

2023年线下的活动方案有哪些 线下活动方案(大全5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

线下的活动方案有哪些篇一

年初一到万达，摇一摇拿红包；

20xx.2.19(当天)；

20xx年新年到，基于微信摇一摇端口的全面开放，结合南海万达年初一的广场倒流的诉求，策划从线下摇一摇为入口，线上分享传播的新媒体o2o整合营销活动。

大年初一在南海万达广场聚集人气，为商户导流用户；

20xx年大年初一，结合南海万达年初一的广场导流的诉求，定点布置摇一摇设备，结合万达广场新年推广主题，现场发起摇一摇送红包活动，吸引现场用户参与，通过活动机制引导用户分享活动，形成线上的病毒性传播，为整个活动吸引更多人群。

针对万达上百家商户，根据策划的活动主题选择与主题关联的商家合作，整合商家的奖励内容，为摇一摇活动提供丰富的奖励，刺激用户参与积极性。

- 1、在南海万达广场中庭的新年主题场景铺设摇一摇设备，并通过现场易拉宝等宣传手段，告知用户参与现场摇一摇活动，抢新年红包。

当时我们在佛山的万达广场一共铺设了14个摇一摇的设备，基本做到了在万达广场摇一摇无死角。

ps:当时，因为摇一摇刚出来，很多小白用户不知道如何参与活动，我们就做了很多引导性的横幅和易拉宝展架。

活动是这样的，用户在万达广场打开蓝牙进入到微信摇一摇参与活动，如果想要拆红包，需要三个朋友一起才能打开。

用户分享出去后，好友收到二选一的选择，一是选择帮助好友完成活动，二是选择自己参与活动。参与后用户会随机获得礼包，到店兑换奖品。

其实全部的奥秘在于这个小东西[ibeacon];这个ibeacon在淘宝上38块钱就可以买到，这个小东西其实是一个蓝牙收发器，里面有个电池，大概可以管1年左右，成本非常低，可辐射半径为100米;可以放在店面，也可随身携带;可作为移动互联网在线下的一个入口;目前深圳的公交、地铁很多地方都有。

摇一摇关键点

根据我活动后面的会议讨论总结了几点：

1、是否有简单明了的引导标语去引导用户打开蓝牙，是活动成功与否的关键；

2、分享标题要给到用户一个转发的`理由；

让买了的人介绍朋友来买；

“摇一摇周边”三大法宝：

a[通过摇一摇周边，近场发放卡卷优惠，为线下门店引流，切实拉动销售

哪些地方可以放置摇一摇周边设备？

商场、出租车、候车亭、机场、办公室、会场、公交、公众号、门店.....

还有一个人的作用也很关键：一把手重视，上下一条心，有计划有目标，才能做好一次活动执行落地！

摇一摇还有很多具体的应用：

移动互联网变化太快了，唯有保持一颗学习的心态，不断学习，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

线下的活动方案有哪些篇二

活动时间：

20xx年11月1日

活动地点：

美容院各大直营店

活动对象：

所有的新老单身女性顾客

活动目的：

恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到美容院的温暖，并且还能够得到美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。

能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

活动宣传：

1、“光棍节”本是从网络上流传而来的节日，所以在宣传上要着重在网络宣传策划中。首先在美容院的官网、官方微博以及论坛等渠道上发布关于这次活动的宣传信息。提前两周的左右将活动内容发布在网络上。

2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠券等。

3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠卷和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够销售8折的优惠并且领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分及以上者，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受8.8折的优惠。并且赠送会员卡一张，和美容院提供的护肤小样试用装一份。

注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到

消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

双十一线下活动方案二

活动目的：双11是历年电商必争之节日，活动和宣传力度之大，参与品类品牌之多，活动形式之丰富均是年度之最。作为线下的实体商城，我们需要抓住双11·购物狂欢这一概念，在11月中气温下降的时机开展冬装促销活动。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商，从而突出特色。活动从百货、超市和餐饮、影院、线上微店等多个业态整合开展。给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

活动时间：11月7日至11日

活动内容：

折扣促销：

1、双11大牌美衣穿着走：秋冬百货满500元减200元。

2、双11大牌美妆任你挑：大牌化妆品(玉兰油、欧莱雅、欧莱雅□dhc)满400元立减80元。双11超级护肤套盒低至7折!

o2o(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢!

1、十万抵用券免费疯抢!大牌百货折后满额立减，低至折上7折!

活动细则：

1)11月1日至10日，官方微信正式上线抢券活动。顾客只需要关注官方微信点击抢券页面，即可选择30个品牌的折扣礼券，双击即可领券(每个券自动生成折扣码)。

2) 每人每个品牌仅限领取10张。

3) 双11当天，顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减50元，30元、20元优惠。

4) 单张小票仅限使用一张折扣券。

备注：折后抵用券抵用起点需根据各品牌实际客单价而定，折扣满减的金额由供应商和商场按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

2、屌丝逆袭白富美，完胜高富帅!0.11元、1.1元、11元、110元热抢超级单品!

11月7日至11日，每天11款单品，仅用0.11元、1.1元、11元、110元即可抢购。每款限量，抢完即止。微店线上支付即可成功秒杀!

1.1元(超市环保餐具盒、手帕纸/条、薯片套装，售价5元左右)

11元(舒适浴巾、韩后面膜2件装、布艺家具可爱兔，售价30元左右)

110元(舒适被，对枕、售价250元左右)

备注：预计费用1300元。(餐饮券为商家赞助)

品类营销：双11作为商场的11月的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议男装、女装、鞋类、化妆品、精品、床品、童装均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

1) 服装的冬款(厚款、大衣)

2) 秋冬配饰(围巾、帽子)

3) 床品冬被

4) 超市冬季火锅节单品

vip营销

vip浓情招募：商场单日消费满500元即可免费办理vip卡一张，单日消费满5000元即可升级为钻石卡。

1、**双11·vip顾客免费送：**双11当天到店，即可在甜心饮品获得指定热饮一杯。(开业赞助，无费用)

2、**双11·vip顾客免费玩：**钻石卡vip凭卡即可带小朋友至游乐园免费畅玩一次。

文化营销：

1、双11，脱光马上走起！

1) 免费广播顾客表白语，微信分享区免费晒幸福。

活动地点：一楼广播台

2) 单身男女报名即可参加“心动对对碰”活动。单身男女将随机多次组成不同的“假设情况”共同参加情侣互动活动。心动的，即刻牵手！

报名地点：二楼小舞台区

备注：活动具体操作细则及项目规则另附。

2、双11，单身情人场·光棍走起(4f影院光棍节专场活动)

单身男女可以至前台购买单身贵族专属票，女生可享6折购票。男生购票可获玫瑰花一支(用于赠送邻座女生。)座位均按照随机男女一一搭配。

活动时间：11月11日

活动地点：电影1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准)

氛围布置：

1、大门口主展区/各楼层品类展区：

时尚冬装综合展区，沿用秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

例如：光棍节来商场=屌丝逆袭白富美等鲜明标识。

备注：百货女装、男装部负责，陈列组统筹。

2、柜台与各楼层扶手梯、电梯口：双十一灯箱片、立式pop架。

费用预算(略)

备注：活动详情请以商场内标识为准。

双十一线下活动方案三

活动主题：我光棍，我快乐

活动口号：让光棍节见鬼去吧

活动目的：提升餐厅营业额，提升餐厅知名度

活动地点：大厅

活动时间□20xx年11月11日

活动背景：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。

活动内容：

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）

活动宣传：

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x展架13幅、不同规格海报3张

宣传内容：（短信、展架、网页）

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！

线下的活动方案有哪些篇三

20xx年5月5日上午8:30——10:30

0-3岁婴幼儿家庭（最好来两位以上家长）

1、联系活动场所：大厅一个、活动室2个

2、相关体验产品落实到人。

3、宣传器具：展架3个、宣传折页若干、电视机□dvd□笔记本、录音机

4、早教产品1个月——36个月各2-3套及赠品，并布置成展台。

5、人员安排：总负责：俞可元

a□公司客服职责。

张玲燕：迎接客户，协助自由区亲子体验、推荐产品等。开票

严海华、陈志强：签到登记、咨询服务、发放小礼品（抱抱熊徽章），协助自由区亲子体验指导、推荐产品等。

b□外请早教指导老师3人，负责自由体验区指导、咨询服务。

c□主课老师2人.：负责集体体验活动及讲座。

6、场地布置：

a□大厅内布置成自由体验区，并制作好各区域标识，即：大运动体验区、精细动作体验区、认知发展体验区。

b□一个活动室内摆放椅子，一个活动室内铺好垫子。

7、其他：参与活动人员名单及签到表格、指导老师胸卡，贴花纸等小奖品。

线下的活动方案有哪些篇四

活动时间 | 20xx.2.19(当天);

活动背景 | 20xx年新年到，基于微信摇一摇端口的全面开放，结合南海万达年初一的广场倒流的诉求，策划从线下摇一摇为入口，线上分享传播的新媒体o2o整合营销活动。

活动目的 | 大年初一在南海万达广场聚集人气，为商户导流用户；

活动内容 | 20xx年大年初一，结合南海万达年初一的广场导流的诉求，定点布置摇一摇设备，结合万达广场新年推广主题，现场发起摇一摇送红包活动，吸引现场用户参与，通过活动机制引导用户分享活动，形成线上的病毒性传播，为整个活动吸引更多人群。

奖品来源 | 针对万达上百家商户，根据策划的活动主题选择与主题关联的商家合作，整合商家的奖励内容，为摇一摇活动提供丰富的奖励，刺激用户参与积极性。

具体实施方案：

- 1、在南海万达广场中庭的新年主题场景铺设摇一摇设备，并通过现场易拉宝等宣传手段，告知用户参与现场摇一摇活动，抢新年红包。

当时我们在佛山的万达广场一共铺设了14个摇一摇的设备，基本做到了在万达广场摇一摇无死角。

ps:当时，因为摇一摇刚出来，很多小白用户不知道如何参与活动，我们就做了很多引导性的横幅和易拉宝展架。

活动是这样的，用户在万达广场打开蓝牙进入到微信摇一摇

参与活动，如果想要拆红包，需要三个朋友一起才能打开。

用户分享出去后，好友收到二选一的选择，一是选择帮助好友完成活动，二是选择自己参与活动。参与后用户会随机获得礼包，到店兑换奖品。

活动效果：

其实全部的奥秘在于这个小东西[ibeacon];这个ibeacon在淘宝上38块钱就可以买到，这个小东西其实是一个蓝牙收发器，里面有个电池，大概可以管1年左右，成本非常低，可辐射半径为100米;可以放在店面，也可随身携带;可作为移动互联网在线下的一个入口;目前深圳的公交、地铁很多地方都有。

摇一摇关键点

根据我活动后面的会议讨论总结了几点：

1、是否有简单明了的引导标语去引导用户打开蓝牙，是活动成功与否的关键；

2、分享标题要给到用户一个转发的理由；

让买了的人介绍朋友来买；

“摇一摇周边”三大法宝：

a[通过摇一摇周边，近场发放卡卷优惠，为线下门店引流，切实拉动销售

哪些地方可以放置摇一摇周边设备？

商场、出租车、候车亭、机场、办公室、会场、公交、公众号、门店。。。。。

还有一个人的作用也很关键：一把手重视，上下一条心，有计划有目标，才能做好一次活动执行落地！

摇一摇还有很多具体的应用：

移动互联网变化太快了，唯有保持一颗学习的心态，不断学习，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

线下的活动方案有哪些篇五

20xx不想让你一个人

1. 通过活动推广公司品牌活动，宣传公司知名度。
2. 给追求幸福、美好生活的人提供一个平台，通过集体相亲会活动，营造浓郁的浪漫氛围，让所有需要爱的人在轻松、浪漫、温馨中寻找到属于自己的幸福爱情。

20xx年6月20日

XXX

男10名，女10名

- 1、【相亲走廊】：由“相亲牌”组成的长廊，是最重要的`相亲地点，长廊两侧分男生区和女生区悬挂“相亲广告牌”，并按照按年龄段依次排列，参与者可通过逛长廊的方式，查阅信息，寻找合适对象。“相亲广告牌”男方为淡蓝色，女方为粉红色。单身男女可在“相亲广告牌”上互留联系方式。
- 2、【浪漫相约区】：活动现场将设置一块区域为有一定交流意向的青年男女提供一个坐下来深入沟通的空间，该区域配备桌椅。

3、【设相亲大会服务区】:功能主要是为参加相亲大会的人提供咨询,发放相亲广告标志贴,负责现场协调和处理相关事宜等,并安排一部分座位给让前来相亲父母就座。

1、“桃花使者之天下无双”任务:邀请一位异性和你一同完成“桃花使者”的任务吧!

任务说明:凭双方的入场门票,在会场内找到n个(视赞助商而定“桃花使者”),每取得一个“桃花使者”的祝福,你们就可以得到价值不菲的优惠礼券哦!集齐所有桃花使者的祝福,你们就可以在“天下无双”的桃树旁边,兑换一张“天下无双”的个性情侣卡呢!

2、主舞台歌舞、游戏及游戏区多人游戏环节(略)

(1)、“桃花仙子”评选活动揭晓

(2)、“天下无双”活动开幕,报名对象:

a□现场速配成功对象

b□适婚恋人

c□新婚夫妇

3、副舞台区,速配成功或意向恋人环节安排:

2、“桃花仙子”活动