固，已经在顾客心中潜意识的形成。在每次的旺季促销活动中，采用高费用投入(各个店做堆头、端架、上刊)，重点店面人海战术、次类店人员覆盖，促销方式灵活，主打产品突出、礼盒更新速度较快，切合市场实际，迎合消费者。

我通过这段时间的观察与了解，觉得这整个活动是比较成功的，但从我个人的角度来看，还是有一些不足的地方，我就从以下几点说说我的看法：

一. 与系统谈判我公司人员信息封闭，未了解到一手信息。导致整个决策过程时间较长，都处于未定状态，所以商超系统以及经销商临时的决定，短时间内难以拿出最优方案，影响较大。鉴于此，以后再做促销方案时，我们到底应该采用那种模式，显得非常重要。

二. 我公司产品价格体系不完整，表现在单品二三十几元的无法做活动，94赤霞珠和金装王朝做活动都成二十几元，三十几元又空白，无法填补。应进一步加大售价在20到60元之间，尤其是30到50元之间的单品，可采用经销商低利润的方式，用出厂价高的单品，这样消费者受到了实惠，单瓶价格也相

对提高。礼盒价格在90元左右销量最大，而我公司礼盒价位很高，再加上品牌宣传的缺乏，走不了量。

三. 促销员，尤其是临促，应当加强培训，尤其是葡萄酒知识与个人店里行为方面。临促作为应急人员的补充，应当提前做好准备，建议在旺季来临之前加强产品与销售技巧的培训，尤其是在店里接待顾客与引导顾客，应加强与长促交流，总结，必要时可采用长促带临促的方式，学习一段时间，等到旺季再分配到各个具体店面。

四. 除进一步加强重点店面的日常维护外，还应加强次类店的销售，尤其是销售旺季，以拉动整体销量。目前，在整个西安商超中，重点店面的销量占很大比重，但是其他次类店仍然有一定的客流量，尤其是在销售旺季，更是值得注重。据了解，我们的酒在旺季在这些店有一定的自流量。如果对这些店面加大投入，尤其是旺季临促，会大幅拉动该店的销量。

五. 针对淡季以维护市场份额做市场为主，加大店内堆头、端架、上刊等广告宣传引导销售，并将旺季的产品功能诉求，逐渐转向侧重于品牌认知，力争淡季的广告投放能够最大水平地提高公司葡萄酒产品的知名度，迎接销售旺季的到来。只有这样，才能更好的为旺季提高销量奠定基础，也为品牌的长期培育客户基础。

在长城、张裕的阴影下，我们每销售一瓶酒都很困难。因此，我们只有根据市场具体情况，结合自身实际情况，进一步革新营销思路。把工作做透、做细、做精，进一步提高工作效率，在产品陈列、卖场客情、产品结构、促销员管理方面做好我们的工作。

春节促销活动总结模板(三)

春节促销活动方案篇六

今天是xx年12月31日，在xx年的最后一天，我和孩子们一起进行了元旦联欢。这是我们一年五班的第一次元旦活动，不但孩子们热情高涨，家长们也热心帮忙，家长们支持孩子在联欢中表演，帮着孩子精心准备节目，个别家长 and 家委会的成员在30号下午放学后为我们布置教室，今天上午放学后帮我们摆放桌椅，感谢家长和孩子们的热情和真心。

拿到周计划时我就在想怎样给孩子们营造一个欢乐美好的元旦联欢。首先把举办联欢会的任务布置下去，让孩子在家准备节目，我还在班里选出四名小主持人，并把孩子们要表演的节目列成节目单，并为孩子们买了一副新套袖作为新年礼物。

表演时，孩子们都认真投入，积极展示着自己，努力给大家带来欢乐，小观众们也不吝啬掌声。因为之前我说过可以带零食，有的同学还特意带来了零食分给小伙伴们吃。表演中家委会主任给每位小演员拍照留念，谢谢家委会为孩子们留下表演的画面。我想，这些微不足道的`点滴都会成为孩子们美好，独特而珍贵的记忆。

一个半小时的时间匆匆而过，但这次活动给孩子们带来了欢乐。

春节促销活动方案篇七

筹备了一段时间的“庆元旦，辞旧迎新游园会”活动在20xx年31日终于成功拉下帷幕，在新年即将来临之际，我们幼儿园特别举行了元旦亲子活动，让家长和自己的`孩子在欢快中走进新的一年，让家长 and 幼儿都能感受到节日的气氛。

本班现在共有幼儿二十三名，其中只有六组家庭因有事未来参加，虽然很多家庭没来，但是都提前请假了，说明了家长

对我们工作的支持与配合。

本次“庆元旦，辞旧迎新游园会”主要分为四个环节。

一、班级前期准备工作及人员分配。

二、班级环境布置以及游戏道具准备。

三、舞蹈表演以及游戏活动。

四、节目完收尾工作。

这次活动是一次全员的集体性活动，活动前每位教师都把自己的准备的游戏活动发至给主持人，虽然最终有些改动，但是还是在活动前把自己游戏都改好并提前把道具准备好。不过这次活动准备时间弄的很紧凑，并没有把方方面面的事情提前弄好，比如场地分配，自我游戏准备。这方面下次不能这样，应准备充足的时间把事情都处理好。人员分配方面由于各游戏都是自己负责，所以这方面没有细分，只要把自己的分内事做好就行。

这次班级内布置由班上的二位教师以及实习老师共同完成，这次环境布置提前一周就开始准备了，准备了手工的雪花以及鞭炮。周六周日都提前带至寝室做，但是东西做的过于少，导致在开始装饰的时候还出现了不够的情况，下次要注意方面的情况，还有就是几个人做事的效率不够快，导致加班到很晚。这方面需要加强。接下来我说说游戏道具情况，因为游戏都是在周一才定下来，所以又是要布置又是要准备，很赶，所以导致准备的很匆忙，以后应提前定下来，好有更多的时间来进行准备。

这次舞蹈活动是由我负责，由于事情较多，每个人又都有自己的事情，还有组织教师们排练较少，导致有些地方不整齐，到了最后很晚还在外面进行排练，还有幼儿的鞋子问题也应

该提前一周跟家长说，总之这次活动由于排练较少，导致很多方面都有问题，下次应该避免有这样的问題出现，继续改进。游戏活动中，家长都很积极的参与本次游戏，本次游戏共有九个，每位教师都能把自己的区域顾好，这次我的游戏活动是在教室内进行的，活动趣味性不够高，下次应加强。不过活动中能看到幼儿和家长高兴的样子，真的很有节日的气氛。

活动完成之后教师们积极的把自己的活动场地收拾好，很齐心协力的完成了剩下收尾工作。

1、老师各自条理清晰，才使的工作有条不紊，不出现混乱，让活动顺利进行。

2、班级教师积极参与，及时解决每一个问题。

1、很多事情没有提前做好，有很多小问题。

2、游戏不够新颖，趣味性不够。

春节促销活动方案篇八

为弘扬中华优秀传统文化，倡导健康、文明生活方式，营造欢乐喜庆、文明祥和的节日氛围。12月29日，马桥镇陈庄小学开展了丰富多彩的.师生庆元旦活动。

一是举行了“迎新年，庆元旦”书画比赛。参加比赛的同学各个情绪高涨，沉浸其中，用自己的笔，描绘出了一幅幅表现着美好、和谐生活的画面，使同学们在芬芳的墨香中感悟汉字的美。

二是开展“庆元旦，包饺子”为主题师生齐动手快乐迎新年活动。让学生在认识、感知节日的同时，了解我国的传统习俗，增强学生对民族文化的兴趣，培养他们的动手能力和体

验劳动的乐趣。师生们吃着自己动手包的饺子，现场洋溢着浓浓的年味。

三是各班开展了“师生庆元旦联欢会”。大家欢聚一堂，欢声笑语，共同迎接新春佳节的到来，表现了广大师生对幸福生活的美好祝愿和对新一年的美好憧憬。

四是举行校园创客大赛活动，孩子们使用生活中常见的材料制作好玩有趣的玩具、模型，有新意的工艺品，实用小发明等，让广大师生有机会一睹自己的创意作品。激发学生创造力，鼓励创新思维。

富有创新、异彩纷呈的元旦活动，为学生搭建了自我展示的平台，让孩子们在丰富多彩的活动中快乐学习、快乐生活、快乐祥和的氛围中送走20xx年，共同迈向充满希望与憧憬的20xx年。