

十个有创意的线上活动策划(大全8篇)

十个有创意的线上活动策划篇一

感受传统文化的熏陶，丰富业主和员工的生活，增进业主与业主，业主与物业公司的'情感交流；体验过节的热闹与欢乐的气氛。

xxx物业办公室前木亭和xxx小区

正月十五

xxx

各小区业主及公司员工

- 1、场地布置：在亭子四周绑上铁丝，将灯谜吊在上面。
- 2、准备各种奖品。
- 3、配置节日音乐并拍照留念。

在xxx悬挂300条灯谜；在xxx悬挂200条灯谜；灯谜按照难易程度分为三个等级（难、中、易），猜对灯谜后按照三个等级兑换不同的奖品（奖品为洗衣粉、牙膏、水性笔等）。第1—100条灯谜到1号桌对答案；第101—200条灯谜到2号桌对答案；第201—300条灯谜到3号桌对答案。

每猜中一灯谜获得一份奖品，猜灯谜者在兑奖处确认答案正确后才能亲自取下灯谜谜题交给兑奖处并填写谜底及签名后方可领取奖品。

- 1、猜谜要有秩序，不要大声喧哗。

2、谜底未猜中，不得将谜语取下来。

3、对答案要排队守秩序，违反者取消猜谜资格。

十个有创意的线上活动策划篇二

价格折扣

错觉折价-----给顾客不一样的感觉，是优惠不是折扣货品；

一刻千金-----让顾客蜂拥而至，抢购是有限的，却带来无限商机；

阶梯价格-----让顾客自动着急，竞争无限，选择性大；

降价加打折---给顾客双重实惠，双重实惠会诱使更多的顾客销售；

匪浅；

“摇钱树”-----摇出来的实惠，让客户感到快乐，才会愿意光顾此店，带来创收的机会；箱箱有礼-----喝酒也能赢得礼物，适用于广泛应用。以上总结：喜庆元素/互动元素/实惠元素让顾客乐不思蜀！

退款促销-----用实践积累出来的实惠，此方案赚人气、时间、落差。

变相折扣

账款规整-----让顾客看到实在的优惠，比打折还有利润；

多买多送-----变相折扣很灵活；

组合销售-----一次性的优惠，同等属性货品组合销售提高

利润；

加量不加价—给顾客多一点，要顾客看到实惠。

以人为本的促销艺术

意时间点，立足点，促销方案，细节取胜；

自嘲自贬-----中年人最求实在，自曝缺点，突出优点，便宜方便；

户信任；

欢乐金婚-----既做广告，又做见证人；

寿星效应-----让寿星为店铺做广告；

英雄救美-----打好男性这张牌；

密性；

整套物品又增加了店铺销量；

新的感觉，接受这项服务且有消费的女顾客还可以享受额外的折扣和小礼品；

好效果；

心理与情感促销

货比三家-----顾客信任多一点，售前劝告货比三家提高客户的信任度；

品牌知名度。热情，燃气永不言败的销售激情

摆设促销

“绿叶效应”——新鲜水果自有顾客来，为了体现水果的新鲜，水果上带有叶子；

行之，摆设可反映出价格信息。

包装促销

故弄玄虚——满足顾客的档次心理；可以将商品包装成礼品；

心心相映的鲜花见证爱情，同样是二次包装，但可以通过活动将信息传达给

顾客。

同类产品组合销售就是最好的办法；

广告——引起轰动的促销途径

现场效应——在现场为自己做广告，眼见为实，口碑相传，邀请顾客体现互动；

挂有拜访名人的就餐照，暗示这家是名人常来光顾的店；

点名效应——让顾客关注自己的品牌，搞些公关活动提高店铺知名度；

引起大家关注。

媒体广告促销

客好奇心；

巧用证人-----真正的活广告；

名人效应-----让名人为店铺做广告；

公益活动促销

温情一元-----超市卖场的助学之旅；例如捐款资助希望工程小学；

协议，宠物店提供一周的免费粮食；

品是现金，名额有限；

有利润捐给慈善总会，以帮助地震中的孩子早日回到学校；

公关促销活动

破坏效应-----让顾客真正放心，例如：床垫让压路机压过去，证明质量；

效果展示-----让质量自己说话；

假日----黄金时间的“捞”金技巧

传统节日促销

新年红包-----春节礼品促销；

非常1+1-----清明节鲜花促销，一站式购物，方便，价格合理；

点带面；

外来节日促销

情人价格----情人节花饰促销;

平安是福----平安夜苹果促销;

圣日“圣”情----圣诞节蛋糕促销;

特定人群假日促销

三八彩头----妇女用品促销;

游戏, 答对问题赢奖品, 且在活动期间购买玩具享受折扣;

游”;

含蓄父爱-----父亲节礼品促销;

无中生有的促销魔法

开业促销

大派红包-----见者有份的促销策略;

疯狂舞会-----让顾客爱上你的店铺, 例如□ktv开业大型舞会;

步步高升-----寓意双关的游戏促销, 例如: 数码店的cs精英赛;

店庆促销

积分优待---真情回馈老客户;

自助销售---招揽更多的新顾客, 例如: 店庆时任选3件商品金额为50元;

有奖征集----店庆提升影响力, 征集广告语;

其他主题促销

幸福五胞胎----愿顾客幸福常在；

店员-----所向披靡的促销利剑

服务人员促销

美女效应-----让顾客美不胜收；

侏儒餐厅-----一笑而过的新鲜；

那么请来CC试试。” 试装活动；

促销人员促销

另类模特-----别开生面的促销场面，例如：服装店请来老年模特，宣传语“老年人的时装我们都能做好，更何况是给年轻的你呢？”

美丑分明-----给人震撼的视觉效果；

双赢模式-----做好促销员的文章；

人情促销-----满足顾客的情感需要，以促销员的亲属为借口促销；

服务-----锁定客户的促销方式

售前服务促销

样品派送-----更直接的试用感觉；

适当越位-----多给顾客一点儿；

欲取先给-----店铺服务的取舍之道；

售中服务促销

自选餐厅-----一切都为了服务顾客；

将错就错-----一切让顾客都觉得满意；

依样画瓢-----给顾客一个思路；

按需供应-----不让一个顾客失望；

售后服务促销

榜上有名-----给顾客最好的服务；

有求必应-----想顾客之所想；

无理由退货-----赢得声誉的服务方案；

免费服务促销

其他服务促销

十个有创意的线上活动策划篇三

猜灯谜、庆元宵

20xx年xx月xx日

娱乐室及篮球场

1□x月xx日前，各车间文员负责收集各种灯谜，总数量400条，
负责人：

2、场地布置：3月5日上午，悬挂好元宵节灯笼；下午下班前在娱乐室房顶拉上红丝带，将灯谜吊在上面；活动期间播放节日音乐，渲染气氛，负责人：

3[x月xx日晚，娱乐室组织猜谜活动，谜底核对、奖品发放及宣传拍摄等，负责人：

4[x月xx日晚，篮球场组织趣味小游戏，游戏积分兑换、礼品发放及宣传拍摄等，负责人：

5、保卫科负责维持活动期间的秩序，负责人：

请以上负责人于2月15号前至少开会3次讨论各负责事项的准备工作及进度，总负责人2月16号将具体活动流程交于部门经理处。

1、猜谜活动，必须是现场猜谜，不得将谜面揭下带走。

2、每个猜谜者猜一个灯谜，必须先到指定兑奖处核对谜底，确认无误后，由巡视人员取下谜面交兑奖处，猜谜者进行登记，填写所猜中谜面题号、谜底、本人姓名、部门或车间之后，方可领取奖品。

3、猜对一条谜语兑换一份奖品。为了让更多的员工参与活动，每人次限猜一条。（待讨论）

4、谜语共400条：

第1-100条灯谜到一号兑奖桌核对答案，第101-200条灯谜到二号兑奖桌核对答案，第201-300条灯谜到三号兑奖桌核对答案，第301-400条灯谜到四号兑奖桌核对答案。

6、奖项设置：

灯谜活动共设置奖品200份，猜对一条谜语获得抽奖一次，抽奖成功则兑换一份奖品，奖品兑完，活动结束。（抽奖内容按照奖品来设定）

游戏活动共设置礼品30份，礼品摆放在礼品桌，并用积分标识，累积一定积分可换取想要的礼品，礼品发完，则活动结束。

- 1、猜谜要有秩序，不要大声喧哗。
- 2、谜底猜出后，员工只需把谜面题号记住，到指定兑奖处核对答案，不能将谜面取下。猜题成功，则在谜面处做出标记。
- 3、对答案要排队守秩序，违反者取消猜谜资格。
- 4、游戏环节尽情的玩耍

1、元宵小灯笼20只， $5\text{元} \times 20 = 100\text{元}$

2、红丝带两盘， $15\text{元} \times 2 = 30\text{元}$

3、奖品200份， $4\text{元} \times 200 = 800\text{元}$

4、礼品30份，500元(可申请公司产品)

合计费用：约1500元左右。

十个有创意的线上活动策划篇四

一、方案的提出：

《3—6岁儿童学习与发展指南》提出：幼儿艺术学习的关键在于充分创造条件和机会，在大自然和社会文化生活中萌发幼儿对美的感受和体验，丰富其想象力和创造力，引导幼

儿用心灵去感受美和发现美，用自己的方式去发现和创造。

幼儿对事物的感受和理解不同于成人，他们表达自己认识 and 情感的方式有别于成人，幼儿独特的笔触、动作和语言往往蕴含着丰富的想象和情感，成人对幼儿的 艺术表现给予充分的理解和尊重，不能用自己的审美标准去评判幼儿，更不能为追求结果的“完美”而对幼儿进行千篇一律的训练，一面扼杀其想象力和创造力的萌芽。基于这一理念，我园决定在全园实行幼儿“创意美术”特色教研。

二、特色的价值：

幼儿园创意美术活动的目的并不强调让幼儿机械地习得某种美术技能，而是重点落在“创意”二字上，是指以幼儿的 生活和美术活动经验为中心，以幼儿独特、新颖的作品表现为内容，借助多样活动形式，整合多种美术表达方式来创造新颖独特的艺术形象，使幼儿大胆表现与感受美，提高幼儿自我探索的能力，促进幼儿各方面和谐发展。

二、特色的目标：

营造特色教育的氛围，拓展美术教学的思路，开展多样化的美术教学活动：如：简笔画、油画棒画、水粉画、粘贴画、蜡刮画、版画、油水分离画、泥工、纸工、吹画、点画等等，打造白沙幼儿园创意美术教学特色。

小班：通过涂涂画画、粘粘贴贴和简单的线条和色彩大体画出自己想画的人或事物。

中班：能用绘画、捏泥、手工制作等多种方式表现自己的所见所想和自己观察到或想象的事物，尝试制作亲子绘本。

大班：能用多种工具、材料或不同的表现手法表达自己的感受和想象，作画时能与他人相互配合，也能独立表现，能用

自己制作的美术作品布置环境，美化生活，能制作亲子绘本。

三、实施特色的具体措施：

1、成立幼儿园特色教育领导小组，制定特色工作计划方案，落实措施，进行阶段性的小结，组织反思活动，大家提出疑惑，共同分析问题，寻找解决的途径，领导小组期末对特色教育的开展进行单独评估，奖优罚劣，促进特色教育的稳步发展。

2、逐步加强教师基本功训练，对教师绘画、泥工、纸工等进行基本功培训（刘、涂、邓）在业务培训时加强创意美术的专题学习，全期开好三次创意美术研讨会（期初定方案，其中互相交流探讨，提出问题或困难，共同解决，期末进行总结，提出以后的方向。），不断更新教师观念，拓宽美术教学思路，提升教师美术教学水平。

3、营造特色教育的氛围，充分利用一切可用空间搞好作品展示栏，（要求室内外都有美术展示栏，幼儿人人有画作，每周更新一次），大班要有60%的小朋友能做出亲子绘本展示出来供大家共享，中班鼓励尝试制作亲子绘本。

4、优化美术资源，利用我县、我地的传统文化、建筑、景观、民情习俗作为美术特色教育的资源；同时订购各种幼儿美术教育杂志、图片等，丰富幼儿美术知识，培养幼儿的想象力和创造力。

5、带领幼儿走向大自然，仔细观察，发现事物的特征和季节的变化，通过欣赏活动，帮助幼儿分析物体的形象和轮廓，进一步促进形象思维的发展。坚持组织幼儿积累素材。

6、充实美工活动区，给幼儿准备足够的美术材料。通过“你说我画”、“我们一起来讨论”“大家来商量”等等游戏活动，帮助幼儿掌握一些基本的素材。每天进行一次创意美术

活动（小班15分钟，中班20分钟，大班25分钟），每周做好一副创意美术作品。

7、分班开展一次亲子美工活动，分年级开展教研活动，今年的环创以创意美术为主导，充分展示幼儿特色作品，六一举行全园大型创意美术展示，请家长欣赏我们的作品，参与我们的活动，一起体验成功的乐趣，给予幼儿成就感，培养幼儿自豪感。

五、预期达到的效果：

第一期激发幼儿兴趣，领会创意美术的意义，积累素材，做好家长工作以及各项准备工作，按照各年龄段的不同要求尝试制作创意美术作品。第二学期幼儿对创意美术有浓厚的兴趣，善于观察，能发现物体外观的主要特征，能制作像样的创意美术作品，全园在创意美术上能拿出成果，老师能写出创意美术的成果论文。

六、完成特色的可行性：

1、我园美术工作一直以来相当重视，我园的美工活动室也是比较成熟的，去年已经进行过两次班级亲子手工活动，家长十分重视，并且亲子活动的效果非常好。

2、我园的刘老师有美术特长，在这次特色研究中能起到很好地指导作用，我园的黄老师、邓老师、李老师都对美术活动非常感兴趣，我们的园长对于我们的特色教研十分重视，并且也会大力支持，我园是天骄园的对接园所，天骄园的创意美术是有比较成熟的经验的，我们可以多请教。

成员：黄敏安、黄曼纯、李安庄、黄凤莲

开慧镇白沙幼儿园2017年2月15日

十个有创意的线上活动策划篇五

1、在各班文化环境中布置以读书为主题的“读书园地”。出好一期相关主题的黑板报。

2、在班级中设立专门的图书角，制定借阅规章制度，选派专人管理。

1、老师做好导读工作，引导学生阅读方法。推荐读物，利用午自习开展班级读书活动。每周利用两节课的时间进行赏析，并结合语文学科教学时间进行评点。提倡个性阅读，初步教给学生读书做记号，读书做笔记的简单读书方法。要求学生将读书活动中读到的精彩片段、好词好句、名人名言摘录在“读书笔记”中，鼓励学生多写读后感。

2、让学生充分利用早晨、中午的闲散时间进行阅读，保证学生每天在校利用班级书屋中的图书至少有二十分钟的阅读时间。让学生每天晚上在家里安排二十分钟阅读时间，双休日、节假日，更要做到读书、休息两不误，使读书成为一种习惯，一种乐趣。

3、每天做摘抄笔记。每星期评一次摘抄笔记优秀奖。

4、每周早自习补充新诗。在班级的墙报上开辟“唐诗专栏”，已备遗忘。

5、进行主题阅读拓展。学习语文教材每一个单元时，学生搜集与本单元主体相关的材料，可后请学生查找相关作者作品来读，有目的的拓展课外阅读知识，以加深对文本的理解感悟及对作者的了解。

6、开展交流活动，如读学生选取一段自己较喜欢的段落，有感情地读给大家听，让大家一起分享。还可以把自己认为好看的书介绍给大家。开展好书大家看活动，学生之间和班级

间学生互相交换看书等。可以把这些作文、读书笔记贴在班级“学习园地”栏里，供大家欣赏。

1、给家长寄发《亲子读书倡议书》让家长明确课外阅读的必要性，与所需完成的任务。

2、鼓励家长与孩子共读一本书。先挑选5至10个家庭进行实验，建立读书联系卡，而后逐步推开，创设书香家庭。

3、指导家长选择图书，向家长传授和探讨家教读书经，让家庭生活因为有了“亲子共读”而洋溢温馨和活力。

1、做好环境布置,营造浓郁的书香氛围。

2、班级中贴读书标语，办黑板报，开主体队会，捐自家藏书，建班级书屋。

3、推荐专门的图书角负责人，设计好借书记录卡，制定借阅图书的有关事宜，提供读书平台。

4、让每位学生制定个人的读书计划，使他们充分合理地利用课余时间来读书。

5、做好家长的宣传工作。提倡在家庭中开展家庭阅读活动，引导孩子按本身的兴趣选择合适的读物，慢慢引导孩子扩大阅读范围，拓展知识面。

1、根据学生读书状况与程度评比“读书章”、“积累章”（可以组织学生进行班级“读书章”、“积累章”比赛并分阶段进行评比）

2、开展亲子读书交流展示会，形式：书中剧情表演、情感朗读、我与书演讲、收获展示（可以是笔记，可以是手抄报，可以是文章等等）

- 3、每月评出“阅读之星”，加星奖励。
- 4、凡是坚持读书并作好记载的孩子每周都能得到加星的奖励。
- 5、对获得“读书星”和“阅读之星”的学生进行综合评定，选出班级和年级的“读书明星”。

《窗边的小豆豆》、《昆虫记》、《森林报》、《淘气包马小跳》、《细菌.世界历险记》、《地球的故事》、《十万个为什么》、《穿过地平线》、《谁动了我的奶酪》。

十个有创意的线上活动策划篇六

店内的广告同样是很重要的，不同的位置贴设计不同的二维码，比如吧台，可以放一个支架来放置二维码图案。过道可以放一个二维码的指路牌等。店内的二维码不要千篇一律的重复，把二维码做成一种文化。

门口、菜单、吧台、名片、厕所、桌子、楼道、店面形象等。这些都是二维码的放置之处。

还有很多二维码宣传的手段，比如可以在人流量大的地方，去收二维码，叫路人扫描有些商家叫自己员工穿上卡通人物的装扮(米老鼠和唐老鸭)，去大街上和路人合影，以手机二维码。不过这需要耗费一定的人力资源，具体可以根据商家的实际情况来开展。二维码作为最主要的获取粉丝的接口，没有粉丝就谈不上微营销了。微信营销的实质是是对已有客户群体进行二次营销，正由于是已有的客户群体，所以在客户定位上就非常的精准了。

十个有创意的线上活动策划篇七

1、产品现状

产品目前处于什么样的生命周期？是导入期、成长期、还是成熟期？这是因为不同产品生命周期的运营目标是不同的。

在产品导入期，让用户快速度过新手期，成功留下来是最重要的，而在成长期，关键则是促进用户的活跃和转化。

2、活动目的

活动目的要结合产品现状，做拉新？做促活？还是要做品牌曝光？

3、活动的目标

根据活动的目的，需要制定活动目标，活动目标怎么定呢？可以从两个角度去拆解，一是过往同类活动的数据，二是根据日活情况。总之活动目标要有理有据，不要拍脑袋。

4、活动的目标用户

目标用户是谁，他们有什么样的需求、有怎样的特征，包括年龄、职业等。

5、活动覆盖范围

活动覆盖的用户群是否足够大，是否能渗透到不同的用户圈层？

6、市场热点

有没有可以结合的热点，如节假日，情人节，中秋节？有没有可以借势的热门事件？

7、活动的主题

拟定一个活动主题，主题是整个活动的主心骨，譬如小鸟微

传单在女生节推出“少女节宝宝要包包”的活动，抓住了当下流行的“少女心”心理，迅速火爆朋友圈。

8、策划活动创意和玩法

活动的创意需要围绕着目标用户来策划，可以列出几个用户最关心的问题，再进行创意策划。

其次活动是什么样的形式，参与门槛如何、参与流程是否便捷？

9、活动的规则

活动的规则是否清晰，是否有漏洞？

10、活动时间

活动时间要结合用户的使用习惯，如果你的用户是学生，那么把大型活动放在周末或者假期的话，关注的人就更多。

11、如何提高参与度

用户是否能第一时间get到活动的价值，参与活动对于用户有什么好处？

12、活动传播性

好的活动能够让用户自发传播，通过二次传播，能够提升活动的曝光量，因此要思考如何才能促使用户转发？让用户转发的原因是什么，比如能够提供谈资、树立良好的个人形象、表达观点等。

13、活动的节奏

如何让用户持续打开活动页面？活动刚开始的两天，大量的

用户涌进来，好不热闹，但是过了这几天的新鲜期，还有用户愿意参与吗？因此需要把握好活动的节奏，如果活动的时间跨度大，就一定要设置多个活动爆点。

14、活动成本

用户激励成本、活动推广成本等需要花费多少？可否置换资源，可否寻求赞助？

15、申请活动预算

活动预算是否合理？活动的roi是多少？如何向领导争取预算？

16、活动开发需求

是否需要开发活动页面，有哪些技术难点？

17、活动设计需求

活动的设计需求，一般包括活动页面设计、活动推广素材设计。

18、站内推广

有哪些站内推广资源可以利用？如何高效规划站内资源？

19、站外推广

有哪些站外资源、这些资源的转化率如何、这些站外资源需要付费吗？选择站外渠道时，最好选择用户群高度重合的平台合作。

20、活动方案

活动方案需要让上司、同事、合作伙伴能够理解你的活动，

并愿意配合你。

21、页面开发需求

活动页面需有什么样的功能点、功能的逻辑是怎样的、页面的交互如何设计才够友好。

22、活动埋点

活动需要监测哪些数据，统计维度是什么，统计维度是指人们分析事物的角度。比如，分析活跃用户，可以从时间的维度，也可以从地域的维度去看，也可以时间、地域两个维度组合去分析。

23、活动立项会

需要通知哪些部门，哪些人员参与，由谁来主持会议，会后有没有通过邮件同步会议记录？邮件或者钉钉同步非常重要，避免后面有人推诿责任。

24、风险预估

梳理出可能会面临的风险，保证活动的顺利开展。

25、风险预案

针对于预估的风险，有没有对应的风险预案？

比如开发有可能会延期，是否需要争取更多的开发资源，或者延迟活动开始时间？

1、活动分工

活动有哪些工作、由谁负责？

2、部门协作

需要哪些部门参与协作，协作的流程是怎样的？

3、活动排期

活动各项工作完成时间？如什么时候评审活动方案、什么时候完成页面开发等。

十个有创意的线上活动策划篇八

负责人和店长做好全面协作工作。收银员负责核对中奖名单。前台服务员除了做服务员工作外应该在客户上菜室、结账时提醒客户扫描二维码，并告知扫描二维码有优惠活动，还应该指导客户进行二维码关注和协助客户进行抽奖。所有员工都必须有自己的微信的号，并每天分享至少一次港湾微信公众账号的优质内容，可以是图文消息，也可以是活动界面，也可以是电子菜单。必要时建立严格的奖惩机制和任务机制。

1、针对上面说的每个员工都分享港湾的微信公众平台的内容到朋友圈，也可以建立奖励制度，如果有朋友评论或者是转发则给予奖励。

2、比如，每个服务员每天至少引导20个客户关注港湾的微信公众平台，超出后进行奖励

3、引导客户分享中奖信息到朋友圈，并进行奖励。