

# 健身房活动方案(优质10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。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。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。

## 健身房活动方案篇一

一年一度双十一大促即将到来，健身中心对市场及自身经营状况，特别推出相关产品及活动方案，力求“产品爆”、“力度强”、“收益满”，储备过冬，冲刷淡季，具体如下：

“双十一购物狂欢节火爆预售”，双十一期间特别推出专属优惠：

2、私教课程为辅，继续保持原有(20xx年第20xx-10-001号)方案，以《原私教课程价格体系》为基准，凡购买一定数量，均享有不同程度折扣，具体如下：

购买20节以上不足30节的，予以9折优惠；

购买30节以上不足50节的，予以8.5折优惠；

购买50节以上不足80节的，予以7.5折优惠；

购买80节以上不足100节的，予以6.5折优惠；

购买100节以上的，予以6折优惠；

2、活动预算：1)、西餐券：100元x200=20000元

2)、海报单页制作20xx元

3)、激励提成：会员卡按平均25元/张x200=5000元

4)、合计：27000元

1、于10.30日之前完成海报单页制作

3、于11.10日之前完成酒店微信公众号及健身中心的软文推广

4、于11.1日至11.11日，约访客户、成交、会议总结

1、宣传推广措施

4) 售卡及私教课程时，需遵守操作流程，包括但不限于：第一时间收款（收银员不可以接受任何销售的私自转账，一律扫码入公司账户）后，录入系统，卡内有效时间是以开卡录入系统为准；私教课程注明优惠折扣明细及课程有效期，以合同为准。

2、激励措施

1) 会员卡销售为健身中心全员销售模式（即所有部门员工可参与活动享受激励措施）

3) 各个部门在完成各自任务后，可享有额外奖励团队西餐一次

3、部门协同

(2) 财务部：

a) 在销售期内，每日呈报财务部由健身负责人签核的销售报表（内容包括但不限于销售人员提成和数量及期限）；销售期后，提供销售完成报表（内容包括但不限于销售人员提

成和数量及期限)

b□所有销售推广券的提成均按收款为准，不接受任何口头形式的预定！

c□赠送的私教课不参与任何提成方案，且执行内容与赠送内容需一致，如不一致，将按最高私教金额与部门收取！

d□以上所有操作均按原会员卡及私教课程开办流程操作，如有超出流程，请提前报备，否则一律不予主张！

e□此活动所有费用均不可超出预算，超出部分由部门承担！

f□此活动结束后，健身中心应于3个工作日内向财务部及总经办提交活动分析报告（报告内容包括但不限于活动收益）

### （3）员工培训及员工宣传栏

a□签核完毕的第一时间，下发至各部门，并组织动员大会，明确目标，规范流程

b□严格按照总办及财务相关要求，执行活动进程，活动结束后进行复盘总结，提交报告

c□利用早会和酒店管理例会通报和汇总活动进程，适时更新数据和活动进展

d□在员工宣传栏张贴活动单页，在员工群传阅活动信息渲染活动气氛

以上请示妥否，还请领导批示，呈谢！

## 健身房活动方案篇二

店庆狂欢、装饰健身房、播放喜庆的音乐

店庆折扣价格表，店内活动时间一个月

进店有礼、凡是店庆3天内进店可以免费体验一次

（不发体验卡）

转发朋友圈：积赞30、或者转发朋友圈10次、截图证明可能获取（体验卡）再往上的可以赠送100到500元代金券，（不可兑换现金，只限办卡使用，不得转让）

付全款办理年卡赠（私教几节课）半年卡赠几节课

合同注明、凡是来了几天，不在来健身的不退款

一个月一付款，即使是不来了自己也不亏，超过期限合同自动终止，也不退款。

在健身房里面，开展各项目比赛活动，

以上活动全程拍照跟进、洗出来放到（俱乐部风采栏目）

## 健身房活动方案篇三

1. 原价380的月卡，现在只要38!!! 凡在当日办理月卡前50名只需38元。50名至100名只需138元! 名额有限，只限100名。

2. 凡当日参加办理年卡的可享受388月卡588运动包一份。

3. 活动特推出1580买一年送一年赠送1088一年特色高温瑜珈卡588运动包

以上就是小编准备的三个三八妇女节健身房销售活动方案，很多时候这类活动方案其实后很好，但是重要在健身房三八节活动宣传，也就是我们所说触达，只有做好活动的宣传，才能让更多人知道，更多人参加活动，才会有更多的转化。

您一个就在于执行力，在发单和跟进上的执行力是这个营销活动的关键，所以我们更多的是要细化、分解我们的目标，让健身房会员更加容易执行。

## 健身房活动方案篇四

2月14日，一年中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情释放，真诚的渴望与期待等待回答。在这样一个浪漫的日子里，君城会所全体员工以实际行动送上真诚的祝福，愿天下有情人终成眷属，白头偕老，美满幸福。

### 一、活动主题

“心语星愿”借“心语”“心海”许下诚挚的愿，与他(她)共续前世的缘。

### 二、活动时间

2月10日---3月1日

### 三、活动细节

#### 1、献给能够共度情人节的情人们

与他(她)共谱一首浪漫的诗，与他(她)共同立下一个神圣的盟约，与他(她)一同分享心灵深处的语言，今生与他(她)共牵手，共续前世的缘。

倾情推荐：“心语”情侣卡

3399(长长久久)——家庭年卡3344(生生世世)——200次卡

3213(相爱一生)——双年卡(爱你一世)——100次卡

## 2、献给不能共度情人节的情人们

有你也有他(她)，不变的真情，永恒的期待，只因为爱在我们的中心。送给他，送给你们一个共同的祝福吧，会实现的，因为它就是爱的化身。

倾情推荐：“心海”祝福卡

2475(爱是幸福)——情侣卡1573(一往情深)——年卡

920(钟爱你)——60次卡720(亲爱的)——季卡

520(我爱你)——30次卡(游泳)

## 3、献给单身贵族们的

彩碟成双的日子里，让我们暂时放下重担，和流星有个约会，相信它会带着我们的心愿飞向梦想实现的地方。

倾情推荐：“天使之吻”幸运卡258(爱我吧)——10次卡

惊喜：活动期间购卡者均可得精美礼品一份(先到先得，送完为止)。

## 健身房活动方案篇五

我光棍，我快乐！

让光棍节见鬼去吧！

提升餐厅营业额，提升餐厅知名度。

大厅。

今年的光棍节也格外引人关注，社会上越来越多的光棍们，想摆脱光棍的生活状态，因为我们餐厅推出光棍节活动满足光棍们的需求，避免下一个光棍节的光棍。

1. 活动当晚两人男女通行，免费一个。最低消费需要150元。时间在当天7点至23点。

2. 凭埋单收据，参与大转盘，（奖品设计有玫瑰花、公仔、精美小礼品）

1. 一楼大门口大型海报一张、店内k展架3幅、电梯小海报4张。

2. 策划部市场单位展架13幅、不同规格海报3张。

让光棍节见鬼去吧，两人男女行，一人买单。

快快行动吧，在花容酒楼告别你的单身！

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会！

## 健身房活动方案篇六

我健身、我快乐；好体魄、好生活。

时间□20xx年11月11日8:00

地点：体育广场

主办单位：体育局

承办单位□xx体育文化有限公司

协办单位：体育器材经销商

本次运动会项目设路：财源滚滚，旱地龙舟，动感五环，毛毛虫竞速，环环相扣，碰碰球，快乐大脚，海贝接珠，袋鼠运瓜，脚踏实地，绑腿跑，协力竞走。

1、参赛单位到大会组委会报名

2、拨打热线电话报名

1、执行大会制定的趣味运动项目相关规则(详见项目具体说明)。

2、本次运动会个项目实行预决赛制，按照比赛成绩决定名次。

1、各单项均取前8名(报名队数不足8队的减1录取)，颁发相应奖品作为奖励。根据名次按9、7、6、5、4、3、2、1计算团队积分。

2、依据团体总分取前8名颁发相应奖品作为奖励。(如遇团体总分相等的，按第1名多者名次列前，依次类推)

3、本次活动设路体育道德风尚奖6名，颁发相应奖品作为奖励。

1、前期准备

(1)悬挂活动横幅

(2)布路现场

(3)准备道具

(4)组织签到

2、中期安排



- (1) 运动会开幕式
- (2) 各代表队入场仪式
- (3) 领导致辞；
- (4) 运动员代表宣誓
- (5) 裁判员代表宣誓
- (6) 领导宣布趣味运动会开始
- (7) 各代表队退场
- (8) 开幕式表演
- (9) 各项目比赛开始
- (10) 领导公布比赛结果，为获奖团队或优秀运动员颁发奖品；
- (11) 运动会闭幕。

### 3、后期安排

- (1) 各组成员拍照留念
- (2) 工作人员清理现场
- (3) 体育器材展览交流

1、物品详情请参附件1《活动物品清单》。

2、费用分为物品费用、人员费用和项目管理费用，详情请参附件2《费用清单》。

# 健身房活动方案篇七

倡导文明健康生活方式、促进全民健身与全民健康深度融合，具有十分重要的意义。根据国家体育总局和安徽省体育局的工作部署和要求，市体育局、市体育总会决定在全市组织开展20xx年“全民健身日”暨全民健身月系列活动，现将有关事项通知如下：

认真贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中全会精神关于体育工作的重要论述，动员和引导广大群众开展丰富多彩的体育健身活动，使8月8日“全民健身日”深入人心，推动广大群众行动起来，人人健身、天天健身、科学健身。

## （一）以民为本

以人民群众日益增长的体育健身需求为出发点，坚持“便民惠民”，通过组织开展丰富多彩的全民健身活动，使广大人民群众有更多的获得感和幸福感。

## （二）因地制宜

紧密结合实际，紧紧围绕群众身边，突出活动特色。

## （三）注重实效

淡化仪式、崇尚简朴、厉行节约、务求实效，在活动内容上下功夫。

## （四）广泛参与

扩大“全民健身日”的知晓度，提高群众参与率，广泛动员社会力量组织群众身边的各类全民健身活动，让全体人民动起来，营造浓郁的健身氛围。

# 新时代全民健身动起来

## 全民健身健康

（一）20xx年x月x日是星期三，为方便群众广泛参与，8月4日—12日为组织开展“全民健身日”活动时间。

（二）为进一步拓展“全民健身日”的时空范围，确定8月份为20xx年市“全民健身月”。

（一）各机关、企事业单位、城市社区、农村乡镇村、各体育社团在全民健身月活动期间，在基层广泛组织开展贴近群众、丰富多彩、特色鲜明、注重实效、方便参与、利民惠民、群众喜爱的体育比赛和健身展示等系列活动。

（二）市全民健身工作委员会的成员单位在“全民健身月”时段内要率先组织开展体育健身活动。

（三）县（区）体育行政部门在“全民健身月”期间应组织本辖区各单位、体育社团、基层健身站点、示范晨晚练点、体育俱乐部等，广泛组织开展形式多样的各类全民健身主题系列活动和体育赛事。

（一）举办市全民健身月活动启动仪式。8月8日举办“银行杯”20xx年省“最强舞王”广场舞大赛暨“我要上省运”广场舞选拔赛海选赛。

（二）深入基层广泛开展体育健身活动。在“全民健身月”活动期间，利用全民健身的各类体育场地，在城市社区、乡镇行政村等广泛开展羽毛球、篮球、乒乓球、棋牌等体育赛事和健身活动。

（三）开展免费国民体质测试活动。在“全民健身月”活动期间，市国民体质监测中心和县区国民体质监测站要免费为

群众开展体质测试活动，把科学健身理念和知识送到群众身边。

（四）开展公共体育场馆免费或低收费向公众开放。将开放措施提前向社会公示，为群众健身提供保障；鼓励支持学校、体育俱乐部和其它社会场馆免费或优惠开放各类体育设施，吸引更多人群就近开展健身活动。

（五）开展全民健身志愿服务活动。在“全民健身月”活动期间，广泛动员各级社会体育指导员、体育教练员、运动员、体育教师、体育健身专家等深入基层义务开展健身展示、技能指导和科学健身讲座等全民健身志愿服务活动，积极推广科学健身方法，指导广大基层群众科学健身。

## 健身房活动方案篇八

中秋节是我国的传统节日，正值这一佳节来临之际，我们在幼儿园内开展有关中秋节主题活动，丰富幼儿对中国传统节日的生活体验，了解中秋节的古老传说和各地不同的习俗活动。依据不同级部幼儿的年龄特点，我们制定以下方案：

农历八月十五

1、小班注重感官体验——吃喝玩乐过中秋。

2、中班注重自我挑战——我最爱的月饼。

3、大班注重文化传承——中秋文化节。

1、小班：大板纸一个班级两张大板纸。

2、中班：一楼门厅两侧各4张桌子。

3、大班：作品展示台。

每天小喇叭播送有关中秋节、国庆节的故事。

小班——吃喝玩乐过中秋：

### 1、甜甜蜜蜜尝月饼

秋的月儿圆又圆、中秋的月饼甜又甜……秋高气爽，月桂飘香，又到中秋月圆时。为了让孩子们最直接的了解我国中秋节的风俗习惯，感受节日的快乐，同时也结合小班的年龄特点，中秋节第一个活动是“中秋月饼品尝会”。

每位小朋友从家中带来一些美味月饼，要求种类丰富，口味各异。活动中，老师先简单的介绍中秋节，然后进行品尝活动。通过品尝，让孩子们体验到中秋月饼的香甜，中秋节日的甜蜜。

### 2、齐心协力拼“月饼”

为了让小班的幼儿体会到中秋节团圆的含义，让幼儿用身体拼摆“月饼”。一个一个的小圆圈围起来，组成一个大大的“月饼”，这也代表我们小班的每个班级团团圆圆一家亲。

### 3、快快乐乐印“月饼”

小班地幼儿都喜欢以游戏地形式开展活动，因此在此次活动中，我们也加入了游戏地成分，让孩子们在快乐自由中度过这个节日。小班每个班级准备一块大画布，在画布上画一个大大地圆，代表“月饼”。宝贝们在这个大大地圆中自由地用小手、小脚印画，体验绘画游戏地快乐，同时也充分和班级每位幼儿交往，孩子们体验着有朋友地快乐，最后，每个班级大大地“月饼”做成，进行展示。这也代表我们小班每个班级地团结友爱。

### 4、学说一句祝福语。

根据小班幼儿语言发展特点，学说依据简单的中秋节祝福语，并将祝福送给自己的老师、同伴和亲人，培养幼儿敢于表达的能力，提升幼儿乐于表达的情感。

在活动进行的过程中，班级老师也要进行拍照留念，最后将每个环节的照片、作品在中厅进行展示。

中班——我最爱的月饼：

### 1、认识月饼

教师向幼儿展示不同的月饼，知道月饼有很多不同的种类，和幼儿一起观察讨论月饼的外皮以及馅料的不同。

### 2、品尝月饼

教师帮助幼儿将月饼切成小块，同伴之间互相分享品尝，感受月饼的不同口味。教师带领幼儿到小班大班送月饼，让幼儿向小班大班的老师小朋友推荐自己的月饼，比一比谁最会推荐自己的月饼。

### 3、介绍月饼

幼儿向同伴介绍自己喜欢的月饼，说说自己月饼的口感味道以及喜欢这种月饼的原因。

### 4、歌唱月饼

学唱一首和月饼有关的儿歌《爷爷为我打月饼》，在歌唱中体会中秋节中月饼的含义。

### 5、创意月饼

教师启发鼓励幼儿设计一个独特的月饼，并画出来图上漂亮的颜色。为幼儿的创意月饼画照一张“月饼团圆照”，将作

品悬挂在走廊上共大家欣赏。

## 6、推荐月饼

离园时，中班每个班级选出10名幼儿，在电动门口草坪上向过往的家长推荐自己的月饼，送上中秋节最温暖的祝福，并请家长对小朋友的推荐进行评价，画一张甜美的笑脸。

大班——中秋文化节：

### 1、中秋文化传承

说一说：幼儿中秋节的印象和节日习俗。

聊一聊：祖国各地过中秋节的风俗习惯。

讲一讲：中秋传说《嫦娥奔月》、《玉兔捣药》、《吴刚伐树》。

### 2、月饼创意diy

观察和了解不同材料和口味的月饼，结合中秋古老的传说，请幼儿用彩泥设计制作不同种类和造型的富有创意的月饼。

### 3、佳节古诗朗诵

学会吟诵古诗《静夜思》，与家人分享古诗的意境美，感受团圆之美。

### 4、作品欣赏度佳节

每班挑选20个优秀作品，于一楼中厅进行展览。

1、活动前各位老师认真按照活动方案进行精心准备，确保材料配备。

2、活动组织过程要有序进行，注重孩子在体验活动的过程中获得的知识、能力的提升。

3、活动结束后，在班级内评选最有创意的月饼设计作品，在全园内展示；各班级上交活动总结以及2张活动照片。

## 健身房活动方案篇九

劳动节就想让你不劳而获！

五一当全国人民都在喊“劳动最光荣”的时候，场馆可以借势做一波反套路营销，博人眼球，如以“亲爱的，劳动节就想让你不劳而获”为主题举办拆盲盒活动，好玩有趣，契合主题，还能制造神秘感，用户参与度高，能起到非常好品牌宣传、拓客引流效果。

微健管理系统幸运盲盒

（自行设置）

- 1、团课体验卡
- 2、私教课1节
- 3、100元优惠券
- 4、腾讯会员1个月
- 5、年卡200抵用卷
- 6、野兽派龚俊同款限定香氛
- 7、完美日记动物眼影盘

1、不同一般抽奖活动，盲盒的神秘性更强，7个盲盒可以设



置7款礼品，设置中奖权重，建议有优惠券、有体验卡、有锦鲤卡、也有礼品。

礼品数量可以少些，选一些最近的一些流量明星、影视剧出现的爆款，比如橘朵眼影、野兽派香氛、完美日记眼影、欧舒丹手霜，价格不贵，但是都是热门明星代言，口碑知名度高。

还可以用来销售转化刺激办卡，即限定时间办卡客户，即可抽取盲盒，针对刺激销售转化办卡的客户，盲盒礼品就要厚重点，大额奖品为主，如小班课、私教、dior口红、小ck包包。

## 健身房活动方案篇十

活动方案是为某一活动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。你知道什么样的活动方案才能切实地帮助到我们吗?以下是小编帮大家整理的健身房活动策划方案(精选5篇)，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

### 一、活动主题

激情绽放，时代有爱

### 二、活动时间

x月x日——x月x日

### 三、活动内容

#### (一)情歌对唱真情表白

x月x日x:00——x:00在6楼健身房一侧开辟出专门区域，现场麦克风于广播室相连，情侣可以通过情歌对唱或者真情表白的形式，对他(她)唱出或者说出心里话。并通过广播即时播

放。同时为每对情侣准备了精美礼品。

## (二)浪漫情人玫瑰芬芳(x□x)

x月x日正常营业时间内，顾客可到6楼促销服务台免费领取玫瑰鲜花一枝(限送\_\_枝)。当日建身满\_\_元，加送精美巧克力一盒。

### 四、费用支出

- 1、展板2块：\_\_元
- 2、门楣2块：\_\_元
- 3、平面广告：\_\_元
- 4、礼品(玫瑰花、巧克力)由\_\_负责
- 5、音响费用：\_\_元
- 6、其他杂项支出：\_\_元

合计：约\_\_元(玫瑰花及巧克力费用未计算在内)

### 五、提示

本档活动□vip卡可以使用折扣功能。

#### 一、活动时间：

20\_\_年7月(店庆月)

20\_\_年7月25日(主题日)冷餐晚会

#### 二、主题：

感恩十年，有您陪伴！

### 三、活动内容：

1、入门有礼：赠送价值168元周卡一张

入会有礼：赠送价值388元月卡一张(办理季卡以上卡种)

介绍有礼：会员转介绍积分双倍返(运动时间)

主题大礼：7月25日当天抽取一名入会及续费会员，返现100%。  
(仅限本月办卡会员)

2、忠实会员评选(暂定)

活动时间7月10日—7月20日

活动形式：由52健身全体店员在7月20日前选出十名忠实会员

评选标准：入会时间的长短、健身的次数

3、积分返现活动

活动时间：7月6日—7月25日(20天)

活动形式：活动期间有效期内会员每进场一天积一分，返现十元(抵扣券)最高返现200元。(仅限办卡及办理私教，不折现，可抵扣办卡费用)

4、老会员转介绍(新会员)积分双倍返

卡型价格奖励

半年卡700元每介绍一人，赠送一个月运动时间。(仅限本月)

普通年卡988元每介绍一人，赠送两个月运动时间。（仅限本月）

两年卡1688元每介绍一人，赠送四个月运动时间。（仅限本月）

亲情卡1688元每介绍一人，赠送四个月运动时间。（仅限本月）

注：会员转介绍须由会员亲自带过来，否则无双倍返

## 5、老会员续费

卡型价格

普通年卡988元

两年卡1688元

亲情卡1688元

## 6、新办卡会员

卡型价格

普通年卡988元

2个月会籍时间+月卡一张+2个月免费停卡

+价值400元的私教课两节+运动腰包+每月返现抽奖

两年卡1688元

4个月会籍时间+双月卡一张+6个月免费停卡

+价值400元的私教课两节+8g优盘+每月返现抽奖

亲情卡1688元

4个月会籍时间+月卡一张+6个月免费停卡

+价值400元的私教课两节+瑜伽垫一条+每月返现抽奖

## 7、办理私教

店庆期间办理私教可享以下优惠：

办理12节200元/节另赠2节课

办理24节190元/节另赠4节课

办理36节180元/节另赠6节课

办理48节170元/节另赠8节课

办理50节160元/节另赠10节课

办理50节150元/节另赠12节课

办理年私教144节(原价28800)，活动价：23040元(赠价值1500山地车一台)仅限一名，先到先得。

## 8、明星会员评选

通过锻炼身材有突破性改善的会员(提供两张锻炼前后对比照)

## 9、会员竞技比赛(策划中)

10、20\_\_年7月25日

# 颁奖、抽奖活动

## 一、营销定位

双11作为一场消费者、卖家、平台、服务商等多方参与的狂欢盛宴，具备巨大的影响力与号召力；作为卖家的我们，在去年双11大促的经验基础上，今年我们如何做好这次营销活动，需要有一个明确的思路与定位。

在活动前夕，我们需要制定明确的营销思路和规划，包括流量、转化率、客单价、客户服务、品牌传播等方面，制定详细可行的营销方案，并按照计划严格执行。

## 二、产品定位

根据店铺现状以及活动需求，确定双11的活动产品，包括为双11准备的特供款。按照品类、风格、价位等因子进行分类，确定店铺的引流款、利润款、形象款，以便于后期的合理备货。

对于传统企业而言，双11活动产品既要保持让利促销，又要避免与线下的专柜的差异化，避免产生冲突；这就需要在双11的产品上进行合理定位，找出权衡利弊的产品方案。

## 三、合理备货

根据产品定位以及活动期间的预估销量，对双11产品进行合理备货；

因此我们需要事先对双11的销量有一

## 四、理性促销&店铺预热

### 1、理性促销

双11对商品价格的要求中提到，活动商品价格必须小于等于\_\_年9月15日至\_\_年11月10日期间天猫成交最低价的9折。

店铺主推商品要有足够的利润空间，不至于在双11历史最低价的9折基础上，无利润可寻。拥有一定的利润空间才能为消费者提供更好的售前、售中、售后服务。

## 2、店铺预热

从8月中旬开始，我已经观察到一些商家开始在店铺内对今年的双11进行预热，采用收藏店铺送现金券、限量大额优惠券免费抢等形式，为双11活动预热，这样有助于提前为自己的店铺积累人气，避免在活动前夕与众多卖家“直面相战”。

## 五、打造店铺人气爆款

打造店铺人气爆款，对于双11活动引流起到至关重要的作用！以众多参加过双11的商家案例分析来看，除了类目的主会场之外，一些大型店铺的分会场流量仅占到全店流量的10%左右，更多的流量来自于自然搜索；这也是买家购物的一种习惯。

### (一)合理的预售方案

应包含预售整体流程方案、预售管理

制度

、预售销售方案、预售标准话术、预售绩效考核等相关执行方案

### (二)推广宣传选择合适的宣传媒体

企业对外的影响及信息是依照相关媒体进行的，它直接关系到企业的生存与发展。媒体大致可分为：

## 1、平面媒体

主要是报刊、杂志、与相关印刷制品。

## 2、电子媒体

主要以电视、广播、internet为主。

## 3、企业活动

主要以专业活动、公益活动、宣传活动为主。

## 4、会员影响

主要指俱乐部会员的传播能力。

媒体选择与公司所设定的企业宗旨、业务范围、服务对象有着必然的相关联系，主要考虑媒体的专业性、影响范围、影响人群是否与企业所期望一致。

### (三)组织会员参观俱乐部

主要流程是推广——预约——引导参观——讨论健身意义——约定第一次健身时间——跟进。

#### 1、推广

包含市场调查、活动、路演、dm单、朋友介绍、自寻信息等方法积累客户联系信息

#### 2、预约

问候，定下基调，注意电话谈话技巧。

#### 3、引导参观



为了让人们深入了解健身中心，会籍工作人员应主动引导来宾参观健身中心的开放区域，在参观时应注意以下几点：

(1) 在参观前，首先应请来宾填写一张“客人基本情况调查表”，如客人提出异议，应向客人解释“不会耽误您很长时间(只是几个小问题)，填表是为了针对您的具体情况，建议您并提供更适合您的服务或训练方式”。

(2) 参观应遵照事先制定好的路线行走。

(3) 引导人员应走在客人前面。

(4) 当停下来介绍时引导人员应站在客人的左前方，并保持适当的距离，为客人介绍场地时应伸出左手，以手掌指示目标，不能用手指指指点点。

(5) 在通过门时应该现为客人开门，让客人先进，然后跟上。

(6) 在客人感兴趣的地方多花些时间。

(7) 要稳重，不要慌慌张张，更不能看表。

(8) 如来宾的鞋不合要求应请之换上鞋套。

(9) 如未获经理允许，来宾不得在健身中心内摄影照相。

争取首次拜访要求销售，向潜在的会员优惠价格或宣传品。

#### 4、讨论健身意义、提供售价

主动热情向来宾交流健身给人带来的益处，积极引导来宾思考健康投资与健康之间的联系，适当时机，明确说明俱乐部各个服务的价格，同时说明价格与价值比。

#### 5、约定第一次运动

当接受一位新的会员时，应主动了解客户的需求，并在客户最适宜的时间约定第一次运动的时间。值得注意的是负责认得的是负责任的告诉客户最佳的运动时间，同时，要尊重客户的时间安排与愿望。在客人感觉到健身需要时，尽快联系他们参与健身运动。

## 6、运动后的跟进

及时得到会员或潜在客户第一次运动后的反馈资料，并加以分析。健身过程中如果出现问题，应及时加以解答，坚定他们对健身的信念。在你的客人成为会员以后仍然要与他们联系，让他们感觉到你是他们的朋友，使他们把健身溶入到自己的生活中去。

### (四) 预售管理

1、预售方案的标准化执行管理。

2、预售人员的标准化管理。

3、预售

计划

的目标管理。

4、预售阶段的问题处理解决及调整。

5、试营业前的

工作

准备。

一、活动主题

相濡以沫，最爱七夕

## 二、活动时间

x月\_\_日——x月\_\_日

## 三、策划主旨

- 1、情人节，从传播的口径到活动的组织，落脚于夫妻间的情份。
- 2、整个策划的主题围绕“情感、爱、家庭”，实现活动与营销活动的融合。

## 四、活动内容

相濡以沫，最爱七夕——“我与我的爱人”大型征集活动(x月\_\_日——x月\_\_日)

还记得您们的第一张合影照片么?还记得你们面对亲朋好友时许下的诺言么?\_\_“我与我的爱人”大型征集活动拉开帷幕，即日起征集最早的结婚照片、最早的婚礼诺言……，活动结束后，按照照片拍摄日期，结婚时间早晚排定。

最早的结婚照片5张，每张照片的主人奖励\_\_价值\_\_元的精美礼品;

最早的婚礼诺言5个，每个诺言的主人奖励\_\_价值\_\_元的精美礼品。

照片(征集完成后，做成展架，照片原稿将返还本人)/诺言由顾客手写，签名，制作成展架放置在健身房活动现场展示。