

最新庆祝三八节活动方案(大全7篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

庆祝三八节活动方案篇一

1、需求分析：挖掘隐性需求。众所周知，人的需求有很多种，其中隐性需求是我们认为最值得去挖掘。如何挖掘顾客的隐性需求是我们这个羡慕成功的'关键。但在这里我们要说的是，虽然这个项目并不是我们发现存在明显需求的情况下建立的，但我们经过分析认为，这是一项值得我们去挖掘的隐性需求需要我们做一些营销活动和宣传来合理地引导广大学生建立这种需求意识，从而培养学生顾客的认真度和忠诚度。

2、目标顾客分析：目标市场要有所倾斜。毋庸置疑，我们的目标市场就在经济管理系、财经系以及外语系等，由于我们所要销售的产品是护肤品，具有美容、减肥的功效，所以我们的业务将有所倾斜到这些女生较多的系。当然，男生的市场我们也不会忽略，如在恋爱中，男生们都在为送什么给女生而发愁，护肤品这种小巧的产品，正符合女生的心意，再加上我们周到的服务(免费帮客户写真心话、包装、送货)。这样我们的目标客户面就会大大的提高。

3、南洋市场情况调查情况分析：从在学院进行问卷调查的结果看，有50位同学接受了我们的问卷调查，其中有53%的受访者表示会选择护肤品消费，而其中有43%的同学表示会选择其它方式进行护肤。调查结果如下图所示：

是否选择护肤品进行消费

会选择：53%

不会选择：47%

从我们的调查结果中，我们可以得出这样的结论：护肤品在南洋学院这个市场里面，有一定的潜在的市场需求，过半的消费者选择了护肤品进行护肤保养，之所以做出这样的选择，是因为他们了解到护肤品的疗效，例如护肤品具有护肤美容的效果，同时对减肥也有一定的疗效。而另一半之所以没有选择，很大的原因是他们对这个牌子产品的疗效还不够了解，要把另一半的市场也打开，就要加大宣传，将护肤品的疗效推广下去。这样的话，护肤品在南洋这个广阔的市场的发展前景是可观的。

二、营销活动及策略

1、创业初期营销：营销渠道多。我们注重时时、处处的营销宣传活动。在实体实战前期，我们将进行大力宣传，校园内派发传单(主要针对女生群体)并同时向她们介绍该产品的功效及其用法。同时，我们也可以利用现代化网络技术的手段，如在“南洋后舍”以及在腾讯校友里面发帖进行宣传。尽可能的使更多的同学了解到我们的产品。

2、营销策略

(1)“爱情牌”。由于大学是恋爱的天堂，利用现代大学生“恋爱热”的特点.也就是说我们可以利用对产品的包装，同时帮消费者写上想对自己心仪对象想说的心理话，免费帮客户包装、送货。这一部分不仅仅是针对女性消费者，更重要的是，同时也把市场拓宽到男性消费者，从而拓宽整个南洋的消费群。

(2)“亲情牌”。接近期末，同学都会想给家人带点手信，护肤品是很适合中老年人美容的产品，它不仅具有保养年轻的作

用，还可以治疗各种皮肤疾病。对于有父母心的同学来说，花一点钱就能一表孝心，物有所值。

(3) “健康牌”。对于现在处于天气高温流行肆虐的特殊时期，特别是脸孔痘痘的扩散，使我们不得不对这个炎热的夏天天加以提防。我们将产品塑造成提高自身免疫力的策略。这样我们的产品将得到女生、男生的欢迎。

(4) “美容牌”。每个女生都有爱美之心，很多女生用尽各种美容院之道，花了不少冤枉钱，但结果都是失望而归。而护肤品就不同了，她是美容界的高手之一，它只要变一下身就能解决各种的皮肤问题，效果很好，长期使用也可以预防各种疾病。提高神经系统细胞活力，调理内分泌，增强肌体弹性，让你轻松，开心每一天。

三、产品生命周期战略预测

4□30~5□00pm为引入期，这时，了解产品的人少，销量少。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1. 快速撇脂：以高价和大量促销支出推出新产品；2. 缓慢撇脂：以高价和少量促销支出推出新产品；3. 快速渗透：以低价和大量促销支出推出新产品；4. 缓慢渗透：以低价和少量促销支出推出新产品。此阶段应尽可能采取有限的行动以控制成本，优先在经过选择的市場用统一的推广信息和风格，促使市場了解新产品的特征和优点。

5□00~5□30pm为成长期，这时，消费者对产品已经，销量增长快，市场竞争加剧，产品以定型，建立销售渠道，促销费用稳定或略有提高。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1. 开创新的细分市場和分销渠道；2. 在适当时机降低销价，吸引对价格敏感的顾客并抑制竞争。

5□30~6□30pm为成熟期，这时，销售量达到顶峰，需求逐渐饱和，销售量增长和增长率都很少，甚至下降。对于此阶段，

我们面对的营销策略主要有：1. 刺激现有客户，增加使用频率；2. 改进产品的款式、式样；3调整营销组合。

6∶30~9∶30pm为衰退期，产品销售迅速下降，消费者兴趣已转移。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1..降低销售费用，节约开支；2适当降低销售价，力争取得边际利润。3通过推广技巧，使推出的产品与竞争者有所差别，以吸引目标市场的注意力。

四、团队的介绍及团队的自身地位

我们是一支跨专业的对营销有着浓厚兴趣的热血青年，我们坚定着自己的信念，一直遵循着市场规律，我们能以“用心做事，用情做人”的态度来面对营销过程中的每一个消费者，我们始终坚定着自己的理念，严格要求自己，永不止步，团结一致，坚守着“无友情，不创业”的思路，相信我们的友谊可以驻守着我们走向成功的道路。我们希望通过此次活动进一步培养自己的综合能力，也希望在此次活动中有所收获。同时也感谢学院经管协会给予我们这个宝贵的机会，让我们在这个平台中锻炼自己，提升自我。

五、竞争对手分析

庆祝三八节活动方案篇二

一、路演的时间，地点选择恰当

至于什么样的时间，地点才算恰当，要看企业路演活动所针对的目标公众而定。并非周末，节假日才是恰当的时间，也并非市内黄金地段才算恰当的地点，要充分考虑目标受众的活动习惯，活动地点。如中国移动20xx年为推广动感地带策划了很多路演活动，地点更多的选择在大学校园内。

二、活动现场的气氛吸引人

首先，活动现场的布置必须有吸引力，近可能用气球，彩带，音响来提高现场气氛，如果所推广的产品外包装比较耀眼，也可将包装拼起来美化现场或直接制作一大型包装。

活动开始前先来一段吸引人的节目（如活动针对老年人可先来一段京剧，活动针对年轻人可先来一段活力四射的街舞）将人群聚集到活动周围，主持人趁机介绍企业，产品及开展此次活动的目的。

活动进行当中，可派人到活动周围散发精美的dm单，吸引消费者到活动现场；更好的办法则是制作大型的产品气模，请人穿上在活动周围四处游动，吸引人群。蒙牛集团在重庆的某次路演活动就曾经请了两头“奶牛”，大大聚集了活动现场的人气。

活动的内容最好有创新，不要一味的唱歌，跳舞或是模仿电视上的游戏节目。

三、产品与活动有效融合

很多企业为了聚集人气，一味的选择歌舞，游戏等活动，却忽视了对产品的宣传。为了吸引人群驻足观看，适当的文艺演出必不可少，但必须注意与产品的有效结合，不能搞成一场纯粹的文艺演出活动。

首先，现场的布置与产品结合。如要宣传产品是来自大草原，活动的背景可设计成草原风光，包括现场的工作人员穿上大草原特色的服饰。

其次，活动的内容必须与产品水乳融合。即使文艺节目或观众参加的游戏也要加强对产品诉求点的宣传。如通过跳一段蒙古舞来加强蒙牛牛奶是大草原的奶；通过剥花生比赛来加强鲁花以花生为主。

重庆知名房地产公司dd龙湖集团为推广龙湖北城天街曾在重庆市中心解放碑实施过一次路演活动，其中一个小品（演绎了龙湖一位业主身患绝症，邻居纷纷前来关照，鼓励的情节）即突破了一般文艺活动以唱歌，游戏为主的局限，又成功的将龙湖业主相互关爱，“湖大家庭善待你一生”的理念展示给观众。

最后，赠品的选择也要与产品相结合或就是产品本身。笔者前几天曾经看到统一集团为推广泡椒牛肉面开展的路演活动，观众参加游戏后，统一送出的赠品是圆珠笔，餐巾纸等，如果将赠品换成一包统一泡椒牛肉面即节省了买赠品的麻烦有相当于做了一次免费派送样品，让观众不但参加活动还品尝了产品，一举两得，效果更好。如果无法将产品作为赠品至少也应该选择与产品有关联的（如化妆品送美容手册，电脑送软盘等）或在赠品上印上企业名称作为流动广告，时刻提醒消费者。

四、活动细节考虑周到

无论策划什么活动，细节的考虑非常重要。

策划时要考虑活动实施那天气候如何；安全工作如何确保；发生意外事件（突然停电，人群拥挤）如何处理；活动时间是否合理（一般2—3小时）。

活动开始前工作人员提前到位检查一下：

舞台高度是否合理，舞台上悬挂的装饰品是否牢固，舞台是否牢固，音响是否准备就绪，赠品是否准备妥当；宣传品是否准备妥当；演员、主持人是否就绪。

一般在户外开展的路演活动要事先到当地城管办好手续，做一些必要的沟通工作，笔者以前策划实施的一次路演活动，因企业事先未与当地城管搞好工作，结果活动实施一段时间

被迫停止，大大损害了企业形象。

最后，要强调的是执行问题，策划的再好的路演活动如果得不到有效执行

所有的工作全白搭。因此事先与执行活动的工作人员有效沟通是十分必要的。而且策划者最好亲自参与到活动实施现场，指导实施，必要时做一些调整工作。

庆祝三八节活动方案篇三

xx化妆品母亲节期间双重馈送大奖等你拿

背景分析：随着人们的健康意识和美容护肤意识的增强，三八妇女节、母亲节等女性节日对于化妆品市场有很大拉动，也有越来越多的子女选择护肤品、美容卡作为送给母亲的礼物。

- 1、扩大和提高xx化妆品品牌的知名度和美誉度，为该化妆品进驻济南市场打开缺口。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、提高xx化妆品在这个季度的销售额及市场占有率。

促销活动时间□20xx年xx月xx日

家乐福、沃尔玛、欧尚、世纪联华商店的. 化妆品专柜。

重点目标消费群：

“30—40岁的中年女性”尤其是出现肤质衰老等问题的女性

辅助目标消费群：

“22—30岁的青年女性”

目标消费群特点：

经济基础较好,相对购买能力较强;消费心理成熟,较理智,日常开支具计划性。

比较注重自己的形象,细心呵护肌肤,关注自身健康和美丽;希望能留住美好的容颜,年轻常驻;容易接受新事物,并愿意尝试购买。

电视、报纸及专业杂志等媒体的忠实读者;紧贴潮流,容易信任和依赖品牌。

1. 开展“美丽常驻”促销活动

5月6日—5月13日,凡在促销期间购买xx化妆品xx元以上的客户,可凭购物小票获xx化妆品试用装一款。

2. 开展“幸运同行”促销活动

5月6日—5月13日,凡在xx化妆品专柜购买任意一款的顾客,可凭当日购物小票可获得一次免费抽奖的机会。奖品设置如下:

xx月13日在指定的大卖场里做一个”以圆母亲年轻的梦”为主题的大型互动节目。

节目内容:

1、请来广告公司安排4个关于母亲及女性有关的节目(要求有:1、给母亲的信2.小品3、舞蹈4.唱歌。紧扣主题)

2、在互动节目中主持人要主动调动气氛,让观众知道xx化妆品在母亲节有活动希望大家来购买。

〈一〉宣传与造势

1、母亲节前的宣传

提前一个星期,通过各种渠道(通过各大卖场的dm和pop)向消费者发放宣传单。

2、活动现场的宣传:

可采用海报、单页、彩旗、气球、条幅等宣传方式。

3、宣传媒介配合

(1) 报纸媒介:初步选定在《xx晚报》《xx日报》上刊登半版活动宣传广告。

(2) 电视媒介:初步选择在xx电视台,xx市电视台上播出本次促销广告。

〈二〉人员安排

(三) 场地布置

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力,每个会场安排两个年轻靓丽的女性做促销员。促销员其身要有亲和力和形象性,要带动宣传好本次活动。其次,要做好母亲节当天的互动节目的安排与准备工作。

庆祝三八节活动方案篇四

快乐女人节“美丽存折”送不停

三八妇女节促销活动是化妆品促销活动中最重要的活动之一,也是新一年的首个重要活动,要通过这个活动激发消费的购

物欲望，为新一年的销售打开一个良好的开端。

3月5日——3月12日

(1)、活动期间，凡进店者可获赠“美丽存折”1张（可抵10元现金）。

(2)、消费满38元，即可获赠“美丽存折”1张+价值38元的央视广告品牌莱妃护手霜一支。

(3)、消费满138元，即可获赠“美丽存折”5张+价值98元的央视广告品牌莱妃神奇裸妆bb霜一盒+周护。

(4)、消费满238元，即可获赠“美丽存折”8张+价值118元滋可露眼部套盒+月护。

(5)、消费满338元，即可获赠“美丽存折”12张+价值168元的央视广告品牌莱妃逆时空晶采眼精华一瓶+月护。

(6)、所有的“美丽存折”限以后购物使用，每消费50元，就可使用一张“美丽存折”，一张“美丽存折”可抵10元。“美丽存折”有效期至2012年9月1日。

(7)、凡生日、结婚纪念日在3月8日的，可凭相关证件到本店领取价值69元的央视广告热播品牌原装产品一份。

(8) 会员到场，可享受双倍积分+价值25元的滋可露女性套盒旅行装。

(1)、活动前两天以短信方式通知会员此次活动的内容，并送上节日的祝福。

(2)、准备好“美丽存折”的卡片和顾客登记手册，以便清晰记录顾客的消费情况。

(3)、活动前两天在专卖店的醒目位置和店门口打出此次活动的海报□x展架。

(4)、活动期间在专卖店周围散发传单。

庆祝三八节活动方案篇五

- 1、扩大化妆品店在当地的知名度及影响力；
- 2、树立化妆品店的品牌形象及知名度；
- 3、拉动市场，提升销量，增加新客源；
- 4、提高化妆品店及消费者的忠诚度；

9月15日到9月17日

化妆品店

促销前准备工作：

- 1、培训：活动前对化妆品店的员工进行专业指导培训，资料包括：产品方面、专业技术(体验时已有初步认识)、促销方式和技巧、派单方式、店员排班以及整个活动流程细节。
- 2、选择当地专业性强并有影响力的.媒体，在促销前一周发布促销活动相关广告造势。

广告资料包括：

a.促销时间；

b.促销目的；

c.参与者所获的实惠；

d.促销店址、微信公众号、电话、联系人等。

6、活动物品的准备：

a□产品展示台；

b□横幅、“魅力之星”榜、空白pop□

c□条件允许的皮肤测试仪及显示器；

d□如有抽奖项目要准备抽奖箱、奖券；

e□会员卡等各种优惠卡；

f□顾客资料档案、产品项目推介簿、各种宣传资料；

g□畅销产品备足；

h□相关的礼品及物料。

7、化妆品店布置工作：

a□店内主要的宣传点以及相关促销产品pop□

b□化妆品店门口横幅活动主题，店内设“每日魅力之星”光荣榜。

庆祝三八节活动方案篇六

一、活动时间：

8月20日

二、活动主题：

相约情山，挚爱今生

三、活动地点：

xxx旅游区

四、活动内容及优惠政策：

(一)凡在8月日当天来情山旅游的夫妻或情侣，入住情侣房，享受五折优惠。

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

(四)8月日晚20：30，在激情广场进行“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旅游区所有。

庆祝三八节活动方案篇七

是不是还在为错过双十一的特惠美容市场而感到惋惜，悔恨不已呢?那就不要错过这次双十二的美容院护肤品促销活动。来势汹汹的双十二，相信很多的美容院护肤品都卯足了劲想要准备大干特干一番，扬言立志想要在这场促销战争中杀出条好成绩。而双十二的噱头，就是抓住顾客在双十一中收获到了优惠的便宜，这种贪便宜的心理谁都会有。特别是对于女性来说，精打细算是家庭主妇的优良品德。所以双十二就要好好的利用消费者的这个心理，在年末时段，收获销售的高峰。

不要错过双十二

20xx年12月09——12月25日

一、前期准备

1、装修。不管是什么活动，美容院护肤品都需要营造出一个节日的氛围，经过环境的氛围的整修，也就能容易初促进美容师进行促销活动。而本次的活动的装修方案，其目的就是为了能够提高美容院护肤品整体的销售业绩，也就是说其装修的风格，要主打以产品和项目为主，哪些主打的`产品和项目摆放在美容院护肤品最为显眼的位置。给顾客一种直观的冲击，明白这些产品在节日期间有活动促销。

2、培训。只要到了活动期间，不要让顾客觉得因为是活动价，所以享受到的服务也跟着大大的打折扣。所以对于美容院护肤品也必须对美容师进行多方面的培训。活动量大，所以美容师早上必须要经过晨会来鼓舞所有员工的活力。同时店长也要强调这段时间主打推销的产品，并且也应当提高业绩的提成率，从工资上带动美容师的工作热情。

二、宣传策略

1、每逢节假日都是各大商场、美容院护肤品、快餐店进行促销活动的大好时机，所以为了抢占商机，普丽缇莎提前半个月在美容院护肤品的官网、微博、微信、论坛等网络渠道上提前一周发布关于双十二促销活动。

2、双十二的时间到整个活动进行期间，在人流密集的场所、街道以及商业主干道等，沿街发放活动的宣传单以及以及优惠券，或者在写字楼的宣传栏上粘贴宣传海报。

3、整装旗下各大美容机构，在美容院护肤品门口张贴海报，挂横幅等

4、向在店内消费过的客户发送节日祝福以及店内的十二双促销活动方案。

三、活动方案

1、双十二是美容院护肤品最终一次大型促销活动，其促销的力度不会低于双十一。凡是当天在普丽缇莎美容院护肤品直营店消费的顾客，都能够享受全场五折的优惠。而对于会员，还能够享受普丽缇莎美容院护肤品供给价值1212元的美容院护肤品产品或者项目，由会员任选。

2、活动期间，除了12号当天，凡到直营店消费的顾客，在店内加美容院护肤品官方微博微信，并且转发到朋友圈或者微博中，都有机会参与抽奖活动，多重奖品等着您来带回家。同时活动期间还能够享受全场八到五折的优惠活动，参与普丽缇莎茶话会。由普丽缇莎专业的美容师为您讲解美容手法和保养等知识，教您成为美丽达人。