# 对标方案模板通用8篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-04-22

*一个合规的方案可以确保遵守法律和规定，制定活动方案能够帮助我们规划活动的宣传和推广策略，吸引更多的参与者和关注度，以下是职场范文网小编精心为您推荐的对标方案模板通用8篇，供大家参考。对标方案模板篇1一、活动目的20xx年珠宝市场总体低靡，局*

一个合规的方案可以确保遵守法律和规定，制定活动方案能够帮助我们规划活动的宣传和推广策略，吸引更多的参与者和关注度，以下是职场范文网小编精心为您推荐的对标方案模板通用8篇，供大家参考。

对标方案模板篇1

一、活动目的

20xx年珠宝市场总体低靡，局部活跃。节节攀升的金价降低了市场热度。而以打折为主的价格战千篇一律，忽视了品牌的建设和维护。

\*珠宝作为业界的翘楚，在春节期间再次强力出手，给市场带来福祉，给消费者带来福音。

\*珠宝诉求品质，演绎经典，引领时尚。此次策划活动目的是提升公司产品销量及销售额，强化品牌认知度及美誉度，同时也是部分新品的上市。

二、活动对象

孙子兵法曰“凡战者,以正合,以奇胜”。集中优势兵力，重点突破，选择节日营销的重点市场。

1.活动对象：18-35岁追求完美和个性表现、具有消费能力的时尚群体。

2.活动控制的范围：优先选择的特定区域。(一、二级市场)

3.促销的主要对象：职业女性、职业男性。重视工艺、追求时尚;注重品牌;对珠宝有所诉求。

4.促销的次要对象：注重装饰;关心质量和服务。

三、活动主题

1、确定活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。一个好的主题很关键。

我们的主题是：价格折扣+抽奖+服务促??

价格折扣：按产品的实际价值加上合理利润(40%-100%),把得到的结果除以其相应的折扣点，最终的数字作为产品定价。折扣点选择吉祥的数字：八八折、六八折、四八折。

抽奖：具体形式见“活动方式”。

服务促销：继续宣传和推出公司的售后服务。归纳为八项保证服务——保质量、保调换(可等值异地换货)、保纯度、保克重、保维修、保缩放、保清洗、保翻新。

2、包装活动主题

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动

消费者。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。

本次促销活动的主题是“高贵、尊崇、祥和”。(具体形式见小册子)

整个店面环境设置应该凸现这个主题，员工服装统一是红黄色，最好是唐装，表达春节传统、祥和的意思。

卤素灯不要耀眼，选用一些光线柔和、温暖的，但不要显得暧昧。其次，可分时段选取一些高雅、柔和、喜气的背景音乐播放。一些顾客可能没看到柜台，但被音乐吸引，而成为潜在顾客。

其它设置如吊旗、灯笼、pop、展架等要尽量凸现春节喜气祥和的气氛，同时彰显\*公司大气精致的形象。

四、活动方式

1、确定伙伴：和商场、经销商、加盟商联合，可整合资源，降低费用及风险。具体公关由市场督导负责，和商场敲定活动形式、时间和地点。利用商场春节大型促销宣传吸引自己的人气。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的.反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。建议公司在每个销售网点举办一个抽奖活动：凡是在活动期间购买\*珠宝首饰的顾客：

金额在1000元(实际结算为准，下同)以下：获得一次抽奖机会，限当天抽奖(下同)，或者直接领取安慰奖一份;

金额在1000-3000元：获得两次抽奖机会，或者直接领取五等奖一份;

金额在3000-6000元：获得三次抽奖机会，或者直接领取四等奖一份;

金额在6000-10000元：获得四次抽奖机会，或者直接领取三等奖一份;，

金额在10000-20000元：获得五次抽奖机会，或者直接领取二等奖一份;

奖品设置(设七个等级)，特等奖，一、二、三、四、五等奖及安慰奖。具体内容待商榷。

五、活动时间和地点

活动时间：20xx年1月24号——2月7号。

此次活动在\*\*珠宝公司所有销售网点同期进行。

此次促销活动在设在商场内专柜、岛柜进行。不搞场外搭台销售。

六、广告配合方式(待定)

报纸——

优点：1.信息的传播可以限制在目标区域内。

2.广告制作速度快。

3.灵活、及时，区域市场覆盖面大，能广泛地被接受，可信赖性强。

缺点：1.杂乱，针对性差。

2.保存性差，复制质量低，传阅者少。

3.浪费发行量：信息可能被送给很多永远不在市场买公司产品的人。

4.一种高度易见的媒介，竞争对手可以很快获取我们促销活动的情报。

电视——

优点：1.综合视觉、听觉和动作富有感染力，能引起高度注意，触及面广。

2.能很好地建立形象的一种媒介。

缺点：1.制作成本高。

2.干扰多，瞬间即逝，观众选择性少。

3.大多数广告只有10到30秒长，这就限制了我们可传送的信息量。

杂志——

优点：1.区域、人口可选择性，可信并有一定的权威性。

2.复制率高，保存期长，传阅者多。

缺点：1.广告购买前置时间长，有些发行量是浪费的，版面位置无保证。

2.篇幅成本和创意成本较高。

七、前期准备

前期准备分三块：

1、人员安排:要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\*点。谁负责与商场的沟通?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?谁负责产品介绍?谁负责数据记录?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。活动前对所有营业员进行培训,统一思想,统一口径，明确活动目的、意义、对象和重点。

2、展柜形象：展柜形象是一个系统的工程，在卖场中一般体现在以下方面：企业统一的v

i，起到整体形象的塑造;展柜色彩，能够吸引眼球的亮丽色彩或者彰显高贵的神秘色彩;展柜用材：衬托产品形象的材质;展柜灯箱：华丽、明亮、引人注意的灯箱;展示现场商品的pop、x展架、易拉宝等道具：可以充分展示产品个性，突出卖点;展柜现场的装饰布置：如花环、汽球、灯笼、吊旗等道具的采用，给人以灵性、活力的展示。主题烘托春节喜气洋洋的气氛，具体工作由店长和经验丰富的营业员来做。

3、备货：确定新品、促销产品、传统产品的种类，并准备充足的货源。列一个备货清单，按单清点;然后参照每天的销售数据，及时补充。

八、中期操作

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?

综合成本(低)、媒体知名度(高)、受众(多)、宣传时间(及时)及方式(切实可行)，选择当地一两个主流媒体单位。报道这次春节促销活动的主题，展示公司品牌形象。详细操作不报道，以免竞争者效仿。

十、费用预算

整个活动费用包括：活动期间员工工资(含加班费)、广告媒体费用、店铺包装费用(购买吊旗、气球、灯笼、制作条幅等)等。总费用单店控制在一万元以下。

另外还要考虑到商场的扣点。建议各个店铺负责人结合本店实际情况，参照策划方案，在活动开展前半个月，拿出详细的费用预算，及店铺包装意见，并传真给公司市场部。

十一、意外防范

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致客流减少等等。

这些意外可能影响活动

的继续进行。各店铺负责人必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。不能因为单店的意外而影响整个公司活动的进行。建立活动期间店铺主管全面负责制，并以此作为其绩效考核的依据。

十二、效果评估

活动结束后，各店铺应及时盘点库存，整理销售数据(包括销售量和销售额)，销售日志，结算商场扣点，统计购买者情况(大概年龄、性别、穿着、陪同者人数、消费金额)，实际总费用(包括明细帐)等。

从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

各分店按照以上要求认真总结，将结果在促销活动结束后一星期内反馈给公司市场部。

对标方案模板篇2

xxx酒店通过两大阶段实现招募粉丝到口碑分享、优化服务目标，占领了同类型酒店的营销先机。

第一阶段：资源整合，立体招募价值粉丝/会员

用喜达屋自有资源(酒店内宣传物料、官网、官方微博、百度搜索品牌专区等)，以二维码作为导入口，吸引品牌兴趣粉丝;同时借助微信的周边功能覆盖酒店附近高价值用户，成为微信平台第一个同时运用“摇一摇”、“附近的的人“功能的企业。微信用户一旦与spg俱乐部微信账号建立好友关系，不仅可以收到最新活动信息、酒店优惠、在线预订等服务，还有机会抽奖赢得澳门免费酒店住宿以及参与“欢享之夜”预订酒店赢积分活动。

第二阶段：动静结合，智能维护

静：内容吸引，口碑分享。贴合spg会员尊贵身份和阶层品位，软性传递spg酒店和会员活动，让每一条传递信息做到具有价值性而不是打扰。让微信好友在获得利益信息的同时，不断增强对spg俱乐部以及喜达屋集团的品牌好感。为了更好的激发spg好友在微信分享， 前期招募期通过澳门免费酒店住宿大奖吸引，刺激和激发粉丝主动分享给自己手机及社交朋友。

动：真人客服。spg俱乐部官方微信实现与喜达屋强大的客服中心对接，率先实现真人化专业客户服务，让spg尊享服务始终伴用户身边。

智能：定制化技术开发，智慧管理数据

1、官方会员注册引导：开放官方微信接口，用户通过微信即可注册成为spg俱乐部会员，让潜在需求在第一时间实现转化。

2、关键词自动应答：基于微信公众帐号的自定义接口开发，实现关键词自动应答信息的菜单式管理设置，实现精准便捷的客服响应，优于现有公众帐号后台手动管理。

3、数据智能化管理：基于微信的消息接口开发，实现客人咨询提问批量导出、好友分组管理等多重数据管理技术，为品牌后续推广提供数据化支持。

从20xx年10月中旬开始，运营上线54天，增加微信号好友超20xx0人，访问酒店会员活动网站超过60000人，吸引新注册会员达5930人，用户微信咨询超过6000次，共达成1192份意向订单 。并且喜达屋酒店集团成为首家运用微信客服的国际酒店品牌，明显提升品牌忠诚度、喜好和体验度、参与度 。

对标方案模板篇3

目标

增强团队的凝聚力，让学员了解一个群体内各个成员的角色和责任，增强团队成员的责任感和荣誉感：

启发想象力与创造性，提高解决问题的能力；

树立相互支持配合的团队精神和整体意识，增强团队的凝聚力；

认识自身潜能，增强自信心，克服心理惰性，磨练战胜困难的毅力增进了解与沟通；

提高创新意识；

通过团队游戏培养良好的心理素质、提高相互间的配合与沟通、打破人与人之间的隔膜、熔炼团队、建立友谊、挖掘潜力、释放激情。

培训计划

09：00抵达基地

09：30精神整装，闯拓展培训第一关

[破冰]

形式：15—20人组成一队，自我介绍

选队长：主要领导者

起队名：队伍的名字、队伍的文化和理念

编队训：放下压力、敞开心扉

设计队徽：本队的标志、前景与展望

设计队旗：旗帜飘扬，代表着整支队伍，代表着“1”代表着我们不败的信念

编队歌：表现创造力、展示活力、焕发激情[破冰训练]

目标：

用特殊的形式相互了解，团队成员“融冰”

形成热烈的团队氛围，为接下来一天的培训做好心理准备

了解学员状态，使学员初步熟悉培训形式

10：30户外场地培训，有效沟通与协作

[孤岛求生]

项目介绍：

将每队学员分为三组，安置在不同的岛屿上（珍珠岛、聋哑岛、盲人岛），在规定时间内完成各项任务，其中一项任务贯穿三个岛屿。

12：00午餐

13：30场地挑战类项目

[挑战no1]

现代团队越来越重视团队与成员之间的情感交流和对个人归属感的培养，而拓展则是实现这一目标非常重要的一环！

加深个人对团队的感情；

增进队员之间的沟通和交流；

增强队员之间的团队协作意识；

创造企业内积极向上的工作氛围，提升队员士气！

a能量传输

规则：利用所给工具在制定人数后将“能量”传送到终点在“能量”向前运动过程中，禁止回流触手和掉落停止。如出现犯规将退回起点从新开始。

目的：提高整体协调能力，体现领导意识。

b巧接彩球

规则：在规定范围内其中将彩球通过反弹，另一人将其接如容器整个过程不允许跨越教练所指定区域接球人不允许身体任何部位接触彩球，当彩球空心落入容器成功目的：互动娱乐

c不倒森林

规则：教练给予统一口令，所有队员围成一圈人与人相隔一秆所有队员右手后背不允许接触手中工具完成7次以后且手重工具不倒成功

目的：整体的协调能力信任的重要性

d激情鼓掌

规则：挑战no1的最后一项所有人围成一圈以鼓掌形式进行每队将总结4字代表自己团队的口号在教练所述规则完成在整个过程中需口径一致如有先后便从头在来最短时间完成者为获胜。

目的：领导力团队合作力思维方式互换

16：30总结与评估

介绍：每个队派代表展示一天培训的收获培训师对一天的活动总结颁发证书培训评估

目标：经验分享，理论总结树立“大团队”观念，团队气氛再一次达到高潮评估培训效果

17：00返程

活动注意事项

1所需设备和资料：由基地负责提供，需要特别通知个人携带的物品另行转告；

2在计划实施前将本次活动预先告诉参加的员工，以尽早做好准备；

3安全第一，严格按培训中规定内容行事，发扬团队协作精神，服从培训师和基地教练的统一安排，否则后果自负；

4参加者身体健康，有一定体力保证；有心脏病、高血压史者不参加高空项目；

5着装要求：所有参训人员必须穿宽松的运动装或休闲装，必须穿软底运动鞋，女士不能穿裙装；

6培训期间，任何人不得饮酒；

7培训课程可根据时间、天气、安全等因素做出相应的调整；

8参训者需妥善使用和保管各种培训器材，如有故意损坏，必须按价赔偿；

9注意环保，不乱扔垃圾，不破坏植被，不随意浪费食品，共同保护基地及周围环境的清洁，自己的垃圾自己带走；基地内严禁吸烟；饮用水采取空瓶换新瓶方式。

对标方案模板篇4

猜爸爸妈妈（４－６岁）

目标： 加深亲子依恋之情，培养孩子热爱自已父母的情感。

准备： 小椅５－６把，蒙眼巾５－６条。

玩法： 幼儿５－６人，蒙眼坐成一排，父母分别走到幼儿面前，主持人说出此人特征，如发式，衣着，由幼儿猜出自已的爸爸妈妈。

注意： １：猜不着时可以让幼儿听被猜人的声音。

２：猜对时可由父母对孩子做亲昵的动作，以表示奖励。

大西瓜、小西瓜（５－６岁）

目标： 增进亲子情感交流，培养对学习的兴趣。训练反应的灵敏性。

玩性： 家长和孩子面对面站立，家长说：\"大西瓜\"，孩子就做\"小西瓜\"的手势。家长说：\"小西瓜\"，孩子就做\"大西瓜\"手挚。错者淘汰，最后未被淘汰者为胜。 每二次游戏开始后，互换角色进行。

注意：

１：此游戏也可由主持人发出信号，家长和孩子一起做。

２：可别选一些词语，如高、矮、胖、瘦来进行这种游戏。

小鸡出壳

一、游戏对象：

2.5-3岁幼儿及其父母。

二、游戏目的：

培养孩子动作的灵活性、细心和自信心。

三、游戏材料：

大张的废报纸若干，每张画大鸡蛋，分散放在地上。

四、游戏方法：

让孩子发令说：“预备——起！”父母和孩子赶快拿起报纸，小心机灵地从蛋中间撕破一个洞，然后将头、肩、躯干和脚从报纸中钻过，再跨出报纸。发出“叽、叽”声，一只小鸡肉孵成了。可以接着再撕再钻，要是将报纸撕破了，就算失误。最后孵出小鸡最多的人为优胜。

传达室动作（４－６岁）

目标：体会亲子共同游戏时的平等，和谐的愉悦。

过程： 父母孩子围坐在一起，由一人做一个动作如拍肩，每二个人跟做此动作，当第二个人做完后，第一一个有接着做其它动作，第三人跟第二人传的拍肩的动作，看能传多久动作不断。

注意：

１：至少三人参加此游戏，所传动作最好是手上动作。

２：做传的动作前双手合拍一次，保持拍手两个重复动作的节奏，速度由慢到快，初玩时可将所传动作做几遍才换。

毛毛虫（4至6岁）

准备小呼拉圈两个，每个家庭派出一个小孩和两个大人，三人排成一列纵队，第一个圈套在前面两人身上，第二个圈套在后两人身上，比比哪组跑完规定路线，为了增加难度，可在路线上设置独木桥、山洞等障碍物。

活动一： 踩气球

利用资源： 水池

参加对象： 10个大班家庭

目标： ①锻炼幼儿小腿肌肉； ②培养幼儿勇敢精神和合作能力。

准备： 气球若干、气筒10只、毛巾若干、塑料筐20只

玩法：

一、活动身体：重点脚及小腿按摩。

二、吹气球：母（父）子合作吹气球，在规定时间内比一比，哪个家庭吹得多。（让幼儿数数，比较，给最多家庭发一样小奖品）

三、水中踩气球：

1、 把气球仍进水池里：母（父）子比赛，看谁仍得远。

2、 踩气球：母（父）子在水中踩气球，数一数，踩破了几只气球？

四、放松身体：用毛巾擦小腿，母（父）子互相交流。

建议： 为幼儿准备好更换的裤子。

活动二：摘果子

利用资源：大树

参加对象：个中班家庭

目标：

1、练习向上跳跃的动作。

2、通过练习发展幼儿的创造性和动作的协调性。

准备： 自制水果若干挂在树枝上，略高于幼儿、家长一手臂。篮子20只。

玩法：

一、活动身体：重点下肢运动

二、摘果子：

1、看一看树上有什么果子？

2、按家长的要求摘不同数量、不同的果子。

3、母（父子）子一起摘果子。在规定时间内比赛哪个家庭摘得最多。

三、数果子：数一数谁摘得多，一共摘了多少只。

建议： 教育幼儿爱护树木，不拉树枝。

对标方案模板篇5

一、概要

某礼品开发和策划机构曾经专门就礼品市场对数千人做过调查，一个人一年中送礼次数最高的达到267次，最少的两次，平均为3.9次。在送礼金额中，最贵重的达到1288元，最便宜的11元，平均35.6元。按照上述数据，推算礼品市场：全国人口13亿×每年送礼人次3.9次×每人次送礼金额35.6 元=市场容量为1805亿元。情感是具有普遍意义的概念，它包含亲情、友情和爱情。情感无处不在，凝聚在同学、同事、战友、师生、上下级、父母、兄弟、姐妹、长辈、晚辈、知己、情侣、爱人……等关系中，人们表达感情的方式，最简单、最直接和最有效的方法是赠送礼物，情感礼品行业是一个充满诱惑力的新兴产业，作为新的经济增长点，发达国家已逐步走向成熟，各种档次的专卖店，销售点星罗棋布，各种层次，各种款式的产品充分满足了日益增长的市场需求。而在国内，这一行业尚处于初期发展阶段。其市场潜力巨大。

二、公司描述

1.公司名称：西安市新锐商贸有限公司--x98工艺礼品专业连锁店

2.公司宗旨：让快乐相伴相随，将平价进行到底

3.公司服务：一份礼品、一份心意、一份祝福、一份快乐

4.公司形式：股份制

5.公司经营方式：自主连锁经营

三、公司经营策略

1、行业现状

一方面是专门围绕生日主题开设的生日礼品专卖店和时尚饰品连锁店.目前在西安主要有“广州多彩”“爱情氧吧”、“快乐365”、“花样年华”、 “5151”“色可儿”“阿呀呀”“时尚青年”等等.经营方式以加盟形式，其价格较高，平均利润率至少在50%以上，有的高达100%甚至200%以上。管理体制也不完善，各盟店发展不均衡，没有真正形成规模效益。

另一方面是传统的个体店或夫妻店.其经营虽存在了多年，但都形不成规模，没有品牌效应，知信度低，经济效益也不是太理想，只当是养家糊口的一种谋生手段。

2、市场分析

据调查，目前有三种送礼现象：一是一些企业把为员工过生日作为提高企业凝聚力的重要手段，这种现象非常普遍;二是一些商务人士纷纷把生日送礼作为业务往来的亲情筹码，大打亲情牌;三是在学校，为同学过生日，已经成为一种风气蔓延开来。这三种现象导致了送礼的范围已经超越了过去单纯的亲情、友情和爱情的范畴，尤为学生送礼。西安市有各类高校、民办及其他高等教育机构100多个，在校学生达100多万人。这就使礼品市场变得更广阔。

3、经营模式

以自主经营专业店的连锁形式进行策略扩张，针对大学生消费市场，集中主力于大学周边商业街大学城开设专业店，充分利用当地的批发商以铺货分期结算的方式进行合作。进行品牌推广，力争在三年内把公司品牌做大做强，进而较快的推动公司滚雪球式的发展。

4、营销策略

实行“统一店面、统一品牌、统一形象、统一采购、统一售价、统一服务质量，统一的管理体系”等进行全面统一的管理。打造规模效益。

四、竟争分析

1、竞争对手——“个体店”“夫妻店”。他们的经营理念比较落后，市场经济意识和法律意识都比较淡薄，因此，他们经营的局限性壁垒比较大，“小农思想”比较严重，故其所经营的商品质量得不到保证，进货渠道比较杂乱和局限，品种单一，服务较差.同时，商品的时尚性新颖性不强，特别是不能吸引青年一代的个性需求。而作为连锁店则是以强大的资金实力和“统一”的运做模式来作为后盾，从进货源头上就把住了商品的质量关，以及从流通等各方面着手降低了商品的成本，进而以更优惠的价格，更好的商品来面对消费者。同时连锁店可进行一些促销活动，以及做广告宣传，而“农家店”“夫妻店”是各顾各，一般只停留在传统的口碑上。且他们的店面较小，从几方面上看他们都是不能与之相抗衡的，加上购物环境的不胜理想，不能给消费者提供更好的购物享受和自由度。

2、竞争对手生日礼品专业店和时尚饰品店。具有一定的规范化、规模化、专业化，其产品也较时尚、个性。但其价位较高，利润空间大。而且其加盟公司实力存在较大差异，管理体制不健全。尤其有些公司，只注重发展加盟店的数量，收取加盟费。而忽略了加盟店的扶持、跟进服务和区域保护。造成了加盟店的后期管理混乱，发展不均衡，难以统一，各自为阵，从而失去了加盟连锁的优势和规模效益。而作为专业连锁店，没有中间环节直接管理，连锁经营。拥有更加丰富的产品储备，更加专业化的经营，更加实惠的价格，更加人性化的服务。从而最大地满足人们个性化、时尚化的送礼需求，解决送礼难，送好礼更难的现实困难。一份礼品、一份心意、一份祝福、一份快乐，传导快乐消费理念，引领快乐消费新潮流。与此相比具有较强的竞争性。

五、经营要点

1、员工要求：a.营业员：诚实守信，有责任心、上进心，有较强的表答能力和敬业精神;

b.店长：必须从事营业员工作满六个月，经考核合格方可当任。

2、人员配备：一星标准店长一名，副店长一名，营业员2名(50平方米)。

3、薪酬体系：建立人性化工资体系，工资奖金动态分配，员工可参股分红。最大限度留住人才;

4、用人原则：充分给予每个员工以信任和机会，用其所能，用尽所能;

5、店铺规模：一星标准店50-100平方米，三星形象店100-200平方米，五星旗舰店200平方米以上;

6、定价原则：a.新产品(特色品)上市一律以x9.8元的形式，如9.819.829.8;

b.促销品(一个月后滞销品)改9.8为5，如51525;

c.特价品(三个月后滞销品)降级销售，如9.8为5，19.8为9.8，29.8为19.8。

7、利润率：a.独特个性时尚商品(当地批发商无售商品)为50%;

b.一般个性时尚商品(周边同行店无售商品)为40%;

c.常规个性时尚商品(周边同行店有售商品)为35%;

d.热销竟争性强商品(上述a、b类商品除外)为30-25%。

8、促销活动：a.消费卡：凡进店消费者均可领取，累计达29.8可换会员卡，以吸引新顾客再次消费;

b.会员卡：消费(可累计)达29.8元均可领取，享受更多的会员优惠，以巩固老顾客;

c.联合：与蛋糕店、鲜花店、礼仪公司等联营，拓宽消售渠道;

d.赞助：参与周边院校的联谊、文艺等各种活动，进行适当的宣传，提高知名度;

e.替送：因事忙、闹别扭、商务等需要，替送一份礼品，传一份祝福，更具人性化;

f.团购：学校、机关、企业等节日礼品、会议和校庆纪念品;

g.节假日：元旦、情人节、圣诞节等不断进行特价、赠送等优惠活动，提升人气。

h.自创日：在平常日子，可想办法创造活动日，如和好日、道歉日、想您日等。

六、财务分析

1、前期投入

按目前行业的现状，开设一家一星的标准店(同行业规模在10-30平方米)，营业面积50平方米，房租6000多元/月，按交三压一支付计 24000多元，货架及装修等10000多元，货款加上流动资金为10万元。预计15万元。计划前期开设5家一星标准店，总投资约75万元。

2、融资方式

公司以3~6个股东融资在80万元，每股5000元，计160股。先期采取零负债的模式，到企业发展进一步加快时，可向银行申请一定的贷款，使公司得到滚动式的发展。

3、投资收益

按一家一星的标准店一个月期限来计算，营业收入为60000元，营业收入利润率为35%，营业利润为21000元。营业成本计12000元，其中房租6000元，各税费1000元，人员工资费用4000元(4人)，包装费、礼品袋等费用1000元。月纯利润为9000元，即年纯利润为108000 元。投资回收期为1.5年。

经营学生礼品为主，兼顾商务礼品、家居饰品等，对专业店不断地复制，以专业连锁形式滚动式的发展。将西安市为起点，打好基础。发展到周边如成都、重庆、郑州等西部城市，以此为基地，向全国覆射。将开设专业连锁店1000多家，打造中国最大的工艺礼品专业连锁机构。

对标方案模板篇6

为了进一步弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，倡导时代新风正气，进一步建立、完善青年志愿者服务的机制，倡导广大学生积极参与志愿服务，我校将在全校各班集中开展主题志愿服务活动。制定青年志愿者活动方案如下：

一、活动主题：尊敬老人 关爱老人

二、活动时间：20xx年12月9日

三、活动地点：溧城镇敬老院

四、参加人员：

五、活动目的：通过这次活动，使学生能认识到要为身边的老人做一些力所能及的事，感恩老人、报答父母，弘扬尊老敬老的传统美德，为构建和谐社会贡献出自己的一份力量。

六、活动内容

1、志愿者表演文艺节目，有独唱、合唱、京剧、小品等。

2、为老人们打扫了房间和院子。

3、为老人们送上了慰问品，有桔子、瓜子、香蕉等。

4、和老人们聊天，为老人们梳头整理衣服等。

溧阳市职业技术学校 学生会 团委

20xx年12月10日

对标方案模板篇7

一、主办单位：\_\_

二、活动时间：20\_\_年\_\_月\_\_日

三、活动地点：

梅岭“长春湖”占有南昌几最：南昌独一无二的山地滑草，南昌最长的临湖长廊，南昌最大的原始苦槠林，南昌数量最多的瀑布群。长春湖位于湾里区境内，素有“南昌九寨沟”之美誉。她既有观音洞、长春湖、二泉洞、虚心洞、清风池、桃花溪、松雪洞、印月潭、龙源口、晋客幽谷、秦人樵夫、浣纱溪、二泉湖等自然景点，也包含慕仙亭、秦-晋古井、真君锁蛟、山客弈棋、湖山长春廊等人文景观，还新建了林中游乐场、清风池游乐场、湖畔游乐场等游乐场所。

四、活动目的：

时值春天，无论是气候情况还是从同学们身心角度考虑都是很适合户外活动的，因此我们班组织了这次出游活动，一来是为了宣传环保，并且增加同学的环保意识，丰富大家的课余生活，增进同学之间的友谊。二来享受生活的乐趣，为以后更好的学习生活提供有利条件。为了能让大家的友情得更一步的延续，让友谊变得更加深固。

五、活动时间流程：

1、上午8:00乘校车出发，到达稍作休整后，有组织的跟着导游进行自主游玩。

2、中午12:00吃过午饭后，进行宣传活动。条幅由两个学生拿着，其他同学拿着自己的垃圾袋，清理沿途的垃圾，并向游人宣传环保的重要性。让更多的人有环保意识。

3、下午4:00后在目的地稍做休整后开始游戏。

4、返校。

六、装备要求：

1、多带套保暖的衣服。天气变化比较快

2、饮用水足量，还有午饭自带。

3、垃圾袋。可用其他塑料袋，必须带走自己产生的垃圾，尽可能的带走别人的垃圾。

4、宣传的条幅。

5、相应药品。创可贴、止痛剂 ，以备突发情况。

6、还要记得带伞，以防天气有变。

七、活动注意事项：

1、本次活动在以娱乐为主，并且沿途宣传环保意识。但必须以安全作为首要前提。由于第一阶段活动为自主游玩，尤应注意好安全，组织人员应在活动之前对参与同学进行必要的宣传教育；，组织人员必须有相应应对措施；另外天凉需注意保暖。

2、本次活动比较大型，必须有足够的准备才可顺利开展，各组织人员和相应负责人应做好各自分工。

八、预计费用：1500元

班费每人垫10元，共预计600。

每人自己交15元。

九、具体活动内容：

1、环保宣传，从我做起。

活动细则：让两个同学拿着横幅，带领同学们沿途清理路上的垃圾，并且对游人宣传环保意识，保护环境从自身做起，从小事做起。并且做好对班上的宣传。

2、 k歌大比拼：

活动细则：自愿上场，可以在两班中挑搭档，由同学选出唱的最好的。

活动目的：希望各位同学通过此项活动向大家展示自己的魅力，重新认识自己，作为 的一员是生活精彩的开始。结果并不重要，要让同学们在活动过程中享受活动的乐趣，增进同学之间的友谊。

3、小娱乐。

在大家都累了的情况下，可以开展一些小活动。具体内容有大家提议，增进同学之间的友谊。使班上更团结。

以上项目为预定项目，到时候可以根据情况临时调整活动内容。

对标方案模板篇8

20xx年是中国共产主义青年团建团xx周年和“五四”爱国运动xx周年，也是公司团总支持续开展“活跃青年”特色活动的关键一年。为弘扬五四精神，激发青春活力，服务青年需求，展示青春风采，公司团总支决定在五四期间广泛开展“凝聚青春力量，展现青年风采”为主题的五四青年节系列活动，现将有关内容通知如下：

一、活动意义

五四运动是一次伟大的反帝反封建运动、伟大的思想解放运动和新文化运动，五四的旗帜是爱国主义的旗帜，五四的精神实质是民主与科学。九十多年过去了，时代虽然发生了巨大变化，但五四的精神依然是引领我们的强大力量。开展五四青年节系列活动，对于引导、激励广大青年继承和弘扬五四运动光荣传统，动员广大青年积极投身“新港湾、新青年”的实践，推动港湾共青团加快发展、科学发展具有重大意义。

二、活动主题

凝聚青春力量，展现青年风采

三、活动口号

我青春、我快乐

四、活动时间

20xx年4月-6月

五、活动内容

（一）弘扬五四精神，坚定理想信念。要根据“主题鲜明、重点突出、形式新颖、注重实效”的活动要求，大力开展五四精神传承活动，通过演讲比赛体现爱国、爱企业、重安全的主题，引导团员青年牢固树立永远跟党走中国特色社会主义道路的坚定信念，知恩感恩、回报企业的观念，养成自强不屈、勇于进取的品格。引导青年弘扬五四精神，积极投身新港湾建设、发展的事业中。

（二）加强互动交流，展示青春风采。五四期间，各级团组织要畅通与青年互动的渠道，广大团干部要主动加强与青年的交流，倾听青年呼声，了解青年思想，帮助青年解决思想上的难题和生活上的困难。要善于利用文体活动，加强青年间互动交流，提升凝聚力、战斗力。

六、活动要求

（一）加强领导，精心组织。“五四”期间开展团的活动，是展示团的形象，促进团的工作有利时机。各团支部要认真组织，按照“凝聚青春力量，展示青年风采”的活动主题，把今年的“五四”青年节活动与团建工作结合起来，与青年分类引导工作结合起来，与当前团组织的各项重点工作结合起来，与团员青年的愿望和需要结合起来，高度重视，加强领导，精心安排，抓好落实。

（二）大力宣传，营造氛围。要充分利用各种工具做好宣传工作，特别是要高度重视qq群、微信等新媒体宣传方式，加大宣传力度，做好对“五四”纪念活动的集中宣传展示工作。要唱响主旋律，积极营造良好的舆论氛围，扩大团组织工作的影响力和覆盖面，实现团的组织覆盖全体青年，活动影响全体青年，通过一系列主题活动，增强广大团员青年的责任感和民族自豪感。

（三）整合资源，创新模式。要充分发挥共青团的组织优势，积极联系党支部力量共同开展活动，要借鉴社会各类青年组织的有益活动方式不断创新共青团活动模式。

各团支部参加的各类活动情况要认真总结，并在每项活动结束后的7个工作日内，将该项活动情况总结上报公司团总支。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com