

学生线上活动方案创意(实用5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

学生线上活动方案创意篇一

酒店微信营销需保持24小时在线，方便发展粉丝并对粉丝的关注、提问、咨询、投诉做出反馈。推送的优惠信息由市场部负责策划。

对于已经关注酒店微信的会员，建议向布丁酒店一样只是在每周三、五发送1条信息，避免会员反感。

学生线上活动方案创意篇二

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，他们表达自己认识和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 artistic 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

学生线上活动方案创意篇三

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。

学生线上活动方案创意篇四

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

学生线上活动方案创意篇五

为庆祝xx商场成立xx周年，商场将组织开展周年庆的一系列活动，那么如何策划出有创意的活动方案呢?下面本站小编给大家介绍关于商场周年庆创意活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

一、档期背景分析：

档期背景季节特征：八月中旬北方的天气已渐渐进入秋季，秋高气爽，温差较大，中午的时候气温仍然很高，晚间则很凉爽。人们着衣季节特点不明显，相对混乱，此时的消费者购买力是一年当中相对较弱的时期。

档期背景行业特征：本月夏季商品处于折扣出清阶段，秋季商品已陆续上市，各商家都会有相应的促销活动推出。

档期同业竞争状况：本月为销售淡季，消费者购买欲望普遍不强，但我们的周年店庆，可以通过一系列的企划推广活动，拉动市场、促进销售。通过店庆活动提前打响旺季销售的战役，其他百货同业针对百货商场的店庆也会采取相应的促销应对措施。

二、档期内重要节日：

百货商场周年店庆(8月18日)

三、档期内机会要点：

“周年店庆”特别消费

夏秋之交换季消费

婚庆消费

四、阶段推广内容及实施：

(一)推广主题：华彩周年

(二)推广时间：分三个阶段：

第一阶段：预告期(20xx年8月1日—20xx年8月8日)

第二阶段：热身期(20xx年8月9日—20xx年8月17日)

第三阶段：实施期(20xx年8月18日—20xx年8月24日)

(三)阶段推广目的：

通过第一阶段预告期和第二阶段热身期促销活动的推广及健康旅游月的推出，感谢顾客多年来对百货商场百货的大力支持，又避免了店庆前的“持币待购”现象，促进了销售，为下一阶段的工作起到铺垫作用。

第三阶段实施期各种活动的推出，是真真正正地对顾客的同庆回馈，是为了与顾客一起庆祝百货商场七周岁的生日。不但使销售额有所大幅提升，又让所有的顾客得到真正的实惠。

(四) 推广内容及实施:

第一阶段: (8.1-8.8)通过报纸、广播、店内海报等多种媒体,向消费者进行店庆预告期信息告之,从而使消费者产生极大的购买欲,提升销售额。

sp活动: 绝对名品联合特卖会: 8月9日—12日在百货商场五楼开辟特卖场,推出几种品牌服装联合特卖。根据消费者的普遍心理特征,一般消费者不会在店庆前大量购物,这样就会造成所有的人都在等待店庆这一天,对前一阶段的销售会造成一定的影响,推出品牌服装联合特卖,会制造提前抢购风潮,为下一阶段做好铺垫工作。

第二阶段: (8.9-8.17)通过报纸、广播、店内海报等多种媒体,向消费者进行告知店庆期间的活动,从而使消费者产生极大的购买欲,为店庆期间的各项活动的实施打下良好的基础。

sp活动:

1 vip特惠先享: 8月1日至17日期间,进行vip用户特惠活动,对店内部分商品享受全面折扣,所有vip用户可持vip卡在店内进行消费,共同体验百货商场店庆的喜悦。主要是避免因店庆期间顾客过多,造成vip用户不愿意光顾,从而使百货商场销售额有所下降。通过这种形式可以避免以上的问题发生。

2、幸运转盘: 在热身期期间推出幸运转盘,以优惠措施刺激顾客消费,提高销售额。在8月9日—17日期间每天逢整点(限20分钟)光顾店内的顾客均可以转动转盘一次,根据指针所指的折扣,顾客获得相应的折扣数额。

3 vip店庆特惠时间: 在店庆周期间每天闭店后一小时 vip卡贵宾用户可享受无利特卖活动。主要是防止白天营业时顾客过多,造成vip用户不愿意光顾,从而使百货商场销售额有所

下降。通过这种形式可以避免以上的问题发生。

4□20xx缤纷秋装样版订货：8月初在百货商场五楼举行百货商场秋季商品定货会，通过大型的商品定货会，即联络了彼此之间的感情，又为秋季产品供应打下良好的基础。

第三阶段：(8.18-8.24)前二个阶段通过报纸、店内海报等多种媒体前期的大量地宣传，消费者已经迫不及待地要参与进来。而此时要加大当天活动的宣传，使所有的消费者都“动”起来。

sp活动：

1、折扣万岁：全场商品分档折销售。

2、满送。

3、低价特区·限时抢购：分时段、分产品限时热卖，通过这种方式有利于解决死角问题，这样就可以使百货商场各个角落的商品都能够得到更好的展示。如8：30-9：00部分鞋品限时折热卖；12：00-12：30部分女装限时折热卖；15：00-15：30部分男装限时折热卖；18：00-18：30部分皮包限时折热卖；并在dm中充分体现。

4、大吉大利转盘：在18日店庆当天分别10：18、14：18、17：18时进行幸运大转盘活动，在此时光临百货商场的顾客，将有机会转动幸运转盘，顾客转动大吉利转盘，待指针停止后所指位置的金额，即为此顾客的幸运数字，顾客可获得相应金额的代金券，此代金券只限当天使用(或在一周内有效)。

5、情真意切·vip生日同庆□vip贵宾可凭vip卡到客服中心领取店庆礼品一份，并安排专人对客户进行拜访，以表达百货商场对vip贵宾的拳拳盛意。可通过手机短信，向vip用户进行通知，也可专门制作一期报纸广告，感谢vip用户长久以来对

百货商场的支持与理解，并进行特卖活动。

五、美陈部分：

1、创意阐述：店庆周年美陈是以“鲜花”为主线，分为店内及店外两部分。

店内部分：一楼大堂为主要布置区，主要是在大堂内资生堂上方制作大型花篮，花束以火百合、玫瑰、浅色小花及绿色植被为主，以庆祝百货商场周年华诞。二楼围拦两扶梯间以火百合花、玫瑰花为背景图案，中间突出本活动主题“华彩周年”。天井四周围拦下，放置直径为50-70公分的半圆浮雕式花篮，花篮上以火百合花、玫瑰花及绿色植被组成，每个花篮相隔2.5米，两个花篮之间以纱质彩带做下垂状装饰，突出店庆这一喜庆的日子。

卖场摆放折纸火百合或模切郁金香，材质为特种纸和泡沫，上面打装饰蝴蝶结。店庆当天百货商场所有的员工头上均配带以火百合、玫瑰花组成的装饰性花环，此举即迎合了“华彩周年”这一店庆活动主题，又与店内美陈部分的火百合花篮和玫瑰花篮形成完整的统一。

卖场悬挂仿真绸质挂旗，绸挂旗在印制上采用单面印制，绸挂旗具有温馨、浪漫的感觉，同时在长春百货业中也是首创。卖场天棚以资生堂为中心用纱质彩带向四周作斜拉式装饰，纱质彩带以浅色系为主，宽度适中，飘逸的彩带，盛大的花篮，让顾客在视觉上充分体验百货商场店庆日的喜庆，从而也使百货商场的企业形象、品牌度得到良好的巩固。

店外部分：在正门两侧分别立两个华表，华表底座为木质，整体为泡沫塑型，通体塑以金色。雨答上面铺满以火百合、玫瑰、浅色的小花及绿色植被，以吸引过往行人及车辆的注意，增加喜庆效果，扩大宣传范围。在正门墙体两侧悬挂巨型对联式条幅，具体内容百货商场自定。通过店内、店外的

美陈设计，让所有的人都能体会到这是一个盛大的节日。

2、客服中心美陈：具体内容百货商场自定。

3、折扣手册—针孔式dm这是百货商场完全折扣手册，店庆周年dm将打破传统的dm形式，采用针孔式多页式印刷方式，这种印刷方式具有宜撕拉、方便、美观、便于保管等特点，不会造成消费者随便丢弃的现象，针孔式dm还有利于形成二次消费，培养顾客对百货商场的情节。发放期为店庆期间，使用期时间为店庆后。

4、纪念胸章：百货商场所有员工在店庆月期间，均佩带百货商场店庆周年纪念胸章，此举可以更好地让顾客感受到百货商场专业百货商场的优质服务。制作原料以合成原料为主，直径尺寸有43mm□58mm供选择。

六、媒体策略：

1、报纸部分：

根据阶段性要进行的一系列活动告知，让消费者有一个充分的准备时期进行购物。采用阶段性系列广告的形式，根据活动的三个推广阶段，在整体风格统一的基础上，分别做成小的阶段性系列广告。在版面创意上打破传统的呆板的版面设计形式，采用灵活的版面设计，让消费者充分了解百货商场的各种活动。

2、广播部分：

提前一周在《交通之声》广播电台，全天分7次进行循环播放15秒广播广告，内容以告之形式为主。通过电台的宣传可以扩大影响面，让更多的人可以通过各种媒体了解百货商场百货店庆的动态，让更多的人参与进来，从而提高销售额。

活动目的

- 1、庆贺xx集团进驻xx2周年了。
- 2、提升xx集团美誉度，扩大市场份额;培育一批忠诚顾客。

活动分析

商超经营追求人气的聚集，追求消费者对商超产生忠诚感。因此本次活动应以消费者为中心，没有消费者的支持，商超就很难生存下去，消费者总希望能“花最少的钱够买到最好的商品”，因此可以把“回报”作为本次活动的主题，借此来聚集超市的人气、提升超市的亲和力。

可将“回报”作为此次活动的主线，在整个活动期间通过各种渠道、各个媒体与消费者进行互动沟通，借机培育一批忠诚顾客。辅之以8月23日(时间待定)回报一中优秀教师活动、9月7日(时间待定)回报药都人活动、购物抽奖等活动。

活动主题

xx2周年，回报无极限

五、活动内容

1□“xx2周年，同结生日缘”活动

2□“xx2周年，回报无极限”之回报优秀教师

目前，在各大媒体对高考优秀的学生进行了大量的报道，而忽视了对优秀的教师的关注。但是对于商场，可能教师的消费水平要远远大于学生，教师具有良好的口碑和较强的传播力。

xx集团靠近最好的中学——一中。所以选择一中优秀高考教师作为回报的对象，将可以提升形象，同时教师的传播力将能带来更多的消费者。

凡在一中20xx年高考教师中精选10名优秀教师，每人赠送500元的购物券，并授予10名教师“荣誉顾客”称号。并在8月23日在xx集团现场举行“回报仪式”，到时邀请各大媒体进行现场报道，可以为2周年店庆日进行造势。

3□“xx2周年，回报无极限”幸运大抽奖活动

凡于8月18日至9月7日凭会员卡购物满30元以上的消费者，即可获“幸运大抽奖”的机会；普通消费者购物满50元即可获得同样的机会。消费者只要凭商场小票到商场指定的地点进行现场抽奖即可。

奖项设置：

一等奖(1人)：价值约1000元的奖品。

二等奖(2人)：价值约500元/人的奖品。

三等奖(5人)：价值约100元/人的奖品。

四等奖(10人)：价值约50元/人的奖品。

五等奖(20人)：价值约10元/人的奖品。

4、8月28日2周年店庆日

1)店庆活动本身不能吸引消费者前来购物，吸引消费者的仍是其对超市的感受以及活动提供给消费者的各种“利益点”。因此，店庆日活动简捷大气，不必铺张浪费。

2)活动内容：选择部分供货商于店庆日在门前举行适当规模的促销活动。

3)现场布置

a□在主要街道悬挂多条过街条幅。

b□活动现场：现场主题巨幅、升空气球、垂幅、宣传展板、墙体垂幅□pop等(文字略)。

5□“xx2周年，回报药都人”活动

1)“xx2周年，回报药都人”活动可以和报(广播电视报)联合开展“首届杯我和药博会的故事”有奖征文活动，活动内容如下：即日起至9月1日，将您对药博会的感想和有趣的故事，寄到报社来，我们将对优秀的作品在报(广播电视报)进行刊载，并请相关专家进行评选。

2)9月7日，对“首届杯我和药博会”有奖征文活动的获奖名单在进行现场揭晓，并邀请获奖者到现场进行颁奖，邀请知名人士作为颁奖嘉宾，届时各大媒体会进行现场的报道。

奖项设置：

一等奖(1人)：价值约500元的奖品。

二等奖(2人)：价值约200元/人的奖品。

三等奖(5人)：价值约100元/人的奖品。

参与奖(不限)：价值约10元/人的奖品。

媒体宣传

为使活动形成较大声势，活动应运用多种传播手段(报纸、电视、传单□pop等)，整合传播。采用在店庆前一周开始为店庆造势，主要策略：

1、报纸广告宣传

和报(广播电视报)联合开展“首届杯我和药博会的故事”进行报纸宣传。

在报纸上对2周年店庆等活动进行告知宣传，主要包括活动的时间和内容。

2、电视广告宣传

采用游走字幕的形式对活动的时间和内容进行宣传。

在店庆日前后几天做1钟宣传片：介绍xx集团展之路，所获成就，完美的供货渠道带给消费者以超值商品，先进的管理模式带给消费者愉悦的购物环境等。

3、传单宣传

主要印制精美的传单，关于店庆活动的时间安排和活动内容；介绍xx集团展之路；商超内的特价和打折商品表，在xx市进行大规模的发放。

共2页，当前第1页12