

# 最新策划一个小活动(大全5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 策划一个小活动篇一

活动时间□xx年4月14日（星期x□

活动地点□xx渔水湾休闲山庄

参加对象：中一班的幼儿

1、通过观察春天里的花、草、树木等的变化，感受春天的季节特征，萌发热爱大自然的情感。

2、给孩子表现自我的机会，培养孩子活泼、开朗的性格，促进孩子交往能力的发展。

3、通过活动让家长进一步了解孩子及幼儿园教育活动的开展情况，促进家园同步教育。

4、通过组织幼儿外出活动，营造孩子和家长们交往游乐的机会，增加家长和幼儿之间的交流，从而促进孩子、家长、教师的良好关系。

1、活动前教师提前查看地点。

2、提前查询星期六的天气预报，请家长给幼儿穿上适宜的服装。

3、事先通知家长做好相应的准备，并请家长在家对幼儿进行

安全教育。

4、教师带好照相机，创口贴、湿毛巾、卫生纸。

1、活动前一天班级教师对幼儿进行春游安全教育，增强安全防范意识和自我保护能力。

2、本班三位老师全面负责组织好出游的安全工作，上车之前点名，每个环节前检查有没有落队的家长和确保幼儿安全。

3、活动时要做到井然有序，带队教师要教育幼儿不拥挤、不追跑、不打闹。上下车有序。

4、游戏时督促家长和孩子遵守游戏规则。

（一）、稳定幼儿情绪，做好准备工作（上厕所、检查衣物、所带物品），家长签点名。

（二）、带领家长和幼儿上车，安排座位，提醒幼儿注意安全。

（三）、到达目的地后带队老师组织自家长和幼儿一起进行律动热身。

（四）、律动完后，带对教师带领家长和幼儿进行游戏。

1、游戏：抢板凳。

2、游戏：两人三足。

3、玩幼儿自带的玩具，如：皮球、风筝等。

4、教师带领幼儿观察周边的花、草、树、木，让幼儿感受春天的变化。开拓幼儿视野，增长知识，亲近自然。

## “亲子踏春”活动小结

4月14日，春风和煦，阳光明媚，我们xx区第一幼儿园幼儿园中一班的老师与孩子、家长们一起去xx“渔水湾农家乐”踏春活动。早上十点我们在xx剧院站牌集中，小朋友们与家长到齐后，我们就坐21路车出发了，他们行驶在充满春天气息的道路上，心情无比激动，瞧，他们时而唱唱歌，时而看看风景，时而发出感叹，时而与同伴交流自己的感受，一路欢声笑语，不亦乐乎。

到了渔水湾后，我们就玩游戏、观察各种各样的植物，在微风吹拂下，孩子们好奇的睁大眼睛欣赏这神奇而美妙的世界，倾听春的脚步、感受春的气息、欣赏着春的舞蹈，欣赏到了春天的色彩，同时锻炼了孩子们的体质，增强了孩子们不怕困难，坚持到底的良好品质。并且家长们也看到了孩子们相互帮助、团结协作的能力意识，许多家长都支持老师多进行这样的活动呢！

## 策划一个小活动篇二

项目背景：

近年来，顺德珠宝行业竞争日益激烈，各种纷繁的促销方式和促销活动使整个行业利润下降。临近五一、母亲节、端午节期间，很多顾客都打算在节日里购买自己梦寐以求的铂金、钻石饰品，希望珠宝店推出一些特殊的优惠活动。

公司背景：

顺德xx珠宝金行有限公司，是一家专业销售黄金珠宝钻石连锁店，从事黄金珠宝生产、加工、批发零售，是顺德地区开办的第一家专业金店，凤城历史最悠久的.珠宝金行，公司现设有三家分店□xx珠宝金行与多家实力雄厚的供货厂商合作，供货来源稳定，所售之饰品工艺精湛、款式多样、美观大方、

紧跟潮流，且货真价实，深得社会各界的青睐，回头顾客不断。

黄金珠宝行业是典型的假日经济；

消费热点主要集中在铂金钻石产品，黄金产品销售缺乏领先的卖点；

消费者消费思想发生转移，造成消费热点转移；

消费群体偏向女性化，但男性消费者为购买中介；

假日购买的消费能力有限，重复购买的可能性很小；

大部分为非冲动购买，重复消费间隔大；

时尚性是装饰类产品的主要卖点；

假日期间是各大珠宝店强力促销期；

主要竞争对手有各大商场的品牌专柜和其他品牌专卖店。

根据对产品类别的细分（铂金钻石和黄金）、目标消费群的细分，本次节日组合营销活动以铂金钻石和黄金产品为主要销售产品，将沿着铂金钻石和黄金两类产品两条线，以“顺德区域形象推介语”颁奖仪式为切入点，以三个节日（五一、母亲节、端午节）为重点活动期，采取组合营销的高效营销方式，将消费群进行的细分作为营销目标逐一攻破。

活动主题：桥。“桥”寓意一为xx珠宝金行位于凤城九眼桥附近，与此桥一样为大良最古老的珠宝店；“桥”寓意二为人们向自己的母亲等亲人表达感激、问候的一座沟通内心情感的桥梁。

各种促销活动以及相关的广告设计表现方式均以“桥”为理念而展开。

1、紧紧抓住假日销售高峰的来临，通过一系列系统性的卖场内外布置宣传，给顾客耳目一新的感觉，充分营造良好购物环境，提升xx珠宝对外整体社会形象。

2、扩大xx珠宝在消费者中的影响力，提升xx珠宝金行企业形象和关注度；

4、为店面销售提高人气。

本次组合营销策划分别以“顺德区域形象推介语”颁奖仪式为切入点，以三个节日（五一、母亲节、端午节）为重点活动期，营销计划组合如下：

预热期：4月25日———5月7日

高温期：5月8日（母亲节）———6月11日（端午节）

持温期：端午节之后———6月30日

1) 晚会现场布置。

2) 礼堂入口处派送活动单张。

3) 颁奖仪式穿插现场秀节目：争取获得同意，在晚会增加该节目，（）时间5分钟左右，用泡沫板（或kt板）做些简单道具，摆在舞台上，再请模特儿走台秀，展示真实的珠宝首饰，手举贴有图片、海报的道具板来回走动。

1) 店面气氛布置：总体要求节日气氛隆重、浓厚、大气。

2) 店面促销：采取大抽奖形式，贯穿整个活动周期。

3) 奖品设置：自己开模生产的10个金粽子、20个银粽子，精美礼品（小玉器手机挂件、水晶工艺品、手表、眼镜、打火机、披肩、首饰盒等）。

精美奖品一份，所有人都能获奖。一等奖：金粽子，二等奖：银粽子，三等奖：纪念品。

5) 抽奖形式：印制抽奖卡（或复印抽奖券），上有编号、顾客联系方式等，购买珠宝的顾客每人一张，当场填写后放入抽奖箱，每店放置一个抽奖箱，分5月15日、6月20日两次在公证处公证下现场抽奖，奖品也分2次平均分配，抽奖一次后张榜公布结果、报纸上发布广告公布，以吸引更多的人参与下一次的购买抽奖。

1) 报纸广告：珠江商报，分3次发布，4月25日发布活动信息，5月16日第一次抽奖结果+活动信息，6月21日第二次抽奖结果+感谢语言。

2) 电视广告：在现有形象宣传片上加字幕，选择顺德台、翡翠台、本港台发布。

4、单张、海报等宣传品：设计形式、风格统一、抢眼的宣传品，以“桥”为主题，方式有问候卡等。

5□dm单张夹报发行：随大良地区的《广州日报》发行，约2万份左右。

费用产生途径包括：

1、奖品费用。

2、宣传品设计、印刷费用。

3、晚会模特秀费用。

4、电视、报纸广告费用。

不包括奖品，其他费用控制在2—3万元左右。

## 策划一个小活动篇三

“xxxx公司20xx年度总结、表彰暨20xx年迎新会”

20xx年2月8日下午14:00至18:00

会议时间：14:30———18:30

晚宴时间：19:00———21:00

组织离开：21:00———21:30

xxx国际大酒店18楼会议室

2、加强员工之间的交流，增强团队协作的意识，提升公司的综合竞争能力；

4、丰富员工生活，答谢全体员工一年以来付出的辛勤努力。

5、让员工充分的展现自我，在年会的过程中认知自我及对企业大家庭的认同感。

6、加强领导与员工之间的互动，让我们在同一个舞台共同交流、联欢。

公司领导及全体员工

本次年会的流程与安排包括以下两部分：

14:30——14:40大会进行第一项，主持人致欢迎词，宣布大

会开始。

14:40——16:00大会进行第二项，总经理针对20xx年度总结及20xx年的公司战略部署讲话。

16:00——16:10大会进行第三项，各分公司各部门员工新年贺词。

16:10——18:25联欢会文艺汇演、先进优秀表彰及员工互动游戏【节目——表彰(颁奖——代表发言，合影留念)——游戏】。

18:25——18:30大会进行第五项，所有演员上台，齐唱【相亲相爱一家人】。

18:30主持人宣告此次大会结束，组织员工离场，一同前往晚宴地方。

用餐地点：

19:00晚宴正式开始，晚宴主持人引导大家共同举杯，祝福大家新年快乐，祝愿公司的明天更加美好。(背景音乐)

19:30——21:00用餐时段：公司领导及员工到各桌敬酒，同事间交流沟通，拉近彼此距离。

21:00——21:30组织离开。

(一)年会的通知与宣传：公司行政人事部将本次年会活动进行公示和宣传，达到全员知悉，争取全民参与。

(二)条幅的制作：红底黄字字幅，具体文字内容：“#####公司20xx年度总结、表彰暨20xx年迎新会”



(三)物品的采购准备：游戏奖品：小兔子、笔、签到表、公司总经理席位卡、会场布置&游戏所需气球、拉花等；会议所需糖果、晚宴所需酒水、投影仪、节目背景音乐。

(四)现场拍照：提前安排好相关人员携带数码相机，做好大会及晚宴活动现场的拍照工作。

任务与分工责任人完成截止日期

总策划

会议阶段主持人

晚宴阶段主持人

物料准备

会场布置

条幅、证书、鲜花预定

现场拍照

音响等设备安装、调试、音控

主持稿、背景音乐

新年贺词、总经理演讲

会场预订、晚宴预订

**策划一个小活动篇四**

关键词：

活动目的：公益性与商业性相结合的义拍义卖营销活动

响应政府“建设社会主义新农村”号召和“青春家园建设”关爱行动，与共青团武汉市委、武汉市关心下一代工作委员会、武汉市青少年发展基金会、武汉市农业局、武汉市文化局、武汉市卫生局、武汉晚报社、武汉市广播电视局、武汉晚报社、武汉爱心文化传播中心等单位联手，推出大型公益活动“金马之家百万爱心献老区”。

联合政府机构、社会团体、新闻媒体共同举办，增强该活动的权威性、公益性、新闻性和可信度，这是企业组织公益活动的关键问题。

在即将到来的销售淡季，推出与金马之家经营项目和营销活动紧密相连的大型公益活动，寻找挖掘新闻点，吸引大众眼球，提升品牌形象，带动淡季的人流和销售，并为旺季销售做铺垫。

活动好处：

2、舆论宣传导向和新闻炒作：作为公益活动本身就有必须的新闻价值，透过合理的炒作为金马之家营销活动造势，增强大众对金马之家这一品牌的记忆、认知和好感。

3、提升企业形象及实际销售额：对于一个企业来说，获得大众认知便是企业的`无形资产，社会效应越好，越能带动公司业绩飞升。

4、贴合公司的经营理念：肖凯旋总裁曾多次在公司的会议上提出过企业使命感，在我们以全方位的产品定位解决了消费者的家装痛苦同时，我们同样要在公众心中媒体眼中塑造一个公益形象，营造优秀的企业文化，树立员工的价值观，透过经营人心的宏伟工程，为企业长足发展打下坚实的基础。

## 5、经济效益和社会效益双赢：

(1) 透过整合优势资源，有效开展品牌形象战略目标；

(4) 事半功倍的营销推广效果：本次活动主题突出，题材鲜明，受大众及媒体、政府部门关注程度高；且活动本身易于操作，炒作空间大；又与商户互动，投入少，能取得事半功倍的品牌推广效果。

### 1. 活动资料：

金马之家联合商户带给近百万价值的义卖产品，义卖款项作为爱心专款全部捐献革命老区的福利机构和弱势群体。

2. 活动时间：2006年5月开始启动，至，在近一年的时间里开展一系列爱心义卖义拍及捐赠活动。

### 3. 义卖产品来源：

(1) 由金马之家商户赞助义拍义卖商品，尤其是卫浴、地板、磁砖、橱柜、电器、家具等全国知名品牌的厂家有较强的品牌推广意识，赞助投入产品的用心性高，同意以公益赞助为由头，做商业促销活动。

(2) 目前公司的武湖基地尚有一批库存家具、床上用品等，能够作为义卖商品。

(3) 计划在近一年的时间里，组织8—10次公益性主题促销和若干次捐赠活动，估计每次需带给价值1—5万元的家具建材商品进行义卖，作为捐赠款项资助革命老区。

4. 活动难度：这项活动需要部分厂商配合，带给义拍商品。但是参与此次活动能给商家带来多项有形的回报，因此，说服商家带给拍卖品是可行的。

5. 活动启动时间：5月27日、28日，每日一次，每一天拍卖时间约为2小时。

以后每月1—2个周末定点举行义拍义卖公益活动。

以湖北省大别山革命老区为主要扶助对象，能够深入到大别山老区如：红安、麻城、大悟、罗田、英山、黄陂、新洲等地，根据不同时段，组织品牌磁砖、地板、洁具、橱柜橱配等厂家参与，推出相关主题促销活动，例如可做如下主题活动：

1. 7—8月，高考后推出资助老区高考状元

2. 9月，九九重阳节，如到老将军故里，为老将军或者其后人亲属献爱心

3. 10月，为革命老区的福利机构献爱心

大型公益活动策划方案大型公益活动策划方案

1. 《武汉晚报》扶助行动栏目

2. 《武汉晨报》

3. 武汉电视台《百姓连线》

4. 湖北广播电台

1. 本次义拍活动为无底价义拍，即所有拍品0元起价，参与竞拍者自由叫价，最低喊价幅度为50元人民币。

2. 本次拍卖会拍品由金马之家的商户带给，主要拍品有床、床垫、沙发、餐桌椅、沙发床等拍卖品。

3. 本次拍卖会所得款项用于资助革命老区弱势群体。

4. 本次拍卖会在金马之家建材家居门前广场举行。
5. 本次拍卖为无底价拍卖，最终得主由工作人员带到收银台缴款；
6. 本次拍卖活动拟定于5月27—28日下午3点进行，提前展示拍卖品，由主持人现场详细介绍其品牌、功能等（资料由商家带给）。
7. 拍卖师宣布拍卖开始，参与拍卖者开始出价。
8. 每次叫价，拍卖师现场喊价3次，如没有人加价，拍卖师落锤，宣布成交。
8. 工作人员现场将最后竞拍得主请上舞台，有电台、电视台进行现场采访。
10. 由产品厂商代表恭贺该消费者成为金马之家爱心大使。

## 策划一个小活动篇五

：二楼宴会厅自助餐、抽奖、演艺

：128元/位，提供菜品、酒水、饮料、水果、点心等（菜品单后附）

其中：菜品成本60元，演艺成本20元，奖品成本10元，宣传设计制作成本5元；

：24日20:30起至22:30结束，含抽奖、互动节目若干（节目单后附）

：三名，其中1、2、3等奖各一名，另鼓励奖若干（奖品待定）

1、店招led

2、金时针dm单整版2次

3、宣传单1000份

4、短信平台

5□x展架

1、大堂设圣诞老人、雪屋、雪橇、栅栏等装饰

2、玻璃喷雪

3、圣诞贴画若干

4、大堂奖品展示区

1、酒店环境布置氛围营造：营销部

2、广告设计宣传：营销部

3、菜品提供：厨房

4、自助场地布置：餐饮部

1、支出：

演艺费5000元

宣传单1000份1000元

x展架80元

dm单整版2次3000元

奖品3500元

菜品成本60元/位×200人1元

合计：24580元

2、收入：

200餐位×12825600元

3、利润

25600——24580=1020元