

最新六一儿童节营销活动方案策划(实用5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。那么方案应该怎么制定才合适呢？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。

六一儿童节营销活动方案策划篇一

一、活动目的：

每年的“六一”是国际儿童节，这一天为了表示对孩子们的祝贺，许多家长会带孩子逛商场、超市购物，而儿童的消费带有许多特殊性。通过在儿童节搞本次活动能提高本量贩及分店在少年儿童心目中的影响力，以家庭参与形式借助儿童节来提高成人的消费。以特别的比赛形式来营造“六一节”的欢乐气氛，促进儿童商品的销售。进一步提高.....的知名度。

二、活动时间：

20xx年6月1日

三、活动主题：

超市首届儿童节

四、活动内容：

7—15岁组绘画10名征文5名

颁奖仪式：

6月2日奇得优秀奖的小朋友将得到米兰春天和xxx公司共同颁发的获奖证书及优秀奖品一份。6月5日—25日优秀作品将分别在量贩、小溪分店、莲花分店、军区分店、凤凰分店进行展出。

2、6元多一件,购物小票再加6元□xx到米兰春天量贩、分店服务台还可获得衣衫一件。

3、“六一节”买六送一4、少年儿童才艺秀

参赛方式:

(1) 少年儿童才艺表演内容: 时装表演、唱歌、跳舞、武术、讲故事、书法等。

(2) 你是才童吗? 走上米兰舞台, 用欢快的歌儿把6月唱, 参赛小朋友需自带。

□3□vcd或cd□道具, 报名时需填写比赛项目及内容。

初赛:

小组入围奖5名

小组参与奖10名

决赛:

一等奖1名

二等奖1名

六一儿童节营销活动方案策划篇二

（一）西餐（以下工作由西餐厅负责）

注：如一大人带一小孩，儿童可按半价优惠，即优惠价合计96元（成人64元，儿童32元）。

2、自助餐的内容除西式美食外，还将设立儿童特色美食台（包含：汉堡、热狗、串烧、雪糕、特饮、茨条等）

3、凡来硅谷西餐用餐的儿童均可获赠由酒店送出的一份精美礼物——多功能电子益智宝（酒店有现货）。

（二）酒家（以下工作由中餐厅负责）

2、儿童节促销时段其它优惠不得同时使用；

3、凡儿童节来用餐的儿童还可获赠由酒店送出的精美汽球一个。

二、店内装饰、气氛

1、餐厅店面贴一些卡通图片及“儿童节快乐”中英文美术招贴字；（由美工配合餐饮部在16日前完成）

2、用各色汽球布置餐厅，渲染节日气氛；（由餐饮部在16日前完成）

3、由餐厅在周末分别布置礼品展台，对茶市客人进行有针对性的促销工作

4、从五月下半月起逢周六、周日午、晚市在西餐厅播放卡通音乐及电视片。（由工程部配合在16日前完成）

三、广告宣传

- 1、宣传单张（由美工负责制作，16日前完成）
- 2、报纸广告（由营销部负责，5月29日在南山报上做广告）；
- 3、海报制作（由美工负责设计，并制作彩色喷绘图加kt板张贴于大堂立柱正面，16日前完成）。

四、促销分工

- 1、宣传单张的派发由中、西餐、营销部共同完成；
- 2、散客预订工作由中西餐负责；
- 3、常客、协议客预订工作由中餐及房务营销负责；
- 4、促销及预订工作由方赞能总监全面负责。

六一儿童节营销活动方案策划篇三

一、 活动目的：

每年的“六一”是国际儿童节，这一天为了表示对孩子们的祝贺，许多家长会带孩子逛商场、超市购物，而儿童的消费带有许多特殊性。通过在儿童节搞本次活动能提高本量贩及分店在少年儿童心目中的影响力，以家庭参与形式借助儿童节来提高成人的消费。以特别的比赛形式来营造“六一节”的欢乐气氛，促进儿童商品的销售。进一步提高.....的知名度。

二、 活动时间：

20xx年6月1日

三、 活动主题：

超市首届儿童节

四、 活动内容：

7—15岁组 绘画10名 征文5名

颁奖仪式：

6月2日夺得优秀奖的小朋友将得到米兰春天和xxx公司共同颁发的获奖证书及优秀奖品一份。6月5日—25日优秀作品将分别在量贩、小溪分店、莲花分店、军区分店、凤凰分店进行展出。

2、 6元多一件，购物小票再加6元即可到米兰春天量贩、分店服务台还可获得衣衫一件。

3、 “六一节”买六送一 4、 少年儿童才艺秀

参赛方式：

(1) 少年儿童才艺表演内容：时装表演、唱歌、跳舞、武术、讲故事、书法等。

(2) 你是才童吗？走上米兰舞台，用欢快的歌儿把6月唱，参赛小朋友需自带。

□3□vcd或cd□道具，报名时需填写比赛项目及内容。

初赛：

小组入围奖5名

小组参与奖10名

决赛：

一 等 奖 1名

二 等 奖 1名

六一儿童节营销活动方案策划篇四

一、活动目的：

每年的“六一”是国际儿童节，这一天为了表示对孩子们的祝贺，许多家长会带孩子逛商场、超市购物，而儿童的消费带有许多特殊性。通过在儿童节搞本次活动能提高本量贩及分店在少年儿童心目中的影响力，以家庭参与形式借助儿童节来提高成人的消费。以特别的比赛形式来营造“六一节”的欢乐气氛，促进儿童商品的销售。进一步提高xxxx.的知名度。

二、活动时间□xx

三、活动主题□xx

四、活动内容：

1□“xx杯”征文及绘画比赛--绿色家园为了庆祝“六一儿童节”，关心我们的地球家园及居住环境。欢迎小朋友前来一展绘画才能、小朋友可以发挥想象，记下（画下）你所认识或所看到的美丽岩城。凡年龄在15周岁以下的小朋友均可参加此活动。小朋友本人或家长可到xxxx量贩或xx.各分店服务台报名处领取资料、登记报名。5月30日20：00前可将填好的报名表及作品送至米兰春天量贩顾客服务台，即可获赠精美礼品一份，6月x日由专家评出20幅绘画，10幅征文的优秀奖。

优秀奖分年龄段：3--6岁组绘画10名征文5名7--15岁组绘画10名征文5名颁奖仪式：

6月x日奇得优秀奖的小朋友将得到米兰春天和xxx公司共同颁发的获奖证书及优秀奖品一份。6月x日--x日优秀作品将分别在xx□xx分店□xx分店□xx分店、凤xx分店进行展出。

2、6元多一件x月x日--x月x日活动期间，凡到量贩或分店购物满61元的顾客，凭当天购物小票再加6元，到米兰春天量贩、分店服务台还可获得“xxxx”一件。

4、少年儿童才艺秀参赛方式：

□1□x月x日--x月x日在量贩、分店购物者，均可参加儿童才艺秀□x月1x日晚按报名先后顺序轮流上台表演□x月x日晚对获奖者颁发证书和奖品。

(2) 少年儿童才艺表演内容：时装表演、唱歌、跳舞、武术、讲故事、书法等您是才童吗？走上米兰舞台，用欢快的歌儿把6月唱，参赛小朋友需自带vcd或cd□道具，报名时需填写比赛项目及内容。

(3) 比赛按年龄段分3个小组（6岁以下、6~9岁、10~15岁，6月1日初赛每组评出5名优胜者，参加6月2日晚20：00决赛）每位参加者能获得一份礼品，比赛设了丰富的奖品。

6□xx聚焦你金色童年凡5月31日--6月2日，在米兰春天量贩或分店一次性购物满61元的小朋友，现场免费赠送“漂亮宝贝”儿童摄影艺术照一张。

7、“聪明宝贝”照片大比拼参加方法：照片+出生证复印件+填妥报名表，交到米兰春天量贩服务台活动时间□20xx.5.10-5.30内容：注意时间！米兰在寻找“聪明宝贝”！赶快将体

现你宝贝最炫最聪明一面的照片交回，即有丰富奖品等着您拿啊！

聪明奖1名一等奖1名二等奖3名三等奖5名入围奖18名8、庆“6.1”来就送6月1日--2日两天，到量贩或分店光临的小朋友，均可获得xx公司赞助提供礼品，送完为止9、“米兰杯”健康儿童智能运动趣味比赛[x月x日--x月x日]晚20:00活动内容：

- 1、健康儿童宝宝快快爬（61名），1岁以下的儿童。
- 2、运动宝宝跳绳比赛（61名）15岁以下的儿童。
- 3、机灵宝宝穿衣比赛（61名）6岁以下的儿童。

参赛方式：报名截止5月28日，参赛者须持有效证件（户口本或出生证）报名每项比赛均设一、二、三等奖和纪念奖，凡参加者可获赠精美礼品。

说明：参与“xx.杯”健康儿童智能运动趣味比赛的各比赛的第一名选手皆颁发荣誉证书，凭本证书在次年“6.1”节仍可到米兰春一领取精美礼品一份。

10、“六一”特价商品11、投币赛：比赛往钱罐投币（计时间、金额数量）。

设一、二、三等奖和纪念奖，凡参加者可获赠精美礼品。

六一儿童节营销活动方案策划篇五

技术含量较低的保温杯厂家，要想在信息时代重新崛起，了解崭新的市场环境及重新定位自己十分必要。

传统制造业江河日下，保温杯行业也不例外，深圳保温杯业

受到的冲击更为明显。自互联网电商日盛，保温杯传统厂家生意越来越不好做，众多工厂纷纷倒闭。一方面源于互联网对渠道的冲击，一方面在于自身技术及营销思维革新太慢，产品及拓客渠道跟不上市场多样化个性化的需求。

在这种背景下，精心打造一种依托互联网的客户营销系统，稳扎稳打的建立起自己的精品鱼塘，让传统生意重新焕发盎然生机迫在眉睫。

互联网行业兴旺，但并非谁想进就能进，死在半道的大有人在，因此把握市场及互联网固有规律，遵循规律推进包括产品、品牌及网络营销渠道的建设，需要步步为营，方能达至成功。

本方案通过近一个月的精心谋划，希望基于双方的深刻共识，用最新的营销思维、营销工具、营销策略、营销平台及最优秀的产品运营执行，在2-3个月时间内，让深圳保温杯及深圳保温杯定制做事业蓬勃发展起来，为其他传统行业提供一个光明的可行之径。

共识是合作的基础

1. 双方合作项目范围：甲方（春雷礼品）跟乙方（江天sem）关于保温杯网络营销策划项目仅限于深圳地区保温杯项目的产品包装、营销策划及产品运营，其他地区和产品不计算在内。

2. 本方案限定的甲方经营范围：合作范围内公司只从事保温杯产品定制做批发、春雷保温杯礼品品牌的经营。不具备自主开发新产品，建立新品牌的权利。如果通过本轮产品及品牌运营建立起了深圳市场品牌和渠道优势，可再双方协商后开发其他产品及建设新品牌，如保温壶，陶瓷礼品，青花瓷礼品，办公礼品等网络营销业务。

3. 限定特定客户群体：我们的客户范围仅限深圳六区，在这个特定的细分市场中做深

做实，根据保温杯本身所具有的产品特征、消费特征和我们本身的业务类型和优势，建议精准定位客户群体为30±5岁范围，年轻而高频使用手持及pc设备的人群，批量业务直接针对企业行政人员，即需采购保温杯作为节日礼物、促销礼物等的精准群体。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)