# 策划202\_工作计划7篇

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-02-17

*有效的工作计划可以帮助我们更好地评估自己的能力和资源，合理安排工作量，工作计划应该考虑到实际工作的具体要求，以便更好地安排时间和资源，小编今天就为您带来了策划202\_工作计划7篇，相信一定会对你有所帮助。新的一年又开始了，去年我所的各项经营...*

有效的工作计划可以帮助我们更好地评估自己的能力和资源，合理安排工作量，工作计划应该考虑到实际工作的具体要求，以便更好地安排时间和资源，小编今天就为您带来了策划202\_工作计划7篇，相信一定会对你有所帮助。

新的一年又开始了，去年我所的各项经营指标在全所员工不懈的努力下都得到了完成在新的一年里，我们要总结去年我们工作中存在的不足和与一流班组之间的差距，端正态度，树立信心，在工作管理和经营管理方面取得新的进步。200x计划如下：

一、指导思想：

坚持“巩固提高、创新发展、和谐稳定”的指导思想，继续弘扬“追求卓越、服务真诚”的企业精神，以经济效益为中心，以巩固一流供电企业为主线，全方位开拓电力市场，积极主动做好电费回收，狠抓科技进步，加快客户服务中心建设，深入开展“蒙电服务进万家”活动，确保全年营销工作目标的实现。

二、200x年全公司营销工作七项目标：（详见附表）

1、完成售电量13837万千瓦时；争创14500万千瓦时。

2、实现电力销售收入6000万元。

3、平均电价完成432.1元/kkwh。

4、当月电费月结月清，电费回收率、上交率100%。

5、陈欠电费回收率24%。

6、完成大用户供用电合同续签工作

三、重点工作及保证措施：

（一）全方位开拓电力市场。一是加强对电力需求侧管理的研究，主动研究市场、分析市场、开拓市场。加强电力市场调查和营销策划，建立客户需求信息调研、大客户反馈、客户用电档案制度，全方位把握市场动态、开拓电力市场水平。二是实行电量效益工资，出台电量销售奖惩办法，做到电量销售与个人收益挂钩。

（二）加大回收电费力度，确保电费回收任务的完成。一是建立电费回收例会制度，根据实际情况制定相应措施，防患于未然，及时化解风险；二是对客户实行调研制度。定期研究欠费户的\'生产经营情况，信誉度，建立企业内容详实、数据常新的生产经营信息库，为化解电费风险提供可靠的保证；三是要加强电费的计划管理和统一管理。对新装增容欠费用户，必须在结清欠费的条件下，方可受理用电增容手续，对每月电费在5万元以上的客户，必须签定计划结算协议，确保电费的及时上收；四是加强抄表工作的管理，规范电费核算和电费的计划管理。

值此社团巡礼活动开始之际，我们公共关系协会积极抓住本次不可多得的机会。作为社团巡礼活动，我们积极准备，做了充分的准备，不仅要为公共关系协会树立品牌，而且要在全体会员中树立我们全心全意为我们会员服务的形象。

一、 活动目的

为了适应当今社会的高速发展引领师大学子时尚的潮流，加强公关技能的锻炼。我们将给参加竞选的同学一个更好的平台来展示自我，通过我们针对性地培训给出他们专业的标准，同时在一次次的比赛中不断提升自己的各种公关素质，展示师大人的骄人成绩，在比赛中取长补短，互相交流。团结、沟通、理解、合作是当代社会的要求也是我们大学生必须具备的技能，因此，本次活动愿意为我们师大人搭建这样一个平台

二、活动宗旨

“ 内强素质，外树形象，展现魅力，铸造辉煌。

” 充分展现当代大学生的形象和礼仪，素质与品格，为我校大学生树立标杆。

三、活动预期效果

我们将继续继承公共关系协会的优良传统与理念，希望能在同学心中树立一种礼仪的观念，能达到震撼他们感官的效果，以一系列的招募过程与一台视觉盛宴让他们主动地去关心和了解关于公关礼仪的有关信息，而不是被动的灌输一些他们不感兴趣也认为很枯燥的东西，我们相信活动将掀起一股“公关礼仪风”！

四、活动形式

本次活动以擂台赛的形式依次决出周冠军、月冠军及年度总冠军。

五、活动流程

周冠军评选：分为自我介绍、才艺表演、情景对话及公关创意设计四个环节。自我介绍时间为一分钟，体现了主办方试图初步考查选手综合素质的目的。情景对话，针对“现场应变能力”这个话题让选手自主选择讲述了各自的观点。才艺表演，形式多种多样，舞蹈、唱歌、即兴演讲等充分表现了选手们的风采。公关创意设计主要要求选手向主持人推销预先设计的物品并且使其在最短的时间内接受自己的物品。

第一关：自我介绍及参赛宣??

1分钟自我介绍:在短短的一分钟内把自己推销出去，介绍自己并把自己的优点和特长展示给大家。这一环节主要考察选手的表达能力，对主题的把握程度以及是否能在短时间内和他人良好的沟通等。

形象展示:在复赛前给了选手们充足的时间准备，这一环节包括：选手的精神面貌、台风、肢体语言等等。

在这一环节不仅要求选手可以全面，有个性，能较全面的描述自己。要求健康向上，有独特的风格，有创意，展现自己的精神风貌及对公关的独到见解，同时，个人的参赛感言必须紧扣公关主题，内容积极健康，展现当代大学生的精神风貌。

第二关：才艺展示

参赛选手按编号登场，进行才艺表演（自备）。要求健康向上，有独特的风格，有创意，展现自己的精神风貌及对公关的独到见解。同时，在这一环节必须能够有稳定的台风和强烈的现场氛围，充分和现场观众进行互动。

第三关：紧急应变

未被淘汰的选手就现场的氛围进行即时演讲，在这一环节主要考察选手的随机应变能力。

第四关：公关创意设计

选手现场抽取题目，五分钟准备后（其间由嘉宾表演节目）向主持人推销其抽中题目的物品，在短时间内随机应变，以多种方式展示物品的功能和价值等并说服主持人购买其物品。这一环节主要考察选手的口才，反应能力以及对顾客心理的揣摩等。

月冠军评选：分为先声夺人、知识问答、合作比拼、才艺表演、二强争霸等环节。在这次评选中，主要考察选手的竞争意识和合作意识。

第一关：先声夺人

选手逐一以统一的面具形象（遮住脸）进行自我介绍（自由发挥,展现个人特色、喜好），以自己的声音作为开场白。

作为决赛第一个环节,开局要新颖特别,吸引全场注意,因此选手在这一环节只能通过声音来打动观众，想在众人中脱颖而出就必须标新立异,设计出与众不同的自我介绍，以独特的声音和口才在短时间内吸引在场的观众。

第二关：知识问答

选手必须回答3道客观题和1道主观反应题。3道客观题包括生活、科普、文学、历史等综合知识，主观题是情景反应。

第三关：合作比拼

以安徽师范大学的历史、现状等相关内容为主题，选手事先以二人以上为一组进行分组编排，由专人辅导训练之后进行表演，通过歌舞、相声、小品、话剧等多种舞台表演方式，传达学校对学生成长和成材的关心，展现选手的团体合作能力。

第四关：才艺表演

选手自行选定形式展示自己表演方面特长。用以展现选手除口才外的其他方面的个人风采。

第五关：二强争霸

选出的二强进行最后冲刺，各回答一道主观题，内容是评价各个对手的优点和缺点，自己的长处与不足等，在抬高别人的同时，又要巧妙地令自己不被贬低，争取在观众与评委中的分数。

年度总冠军评选：分为先声夺人、知识问答、合作比拼、才艺表演、人气急升、二强争霸、颁奖仪式。在本次评选中，选手主要来自全年的月冠军，可以说全部是有过人之处的“精英”，因此，本次评选必定盛况空前，所以我们必须对选手进行各方面的综合考察。

第一关：先声夺人

选手逐一以统一的面具形象（遮住脸）进行自我介绍（自由发挥,展现个人特色、喜好），以自己的声音作为开场白。

作为决赛第一个环节,开局要新颖特别,吸引全场注意,因此选手在这一环节只能通过声音来打动观众，想在众人中脱颖而出就必须标新立异,设计出与众不同的自我介绍，以独特的声音和口才在短时间内吸引在场的观众。

第二关：知识问答

选手必须回答3道客观题和1道主观反应题。3道客观题包括生活、科普、文学、历史等综合知识，主观题是情景反应。

第三关：合作比拼

以安徽师范大学的历史、现状等相关内容为主题，选手事先以二人以上为一组进行分组编排，由专人辅导训练之后进行表演，通过歌舞、相声、小品、话剧等多种舞台表演方式，传达学校对学生成长和成材的关心，展现选手的团体合作能力。

第四关：才艺表演

选手自行选定形式展示自己表演方面特长。用以展现选手除口才外的其他方面的个人风采。

第五关：人气急升

在前台准备几个记分卡用以现场观众为自己喜欢的选手进行投票，最后得票最多的选手将获得最佳人气奖。这一环节主要是和观众形成互动，吸引全场观众参加。

第六关：二强争霸

选出的二强进行最后冲刺，各回答一道主观题，内容是评价各个对手的优点和缺点，自己的长处与不足等，在抬高别人的同时，又要巧妙地令自己不被贬低，争取在观众与评委中的分数。

第七关：颁奖仪式

主要由社团指导老师及学院领导为本次比赛的冠军、亚军、季军进行颁奖。主要用与激励同学们的积极性。

六、评选方法

大赛每一关结束由评委按照评分细则给选手评分。

评分细则，满分10分。

1、印象分（1分）：

舞台形象：包括礼仪、走姿、站姿优美、富有亲和力、气质幽雅，动作大方，表达自然。

2、语言表达（3分）

（1）口齿伶俐、吐字清晰、表达清楚、语言流利

（2）普通话标准

（3）语言具有感染力，感情表达恰如其分

3、现场表现（3分）

（1）才智：首先由选手自己抽取不同的有公共关系协会准备的题目进行回答。评委针对各个选手的表现给与其不同的关于公共关系的知识问答，并且就其回答做出相应的点评；

（2）应变能力：包括临场发挥，考虑问题的时间及情景搭配时的现场表现

4、特长才艺展示（1分）

选手因个人情况而异，不拘于形式，歌舞，乐器演奏，小品表演等均可，要求内容健康，积极向上。有一定表演功底，动作连贯，表演完整、

5、整体效果好（0、5分）

6、具有一定的创新能力（1、5分）

七、结语

本次活动为公共关系协会树立品牌、塑造良好社团文化的关键步骤，同时也可以为社会学院学生工作增添光彩，相信在团委及相关指导老师的大力帮助下，在公共关系协会全体会员的一致努力下，在全体同学的希望中取得圆满成功。

一、根据医院实际，找准策划部职能定位，充分发挥策划部应有的作用。

医院营销策划部在医院整个职能系统中应该充当一个什么角色，如何定位，这对于策划部有效地发挥职能作用是十分重要的，因此，我们对策划部的职能定位是：战略规划、市场拓展、品牌推广、客户管理、科室指导、服务培训。其主要任务是：

1、战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行分析，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。

2、市场拓展：通过拜访客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增加医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它相关项目的合作，提高医院市场占有率。

3、品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

4、客户管理：建立重点客户档案(包括团体与个人)，做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，形成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医生和护士运用数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，形成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。

5、科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。

6、服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合相关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。

根据以上职能定位，将制定策划部工作职责范围和相关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

二、利用整合营销手段，加大品牌推广力度，不断提高医院的知名度与美誉度。

整合营销是指对各种可以利用的营销手段进行有效的整合，以提高营销效果。我们要采取有效措施加大医院品牌的推广力度，在不断提高医院知名度的同时来提高医院的美誉度。具体要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的有关工作，让的群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与有关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的联系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增加经济负担的情况下，主办或者协办有关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院“明确优势项目，打造品牌科室”的思路，做好医院品牌科室、重点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专业。

5、引导专家认识扩大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧密配合，增加我院专家在各种公开场合的露面机会，尽可能创造条件让他们成为不同层次学术团体的专业委员，本专业学术刊物的编委，政府或社区有关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展“健康教育促进行动”，有针对性地开发一批健康教育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由策划部负责课程联系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医生—确定课程名称—制作课件—确定课程，建立健康课程菜单—营销科和保健科向客户推荐—举办讲座。

三、对本市其他医院的营销、客户服务工作进行调查了解，了解同行和竞争对手的服务战略与战术.

策划部人员要对本市其他医院的营销与客户服务情况进行情报搜集，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对照我们的运作办法，与所了解到的情况进行对比分析，积极吸收兄弟医院的好做法好经验，不断改进我们的工作。在全面调查了解的基础上，要写出调查报告呈交院领导，并在适当的范围内做分析报告。具体安排为一季度内对海珠区所有医院进行调查了解，二季度对市内大型医院调查了解，三季度有选择的对市内其它医院进行调查了解，四季度做出总结报告。

四、加强客户关系管理，建立客户数据库，对不同的客户进行分层次管理。

医院客户关系管理(crm)是指医院运用信息技术，并通过充分的交流与沟通，获取、保持和增加可获利客户的营销过程。客户关系管理通过将人力资源、医疗业务流程与医学专业技术进行有效整合，最终可以使医院以更低的成本，更高的效率满足客户的需求，从而让医院最大限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失去的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并牢牢地把握住给医院带来最大价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指通过搜集和积累客户大量信息，经过处理，准确掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

一、活动目的

本次活动旨在促进新老成员之间的交流及沟通。通过篮球这种集体运动，能够使成员之间减少隔阂，相处更融洽，这是一种需要集体配合的比赛，极其符合“中心一家亲，团结在一起”的含义。相信通过举办这次活动，我们新老成员之间相互认识、相互了解、相互沟通、相互信任，真正成为一家人，在今后的生活中如同兄弟姐妹

一般为中心工作一起奋斗。

二、活动准备

（一）活动场所篮球场（两个全场）

确定人员提前占用场地，确保比赛顺利进行。

（二）活动器具口哨（四个）奖杯（三个）纪念奖品（按参加人数确定）篮球（四个）医疗用品（红药水一瓶，创可贴若干）加油道具（若干）纸杯（若干）

（三）活动人员及安排裁判小组（四名裁判，两名计时员，两名记分员）

摄影（四人，负责用图片和影像形式记录这次活动）

后勤小组（八人，负责为球员提供水以及一些加油道具发放）

占场小组（八人，负责提前去篮球场占用场地，可由队员担任）

啦啦队（除上场队员外全体到场人员）

三、活动流程

（一）报名各队部长统计部内参赛人员，尽量全员参加

（二）分组a队：活动部和信息部

b队：事务部和宣传部

c队：就业部和网络部

d队：办公室和视频部

（四）赛程安排

第一轮：

进行全场比赛，分上下半场，上半场男生，下半场男女混合（每队至少两名女生），各15分钟，中场休息，由女生进行定点投篮比赛，各队出两人，每人5次，每球两分，结果记入本队成绩。

赛间趣味活动：

第二轮：

与第一轮大体相同，变化为上半场男女混合，下半场男生，中场没有女生进行投篮活动，休息5分钟。第一轮胜出者决冠军，负者决第三名。

注明：女生参赛时放宽限制，女生拿球时男生不正面防守，但可侧面干扰，男生不得断女生的接传球，女生可二次拍球，适当走步。

（五）颁奖颁奖仪式于比赛结束后当场进行，仪式完毕后所有中心成员合影留念。

（六）赛后工作比赛结束之后，各部成员进行赛场收拾，打扫赛场卫生，并将中心物品带回。

四、紧急或突发事件处理

（一）场地问题占场时要告知为中心活动，态度要友好，对给其造成的不便致以歉意。尽量早一些去占场。如果只占到一个场地的话，则轮流进行比赛。

（二）伤病问题比赛过程中要注意安全，友谊第一，比赛第二。轻微受伤在场下由医疗小组进行简单处理，受伤较严重及时送往校医院。

五、篮球友谊赛活动总结

为了促进新成员的相互了解和各部门的相互沟通，培养成员之间团队精神，增进新老成员之间的友谊，大学生事务服务中心于三月八日在篮球场举行迎新篮球赛。以下是此次活动总结：

一取得的效果：

1.新老成员参加活动的积极性高，为活动增添了不少活力和乐趣，气氛轻松愉快。

2.各部门之间相互沟通了解，团结合作，为球队胜利共同努力。

3.新老成员之间相互认识，更加了解，大家从陌生到朋友，增进了彼此之间的友谊。

4.后勤工作做的比较完善，纯净水，加油道具等及时送到场地，解决活动所需。。

5.符合中心相亲相爱一家人口号。使中心内部在快乐的氛围下，更加和谐。

二存在的问题及解决方法：

1、比赛流程中对规则不够熟悉，导致比赛场地有几次短暂混乱。

2.在趣味游戏活动中，篮球数量不够，稍稍耽误了比赛进程。

3.加油道具，纸杯有个别损坏。

4.策划时没有安排人员赛后清点物品，致使比赛结束后，有些忙乱。

针对以上问题在接下来活动中予以改进：

1.活动前将流程,规则做简单介绍使大家了解活动内容。

2.安排专门后勤小组负责赛后清点物品和清理场地。

3.号召全体成员全员参与，积极主动参加活动项目。

4.提醒大家爱护活动道具，不要随地摆放。

三对未来工作的展望：

通过这次活动的开展，中心成员们增进了了解，成为朋友，关系更加亲密；在游戏中体会到了合作的重要性，为以后的默契工作奠定了基础；对于存在的问题，作为以后工作的宝贵借鉴。

相信注入了新鲜血液之后的大学生事务服务中心将更加充满活力与动力，在全体成员的共同努力下，会更好的为农大南校区的师生服务，打造中心的美好明天。

团内各部门相互合作奠定使者团的发展基础，为了确保使者团能做好自我工作，更具特色的开展活动，我们策划部作出如下工作计划：

内部计划

一、纳新：给使者注入新鲜空气，让我们的团体更活跃，更具创造力，并且能够更好的协助老师服务同学。

二、培训：为了使新进成员很快进入我们的工作轨道而特此培训。培训后，每个人写份心得可带意见。

三、沟通交流：团内新进成员更好的融入团内生活，给大家一个沟通交流的平台。

四、总结：每次策划、活动结束后都要写份总结。 总结大会上每个人都要做份总结，总结在进入使者团的这段时间里的心得，和对以后的发展方向做出展望。

外部计划

感恩节：感恩节是我们使者团的主打品牌活动，每年都很精彩，每年都承着继承并创新的原则在不断完善这一品牌活动，所以，策划部每人都要写一份策划书，然后通过讨论确定最终方案。

一、做好纳新工作本学期伊始文艺部就举行招新活动，教育系将积极配合为文艺部吸纳优秀人才，补充新鲜血液。我们将认真考核，慎重选拔一些能够承担团内文娱活动的同学，让真正有能力的同学加入文艺部，为文艺部今后的发展打下良好的基础。

二、协助其他部门工作我们文艺部没有什么实质性的活动，但是会配合团内其他部门做好工作。

三、做好招牌活动我们文艺部的招牌活动是“相亲相爱一家人”的元旦联欢活动，希望把我们的这个活动做好，继续做下去，在期末复习中舒缓一下紧张的学习气氛，拉进团员之间的距离。

四、培养新干事文艺活动吸引了同学多方位的注意，为了顺利开展这学期工作，文艺部将大力培养新干事能力，为使者团的更好的发展奠定基础。

五、计划活动文艺部计划在十二月份举行一次全校的联欢活动，联合各个学院，进一步提高我们使者团在学校中的影响力，具体事宜将做出详细计划并实施。

十一月份还带着习习秋风的余韵，空气中依旧带着飘香，累累硕果依旧挂枝头。十一月是我部各新成员逐渐迈向成熟的过渡期，在我部老一辈的带领下，各部委逐渐熟悉本部门工作，积极认真完成各项工作，并参与校运会、我院三大机构换届仪式等几个大型活动的相关工作，得到上级领导的认可和赞扬。所以我部各成员将会继续携手并进，互相学习、互相鼓励、互相帮助，共建一个崭新的、团结互助的纪律巡检部，开拓一个属于我们的新未来。十二月份是20xx年的最后一个月份，它意味着这一年的结束，但我部会继续努力做好工作的。下面是我部十二月份工作计划：（太长）

一、主要工作

1.要求我部各成员完全熟悉自己部门的工作职能、工作要求、工作范围以及各项规章制度且要熟悉各部门的人员，合理分配好工作、学习、娱乐三者的时间，做到工作得心应手，工作学习娱乐三不误。

2.与各二级学院的校园巡检部进行经验交流，借鉴他们的经验，以完善我们部门的工作，提高我们的工作效率，达到更好的效果。

3.积极参与校园巡逻，配合学校校风校纪检查，尽力减少校园不良的现象。

4.参与学院间的上课出勤率抽查工作。（加粗的为非主要工作）

5.培养本部门各成员工作的责任心、主动性、时间观念，端正其工作态度。部门成员经常相聚，相互交流，共同探讨工作中所出现的问题，加以讨论并解决。

二、常规工作

1.每周星期三中午，我部都会派部委到学校自律委员会签到，并了解最新工作分配，及与其他兄弟学院的自律委员分会的成员交流学习，借鉴经验；

2.我部双周派部委到院办公室值日，整理卫生，并和其他部门交流经验；

3.我部积极配合校宿舍管理委员会做好每月全校性宿舍大联检和配合做好校纪校风检查工作。积极配合并协助本学院其它部门的工作，积极与各部门沟通交流，做到团结互助，互相进步。

4.为了使我院自律委员分会的工作做得更好，我院自律委员分会定期 1

召开会议，讨论自身存在的不足并加以解决。

以上就是我部的20xx-202\_学年度十二月份工作计划，我院自律委员分会校园巡检部所有成员将会尽其所能做好每项工作，相信在本部各成员的共同努力下一定能开创一条属于我们的道路。

计算机学院分会校园巡检部

20xx年11月28日

计算机学院团委审核意见：

（盖章）

活动时间20xx年12月20日至20xx年2月15日

活动主题：欢乐节日\*劲爆优惠大行动!

活动重点说明：20xx年1月、2月将是商品销售高峰，融岁末促销、元旦促销、新年促销、春节促销于一体，一方面是冬季服装、珠宝首饰、家电等当季商品的热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升商场形象。

活动内容

一、活动??

活动主题：20xx年圣诞节活动--\"购出重重温暖\"

活动时间：12月20日至20xx年1月3日(第31期快讯日期)(跨冬至、圣诞节、元旦)

活动说明：每年的12月25日，是基督教徒纪念耶稣诞生的日子，称为圣诞节，是西方国家一年中最盛大的节日，可以和新年相提并论，类似我国过春节

具体内容：

1、卖场圣诞氛围营造

a)大门口：入口两边各放两个2米、1米高的冲气圣诞老人，和2棵1.5米、1米高圣诞树等。

b)大门门框：做圣诞喷绘

c)大厅：用三层围缦定一个中心点吊一个大钟，中厅放置1.80米高的圣诞老人1个、4米高圣诞树一棵(加彩灯)做一间别墅式的房子，和草地等

d)卖场布置：天花上方挂吊钟，收银台上方挂拉花和圆花环，营业员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

e)划出圣诞商品区域，陈列各种圣诞礼品，圣诞树排成一排，配以各种彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来宣传圣诞氛围等。

2、促销活动惊喜连连!

惊喜①：海报换礼品，剪角来就送!开心圣诞节!

凡12月25日圣诞节当天营业开始，顾客只需在\*\*\*\*\*\*商场购物(金额不限)即可凭海报剪角和购物电脑小票在一楼入口处圣诞老人手中换得精美礼品一份。

换领方法：顾客凭海报剪角至本商场大门口的圣诞老人手中可换得礼品一份。礼品数量有限，先到先得，送完即止!

惊喜②：小朋友们的快乐圣诞节!

12月25日当天，凡光临\*\*\*\*商场的前500名儿童可免费获得圣诞礼物一份。礼品共500份，先到先得，送完即止。

操作说明：礼品可是卡通面具、口哨、食品部赠品等

惊喜③：圣诞限时一元区特卖!疯狂抢购区!

活动时间：20xx年12月20日至20xx年1月4日止

活动内容：可将以下类似商品列入一元区内：如圣诞小礼品、圣诞帽、袜子、手套、毛巾、巧克力、饼干、八宝粥、沐浴绵等等。玩具部做一些玩具堆头和部分特价玩具营造一个玩具节的气氛。

操作细节：可将其中三至五个商品超底价卖(每位顾客限量购买)，如原价2元现价1元之类的，每天可将超底价商品限量发售，由营运部按时段控制。但要确保这些超底价商品每天都有一至两个时段有售。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！