

最新单位七夕安排活动比较好 七夕活动方案(优质6篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

单位七夕安排活动比较好篇一

参与对象：都市时尚单身男女

参与目的：爱心钥匙开心锁

快快快！来酒吧寻找心的钥匙！！打开她的心门!!!

真爱相信你一定能找到开启她心灵的钥匙！

活动简介：

真爱第一缘：开心锁，寻佳人

情人节当晚参与活动的男生将领到一把爱心钥匙，女生将得到随机派发的心型号码手牌。活动开始男生尝试使用自己爱心钥匙打开爱心锁，每人最多只有5次机会。成功的男生按照锁上的号码寻找对应的爱心手牌。

真爱第二：缘：真情互动

男生女生面对面，每人向异性（可以指定特定对象）提一个自己感兴趣的问题。问题结束后互相挑选最心仪的有缘人。不能成功找到最心仪的人结束参与。

真爱第三缘：激情串串烧

和最心仪的人合作表演一个激情动作. 最受场内欢迎的参与者将获得酒吧提供的情人节特别礼物一份.

活动参与方式：

1. 即日起至8月16日前来酒吧现场报名

2. 拨打活动参与热线：, 报名参加

名额有限, 敬请从速

活动道具：开心锁，爱心钥匙，爱心手牌，您的热情

酒吧情人节第二波：心花为谁怒放

参与对象：美丽情人夜希望用鲜花来表达浓浓爱意的来宾

参与目的：英雄豪情，誓夺花魁

活动简介：

现场拍卖酒吧提供的蓝色妖姬玫瑰一束和珍藏版葡萄酒一瓶，成功竞标者将获得特别爱心寄酒卡，双方签名才能取用. 礼物寓意是一心一意，天长地久，酒吧见证真爱.

最接近成功竞标的前5位参与者，将免费获得酒吧提供的鲜花一束.

活动道具：蓝色妖姬玫瑰，珍藏版葡萄酒，5束不同的鲜花，您的热情

酒吧情人节第三波：真情告白

参与对象：全体来宾

活动目的：在这特殊的日子向心中的她/他表达最真挚的爱意，爱她/他就大声说出来。

活动简介：酒吧在这美妙的夜晚，为您提供大声表达爱意的机会，特殊的日子特殊的真情告白，怎能不感动她/他？最有创意的真情告白，酒吧将赠情人节厚礼一份，为您祝兴。

活动道具：诚挚的爱意，大声表达的勇气

单位七夕安排活动比较好篇二

2、准备好精美的小礼物，在宣传的时候，送给女性顾客；

3、精心布置活动场地，争取创造出一个浪漫的节日气氛；

4、在社区和校园贴上宣传的海报，并且派送优惠券；

5、可联合花店、电影院、珠宝商、婚纱摄影机构等商家共同促销，提升美容院七夕活动的影响力。

1、折扣促销——足部理疗按摩

在七夕当天，我们以折扣的方式，向顾客提供优惠的服务，可以吸引大量的客源。七夕优惠促销活动，要突出情人节的文化氛围。

这一天，是情侣们相聚在一起的日子，美容院连锁店要以此为主题，让男女情侣顾客享受到“浪漫七夕”活动带来的优惠和折扣。

所谓千里之行始于足下，在浪漫七夕当天，美容院连锁店可以推出“足部护理”的优惠活动，可以让我们的顾客真正的

感受到实惠和关爱。

具体内容如下：活动当天，到本店的情侣可以获得专业足部技师按摩，并且享受七点七折的优惠。

2、捆绑促销——男女美容套餐

七夕促销，美容院连锁店要改变以往的营销方案，将男女情侣顾客“捆绑”在一起，向其推销。

例如在情人节当天，推出“男女美容套餐”。在七月初七当天，购买该套餐的男女情侣，可以享受一次spa水疗，中医全身按摩一次，并且免费获得一张vip体验卡。

该套餐是针对情侣的，所以属于双人消费套餐，在消费的时候，可以男女两个人一起使用。

3、情浓一生，真心表爱意(充值送)

情人节当天所有来美容院的女士充值即送一只玫瑰花(共200支，送完为止)凡是情侣上进店送精美礼物一份。

另外上午9点——晚上21点，每个小时的整点本店将抽出一名幸运客户送惊喜，奖励神秘礼物一份。

4、情人节爱情大片

不少人选择去电影院观看电影，凡是情侣在情人节当天进店消费即可获得电影票2张。

5、七夕闺蜜价

1、美容院连锁店可以和附近的花店合作，在活动的当天，向满1000元的情侣赠送99朵的玫瑰。

- 2、美容院连锁店推出的套餐一定要有期限，是一到三个月之内，过了期限则无效。(为了及时耗卡)
- 3、在活动开始之前，用鲜花和气球装饰店内，营造情人节的活动气氛。
- 4、在情人节当天，赠送员工一些小礼物，例如巧克力和鲜花，让员工也感受到美容院连锁店的用心和爱护。
- 5、美容院连锁店促销，一定要有针对性，切记不可哗众取宠。

单位七夕安排活动比较好篇三

印象男女与爱情无关

- 1、增强员工相互之间的了解、沟通及交流，有助于协调男女员工的关系。
- 2、员工相互之间更多的交流与接触，对于我们员工的人际交往能力有积极作用，同时对于我们员工以后的职业生涯也有积极意义的影响。

20xx年8月2日

中网管家大会议室

中网管家全体员工

企划部

a□八月二号方案审批及主题活动参与细则公布

b□八月四号招集主题活动参与人员及挑选合适人员并收集基本资料，同时制作主题活动ppt□

c□八月五号人员及物资落实

d□八月六号布置场地会议结束活动开始注意：详见七夕主题活动执行方案

a.开场音乐

b.主持人开场白

c.女生按事先规定的位置坐好，由主持人分别介绍每位选手的系别专业、爱好、特长、星座、座右铭、附加上照片等个人信息在多媒体上播放。

d.男生按事先的抽签顺序入场，(并播放男生出场音乐canyoufeelit)由男生先进行自我介绍，包括自己系别专业、爱好、优缺点、星座、理想的交友女生、可以对自己有一个全方位的介绍。

e.上台之后，由男生在卡片上写上自己所中意的一个女生号码交给主持人。

f.同时女生通过对男生的自我介绍进行选择，亮出自己支持或者不支持。

g.主持人核对号码是否重合(男孩选中的女生号码和女生支持的男生号码)，看交友是否成功。先不公布结果，由主持人对女生进行提问(主要提问投过他票的女生)，由女生和男生之间互相进行提问。

h.(可选项)男生可以展现他的才艺，也可以播放ppt或者短片之类的。

l.由男生帮帮友帮助女生了解他，最后由男生从依然支持他的

女生中选出一个女生，同时请出第一次自己选中的那个女生，征求这个(或者同一个女生)的意见，如果交友成功，播放歌曲(坐在巷子口的那对男女)，并领取奖品;如果中途所有女生都不再支持这位男生，播放(可惜不是你)，并领取奖品，交友之旅到此结束。

i.活动中间穿插节目和互动环节(真心话大冒险)

j.总结发言

k.活动结束

单位七夕安排活动比较好篇四

在七夕情人节即将到来之际，为回馈客户□xxxx分行开展主题为“百年xxe生相伴”的个人电子银行情人节特别活动。

一、时间□20xx年x月xx日—x月xx日

二、对象□xxx分行个人网银和手机银行客户

三、内容：

(一)免费开通网银，共享甜蜜好礼

3月xx日—xx日，个人客户持有效身份证件到xxx网点柜台同时开通理财版(或贵宾版)个人网上银行、手机银行和电话银行服务，可获德芙巧克力一份，情侣双人同开更有“心”喜。礼品数量有限，送完为止。

(二)轻松动账交易，喜赢新年大礼

活动期间，个人客户通过网银和手机银行进行xx笔以上(含)指定交易即可获中奖机会。尊享奖x名，赠苹果ipad2平板电

脑x台;乐享奖xx名,各赠西服熊精美u盘x个。

指定交易包括转账汇款、定期存款、网上支付、信用卡转账、代缴费、投资理财(含xx理财计划、外汇、黄金、双向宝、基金、国债、第三方存管、银期转账□b股银证转账)、结售汇、跨行现金管理等交易。

四、说明:

1. 本次活动交易数据以中行系统数据为准。2. 活动结束后□xx将在□xx晚报》公布获奖名单并向客户发送通知短信,请及时关注。获奖客户请携有效身份证件至网银开户行领奖。3. 本次活动两项奖项不同时获取,以价值较高的奖项为准。4. 所有礼品不能兑换现金,本活动最终解释权归xxxx分行所有。

单位七夕安排活动比较好篇五

如今七夕的促销和换季促销放在一起,缺乏中国传统的特色

眼看七夕快到了,平日里异常忙碌的汪琳也在百忙之中盘算着如何过一个有趣的中国情人节。这个外企公司的白领,结婚正满一年,而结婚纪念日恰恰是8月16日。从8月初开始,汪琳就开始从网上搜集相关的节日信息,其中商场的促销和优惠活动是她的重点关注方向,因为她想在这个特别的日子为丈夫准备一件像样的礼物。同时,也想为自己的生活增添幸福与温馨。

众所周知,节日营销的主要手段和方式之一就是“降价促销”,广告、促销等均围绕价格展开。但很多企业僵化地认为降价促销就是大打“价格战”,把营销的重心放在如何降低商品价格上,结果往往充其量也就是赔钱赚吆喝。例如往年的月饼促销,不是“全场特价”就是“买几送几”。面对这样司空见惯的“赠送”或让利等“降价多销”类的广告,

消费者早已麻木!

汪琳与丈夫到底要怎样度过美丽的中国情人节和结婚周年纪念日呢，现在还没有明确的答案。

李凡作为一家知名服装企业的市场经理，早在今年“五一劳动节”之后就开始策划8月份的中国情人节期间的市场活动了，现在，策划已经到了实施阶段。

在李凡的《“七夕情人节”商场促销策划》中这样写道：

活动目的：渲染七夕节气氛，促进公司产品在情人节期间的销售，提升品牌亲和力。活动口号：中国情人节，你准备好了吗?活动时间：8月16日(农历七月七日，俗称七夕节)……因为篇幅所限，李凡的策划书的内容无法一一赘述，但这份策划书里突出了节日期间的“体验营销”的力度。

收入水平与生活品位的提高使得消费者的需求开始由大众消费逐渐向个性消费升级，定制式、个性化服务等成为了新的需求热点。“体验营销”则随需应变，大行其道。

忠实于“体验营销”的顾客，他们消费的已经不仅是商家提供的产品或服务，更是一种精神层面的愉悦体验，此时，价格对他们也不再敏感，他们愿意花高出产品或服务本身价值几倍甚至几十倍的价钱去购买的一种喜欢的感觉。

节日营销活动中，企业就应该侧重对消费者“体验需求”的挖掘与激发。早在节日到来之前，企业就应该组织经销商对一线终端的促销人员进行相关培训□logo设计 标志设计 商标设计 vi设计并在促销现场开辟活动区域，营造出消费生活场景，并通过专业设计的“话术”和促销人员的娴熟引导，让消费者很快进入角色，激发他“体验一把”的欲望，从而在装扮的眼花缭乱的商品柜台与琳琅满目的商品中对自家的产品“一见钟情”。

七夕，不少男士会选择送老婆或女友内衣，而男士为了不在爱人面前丢面子(尤其是一起出去买的时候)，一般不会买打折的产品，商家不可错过这个促销的机会。

单位七夕安排活动比较好篇六

20xx年xx月xx日

相约情山，挚爱今生

xxx旅游区

(一) 凡在8月16日当天来xx旅游的夫妻或情侣，入住情侣房，享受五折优惠。

(二) 游览xx并在与“爱”有关的景点进行拍摄(手机、照相机)留念的，凭图像在xx大酒店总台领取情侣照片(免费)、情侣伞或其它纪念品一份。

(三) 8月16日下午16:00-17:00在朝圣寺进行情侣祈福活动;(参加活动的夫妻或情侣在xx大酒店总台报名可领取情侣衫)。

(四) 8月16日晚20:30，在xx激情广场进行“情侣互动舞会”及篝火综艺晚会(天气不好的话，则改在c演艺厅进行“情侣ok想唱就唱”互动活动)。

(五) 本活动最终解释权归xx旅游区所有。