

2023年线上活动策划流程(优秀6篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

线上活动策划流程篇一

一、目的：

- 1、庆辉煌20，迎灿烂20元旦晚会
- 2、通过“元旦”晚会丰富全体员工的业余文化生活，提高凝聚力、增强团队精神，优化企业文化。

二、晚会时间地点、人数及内容

- 1、时间：12月31日
- 2、地点：待定
- 3、晚会主题：爱我晶台，共创未来
- 4、人数：公司全体员工、供应商、客户、业界好友(合计：人)

三、晚会经费预算(总计：000元)

- 1、抽奖奖品预算(合计：000元)其中：特等奖1名，奖金00元；一等奖2名，奖金002=00元；二等奖5名，奖金005=00元；三等奖8名，奖金008=00元；四等奖20名，奖金012=00元；纪念奖30名，奖金030=00元；(中奖人合计：58人)

- 2、优秀员工奖金(合计：00元)
- 3、表演节目(合计：00元)
- 4、晚会所需采购物品(合计：00)
- 5、餐费(合计：00)

注：详见附件《元旦晚会经费预算表》

四、晚会筹备组

- 1、总策划：方传秘
- 2、策划小组成员：方传秘、李x□熊x
- 3、后勤保障组：各部负责人、财务人员、行政部文员、保安员。
- 4、礼仪组：供应商接待组(x)□客户接待组(秦x)□业界接待组(戴x)□内部人员接待组(陈x)□
- 5、晚会节目组：李x
- 6、晚会主持组：(待定)
- 7、比赛活动小组□x

五、晚会现场工作人员分工安排：

- 1、场景布置人员：刘x□
- 2、晚会现场负责人：李x

- 3、晚会现场协调：李x
- 4、宾客引导人员□x
- 5、现场准备工作人员：办公室所有文员，由陈x带队
- 6、现场秩序维护：李x□保安队
- 7、比赛活动负责人□x
- 8、音响设备组：赵x
- 9、安全保障组：李x□保安队

六、元旦比赛活动时间

七、晚会筹备工作安排

- 1、总策划：方传秘负责所有活动筹备的监督
- 2、策划组：负责活动的计划编写扩流程制作，协调沟通各小组的工作。

负责人：各部门负责人

做好各部门负责人的思想工作，使其全情投入，通过他们对下属的了解帮助发掘有表演潜力的员工，从而提高员工的积极性。负责动员所辖范围内员工积极参与，发掘在娱乐节目方面有特长的员工，鼓励其报名并上台表演。选上的节目，所在部门/要给予大力的支持。

4、节目预选(完成期限：12月25日)

负责人：人力资源行政部

负责当天晚会节目的选定，保障节目质量。

5、节目排练(完成期限：20年12月01日——20年12月25日)

负责人：人力资源行政部李x

演出现场排演，音效设备设施到位，计划排演1次。

6、会场布置(完成期限：晚会当天)

负责人：刘x□

陈仕斌、孔x□张x□

负责做好晚会的舞台搭建，音响、场地及背景布置。

7、礼仪组(完成期限：晚会当天)

负责人：高x负责大堂接待嘉宾，并给予引导

8、音响设备组：

负责人：赵x负责现场音响设备安装调试和dj及碟片音乐工作

9、现场准备工作人员：办公室所有文员，由财务陈香带队

负责分配观众食品并发放到位，晚会开始前负责发放彩旗、荧光棒等互动道具，发放抽奖号码，担当颁奖礼仪，为嘉宾准备好水果、茶水，嘉宾上台时进行引导等一切有关晚会的服务性工作。

10、通知晚会嘉宾

负责人：市场部、供应链

负责填写和发出请柬(邀请函)，通知与会嘉宾准时参加晚会，嘉宾到达现场后安排其入座。(《邀请函》需确认样板格式、数量，印制完成)

11、晚会现场拍照(完成期限：晚会当天)

负责人：梅x

负责晚会前后整个过程的拍摄记录，用相机从不同角度和时间拍照，反映晚会的各方面工作。

12、协调工作

负责人□x

负责晚会的人员调动，保证晚会圆满完成。

13、物资采购与租用

负责人：方x□财务人员、采购课

负责晚会所需的食品、礼品、奖品、道具等所有物品的采购及服装租用。

14、道具准备

负责人：采购课、节目组

负责晚会各种游戏道具的准备和传递。

15、会场秩序维护

负责人：李x□行政保安队

负责观众就坐区域的划定，晚会进场、退场秩序的维护，入场观众的就坐安排，各部门/车间主管维持所在部门人员的秩序，做好安全工作。

八、颁奖、抽奖嘉宾：

负责人□a.特等奖(总经理)□b.一等奖(待定)□c.二等奖(员工代表)□d.三等奖(管理代表)e.四等奖(领班代表)

为相应的获奖者进行现场颁奖；参与(纪念)奖

九、其它筹备工作

- 1、《元旦晚会经费预算表》
- 2、《元旦晚会节目表》
- 3、《晚会奖品及物品明细表》
- 4、《晚会时间及流程表》

十、策划工作完成时间计划表

线上元旦节日活动策划方案

线上活动策划流程篇二

做好读书笔记，有助于汲取文章精华，积累有用素材，学习作文技法，提高阅读质量，最大限度地将他人的东西化为己有，从而迅速有效地提升自己的语文素养和成绩。

二、内容要充实

- 1、故事梗概类，或内容提要类

主要对象是故事性极强的作品或者长篇小说。可以分章节概述，也可以综述全文，也可用“关键词”来勾联全文脉络与要点。要注意弄清故事的人物关系、事件的前因后果及情节的巧妙安排，要达到“写后能清楚地讲给别人听”的目的。

2、材料类

材料是文章的血肉，一旦缺失，文章必然苍白无力，所以要着重积累小故事类的素材和论据类的素材。当然并不是所有的材料都要积累，要明白，“有价值的才是最好的”。一般来说，有价值的材料具备以下四个特点：一是合乎情理，有一定的思想性；二是生动形象，有一定的艺术性；三是新鲜新颖，有一定的时代性；四是丰富多彩，有一定的多样性。

3、格言警句类

包括名人名言、警句箴言、谚语俗语、座右铭、歇后语等，这些都是最精粹的语言，极富哲理性，要多方收集，多多益善。

4、精美句段类

要及时摘记与自己心灵最契合的精美句段，以后随时细细欣赏，慢慢玩味，用心模仿。这类句段是提高作文语言表达水平最重要的范本，对于这些句段，要么直接引用入文，要么巧妙化用，巧妙入文，势必大大提高作文的档次和水平。

三、对象要清晰

做读书笔记讲求实效，针对读书笔记的目的和内容，我们在阅读时要有意识选择那些“实用”的书目。根据实践经验，特别推荐以下书目：一是辞书类，如《中华妙语大辞典》

《常用谚语词典》《中华智慧话语宝典》《世界名言博引词典》《唐宋诗词典故辞典》《历代名句赏析词典》；二是精品

类，如《读者》《文摘周报》《时文选粹》《思维与智慧》《心灵鸡汤》《资料卡片》《萤窗小语》《余秋雨文集》《林清玄文集》《刘墉文集》等。

四、格式要规范

做读书笔记最好要条理清晰、格式规范，以便以后审核、查阅和引用。

首先要注明原文题目、作者、出处(书刊名、版本、期号、出版日期、页码)。

然后是正文，注意摘录时，要准确无误，当充分尊重原著，不改动、不误引，最好在摘记之后，认真校对。

最后，要对那些优美精彩的片段写出赏析文字。“赏”就是要写出自己阅读时的体验感觉。“析”就是分析并写出文章“亮点”和文字优美的成因，如诗化语言、意境化语言(立体、动态画面)、细节描写(特写镜头、聚焦法)、悬念(设悬、解悬)、对比衬托、炼字、善用修辞、旁征博引、虚实结合、情景交融、托物言志、动静结合等。一段优美的文字为人喜爱，总有某些独到的技巧手法。对这些手法进行分析与学习，必将迅速提高写作水平。之后，还要针对这则文字仿写一则文字。大量实践证明，赏析和仿写是提升作文水平的最佳捷径。

五、数量要达标

做读书笔记贵在持之以恒，三天打鱼两天晒网是不行的。必须要求自己在规定时间内搜集到不同类别的素材若干个，才能给自己前进的动力和方向。量化目标(一个学期内)大致如下：第一类10则，第二、三类各100个，第四类50则。可以再具体些：材料类——成语故事30个，寓言30个，童话10个，神话10个，其他20个；名言警句类——名句50句，谚语30个，

歇后语20个。精美句段每周至少三则，每则必须包括赏析和仿写。量化目标确定后，必须随时提醒自己，及时清点整理，查漏补缺，争取早日完成任务。

六、整理要及时

及时整理是做好读书笔记的最后关键一环。整理的过程实质上就是复习回顾的过程。可以一月一小整理，一学期一大整理。整理首先要检查自己的量化目标是否完成，格式是否规范。其次，编写好目录，可以分页码编写，也可以分类编写，即把同类素材所在的不同页码放在一起，比如精美句段，可再细分为细节传神类、细腻情思类、哲理禅悟类等。再者，可以请他人或者亲自编写序、跋，记录下做读书笔记的心得体会等。还可以进行美术编辑，在笔记的空白处加入剪贴画或插图，或者在文字周围加上花边等进行修饰。最后，为自己的读书笔记起一个好名字，如“美丽心园”“闲情偶记”等。这样自己的一部作品便诞生了。

七、补充

其他要注意的事项还有：

一是要先消化后摘抄，在理解基础上有重点地做笔记，不可胡乱抄书。

再者，不要一见到优美句子就停止阅读去抄记，可以在旁边轻轻用铅笔点一个小点，在全文看完后再“按图索骥”，把那些小点边的好句子抄好，以免打破对作品的整体理解。

最后，要放开胸怀，主动把自己的笔记和其他同学的相互交换，这样可以互相学习，互通有无，共同提高【】。

线上活动策划流程篇三

(1) “车辆信息” 清晰了解

各种车型、内饰、参数、评测都可以通过app展示给您的客户，现场来不及介绍没关系，客户回家慢慢看！特别适合户外巡演和展会。

(2) “在线预约” 轻松搞定

客户小手点几下就轻松完成试乘试驾、维修保养等“在线预约”。店里做好提前安排，客户再也不用耗费时间等待了。

(3) “免费推送、持续营销”

不花钱，活动信息通过app推送直达，图文并茂。客户还能通过微博分享给好友，形成客户间的二次营销，带来意想不到的新客户。

(4) 路线查询，只需一“点”app内置的地图可以轻松指引客户到店里来

(5) 贴心功能，“日久生情

违规查询、救援服务、停车位查询、路况查询等常用功能都能在您的app中实现，客户习惯培养出来了，自然更依赖日后在店里做维修保养！

线上活动策划流程篇四

营销思路：6月紧扣儿童节商机，展开促销，推广品牌，促进销售。

企划一：六一嘉年华，欢礼尽情享

活动时间：__年__月__日

活动内容：活动期间，凡在本百货广场童装区明示“满161元减61元现金”，单柜一次性购物累计“满161元减61元现金，再送5元游乐券+10元美食券，满322元减122元现金，以此类推，多买多减。促销细则：

- 1、本广场明示“满161立减61元现金”专柜参加本次活动；
- 2、当天电脑小票不累计不分解；即：同件商品不可拆分开单、付款
- 3、部分专柜不参加，现场醒目位置标明“本柜不参加此次活动”等字样；
- 4、团购业务、超市部、家电部均不参与此活动；百货部限童装区参与。

企划三：童心童乐，应季童装、童鞋大型特卖会

活动时间：__年__月__日

活动内容：活动期间，在儿童区众多知名品牌将举行大型特卖会；特卖会上将推出价值超150元的童装、童鞋以61元的低价回馈小朋友。

企划四：童心同乐折扣汇

特别企划五：童心童乐，精彩纷呈

1、“__杯”亲子绑腿大赛快乐招募

报名地点：__

比赛时间：__年__月__日

奖品设置：

一等奖：1名奖300元成长奖学金

二等奖：2名奖200元成长奖学金

三等奖：3名奖100元成长奖学金

参与奖：若干名奖儿童快乐礼品一份

2、“童心同乐齐寻宝”

活动内容[x月x日活动当天，凡在童装、文体区不论购物多少，凭当日电脑小票即可到宝藏树上摘取欢乐汽球一个，并扎破汽球即可寻到自己中意“宝贝”礼品1份，奖品限量，送完为止！

3、“__档”少儿宝贝达人大奖赛

报名时间：__年__月__日

预赛时间：__年__月__日

决赛时间：__年__月__日

参赛事项：__年__月__日

(1) 参赛项目：时装表演、唱歌、跳舞、武术、讲故事、书法等

(2) 参赛内容[x月x日—x月x日在本广场客服中心报名，均可参加少儿宝贝达人大奖赛[x月x日、x月x日晚按报名先后顺序轮流上台表演[x月x日晚入围选手进行决赛并对获奖者颁发证书和奖品。

奖项设置：

一等奖1名(价值500元现金)

二等奖2名(价值200元现金)三等奖3名(价值150元现金)

最佳才艺奖1名(价值50元礼品一份)

最佳上镜奖1名(价值50元礼品一份)

最佳气质奖1名(价值50元礼品一份凡参赛队员获纪念品一份!
(价值10元礼品)

线上活动策划流程篇五

1. 基本情况

红茶是我传统出口商品之一。出口额每年达××吨。目标市场主要是西欧。我××茶厂、××茶厂和××茶厂等年产红茶达××吨，可供出口额达××吨。我红茶出口的货源是充足的。

英国、德国、荷兰和爱尔兰等国是世界红茶的主要进口、转口和消费国。其中英国每年进口红茶约××吨，占世界红茶销售量的××；德国每年进口红茶××吨；荷兰每年进口红茶和转口红茶约××吨；爱尔兰每年进口红茶约××吨。

经过多年的努力工作，我红茶在英国、德国和荷兰市场虽然已具有一定的客户基础，出口业务有所发展。，但由于我红茶品质与外国红茶相比仍然是较低档次，不能适应市场的需要，交易量在这些国家年进口量中所占比重仍然很小，仅占××。而我国在爱尔兰基本上无客户基础，红茶市场尚在开发阶段。

由于去年世界红茶主要生产国继续保持高产，今年西欧红茶市场供货充实，价格疲软，买主观望，交易不旺，低档红茶生意尤其清淡，故我红茶成交进度缓慢，目前尚有相当数量低档红茶库存待售。

2. 出口指标

××××年我公司计划出口红茶××吨，比上一年增加××。

3. 经营措施

(1)要充分挖掘现有货源潜力，尽可能生产和提供品质较高的红茶现货。特别是我××厂和××厂生产的××牌和××牌红茶，要在原有品质的基础上争取进一步提高，以便在国际市场上具有更大的竞争能力。

(2)统一报盘和成交。为了统一步调，避免多头发盘，各分公司、各口岸及各红茶厂家如遇客户询盘，都统一交由我公司报盘。

(3)价格掌握。根据今年国际市场红茶的产销情况，结合我库存货源情况和推销目标，灵活掌握、力争多销。

(4)客户使用。对于英国客户利用a公司，增强其经营中国红茶的信心，发挥其推销中国红茶的积极性。同时继续充分利用b公司的推销能力。伦敦拼配商c公司与我国有直接成交业务，可在原有基础上继续进行交易。其他如d□e等公司，可继续进行接触，增进相互间的了解，但不勉强进行交易。

对德国客户，仍以f公司等几家老客户为基础，多做工作。如条件许可，也可以在专业茶商中发展一些新客户。

对荷兰客户，对茶叶专销户y和红茶代理商w□要继续巩固和发展关系。对其它几家有多年业务往来的老客户，要继续发

挥其推销我红茶的积极性，增进关系，如条件许可，也可扩大接触一些专业茶商，加深了解。

对爱尔兰，目前基本上尚无客户基矗要通过各种渠道和一切机会尽可能接触客户，在专业茶商中物色对象，建立关系，为我红茶直接进入当地市场提供条件。

(5)对付款条件，一般维持现状，继续使用××付款方式。如果遇到特殊情况，特殊要求，另外酌情考虑。

(6)佣金掌握。基本上维持现状，一般不超过××。但对英国a公司等几家主要老客户，在今年也可采取按成交量累进佣金率(一般不超过××)，以鼓励扩大成交量。

(7)包装。根据口岸现有条件对外成交。但要尽可能适应市场要求，争取提供国际标准箱以利成交。

(8)交货期。要改目前跨三个月的交货期为一个月的交货期，以提高客户购买我红茶的兴趣，进一步扩大贸易。

(9)贸易方式。继续使用原来的××和××交易方式。但根据今年的推销任务，国际市场的情况和客户的具体问题，也可以采取其他灵活的贸易方式。

(10)视今年上半年红茶外销成交情况，必要时可派一茶叶小组出访西欧，目的是扩大红茶的出口量。

上一篇：大学生志愿者服务活动总结
下一篇：街道志愿者活动月总结

线上活动策划流程篇六

“产品思维”一般在互联网领域才需要具备的思维，如果把“策划案”当成一件产品，那么生产策划案的活动策划人

就必须具备产品思维能力，像产品经理那样比任何人都要懂自己的产品，并根据用户（甲方）画像和收集的反馈意见，不断打磨升级产品，让用户（甲方）使用并为之买单。

那活动策划人怎么转变产品思维？

1、分析用户画像

这里指的“用户”是甲方，需要分析出甲方内部对接项目的各岗位人员用户画像，底层对接的人没有话语权，更多的充当角色是“传话筒”。中层管理人有话语权，但是没有决策权，高层管理人有决策权，但是影响高层决策的因素包括了自下而上的建议。由于用户角色的各不同，所以在打造产品时就需要考虑到用户体验和阅读行为。

2、学会换位思考

不懂甲方的活动策划人有很多，往往都是因为我认为的就是甲方需要的，其实不然，做方案大忌就是把甲方想得很聪明，不去推敲细节，才导致做出来的产品，甲方体验完就流失掉了。所以，换位思考很重要，站在甲方维度来思考看待问题，摒弃个人主观意识，换位思考和提案前内部会进行提案模拟场景类似，（如：专业词汇甲方是否知道，创意点是不是甲方想要的）。

3、挖掘用户诉求

甲方对策划案最终呈现出来的组成部分是什么？设计稿、报价、idea、流程设计等等，活动策划人在与甲方沟通时，就需要充分了解到甲方对活动的诉求是什么？为什么会有这种诉求的出现，是因为企业对现状不满，还是企业全年策略中的一个组成部分而已。

例如：

- 1) 甲方想花少钱干大事，
- 2) 我想花20万做一个病毒视频，
- 3) 我想花20万做一个关于七夕情人节的病毒视频，
- 4) 我想花20万做一个病毒视频，针对七夕情人节邀请有感人故事的10对情侣，面对镜头分享爱的酸甜苦辣。)

很明显，有效诉求是第四个，然后针对该诉求进行详细挖掘，多问客户的期望值，这个很重要。例如时间节点、媒介资源介入、设计风格等等，还有尽量搞清楚甲方杜绝的一些要害（如：甲方领导个人喜好）。

4、打造产品之心

一份好的策划案肯定有好的核心点，这个核心就是“主题”，如何利用主题贯穿整个活动，如果利用主题+设计让整个活动更富有体验感和氛围包装。

好的的策划案从来不是一蹴而就，而是经过时间积累和众多参与者共同打磨出来。在打造产品阶段，期间会有甲方不断提供无效需求给你，迫使你加入进去，这个时候你要勇敢说“no”不能因为无效需求影响整个方案的质量。

小结：

- 1) 分析甲方画像，不做无用功。
- 2) 换位思考，走出主观意识区。
- 3) 挖掘真实的甲方需求，分辨伪需求和真需求。
- 4) 打造核心爆款，为策划案注入灵魂。

引用一段来自于梁宁产品思维30讲的一句话“产品思维是人生的一个底层思维，拥有产品思维，能让你有一种踩在地上的自信和踏实感”。当活动策划人具备了产品思维，不再为了生产方案而去做方案，在生产方案之前就多想多听多看，这样提案成功率就会高很多。当提案成功率越高，活动策划人自信心也会大大提升。