

# 2023年活动策划心得体会(实用5篇)

心得体会是个人在经历某种事物、活动或事件后，通过思考、总结和反思，从中获得的经验和感悟。通过记录心得体会，我们可以更好地认识自己，借鉴他人的经验，规划自己的未来，为社会的进步做出贡献。以下我给大家整理了一些优质的心得体会范文，希望对大家能够有所帮助。

## 活动策划心得体会篇一

活动策划成为了提高市场经济占有率的有效行为。你知道活动策划心得体会是什么吗?接下来就是本站小编为大家整理的关于活动策划心得体会，供大家阅读!

活动策划，首先应该明确做活动的目的，其次考虑活动内容。

往往同一目的的活动效果差别很大，最常见的原因分为三种，一：策划人;二：活动经费;三：活动执行。

在此需着重阐述“策划人”的区别。策划活动的人分为两种，一种我们且称为“赌侠”，他们满腹经纶，广告文案做得特别好，策划活动的手法为依靠媒体、广告前期疯狂炒作，并不重视活动的执行，这就好比赌博，赌中目的就达到了，甚至超出预期，反之失败。所以常常导致参与了活动的受众怨声载道。第二种人为“商人”，逻辑思维很强，对事物考虑得周全，不打没把握的仗，常用的策略为“两条腿走路”，非常重视活动执行，所以往往确定要做的活动，执行上十有八九是成功的，但不能大大超乎目标。简言之，一个玩“虚”，一个玩“实”。

综上所述，只有“赌侠”和“商人”联手才是最好的结果。一个擅长前期炒作，一个擅长活动执行，两者结合，不亦乐乎。

好，新的问题出来了，做策划必须得有一个人牵头，“赌侠”或“商人”。往往两者的思维是对立的，所以极难碰撞在一起。在此，我个人认为不论什么活动，都应该以“商人”为首，“赌侠”领会思路后开展前期工作。因为任何活动只有在可行性较强的情况下才能执行，反之，受众怨声载道。

本人在学校组织担任公关部部长也有一段时间，由于工作的原因也清楚的了解过不少活动的策划环节和内容。自己也策划过不少的活动，有成功的，也有失败的，现在对活动策划做个小结。希望对大家有些许帮助。。

策划一个活动，首先我们要先明确活动的主题。一定要抓住本质的东西。每场活动都有自己开展的背景（eg:为了宣传校园文化、为了传播相关的信息等）

明确主题后，我们要想，何种方式才能更好的对宣传的主题进行表达。借助什么内容，内容怎样设置。活动流程如何。

很多人在活动策划前期都一直在讨论，活动该设置怎样的节目，每个活动怎样紧凑的结合起来，奖品如何分配等。

我可以告诉大家，这些都是次要的。我们有个更重要的问题要明确。那就是如何拉动人气。

如果没有人气，活动再好，节目设置的再精彩，缺少了观众(参与者)，一切都是空谈。

人都是充满好奇心的，根据牧群效应，只要人流量上来的，后面的人就会不会不自觉的加入或围观。怎样的活动结果才可以称为成功。那就是人流量大，活动节目精彩。其中人流量是主要的。只要人流量一上来，后面的活动有了参与者，那活动就成功了一半。

在活动的策划期，我们一定要明确以下的内容：

1、活动的主要负责人有且只能有一个，每个小组的任务负责人对活动的主要负责人负责。这样形成很明显的权利机构，才能更好的配合活动的主线，不要出现多负责人，多头工作，打乱秩序，最后没有人对后果负责的局面。只要明确了权利核心，组织团队才有主心骨。才能更好的落实权利与责任。避免出先问题相互推诿的现象，影响团队协作精神和有权无责现象的发生。

2、在这个活动当中都应切实贯彻主线。在实际实行中，很多时候的情况会导致活动的内容偏离主题。这样会造成活动参与者和围观者对活动不知所措，形成混乱的思维，对活动的整体效果造成负面影响。

4、在活动进行时，要安排一部分工作人员夹杂在人群中，主要是为了“起哄”，也就是配合活动的内容，用这部分人来拉动气氛。假如奖品的价值比较大，就可以叫这部分人去参与获取该价值大的奖品的活动。（节省活动开支，最终还是归组织用，这类价值大的奖品也可以去租借（毕竟获奖的人都是自己人），用丰富的奖品来调动人气也是不错的办法，但一定要有该类奖品不外流的把握。

所有的活动在策划时都不能预见到所有的突发情况，这些细节问题就要活动主要负责人灵活处理。这也是最考验负责人经验的。这些问题不亲身体会是不能体会的。

我最擅长的策划类型便是活动策划，下面我想谈的是一一优秀的活动型策划的要点所在。经历了这么多年策划生涯的磨练，我对一项优秀活动型策划的精华体现主要集中在以下几点：

1. 根据活动的总体要求及背景环境，策划出一经典主题为首；

经典主题不在于它的文字有多么的华丽，也不在于其字面含义有多么的深奥。经典就在于其要满足三个必须：

——必须是独创的；

——必须是切合主题的；

——必须是一针见血的。

正如现在看见有人说pk□就觉得俗、没创意，生搬硬套。就如本次见面会活动的策划背景：扬子晚报社科教卫部身负组织教育类活动的任务，时值高考结束之际，组织高考学生特别是优秀学生进行学习经验、学习方法的交流很有社会价值。而优秀学子的标榜当以清华、北大这些天之骄子为首。于是一个创意便产生了：召集今年考上清华、北大的准学子们来宁与南京的学生、家长面授机宜，传授经验与方法实为善举。

## 2. 一份合理、详细、可执行的执行方案

作为一名总策划，需要根据总体策划方案按时间与子环节合理制订出科学的执行方案。这份执行方案必须包含子环节名称(如宣传组、装饰组、会务组、财务组等)与实施控制时间进度表。这样方能全方面、适时的进行活动的推进与控制。

## 3. 一本画龙点睛的笔记本

在活动的组织过程中，作为总策划，我需要准备一个小本子，专门用来记录活动组织过程中突然发生的或是未有关心到的工作。在当天晚上活动推进总结和制订第二天执行方案时，加到执行方案当中，才能保证有的放矢的开展工作。

## 4. 主干固定，分支灵活机动的行动纲领

在活动组织过程中人员的调动也很关键。总策划与子环节组长

等主干位置人员不得擅自离岗与串岗，各子环节内分支人员可以横向调动。此举主要是保证——事有人为，少人多为！

## 5. 高科技设备的启用。

如对讲机、监控设备等设备的使用，此举在很大程度上能提高活动组织过程中的效率，特别是针对时间与空间跨度比较大的活动更是如此。

## 6. 强有效的执行力。

培养一支执行力的队伍是活动策划的基础要素之一，这一点在非广告公司企业尤为关键。因为活动组织过程中，人员的调配通常是由各个部门临时抽调人手组织起来，如何建立起一套科学有效的执行标准，以及准备一套常规性的人员也是重中之重。

### 首先，整合资源

当提出需要做一个活动时，在了解对方做这个活动的初步情况时，就需要整合资源。不管是自己还是甲方提出要做活动时，都会对活动有一些想法，因此首先，整合资源当提出需要做一个活动时，在了解对方做这个活动的初步情况时，就需要整合资源。

不管是自己、上司还是甲方提出要做活动时，都会对活动有一些想法，因此，应该首先了解的是这个想法，了解这个要求。整合资源在这里可以理解为前期的资料手收集、整理和分析，包括四大块，这四大块分别对即将操作的活动进行了构架，为后面创意的形成，方案的制作确定了一个基本框架。

第一版块：

第二版块：

外部资源 外部资源构架的是活动的广度。在这里，外部资源指的是媒体资源、长场地资源、物品资源、人脉资源等。外部资源对整个活动的影响是巨大的，甚至可以理解外部资源，这个活动平台的重要构成因素。例如，开业活动出席的嘉宾是市长还是省长，其对活动的影响程度不言而喻。

第三版块：

第四版块：

竞争对手资源 这一版块更多地体现在促销活动中。竞争对手是否做促销，什么时候做，做什么样的促销，促销的范围多大，哪些产品做促销等等。这些都是应该掌握和研究的。这些将决定活动举行的时间策略：先发制人还是尾随跟进，寻求破绽一击而中；促销方式：予竞争对手相同，相似还是相反的方式。促销范围是更大还是精耕市场等等。

提炼卖点：

整合资料的过程，也将是提炼卖点的过程，通过顺推，逆向思维，联想等方式提炼。哪些是目标群关注的，哪些是对目标群有影响力的，被影响到目标群购买决策的。正如在房地产行业中，在项目定位前都会提炼卖点，如地段、周边环境、配套设施、交通、教学设施等，再契合该区域的消费者心理，选择最具吸引力卖点，“让孩子在千年学府里成长”这就选择了教育环境的卖点，契合购买者关心孩子教育的心理。

活动定位：

一个活动的构思就是结合资源和目的，将活动提升到一个高度，并为其选择一个平台或载体，不同的平台带来的效果是完全不同的。然后，考虑的是如何将这个高度用一个主题体现出来，如何通过具体的活动流程来展现主题，展现创意达到目的，如何利用现有资源或潜在资源来支撑或提升这个高

度，通过一系列的框架，最终的活动目的又将进一步细化到什么程度，这就是一个活动的构思。

主题出来，再围绕活动主题寻找版块，就象拼图，框架出来，现在就是将其拼凑完整，可以搜索尽量多的与主题相关的活动元素，虽然并不是每一个都可以运用到，但是可以供选择，安排出最合理的活动，在这里，活动主题是贯穿的灵魂，任何元素都要围绕灵魂来筛选，安排。在确定前面两个方面以后，就是具体的活动方案的完成。一个活动并不是一个方案就能解决的，为保证活动效果，还需要将活动方案更加细分，如细分为宣传方案、执行方案、公关方案风险意外机制等。

### 宣传方案：

宣传方案应该包括前期宣传，活动中宣传，后续宣传。前期宣传开展时间视活动而定，一般从活动开始前半个月开始宣传，同时也可以在活动开始前进行活动预热，根据人的关注点，一般会经过以下阶段，通过预热达到一个高潮，然后在广告宣传的刺激下，维持着相对稳定的关注度，并且在活动开始当天，关注度达到最高。因此，合理安排好前期宣传的开展日期对活动的效果有较大的影响；活动中宣传通过现场的广告位摆放，广告方式的组合，流动广告宣传，将平面，声频，图像等诸多广告媒体有机结合，让目标群形成强烈的印象后期宣传指活动结束后的宣传活动。通常在活动结束后会维持一段时间的宣传，进行持续宣传，该阶段主要以建立品牌忠诚度为目的，如一些促销活动后，会安排走访客户活动，一来增加忠诚度，二来活动目标群对活动及产品的意见反馈。

### 执行方案：

包括活动前的准备，活动中的现场控制，活动后的安排，通常，如果活动的规模不是特别大，公关方案和活动中执行方案将会并入在这个方案中。在制作活动进行执行方案的时候，

除了活动的流程以外，还应该考虑到现场的人流方向，比如一个展会，在制作的过程中，就应该设计出一套合理的人流流向路线，保证按照路线参观到尽量多的展台，同时保证活动的人流分布合理，不会出现在有的展台人流拥挤，有的展台人流稀少的问题。

在执行方案中，最关键的是小组的分工和成员的分配，将每个项目筹备一个准备小组，安排一个负责人，进行细致的分工，是在执行方案中必须体现的。在做执行方案的时候，在制作者的头脑中一定要把整个活动模拟数遍，把各个细节都考虑到，有顺序地安排各个阶段的时间，做到有条不紊。其实执行方案就是两个方面的工作：物料的工作和人力资源的工作。将人和物有机的结合，那么这个执行方案可以说是成功的了。

赞助方案：

这个方案是对一些需要寻找赞助的活动而言的。其实赞助商对活动只会关心两点：1. 他需要赞助多少钱，2. 他能得到什么回报；其他的东西对他来说意义不大，因此，在做赞助方案的过程中，大家可以围绕这两点来进行，比如，活动的冠名权，活动宣传过程中，为赞助商提供多少多少的广告（硬广和软文），给赞助商独家使用权等等，给他的权益越大，得到赞助的额度可能就越大。在这个过程中，还是要衡量给出的权益能否实现的问题。

风险意外控制方案：

在活动举行的过程中，会有很多情况出现，这些意外或大或小，也可大可小，有时候一个很小的意外可能会给活动带来毁灭性的打击，因此，在制作活动风险意外控制方案的时候，考虑得越多，就意味着活动的风险越小，取得成功的可能性就越大。在可能发生的意外中，一般会包括，天气变化，这对户外的活动会产生影响，因此发生变天一定要有提前预防



的相关机制;现场如果出现受伤，那么又应该如何处理。

在户外的大型活动，最忌讳的事情是发生现场混乱，一旦混乱影响的不仅是整个活动效果，而且如果出现人员受伤的情况，那么将个公司和举办方带来很严重的负面影响，因此，如何加强现场的控制力，避免这种事情的发生，在风险意外控制方案中要考虑到，很有可能因为一个小小的意外引起现场观众的恐慌，那么就很有可能导致现场的混乱。

总结：活动方案的制作，其实就是一个细节的处理问题。

## 活动策划心得体会篇二

在过去的一段时间里，我作为团支部的一员，参与策划了几次团日活动。通过这些活动的策划和组织，我有了一些心得体会。团日活动是一种让团员们进行集体学习、交流和互动的重要途径，合理的策划和组织能够增强团支部的凝聚力和战斗力。

首先，在团日活动策划之初就要确立明确的主题和目的。团日活动可以有多种主题，可以是某个重要的节日，也可以是某个热门的社会话题。主题的选择要符合团员们的兴趣爱好和需要。目的可以是强化团员们的团队合作能力，也可以是提高他们对特定问题的认知和理解。明确主题和目的，有助于后续的活动策划和组织。

其次，要根据团员的实际情况，量身定制活动内容和形式。团员的年龄、性别、兴趣爱好等都会对活动的内容和形式产生影响。对于年轻的团员来说，可以采用寓教于乐的方式，例如进行游戏、展览等。对于成熟的团员来说，可以开展座谈会、小组讨论等形式。不同的活动形式可以帮助团员们更好地参与进来，达到活动的目的。

第三，活动策划要有创新和互动性。创新意味着与众不同，可以尝试一些新颖的方式和方法来吸引团员。互动性可以增加团员之间的交流和互动，例如可以设置一些小游戏、竞赛等。这样可以使团员们更加积极主动地参与到活动中来，增强活动的趣味性和吸引力。

第四，要注重活动的实效性和可持续性。活动的主题和内容要与团员们的现实生活相结合，要能够解决一些实际问题和困惑。活动结束后要进行总结，根据团员们的反馈进行改进，使活动产生持久的影响。同时，要注意活动的延续性，可以通过定期的团日活动来保持团员们的参与性和活跃度。

最后，要加强团干部的能力提升和培训。团支部的干部要具备一定的活动策划和组织能力，要能够熟悉团日活动的流程和要点。通过培训和学习，可以提高他们的组织和领导能力，更好地完成团日活动的策划和组织工作。

通过这几次团日活动的策划和组织，我深刻体会到了团日活动对于团支部和团员们的重要性。通过合理的活动策划和组织，可以增强团支部的凝聚力和战斗力，提高团员们的参与度和积极性。团日活动是一种有效的教育和培养团员的活动形式，值得我们认真对待和重视。

## 活动策划心得体会篇三

团日活动作为学校团委的一项重要工作，不仅是培养学生的集体意识和团队合作精神的重要途径，也是丰富同学们课余生活、增进感情的重要平台。在过去的一年中，我有幸参与了团日活动的策划与组织工作，积累了一些心得体会。在本文中，我将围绕团日活动的策划、组织、执行、总结和反思五个环节，分享我的体会和经验。

首先，在团日活动的策划阶段，我们要充分考虑到同学们的兴趣和需求。比如，可以设置一些有趣的游戏环节，参与其

中的同学能够通过游戏培养团队合作精神和组织能力。此外，还可以安排一些实践活动，例如社区环保宣传，参观博物馆等，帮助同学们扩宽视野，增长知识。而在策划过程中，我们还要充分利用资源，发挥团委成员的优势，与其他社团、部门合作。通过多方合作，能够融资、功能互补，提高团日活动的质量和影响力。

其次，团日活动的组织是一个重要的环节。在组织过程中，我们要注意细节。例如，在活动前要提前预约场地，确定活动的时间和地点。活动期间还要确保安全，设置安全警示标语，并配备现场急救人员。同时，为了让同学们更有参与感，我们还需要制作精美的宣传品，如海报、宣传册，宣传活动的内容和形式。组织人员还需要到活动现场提前布置场地、准备器材，并与相关工作人员进行充分沟通和协调。

接下来是团日活动的执行。在活动执行中，协同配合和组织能力是关键。作为活动的策划者和组织者，我们要做好充分准备，确保活动能够按照预定计划进行。同时，我们还要有耐心和耐心，安排人员负责不同的环节，保证活动的效果和进程。当然，一些不可预见的意外情况也可能发生，如突然下雨、器材故障等，这时需要我们迅速反应，调整策略，确保活动能够顺利进行。

活动结束后的总结和反思是提高团日活动质量的关键环节。在总结和反思中，我们要及时与参与活动的同学进行交流，并听取他们的意见和建议。学校团委也要对活动进行评估，看是否达到了预期效果。在总结分析的基础上，我们要不断完善团日活动的策划和组织，确保下一次的活动能够更好地展示出学校的风采和同学们的活力。

在经历了团日活动的策划、组织、执行、总结和反思的过程中，我深刻地体会到了一名团干部应具备的能力和素质。首先，要具备良好的组织和协调能力，善于调动资源，统筹安排；其次，要有较强的沟通和宣传能力，能够与不同人群进

行有效的沟通和宣传；同时，要具备创新意识和价值观，不断丰富和提高团日活动的内涵，推动同学们的全面发展。通过团日活动的参与和组织，我也逐渐认识到了自己的不足之处，并勇于改正，提升自己。

总之，团日活动的策划和组织是一项复杂的工作，需要团委成员具备较强的组织和沟通能力。通过努力学习和实践，我不断提高了自己的能力，并在这个过程中快速成长。相信在未来的工作中，我会继续努力，不断完善自己，为学校团日活动的质量和效果做出更大的贡献。

## 活动策划心得体会篇四

自2020年春节以来，新冠病毒疫情席卷全球，影响着每一位人们的生活。疫情的发生改变了我们的生活方式、工作方式、思维方式等等方面，也让我们逐渐认识到人类社会面临的共同挑战。这场疫情给每个人都带来了许多经验和教训，下面就让我们来谈谈如何通过一次“疫情心得体会活动”来梳理自己的思想和人生观。

### 第二段：实施目的

本次活动的主要目的是让大家通过总结自己的疫情经历，发掘自己的成长和收获，同时也可以给别人提供宝贵的参考。此次活动的参加人员可以人为单位或是学生躲在院校里，学校可以根据情况合理安排参与的人员。通过本次活动，参与者能够清晰了解自己的学习情况、工作情况和生产情况，创造形式多样的总结形式，发掘新的思路 and 思想。

### 第三段：实施方法

本次活动可以采用线上、线下相结合的方式，如线上论坛、微信群交流、线下小组分享等。参与者可以选择自己想要抒发的情感和体会，进行思考总结、个人陈述和小组介绍等环

节。每位参与者可以先按照自己的疫情经历陆续思考，通过文字、视频等形式慢慢总结，准备好后发布到相应的平台上，与其他人进行交流和分享。在分享的过程中可以互相学习和帮助，吸取别人的经验和教训，也可以结合自己的实际情况进行思考和反思，不断提高自己的综合素养。

#### 第四段：实施效果

本次活动可以帮助参与者多元化的了解自己的经历、体会和成长，并对变化前后的自己进行全面的比较和分析，从而帮助自己获得更好的思考和发展机会。同时，本次活动还可以促进参与者之间的联系和交流，增进彼此的了解，加强团队合作和创新能力的培养，打造更多宝贵的思想和方法。通过这些交流和分享，参与者不仅可以获得自我认识的同时，还可以激发自己的创造力和创造力，为更好的未来做好准备。

#### 第五段：总结

最后，由于疫情的影响，每个人都受到了无数的影响和考验。我们需要从这场疫情中学到很多东西，比如团队合作、责任意识、协作精神等等。这个活动的实施可以促进每个人's总结与思考，重新调整人生目标、行动计划，帮助每个人更好地适应疫情环境的变化。最终达成的形式是：我们可以一起成长、一起拼搏！

### 活动策划心得体会篇五

活动策划，首先应该明确做活动的目的，其次考虑活动内容。

往往同一目的的活动效果差别很大，最常见的原因分为三种：

一、策划人；

二、活动经费；

### 三、活动执行。

在此需着重阐述“策划人”的区别。策划活动的人分为两种，一种我们且称为“赌侠”，他们满腹经纶，广告文案做得特别好，策划活动的手法为依靠媒体、广告前期疯狂炒作，并不重视活动的执行，这就好比赌博，赌中目的就达到了，甚至超出预期，反之失败。所以常常导致参与了活动的受众怨声载道。第二种人为“商人”，逻辑思维很强，对事物考虑得周全，不打没把握的仗，常用的策略为“两条腿走路”，非常重视活动执行，所以往往确定要做的活动，执行上十有八九是成功的，但不能大大超乎目标。简言之，一个玩“虚”，一个玩“实”。

综上所述，只有“赌侠”和“商人”联手才是最好的结果。一个擅长前期炒作，一个擅长活动执行，两者结合，不亦乐乎。

好，新的问题出来了，做策划必须得有一个人牵头，“赌侠”或“商人”。往往两者的思维是对立的，所以极难碰撞在一起。在此，我个人认为不论什么活动，都应该以“商人”为首，“赌侠”领会思路后开展前期工作。因为任何活动只有在可行性较强的情况下才能执行，反之，受众怨声载道。