

最新幼儿园三八节德育教育 幼儿园三八节活动方案(实用9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。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

充值员年度工作小结篇一

乙 方：

丙方（担保方）：_____

一、甲方预付给乙方人民币的总额度为元，（大写：____人民币伍万元），甲方可根据乙方的生产情况，在总额度之内分次预付，可采用现款或承兑汇票的方式。预付时间为20____年____月____日至20____年____月____日止。月利息：____%。

二、预付款还款时间为预付款支付次日起____天内，以现款归还或以出口货物收汇后的相应货款折抵。预付款乙方只能用于出口项下货物生产所需，乙方有义务接受甲方的检查，监督款项的使用情况。

三、丙方向乙方的债务提供担保，范围是：预付款本金、利息、费用、违约金及实现债权的各项支出。保证责任为连带责任。保证期限为预付款到期归还之日起二年。即使在主合同无效的情况下，保证人仍愿负连带全额赔偿责任。

四、乙方不按合同规定的用途使用预付款，甲方有权立即收回部分或全部款项，对违约使用的部分按____%收取违约金。乙方如逾期不归还预付款，应按违约数额及天数向甲方支

付____%违约金。

五、特别约定：乙方所欠甲方的款项（累计）在预付款总额度以内，丙方须承担保证责任（责任按上述第三条款执行）。

六、甲、乙、丙方在履行本协议中发生纠纷，先友好协商，协商不成应向甲方所在地人民法院提起诉讼。

七、本协议由三方盖章或签字之日起生效。

八、本合同一式三份，三方各执一份。

甲方：

乙方：

丙方：

协议号：

日期：20____年____月____日

充值员年度工作小结篇二

元宵节是我国的一个非常有*特色的传统节日，在这一天，看灯会，猜灯谜，闹元宵已从好几千年延续至今。此外，由于我国对传统节日越来越重视，越来越关注。如若在这一天，您到超市逛逛，您定会发现，超市里张灯结彩挂起了各式各样的谜语，如若猜对了，揭开谜底，可到超市服务台换取精美小礼品一份。这是最常见的商超元宵节促销活动。

张灯结彩过元宵

20xx年正月十一至正月十五

活动一：正月十五元宵灯谜猜猜猜

活动二：吃元宵甜蜜蜜

活动期间，凡购买汤圆满20元者，均可送“福”字小对联一幅，吃得越多“福”越多。

活动三：庆元宵抽“元宵券”

活动期间，凡在本商场或超市购满60元者，均可凭小票到服务台换“元宵券”一张，并兑换汤圆一份。满120元者，可获元宵券两张，可兑换汤圆和开心果各一份，以此类推，可领得不同赠品。

活动四：做元宵，包汤圆，比比谁家最团圆

活动期间，举行包汤圆大赛，活动前期，通过发dm的形式在顾客里进行宣传，凡有兴趣者均可参加，报名条件不限，此外邀请各大商场管理人或其他知名人物担任评委进行评比，并设置相应的奖项，一等奖可送省内全家两天游，二等奖可送全家福艺术照一套，三等奖可送全家团圆饭一桌，鼓励奖可获精美礼品一份。

充值员年度工作小结篇三

2015活动方案方案多种 1、送剪发卡 回馈老顾客

12、顾客一个月来店内洗发十五次，免费为其烫发一次。

透过这样的促销活动，可达几个目的。

(1) . 我们可以将免费烫发的价位定于300到500元，籍此可以改变往后顾客烫发的消费习惯，提高其消费水准。

烫发周期，变成两个月烫一次头发。

(3) . 老客人带客人。活动设计不限本人来洗头，而一个顾客一个月洗不到十五次，因此，旧客人会带朋友、家人来店洗头，这些人就成了新的客源。

13、凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

14、剪发卡优惠办卡活动：

铜卡vip□

储值1000元，实际享受消费者额1200元

银卡vip□储值1600元，实际享受消费者额2000元

金卡vip□储值3000元，实际享受消费者额4000元 白金vip□储值5000元，实际享受消费者额7200元（仅限10名消费者）

16、转介绍积分奖励活动

消费积分是发廊为顾客回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费一定的金额后，就可以得到发廊赠送的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰藉。运用方法：发廊先设定一定积分，达到一定额度的消费顾客即取得一定的积分，就可以得到店内赠送的产品、礼物、疗程等，还可以参加其他的优惠活动。

特别提示：其额度不一定太高，可做小返点或大返点。20、次数促销

次数促销是发廊最常规促销的一种变化，是一种顾客消费后的附带促销，让顾客感受到有更多的优惠，可稳定住即将成为发廊老顾客的人群。

2015年理发店国庆节活动方案

七天的国庆节假期在一定程度上对消费者的消费热情造成影响，同时去年开始的物价上涨加大了美发店铺的经营成本。假如顾客想购买88元以上的产品可以灵活变通原产品原价基础上给予优惠37元(88-51=37)，可以提供更多的高于88元的产品供顾客挑选，同样产品上贴“xx元”的爆炸贴。

促销活动主题：

迎中秋庆十一，美发店献礼惊喜不断！

促销活动时间：

20xx年9月27日--20xx年10月8日

促销活动目的：

- 3、刺激中秋国庆节顾客的消费欲望，提升美发店的营业额；
- 4、让顾客产生好感，提升品牌形象。

促销活动内容

(一) 优惠大降价美发套餐

充值员年度工作总结篇四

很多店都只选择过节时做活动，不错，这个时间段是很好，其他行业大都放假了，来做头发的也多了。可是这样局限性就很大的。特别是在淡季的时候，就需要做一些活动来增加人气。

2、了解活动对象：

如需要人气，美发店可以做一系列的户外宣传，来提升专业美发店在当地的知名度；如果是高端消费群体，美发店可以邀请策划公司协助做一些派对或引进一些卖点足、品质高的项目促销；如果是火爆气氛，那美发店可以举办一场大型的免费抽奖活动或超低价美发优惠活动。

3、美发店活动的投资与回报：

这一点是美发店业主比较敏感的区域，譬如说，这次活动美发店要投3000元进去，那是否可以给美发店赚回3000元。美发店活动不比商场的活动，不比促销活动，美发店活动是持续性的。美发店3000元投进去了，不一定能马上得到3000元的回报，而是体现在将这3000元转化成了什么效果。

4、美发店策划的执行：

美发店活动主要分为大、中、小型活动，大型的活动一般很少见，涉及到很多方面的事情，中型活动—义剪、艺剪等，增加美发店的人气营销氛围；小型活动—xx项目体验活动，推广新项目、染烫送护理等等。

充值员年度工作总结篇五

供方(乙方)：

根据《中华人民共和国合同法》及相关规定，为明确甲乙双方的权利、义务关系，本着互相合作、互惠互利的原则，经双方友好协商，签订本合同。

第一条：订货内容：

交货地点：上海市黄浦区鲁班路412号江南商务中心230室

第二条系人：俞峰云

移动电话：

第三条：结算方式

批结。出货前付清全款。

第四条：交货期

合同签订后5个工作日内。

第五条：产品质量标准和保修

1. 质量要求技术标准：质量按miao确认样标准。
2. 产品保修期：自甲方收到大货之日起的12个月内。
3. 保修期内，甲方在不违反正常使用的前提下如果损坏，乙方负责保修。保修期过后，我司负责终身维修，维修发生的费用由甲方承担。第五条：违约责任按照经济合同法。

第六条：解决合同纠纷的方式

友好协商或提交仲裁。友好协商或提交仲裁

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

充值员年度工作小结篇六

乙方：_____

向买一批实验相关试剂、耗材、设备及委托一批相关技术服务费用（含合同号为_____）。

已于20____年____月付(壹万陆仟伍佰)该合同总价款。用（甲方）订购作分析测试产品与服务的预付款。此预约用

于____订购各试剂、耗材、设备、与相关的技术服务费用，所有订购产品明细在甲方验货后需____老师签字确认，签字确认后的验货明细及发票由证明，一式贰份，一份给____（甲方）老师，一份给____有限公司。

一. 甲方权利

1. 检验乙方是否按要求发货，若货物与实际要求不符可要求换货，因此产生的费用由乙方负责。
2. 在收到耗材、试剂、设备等后，如发现质量问题，请于7个工作日内提出投诉。若非人为因素的损坏，可要求乙方换货。因此产生的费用由乙方负责。
3. 负责成立验收小组对货物或项目进行验收并签署验收报告。
4. 甲方享有自向乙方支付预付款之日起无限制使用此预付款的权利，直到此预付款使用完毕。
5. 按合同规定享有乙方提供的货物或服务。

二. 乙方权利

1. 对甲方提出的质量问题投诉，要求甲方出具相应证明。
2. 若甲方在使用过程中产生人为因素引起的耗材、试剂、设备等损坏，不在换货范围。
3. 如甲方单方面取消订单，造成的损失由甲方承担。

三. 本协议未尽事宜，经双方协商，在作出补充规定，其补充规定与本协议有同等法律效力。本协议如发生纠纷，甲乙双方应积极协商，协商不成时，争议方可像仲裁委员会申请仲裁或诉讼。

四. 本协议一经双方签字后生效, 一式贰份, 甲乙双方各执一份, 具有同等法律效力。

甲方:

乙方:

代表人签字:

代表人签字:

日期:

日期:

充值员年度工作总结篇七

mtv城市宣传片的内容可以包括城市全貌、标志性建筑和雕塑、生活休闲和工作环境等内容, 配上恢宏激昂的歌曲, 可以全方位、多角度地反映出城市的整体形象。

有别于其它影视宣传片, mtv城市宣传片的重点之处在于其中的歌曲。歌曲作为一种艺术形式, 生活中无处不在。从目前来看, 歌曲在mtv城市宣传片中的表现形式可以称为城市歌曲。

城市歌曲简称市歌, 是指当地城市特有的形象之歌, 和市花、市树、市徽等一起, 蕴含了城市的特色文化、城市精神和发展目标。城市歌曲大多配以激昂的旋律和振奋人心的歌词, 用来在各种活动中播放和在群众中传唱。城市歌曲的优点在于把城市形象用歌曲和mtv这种艺术形式表现出来, 新颖别致, 能够浓缩提炼出一个城市文化的精髓, 宣传渠道也比较广泛。城市歌曲也可以看作是一个城市的广告歌曲。

而广告歌曲在信息传播中的作用有目共睹, 比如当你听到某

个你熟悉的广告歌曲，你会通过歌词联想到广告中商品的名称。城市歌曲在mtv城市宣传片中的作用也要如此。当听到一首熟悉城市歌曲和音乐时，会马上联想到这个城市标志式形象。

1、实惠性。比同级别的广告片制作投入要少许多。并且由于是政府行为和公益性质，因而播出费用也会比硬性广告片优惠许多，甚至免费。

2、包容性。信息量大，表达更全面。

3、导向性。使公众在潜移默化中接受共同的价值观念，从而形成合力，向既定的方向努力。

4、统一性。就像指挥棒一样，使辖区内的各种力量达成统一、和谐和默契。

5、凝聚性。使市民的个人思想和命运与城市的安危紧密联系起来，与城市同甘苦、共命运。

6、激励性。激励市民为实现自我价值和城市发展而勇于奉献，不断进取。

7、浓缩性。浓缩经典理念，巩固核心竞争力。

8、辐射性。可以激发广大市民的城市自豪感和责任感和崇尚心理。

9、文化性。能够更深刻的反映出本城市文化的特点及内涵，在社会中树立起良好的城市形象。

10、传播性。富于节奏和旋律，便于多渠道传播，有效地扩大城市的影响力。

二. mtv城市宣传片的制作:

1、城市歌曲创作:

制作mtv城市宣传片首先要创作出优美精良、便于传唱的城市歌曲。而一首好的市歌，首先歌词要有一定的思想内容，城市构想理念也好，发展目标也好，市民行为准则要求也好，目的都是要在一定程度上反映城市形象，甚至就是一个很好的城市解读广告，是直接为树立城市人文形象、环境优美形象、市民精神风貌服务的。

一首好的市歌，还必定要有优美的旋律，符合歌词情绪内容的节奏，还要容易上口，有感染力，能感动人，这样才会被接受、被传唱。另外一首好的市歌，还必须有一定的艺术性，太直白、肤浅肯定是乏味的。

创作出的市歌只要能符合上面的要求，就应该是一首有生命力的作品，会经得起时间的考验的，自然也就会渐渐深入人心的。

2、制作选择:

市歌创作出来之，要制作成mtv城市宣传片一般有以下几种选择：按制作的精细程度可分高、中、低三个档次。

按照内容可以分为唯美型和写实型。

同时可以邀请明星、歌唱家演唱城市歌曲，或者由市民演唱等。

3、制作的流程:

1)前期筹备阶段:

b.制作方根据市歌方诉求，整理、撰写创意脚本，制定制作预算表；

d.制作方开始筹备工作。

2) 现场拍摄阶段：

a.制作方导演负责整体创作以及摄制组人员调配等各项工作；

b.市歌方现场监制并协调统筹配合摄制组工作。

3) 后期制作阶段：

a.制作方音乐人对歌手录音和音乐合成；

b.制作方剪辑师根据脚本对拍摄的素材进行初剪；

c.制作方动画师根据脚本对制作视频特效；

d.制作方剪辑师根据脚本对画面进行精剪；

e.市歌方审片，并提出具体的修改意见；

f.修改完善后，市歌方签收。

充值员年度工作小结篇八

乙方：

1、甲方尽最大努力为乙方参保，提供力所能及的一切协调服务工作。

2、乙方愿意按参保规定，交个人部分（每月工资扣除）。

3、参保后乙方愿意就公司现状努力工作，积极向上，为公司做出自己应有的贡献，并愿留在公司和公司一并成长。

4、乙方若不按协议条款缴费，造成的断保，并影响乙方利益，甲方不承担任何责任。因甲方过失造成断保并影响乙方利益的，甲方承担一切经济责任。

5、甲方如在今后公司发展改制时，要与社保所做好协调工作，确保参保人员缴费工作的连续性，如因企业改制及其它原因造成乙方断保，影响乙方利益，甲方应承担相应责任。

6、按国家法定退休年龄，乙方到龄，可办理退休手续，退休后按月到____劳动保障就业所领取基本养老金，乙方个人保险费账户缴纳的越多，领取的就越多。

7、本协议，甲乙双方必须认真执行，任何一方违约，另一方有权通过有关部门仲裁解决。

8、本协议不因法人代表变更而变更。

9、本协议一式两份，甲乙双方各执一份。

10、本协议自双方签字之日起生效。

甲方： 乙方：

充值员年度工作总结篇九

走进各类超市的酒水区，几乎所有的葡萄酒都在进行促销活动，其促销方式真可谓是xxx八仙过海，各显神通xxx[]有降价销售的，有买一送一的，有买大送小的，有送酒杯的，也有送电话充值卡的等等等等，由此不难看出葡萄酒行业的市场竞争程度。然而，就笔者对家乐福(成都八宝街店)人流高峰期(晚上7:00——9:00)做出的简单市场调查发现，真正对商

家所做促销有兴趣，从而决定购买其产品的几乎没有，当然我们不能以点代面，但是能说明一些问题，我们在进行促销活动时是否确定了我们活动所针对的消费群体？我们锁定的消费群体在消费本类产品时都有哪些共同点？他们在消费本类产品时一般重视哪些因素？什么样的促销方式能够激发他们的购买欲望？不管什么目的、什么形式的促销方式，如果不是建立在对以上因素充分了解和认识的基础上的都难以取得好的效果。

鉴于此，为了不和其他品牌在终端进行两败俱伤的价格战，并体现我与其他同类品牌在营销方面的差异性和消费群体的针对性，并通过本次促销活动提升本公司及相关产品的知名度、影响力和美誉度，提高单位时间内的销售业绩，占领更大市场份额，我们必须对消费者进行认真调研和分析，正确认识我公司产品在市场竞争中的优势和劣势，对市场进行细分，结合我公司及相关产品的实际情况，进行优化组合，开展明显区别于其他同类品牌的促销活动形式。

二、活动对象

通过调查了解，发现婚庆消费是葡萄酒消费的一个巨大市场，然而针对婚庆市场进行有效促销的葡萄酒类厂(商)家目前还很少，做的好的更是鲜有发现。因此，针对结婚消费群体进行有效促销就是我们本次促销活动所针对的主要消费群体。

通过对结婚消费群体的消费需求进行深层次的调研，寻找目前市场就婚庆消费的空白点或薄弱点进行开发和填补。通过观察发现，目前还很少有企业或商家进入到消费者的婚庆现场，大多数的婚庆现场都缺乏整体氛围的营造，如果我们能明确葡萄酒做为婚庆用酒的良好诉求，并为购买我们产品的消费(结婚)者提供购买产品后的延伸服务——婚庆现场的氛围营造——这应该是企业延伸服务的创新之举，相信会受到消费者的认同和选择本公司产品的理由。参加婚礼的人通常心情是比较放松的，并且一个婚礼的参加人员少则几十上百，

多则逾千人，其中多数都是亲戚朋友，很容易受到现场气氛的感染，这也为公司产品展示及品牌的宣传推广提供了一个经济实惠，针对性及强的平台。

三、活动主题

1、幸福长久，华佳特葡萄酒！

四、活动方式

(一)、赠品促销

注：海报和背景画布可加入新人照片，做永久性珍藏。

(二)、有奖促销

1、在包装内设置抽奖抽奖方式

与婚庆相关行业联合促销，如影楼、酒店、婚庆公司等。为联合促销厂商提供折扣券，凡到联合厂商处消费的顾客可以获得该折扣券，购买规定金额的产品后可以获得相应的礼品和延伸服务，合作厂商为我提供海报展示位、其他产品(服务)。

五、活动时间和地点

1、活动时间：20年月日——20年月日

2、活动地点：所有终端售点

3、联合促销厂商

六、广告配合方式

2、各终端pop海报。

3、各终端生动化陈列

4、合作厂商处pop海报展示

充值员年度工作小结篇十

12月28日至1月6日

金虎嘉奖抓钱能手

手有多大，奖金就有多大

看^v^谁^v^是抓钱能手

过年恒源祥全家喜洋洋

- 1、通过当地电视台，当地商报针对目标消费群作信息告知；
- 2、通过手机短信一对一告知活动信息，达到有效针对vip客户；
- 3、通过别致的店内外布置，使销售终端气氛隆重热烈。