

2023年母亲节纪念日活动方案 母亲节活动方案(优质5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

母亲节纪念日活动方案篇一

党煜航于xx年2月以策划人的身份对本案进行了策划和操作。

对中小型商家的商品促销有借鉴作用

我在策划此案时，最先的反映就是要即刻抓住商机，全面展开市场调查；然后经过信息的收集、整理、分析、判断后，对其进行四定位：一是目标群体细分定位。二是产品概念创新定位。三是巧借东风捆绑定位。四是渠道服务联合定位；最后达到意想不到、事半功倍的效果。

xx年我以策划人的身份，与公司策划组成员们一起就公司在母亲节期间促销活动进行了全面的策划及操作。在策划中，通过一系列的针对市场的调查分析，我提出了“公司促销四定位”的策划思路。一是对公司进行了目标群体细分定位，用“抓两头带中间”策略锁定了目标消费群；二是运用产品概念创新定位，对公司原有产品概念进行了创新；三是巧借东风捆绑定位，巧妙的与有关单位合作，通过强强联合，共同进行促销，达到了互惠互利、共同发展的目标；四是进行渠道服务联合定位，利用公司自有的渠道再加上良好的服务，从而提高公司形象。通过这一系列的实施，不仅使得公司在母亲节期间的促销活动大获全胜，而且还使公司的形象得到飞越似地提升。

“游子吟：慈母手中线，游子身上衣，临行密密缝，意恐迟迟归，谁言寸草心，报得三春晖。”、“世界上一切光荣和骄傲都来自母亲”、“妈妈你在哪儿，哪儿就是最快乐的地方”、“世界上许多事物都是假的，空的，而母爱却是真的、永恒的、不灭的”；美国国会1914年5月7日通过决议，确定每年五月的第二个星期天是母亲节。母爱是无私的，更是没有国界。母亲一生为养育儿女呕心沥血，付出的最多。这一天正是提醒每位做儿女的要永远记住母亲的辛劳和养育之恩。为了纪念这个温馨的节日，人们一般都以赠送康乃馨来表达对母亲深深的爱恋，康乃馨是母爱之花，它是慈祥、温馨和真挚的代名词。在国外在这一天康乃馨是花市里的俏销货，其销量是十分惊人的。

xx年2月初，我作为应邀作为策划人协同策划组对我市进行了一次大范围及详细的市场调查。通过两个星期的调查，我们发现：在母亲节期间的主要消费群体是25-45岁的，约占55%；其次是18-25岁的消费群体；而45岁以上的消费群体也占到了将近3%；消费者购买花卉的数目组合以1支、3支、6支、9支、12支、33支等数目为主，大约占到76%；市内其他花卉销售商在母亲节期间基本没有什么较大的促销活动，即使有也只是针对零售花店的通路促销，更多的花卉销售商及花店采取的是自然销售，从业人员营销观念比较落后。市内人们经常光顾的场所如电影院等虽然每年也搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，没有新意，而且活动宣传乏力，不到位，效果不佳。另外，在受访人群中，有56%的消费者认为每年都送康乃馨缺乏新意，不能将母亲节温馨长久留住，希望除赠送康乃馨以外，能赠送其他更时尚更有保留价值的礼品。显然，消费者的需求意味着巨大的商机。

通过这些资料的收集、整理、判断、分析后，我们首先提出了重新定位公司目标消费群市场的草案：

此类消费者都是母亲节康乃馨消费的主力人群。此类群体或是处于事业的起步期、上升期，或已事业有成，由于性格、

年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得心态尤为成熟，能深切体会到做母亲的疾苦。

此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年母亲节气氛的影响，在整个花卉消费群体中已占有3%的比例，说明其时尚心态渐起，是一支易被“感化”的群体，如果其儿女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，而且也是一个值得关注的社会现象。

他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。她将是影响b类消费群的一支“伏兵”，即不能放弃，而是要有针对性的进行市场推广。

该草案采取了“抓两头带中间”目标市场定位：即通过对a类消费群和b类消费的重点诉求，带动c类消费群的积极参与。a类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场，也是广告的主要对象。b类消费群虽然需求较小，但如果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，而且其社会影响对公司的品牌建设将十分有利。

该草案的提出获得了董事们的一致好评。

我们发现，现在正流行一种代表着中华民族深刻文化内涵且历史久远的手绣品：十字绣。“十字绣”(cross stitch)产生于中国的唐代，在明清时代尤为盛行，和中国传统的很多绣法不同，它非常地简单易学，不论男女老少都可以轻而易举地掌握它，即可长久保存，还可享受到diy的乐趣，于是乎广泛的在年轻人中流行开来，应是我们寻找的理想的载体。同时，由于十字绣是从远古传下来的女红手艺，这样就为她与母亲节的结合找到了一个巧妙的切入点，即这个针对母亲节的礼品就叫“亲恩绣”（结合市场时尚理念还可叫“亲恩秀”

或“亲恩show”)□她不同于市场上销售的十字绣，我们赋予了她全新的内涵：“‘亲恩绣’show出母亲节，亲恩不能忘怀，饮水要思源”，寓示着亲情的执著、久远。而且“亲恩绣”本身就是一个很好的卖点。

于是，我们当即就此提出了另一草案，为公司发掘出的产品进行概念更新及重新包装应市，这次草案的提出，获得了董事们的一致认可，并要求我们即刻针对所重新定位的消费群、新开发的产品制定具体的促销活动方案，及尽快实施。

于是紧接着xx年3月、4月我们就此为公司发掘出的产品进行了全新的包装组合及概念更新，具体操作如下：

xx年3月我们迅速联系了一家手绣厂，用2个月时间开发出了系列的“亲恩绣”礼品，包括“有福绣”、“爱心绣”、“牵手绣”等，并且每种“亲恩绣”都配备了时尚、高档材质的包装盒，一改以往十字绣的低档、简单的形象。但由于其技术性不强，易被模仿，因此在活动之前，我们采取了严密的保护措施，防止概念、产品的外流。

与此同时在康乃馨销售数目组合上，我们推出了多种组合，并为每种数目组合都赋予了一定的内涵。例如：

1支康乃馨：一心一意母爱永恒篇；

3支康乃馨：三生有幸母亲赞歌篇；

6支康乃馨：路路平安游子吟母篇；

9支康乃馨：长长久久慈母春晖篇；

……

虽然以上寓意早已有之，但却很少有企业在这上面下工夫、

作宣传，而在温馨的日子里推出如此温馨的数字组合，母亲定会被浓浓的爱意所感染，经久难忘。而且每种组合我们都设计了新颖、时尚的贺卡，贺卡上注名了该组合的寓意。此次活动的推出，让许多人都对康乃馨所代表的深刻寓意加深了印象，极大的调动了消费者购买的积极性。甚至有部分消费者在5月10日电话咨询每种数目的寓意。效果可想而知。

针对每类目标消费群，我们又推出了三大篇章：

1、妈妈我长大了篇：针对18---25岁的a类消费群，产品组合：6支康乃馨+1个“有福绣”+烫金贺卡。

2、妈妈我爱您篇：针对25---45岁的c类消费群，产品组合：33支康乃馨+1个“爱心绣”+烫金贺卡。

3、妈妈我感激您篇：针对45岁以上的b类消费群，产品组合：12支康乃馨+1个“牵手绣”+烫金贺卡。

丰富的产品组合极大的满足了各类消费者的需求，一改以往母亲节单调送花的尴尬，使母亲节变得更加富有内涵。

母亲节期间的销量是即时的，可以说，一年的光景中，这一天是最赚钱的，这一点与月饼的销售很相似。因此，公司的所有产品(主要指康乃馨和“亲恩绣”)均采取高价，具体价格(略)。

母亲节纪念日活动方案篇二

为了能在短期内尽快提高知名度，增进消费者对“xx酒庄”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“xx酒庄”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“xx酒庄”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

- 1、母亲节促销活动方案提高品牌知名度。
- 2、提高目标消费者当中的指名购买率。

- 1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经普及，但在xx地区了解这个节日的人还不多□“xx酒庄”通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解“母亲节”的消费者心目中，可以留下“xx酒庄让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

- 2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

“xx酒庄”目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

- 3、选择媒体空白时区，制造最大传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月8日当天形成高潮，活动效果倍增。“母亲节”活动包含的情感因素，以及在xx地区消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到最佳的传播效应。

(一)活动预热期

大多数人没有过“母亲节”的习惯□“xx酒庄”本身知名度也不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母

亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众“今年-月-日是母亲节”，以及“xx酒庄”在“母亲节”当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页，告知他们“母亲节”活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加“母亲节”庆祝活动。通过聘请他们作为品质监督员进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大“xx酒庄”在中高端消费者中的口碑效应。

2、有线电视台卫视台插转广告

有线电视台投放广告，告知消费者“--”-月-日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

3、50家酒店免费品酒活动

5月1日~8日，选择xx市区50家中高档酒店，在酒店大厅内设置“xx酒庄”展台，摆设小瓶装的“xx酒庄”酒，邀请来酒店内消费的目标消费者免费品尝。展台周围放置易拉宝，介绍5月8日“母亲节”当天，在该酒店内举行的活动内容，并向消费者派发宣传“母亲节”活动的宣传单页。

4□xx主要街道悬挂“母亲节”内容条幅

5月5日~8日，在xx市人流量大的街道高密度悬挂条幅，以“xx

酒庄”的名义，采用富有煽情色彩的语言提醒大家关注“母亲节”，形成浓厚的节日气氛。

5、发送“母亲节”亲情短信;短信发送活动内容。

5月5日~8日，以“xx酒庄”名义，向持有“xx酒庄”点酒卡的目标消费者发送“母亲节”精彩短信，提醒消费者5月8日是“母亲节”，以情感交流打动消费者。5月7日、8日，通过短信发送活动内容，告知目标消费者5月8日“xx酒庄”活动内容，以及开展活动的主要地点。

6、在xx高档消费场所派发宣传单页

5月6日~8日，除开展免费品酒的50家酒店之外，选择其他高档商场、娱乐城等场所，派发精美宣传单页，告知5月8日“母亲节”当天“xx酒庄”开展的活动，以及开展活动的酒店名称。

(二)母亲节促销活动方案活动执行期

经过前期的启动工作，活动进入最终执行阶段，5月8日这一天在50家酒店内同时展开，需要配备大量人员，事先必须做好培训，保证工作执行的细节。

时间：5月8日

内容：

1□□xx报》派送“母亲节”精美夹页

在xx市区的□xx报》中夹送“xx酒庄”dm单页，提醒目标消费者采取庆祝“母亲节”的行动，告知“xx酒庄”当日活动内容，以及提供的礼品承诺，促成其行动。

2、发布《xxxx报》广告

在《xxxx报》发布半版广告，以问候、致贺的方式向xx市所有母亲表示慰问，传递“xx酒庄”当天针对“母亲节”举办的活动内容，邀请目标消费者前来指定酒店内参加活动。同期“xx酒庄杯”《母亲与成长》专栏刊登征文一篇。

3、50家酒店开展“送檀木梳、康乃馨给母亲”

在“xx酒庄”指定的50家酒店内开展送礼活动：凡是在当日晚18:00??20:30，和母亲一起来酒店消费的顾客，或者带着妻子和小孩的顾客，均可获得“xx酒庄”赠送的“檀木匠”高档木梳一把、康乃馨鲜花一朵。另外还可根据顾客要求赠送小瓶装的“xx酒庄”酒。

4、母亲过生日，额外送大礼

在“xx酒庄”指定的50家酒店内为母亲过生日，除檀木梳、康乃馨以外，额外送出精美礼品一份。

母亲节纪念日活动方案篇三

一年一度的母亲节即将来临。为了让孩子懂得理解，懂得感恩母亲，开发区妇联拟于20xx年5月7日（周六）举办迎“母亲节”——“宝贝来当家”亲子活动，让开发区的孩子和妈妈可以共同度过一个甜蜜又有乐趣的亲子家庭日。现将活动通知如下：

xx公园

（一）破冰活动，并进行分组，十个孩子一组。

（二）游戏内容：

【你是我的眼】：孩子指挥蒙住双眼的家长（扮演盲人），通过各种路障，体验父母照顾孩子的不易和艰辛。

【温馨港湾】：父母和孩子一起搭建帐篷，为临时的家起名字。

【知心伙伴】：通过回答老师的问题，以对话的方式进行引导，从彼此的角度去体验孩子和父母的心理状态和变化。

【小马拉大车】：孩子穿着家长的鞋子站在起点，游戏开始，家长脚踩两块脚垫和幼儿一起交替前进，到终点后，家长穿鞋抱孩子回到起点，幼儿手拿脚垫交给下一组家庭，第二个家庭继续出发。以先完成的一组为胜。

【压力山大】：家长伏在孩子的背上，中间夹着一个气球，从起点走到终点，同时气球不能掉。然后下一组家庭接力进行。

【宝贝甜心对对碰】：亲子大比武！谁说孩子不如大人，今天我们要好好比试一下。

工作或生活在开发区的母亲，孩子要求5岁-7岁，报名家庭限30组。名额有限，请抓紧时间报名。报名家庭请将报名表附件下载填写好后回传至开发区妇联邮箱 xx□

5月5日（周四）中午12:00前。

□xx

母亲节纪念日活动方案篇四

春天，一个万物复苏的季节，而五月，又是个繁花锦簇的月份，母亲节就在这春暖花开的日子里悄悄来临，母亲就是五月最灿烂的花朵，为五月更增一份温情与感动。在人生的旅途中，母亲一生都在谱写一首美妙辛劳的歌。

随着母亲节一天天的临近，为了报答母亲对我们的养育之恩，东营新广源起亚4s店在母亲节到来之际开展母亲节感恩回馈活动。

活动一：5月8-13日来店（电）客户可获得温泉会馆游泳券2张。

活动二：5月13日当天到店女性客户获赠康乃馨一朵，当天试驾的女性客户获得温泉会馆温泉体验券2张。

活动三：5月13日当天交车客户赠送12朵康乃馨花束，当天提现客户获得温泉会馆spa体验券1张。

活动四：5月13日推出3款特价车，总经理签售外加赠送大礼包。

母亲节纪念日活动方案篇五

感恩母亲节(妈妈您辛苦了!)

母亲，是世界最伟大的称呼；母爱，是世界上最无私的情感。从小我们就在母爱的滋润下无忧的长大。受伤时，母亲是我们可以毫无顾忌的倾诉和依靠的对象。传承华夏美德——孝，演绎华夏灵魂——爱，撰写国华美德——传华夏之文明，弘扬小区文化。

通过系列活动，丰富小区文化生活，关注亲情，重温成长过程，感恩伟大母爱。让小区居民学会感恩，学会用心灵关怀。在全小区范围内，举行“光荣母亲”的评选活动，并在母亲节前夕开展慰问辖区光荣母亲的活动。希望通过这次活动，能够为大家提供一个沟通、交流和学习的平台，促进母子、母女之间的和谐交流，展示当代青年人积极向上精神风貌。

：5月11日上午9:00

小区全体居民

：在小区公示宣传栏上张贴有关母亲节的由来及历年来全国各地庆祝母亲节活动剪影。

：小区居委会

方案一：在母亲节当周(即5月的第二周)，小区开展关于讲述母爱的励志电影播放活动，小区妇代会做好相应的宣传工作，动员小区居民积极参与观看。

方案二：由各个居民小组为单位，各个小组长为负责人，分别在各小组中评选出1-2名“光荣母亲”。评选方式为推荐和无记名投票。

方案三：母亲节前夕，在小区辖区范围内，开展主题为“感恩母亲节：妈妈您辛苦了！”慰问活动。对辖区内评选出的光荣母亲和八十岁以上的优秀母亲进行走访慰问。

方案四：在辖区学校九中开展感恩系列活动。组织学生开展“十个一”活动(即，为妈妈做一次饭、洗一次衣服、洗一次脚;给妈妈写一封信或说说心里话、表演一段节目、沏一壶茶、送上一朵康乃馨、讲一个有趣的或有意义的故事捶一次背;陪妈妈散一次步。)。

方案五：动员九中广大学生以“感恩母亲、共建和谐”为主题，办一期黑板报，弘扬传统“孝道”文化。

1、继续搞好“五好文明家庭”创建活动，加强妇女的思想道德建设。

2、“母亲节”期间，动员学生为母亲做一件实事，动员居民群众为母亲办好事，如为妈妈做一次体检;陪妈妈出去旅游一次;帮妈妈解决一个生活中的难题等。

3、借“母亲节”到来之际，开展“争当八好，倡扬五情”活动，在家庭中开展争当好妈妈、好公婆、好妻子、好子女、好儿媳、好妯娌、好姑嫂、好邻里，倡扬父母养育情、夫妻恩爱情、兄弟手足情、婆媳体贴情、邻里互助情活动。