

# 2023年健身房搞活动策划方案 健身房活动策划方案(大全5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 健身房搞活动策划方案篇一

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)。当日健身满\_\_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。

## 健身房搞活动策划方案篇二

### (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。

## 健身房搞活动策划方案篇三

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。

## 健身房搞活动策划方案篇四

大家好！

“绿树鲜花迎宾朋、盛装笑颜赛展风采”，在这喜迎建党节到来之际，我们这里隆重举行“xx社区首届全民运动会”，这是我们社区全体居民的一件大事，也是我们社区贯彻落实上级精神，创建省级体育先进社区的要求，更是我们构建“亲民、为民、利民”的全民健身服务的体现。在此，请允许我代表xx社区党支部□xx社区居委会，向出席这次开幕式的各位领导、来宾表示热烈的欢迎！向大会全体运动员、裁判员和工作人员表示诚挚的问候！向指导和帮助我们社区筹备本届运动会的体育局、街道领导表示由衷的感谢！

体育是文化交流的枢纽，是提高居民体质的需要、是实现“中国梦”的必然要求。通过这次运动会的举办，我们期望在推进居民文化体育交流的同时，唱响“全民健身、共创和谐”的主题，为此，我在这里提三个希望。

一是我衷心希望全社区有更多的同志、居民参与到本次全民运动会中来，同时也请大家自觉听从指挥，服从裁判，发扬体育精神、赛出风格、赛出水平、赛出友谊。

二是我衷心希望我们的裁判员、工作人员努力为运动员创造一个公平、公正、公开的竞赛环境，为他们赛出好成绩提供保障。

三是我衷心希望社区居民能以这次全民运动会新的起点，掀起新一轮全民健身热潮。

最后，预祝本次全民运动会取得圆满成功!谢谢大家!

## 健身房搞活动策划方案篇五

这几年的研究调查表明，大学生体质健康状况不容乐观，例如体质下降，容易生病等。这不仅影响了大学生当前的学习，而且也对他们未来所从事的事业产生了不可忽视的影响。尤其是这几年nba□英超等体育活动的风靡，激发了大学生在竞技场上一展风采的愿望。当下大学生希望通过体育锻炼来增强体质。然而，学校提供的锻炼设施较为陈旧，且目前市场上健身房的收费标准往往超出了大学生的承受能力，因此，开办一间针对大学生的健身房具有明朗的前景。

结合福州高校学生健身房匮乏的现状，拟选取大学城作为创业的起点，凭借大学城庞大的学生群体及在体能教育方面的优势，可以预见我们拥有庞大的市场空间和发展空间。

### 1、项目绍

我们计划成立一间健身房，以大学城为中心，顾客以附近大学的大学生为主，以及附近周围的社会上的顾客。项目前期打算先租赁一间大仓库，地点选在地价相对较低的地段。相关配套设施有：跑步机5台、五人综合训练器1台、坐式蹬腿训练器1台、坐式胸肌推举训练器1台、下斜举重床1台、臂力训练器2台、乒乓球台、桌球台、桌游设备等。

### 2、项目的经营

形势分析：前期因为设施有限，并且知名度不高，顾客对我们的认知度不高。

相应对策：我们必须先把握住每个进来的顾客，前期我们打算为每个来光顾的顾客量身定制健身方案，争取每个顾客都有专门的教练手把手的指导与训练。在顾客中留下好的口碑、



好的形象，通过顾客的口碑相传，打开我们在大学城的市场，使我们能够站稳脚跟。后期发展壮大之后，首先进行面积上的扩展，设备的更新和新设备的引进，专业教练的人员数量增加。并且有可能发展成为全国一家针对大学生的专业健身连锁店。

### 3、项目优势

大学城附近没有一个设备齐全、价格适合大学生的健身房。并且即使有也没有一个主要针对大学生人群的专业化的健身团队。现代社会对良好身体素质的需要，要求我们迫切改变自己，提高自己的身体素质。初中高中我们迫于学业压力锻炼的机会和时间都很少，大学的时间是很充足的并且我们处于一个从学校走向社会的转折。有一个良好的体魄对于我们走向社会、走向职场都有很大的帮助。现在很多的职业面试都是先看外表。俗话也有说：好的身体是革命的本钱。所以，加强锻炼，增强身体素质是现代大学生的需求。这是一个正在增长的新兴社会需求。

### 4、团队优势

我们团队自己拥有有体育专业的学生、专业化的健身知识，优良的管理和营销策略以及对于事业的热忱。

大学生，一群永远走在时尚和思潮前面的人，随着我国经济的发展，健身这个及健康又时尚的行业越来越流行了，大学生自然不会落后。

目前的高校学生以80后期和90后出生的人群为主。这个群体是伴随着我国经济快速成长起来的，而互联网是他们日常生活的一部分。因此这个人群的特点是思想开放、容易接收新事物，敢于尝试新事物。对这样的一个群体而言，高校之内的传统健身项目显然不能满足他们的基本要求。而目前单在福州市的高校众多，因此开拓这片高校健身市场具有重大

的意义。经过调查发现，福州大学生平均月消费是750元左右，但是办理一张力美健健身年卡最少需要3000元左右。对于一名普通的在校大学生，是不可能承受如此高额的健身消费的，无疑福州的大学生想获得适合自己的健身锻炼只是一种奢侈的幻想。为此，我们针对性地开设了这个健身房。

结合大学城远离市区的地理位置和城内庞大的消费群体，因此此选址开设健身房即能吸引较多的大学生，而且竞争压力相对较小。由于大部分高校学生有群体式消费的习惯，他们锻炼的时间比较集中，加上学习和社团的任务与压力都比较大，他们需要更多的体育活动来减压。而我们拥有比较专业的体能教练，能对不同的学生针对开设一套比较完善、符合他们需要的健身方案。

目前大部分学校的健身方式比较单一、内容较为枯燥。部分同学急切关心自己的锻炼成效、拥有较强的表现欲望，他们希望通过体育锻炼能获得更多的成功体验。拟根据顾客的要求，设定最适合他们的健身方式。

**男生市场：**在师大和福大的宿舍附近的商业区开设以主要锻炼大腿、胸腹、手臂等肌肉为主的健身项目。

**女生市场：**当男生市场的运作趋于稳定的时候，我们将在福大、师大外附近开设瑜伽、普拉提、舍宾等健身项目。