

# 最新健身俱乐部组织的活动方案 组织健身活动方案(模板5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 健身俱乐部组织的活动方案篇一

为了进一步营造“健康、和谐”的校园文化环境，为了预防来势汹汹的“甲流”，为了活跃学生的学习生活，调动广大学生参加冬季体育锻炼的积极性，增强班级的凝聚力，促进学生健康、和谐、全面的发展。学校决定开展以“我运动、我健康、我快乐”为主题的冬季健身活动。

初一级部跳小绳比赛

初二级部跳大绳比赛；

初三级部越野跑比赛

初四级部圆周接力比赛。

1. 各班主任要组织同学针对活动项目积极训练，训练中要注意安全。
2. 各级部开展的冬季健身活动具体细则以级部通知规定为准。

班级每个同学都要自备小跳绳或毽子等健身器材。班主任组织学生利用课间或课外活动进行冬季体育健身。要求每个同

学都要走出教室，沐浴在阳光下进行健身锻炼。

1. 各班级以互助小组为单位在班内开展跳绳或踢毽子比赛。
2. 各班主任要组织同学多走出教室积极进行冬季健身，活动中要注意安全。
3. 各班级也可自行组织其他有意义的冬季健身活动。

冬天的严峻冷酷只是针对那些懦弱者，而对我们这些有着坚韧意志的人却给予了无私的锤炼，运动他能强健我们的体魄，培养了我们的意志。同学们行动起来吧！

## 健身俱乐部组织的活动方案篇二

3月6日晚上6：30-8：00

餐厅一楼多功能室

1、原地跑：原地跑是一种适合室内锻炼的运动，由荆园长为大家演示，感兴趣的老师可以自由跟随练习，坚持时间长者为胜。

### 2、跳绳

(1) 参赛人数：20人

(2) 规则说明：1分钟计时，以个数多者为胜，取前五名设奖。

### 3、毽子

(1) 参赛人数：13人

(2) 规则说明：1分钟计时，以个数多者为胜，取前三名设

奖。

#### 4、绑腿走

(1) 参赛人数:全体教师

(2) 规则说明:6个人把腿绑在一起走,先到达目的者为胜。

#### 5、拔河

(1) 参赛人数:全体教师

(2) 规则说明:以年级组为单位参赛,最后胜者得奖。

### 四、裁判及负责人

1、比赛总负责人:

2、比赛单项裁判:

跳绳:

毽子:

呼啦圈:

绑腿走:

拔河:

## 健身俱乐部组织的活动方案篇三

0924973020

黄褐班蝴蝶斑

冬瓜汁白醋等量,调匀涂面部,一日2-3次,涂后过10分钟洗去。  
连

用半月即可除净。

除面部色素斑

日,能使黑色素分解,皮肤变白红润。

健身俱乐部市场宣传方案

目标市场

白领人士、外籍人士、商务人士、政府公务员、休闲一族、时尚青年、富裕的家庭主妇和其他中等和中等以上收入阶层。这些人的月薪在3000元以上。

白领人士

由于该客户群相对较年轻,有一定的消费能力,易于接受国内外先进思想,领导时尚消费,其消费冲动性较强,休闲享乐意识较重。他们有较为广泛的社交圈,喜欢集体行动。他们经常出入繁华商圈、大型购物中心、餐馆、咖啡厅、酒吧、美容院、影楼、婚纱店、珠宝店、ktv、证券公司、旅行社、网球场等等。以上场所也是我们主要的市场推广地点。但这些白领的市场分布相对比较散,因此建议采用低成本推广策略。具体方式可以是口传式、发放俱乐部抵价券、上门拜访。需注意的是:如能建立一个相对较前卫新潮有情调的环境,将大大促进对该类型客户群的销售和推广。

政府公务员

投资方内部已有政府资源的公关。这一块可被看作是最易突破的缺口。而对于政府工会、党委的公关亦是一个突破口。

经历了sars后，政府越来越关注广大人民群众的身体健康状况，尤其是国家公务员，因为他们是社会发展的保障。俱乐部可与其建立良好关系或策略性联盟，内部推出专门适合该人群的大客户产品。

## 外籍人士

由于该类客户群有很强的消费能力，而且对健身有相对较深的认识，同时该类客户群市场分部相对较集中，因此建议采用高成本高效率推广策略。具体方式可以是：在一些老外必读杂志上刊登俱乐部广告；去老外经常聚集的酒吧等场所分发传单和抵用权；对类似美商协会、台协会、港澳同胞会的外籍社团组织进行特殊公关。

## ceo□公司业主和上层领导

建议采取“关系连带式”销售。所谓“关系连带式”销售即寻找公司与公司的商业链，以单点突破形式切入市场网络，顺着利益关系链作连带式销售。

## 广告□advertising□

俱乐部原则上不在媒体上作太多硬性广告，但可以软性广告的方式与媒体合作进行推广。推广所涉及的费用尽量用俱乐部的资源，比如参与电视台非广告节目制作，给电视台一定的赠券，送关键人员一定的特种卡（月卡，季卡）。在一些时尚读物上刊登广告，同时也为这本杂志提供一定的附加值。比如印上一个版面，有我们健身俱乐部的介绍，然后凭借这些贴花可以参观场馆，试用器械或者享受折价。与主流媒体的记者保持较好的关系，在报纸的新闻版面，出现我们的软文，代价也仅是一些健身中心的产品。参与协办一些社会上有影响力的大型活动，花费不算高，比如提供场地等作为软宣传。只要运用足够的心智策略，在传统广告媒介上是可以做出很好的效果的。

## 公共关系□publicity□publicrelations□

1. 新闻稿
2. 新闻发布会
3. 特别活动
4. 展览会
5. 赞助

与传媒建立良好关系是俱乐部塑造良好形象的基础。同时，俱乐部举办一些例如植树造林、爱心捐助、尖子训练营（高考状元免费one-weekpa□等活动，无须太多付出，却可以得到较好的媒体报道。

寻求赞助（以及合作伙伴）是俱乐部在差异化竞争中体现优势的一个方法。一些体育用品公司、保健品和化妆品公司是比较乐意与健身俱乐部合作的，因为俱乐部很大比例会员也是其目标市场客户。俱乐部与赞助商是以互赢来合作的。赞助商握有的客户名单对俱乐部来说是非常宝贵的。俱乐部可以提供跑步机前电视广告黄金时段、俱乐部内广告位、会刊内页广告、宣传折页赞助商标识。赞助商提供的赞助可以是实物形式，俱乐部可以在各类活动中赠送给会员。像安利等公司，他们可以提供美容知识系列讲座，保健知识讲座，对会员都是有益的。会员购买了赞助商产品，更会加大赞助商与俱乐部的合作力度。这也就是我们的关系营销中强调处理好俱乐部与赞助商关系以及会员与赞助商关系的原因。

## 营业推广□salespromotion□

1. 试用
2. 赠券 / 优待券
3. 短期折扣
4. 签约折扣（即免入会费）
5. 礼物
6. 抽奖

为激励客户记住powercenter健身品牌，以及促进销售，我们将特制一批精美的礼品，其中包括t恤、背包、毛巾、运动水壶、钥匙扣等，这些小礼品都将印上公司标记，皆免费赠送给预售期入会会员，亦可在巡展推广时使用，以期达到提高公司认知度的目的。

送。除了现金折扣和产品（延期，更衣箱）赠送外，还将获

得很多情感的满足。比如会员结婚纪念日可带配偶参与健身，比如在生日的时候在场内的电视机播送祝福字条，获得赠品。

给予会员再推广的权限。会员推荐会员则赠送延期，或者更衣箱的服务。既拉动我们的销售，也增加会员的归属感。

在预售期间和其他开业推广期间，可以采用短期折扣的例子有：预售期间，凡在巡展现场购买会员卡者可免去入会费，年费享受折扣。开业前三个月，凡购买会员卡者可免去入会费，年费享受稍小一点的折扣。

大陆的俱乐部在促销中，较多会采用赠月的形式。赠月确实能吸引一些客人，但赠月不是很直接。美国一些俱乐部采用以下做法：在广告中声明当月入会，则当月免费。例如“八月免费”，则客人在八月的任何一天入会，这个月无论剩余多少天，俱乐部都不计算客人的会籍期，从九月一号才开始计算。在客人的心理感觉中，他是从一进俱乐部就享受到这个优惠的，而且这个优惠会随着自己的犹豫不决而失去。因此，此做法更具诱惑力，而且还能省去一些免费赠送的日子。

## 通路及促销方式

百货公司巡展、定点销售

高档住宅物业派送优惠券

高档商务办公楼洽谈团体卡

外资企业洽谈公司卡

汽车经销商买折

高档餐厅买折

婚纱店买折

台协派送优惠券，团购

大型超市买折

巡展、定点销售

电信移动联通公司直邮优惠券、团购

夜总会定点销售

酒店洽谈公司卡

银行团购、合作

保险公司团购、合作

宣传地点及方式：

**cbd商务写字间：**

目标消费群体：

公司的商业链，以单点突破形式切入市场网络，顺着利益关系链作连带式销售。

营销宣传方式：

1. 展台布展模式：

所需物品：展台、展架、易拉宝、优惠券、宣传单、电视屏幕

成交方式及优惠政策：

团体购买满人即可优惠元(或加赠运动时间/免首月会费)



当天成交者可享受优惠元（或加赠运动时间/免首月会费）

## 2. 邀请式营销模式：

所需物品：单次健身洗浴体验券

单次体验券包含服务项目：

成交流程及方式：

将健身、洗浴及其他优惠券以邀请函的形式赠送给我们的目标客户，让其免费体验我们的优质服务及设施，以此来激发其购买欲，达到我们的营销目的.

3. 陌生拜访：

1. 直接寻找办公室主任洽谈员工团购（给予返点及健身卡）

2. 预约到店内参观、体验

考核模式：

考核员工内容：

客户到访量、信息搜集量、成交率

周围大型商场：

目标消费群体：

白领人士、休闲一族、时尚青年、富裕的家庭主妇和其他中等和中等以上收入阶层。

营销宣传方式：

展台布展模式+健身器材及有氧操课程展示：

所需物品：展台、展架、易拉宝、优惠券、宣传单、电视屏幕、动感单车、跑步机等

健身器材及有氧操课程展示：

所需物品：动感单车、跑步机等

课程展示：瑜伽、普拉提、球操、成交方式及优惠政策：

团体购买满人即可优惠元(或加赠运动时间/免首月会费)

当天成交者可享受优惠元（或加赠运动时间/免首月会费）

healthclubmarketawareneprogrammes

考核模式：

考核员工内容：

客户到访量、信息搜集量、成交率

周围花园小区：

目标消费群体：

高档小区业主, 该类群体住处距离本会馆较近, 方便其参加运动, 并且具备一定的消费能力。

营销宣传模式

1. 体适能测试评估模式

所需物品：体适能测试仪、展台、展架、易拉宝、宣传单、电视屏幕、优惠券

成交方式及流程：

由高级私人教练针对目标消费群体进行免费体适能测试、评估，并针对意向客户进行体适能分析及讲解。以私人教练的专业知识及技巧针对目标进行宣传。

成交方式及优惠政策：

团体购买满人即可优惠元(或加赠运动时间/免首月会费)

当天成交者可享受优惠元（或加赠运动时间/免首月会费）

考核模式：

考核员工内容：

客户到访量、信息搜集量、成交率

周边政府部门及商会

目标消费群体：

政府公务员这一块可被看作是最易突破的缺口。而对于政府工会、党委的公关亦是一个突破口。经历了sars后，政府越来越关注广大人民群众的身体健康状况，尤其是国家公务员，因为他们是社会发展的保障。俱乐部可与其建立良好关系或策略性联盟，内部推出专门适合该人群的大客户产品。

营销宣传模式：

1. 邀请式销售

所需物品： 单次健身洗浴体验券

单次体验券包含服务项目：

成交流程及方式：

将健身、洗浴及其他优惠券以邀请函的形式赠送给我们的目标客户，让其免费体验我们的优质服务及设施，以此来激发其购买欲，达到我们的营销目的。2. 陌生拜访：

1. 直接寻找领导洽谈员工团购（给予返点及健身卡）

healthclubmarketawarenessprogrammes

2. 预约到店内参观、体验

考核模式：

考核员工内容：

客户到访量、信息搜集量、成交率

周边批发零售商城：

目标消费群体：

商户个体老板，该类群体具备一定消费能力，日常生活娱乐活动单一，结合本会馆综合项目，激发其购买欲。

营销宣传模式：

采用市场调查问卷形式，有意向者留取其联系方式，预约到店，赠送单次体验券。

考核模式：

考核员工内容：

客户到访量、信息搜集量、成交率

宣传日期/路线/人员安排(视俱乐部具体地点/人员配置待定)

healthclubmarketawareneprogrammes

## 健身俱乐部组织的活动方案篇四

为进一步贯彻国务院《全民健身计划》以及□xx经济特区促进全民健身条例》，推进我市全民健身工作的开展，在全市范围内营造浓郁的全民健身氛围，今年11月将在全市范围内开展20xx年xx市全民健身活动月活动。为切实做好全民健身活动月活动的’组织实施工作，现将有关事项通知如下：

全面贯彻实施《全民健身计划》，促进全民健身活动蓬勃开展

20xx年11月1日至11月0日期间

全市各有关单位及全体市民

（一）11月1日在市民中心广场举行“xx市第7届市民长跑日活动暨全民健身活动月启动仪式”，市委大院、全市十区将设立市民长跑日分会场；全市各学校组织学生开展长跑活动，各区政府要广泛动员辖区群众参加长跑活动，以此揭开20xx年全民健身活动月序幕。

（二）活动月期间市级单项协会还将举行20xx年xx市第六届三棋全能赛□xx市第十八届传统武术精英赛□xx市第2届长跑竞赛等全市性的棋类、篮球、业余网球、传统武术、全民健身钓鱼等比赛和健身活动系列活动（活动信息见附）。

（三）各区和各单位要认真组织策划，并根据本辖区、本单位实际，因地制宜地举办健身运动会、行业运动会、社区运动会（嘉年华）、趣味体育比赛、体育培训、体质测定等形式多样、内容丰富、易于参与的全民健身活动，以满足广大

群众的健身需求，丰富群众体育化生活。

（四）充分认识贯彻国务院《全民健身计划》的重要意义，准确把握《计划》的精神实质和主要内容，通过短期集中宣传与长期持续宣传相结合，促进《计划》内容在各职能部门、各区、社会各企事业单位和广大市民中得到广泛认知。同时充分利用电视、报刊、网络等多种媒体宣传平台，以及宣传栏、标语口号、开展体质测定和健康咨询、科普讲座等多种形式，积极推广科学健身知识，不断增强市民健身意识和科学锻炼意识，让更多的市民加入体育健身的行列，增强身体素质，提升生活质量。

（一）全民健身月活动是贯彻落实国务院《全民健身计划》及我市《条例》一项最具群众性的体育活动，各区和各单位要进一步认识开展活动的重要意义，把全民健身活动月活动作为宣传贯彻落实国务院《全民健身计划》及我市《条例》的重要内容抓，加强对活动的组织领导，成立活动组织机构，制定好实施计划和工作方案，严密组织，确保各项活动安全落实见成效。

（二）全民健身活动月活动应注重大型活动和小型活动相结合，以小型活动为主。各区和有条的单位可组织大型全民健身竞赛和表演活动，社区居委会、住宅小区可结合实际，因地制宜地开展社区居民喜闻乐见、经常性小型多样的体育健身活动。

（三）在全民健身活动月期间，各区、各单位要积极采取有效措施，保证公共体育场馆设施免费或优惠向社会开放；鼓励和支持其它各类体育设施和学校免费或优惠开放体育场馆，吸引更多人群参加健身活动。各区和相关单位应将拟采取的公益惠民服务举措向社会公告。

（四）全市各新闻单位积极报道全民健身活动月活动的开展情况，营造良好的舆论氛围。各区和各单位在开展体育竞赛

和活动的同时，要加大全民健身的宣传力度，激发群众体育热情，同时主动协助新闻单位的报道工作。

## 健身俱乐部组织的活动方案篇五

为丰富教职工精神文化生活，增强身体素质，增加同事之间的交流机会，放松教职工心情，按照工会年度工作安排，我院工会结合本单位实际，特组织开展大家喜闻乐见的健身活动。现将活动事宜安排如下：

### 一、活动时间：

xx年xx月xx日

### 二、参加人员：

学院全体在职教职工

### 三、活动项目：

趣味接力比赛(集体项目)

一分钟个人跳绳赛(个人项目)

### 四、活动要求及注意事项

1. 本着积极参与、团结合作的精神，请xx学院所有教职工踊跃报名参加此次活动。我院教职工可以参加任一比赛项目并按所获名次颁发奖品。
2. 请在活动期间穿适合运动的鞋子及服装，比赛前应做好相应热身运动，避免造成运动损伤。
3. 裁判员及服务人员由院工会委员统一负责。裁判员有对本

次活动细则的解释权，一切服从裁判判定。

4. 活动过程中勿高声喧哗，影响其他学院的正常工作和学习。

## 五、奖励办法

按照校工会通知执行。

六、项目比赛规则、时间、地点及奖励方法见附件。