# 最新项目方案策划做工作(优质15篇)

作者：心之花园 更新时间：2024-03-31

*无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下就是小编给大家讲*

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**项目方案策划做工作篇一**

本次策划主要由4ever团队负责，策划案围绕开设土特产实体店的主题进行。随着市场经济的发展，丽水的经济也呈现出日渐繁荣的景象。一些高端市场的.食物产品是吸引了不少人的眼球，但是土特产市场有着不断发展和壮大。丽水的旅游业也在不断地开发中，可以带动相关产业的兴起。因此，我们进行了市场状况的分析，以及市场的机会和威胁（也就是营销中swot分析），针对这个产品做好市场分析之后，就着手选择哪一种的市场选择和定位，采取了不同的营销策略，对本次的策划也做了一定的预算和人员配置。相信以下的详细分析可以为实体店的开设提供有价值的帮助。

（一）宏观环境分析

数据统计表明：

旅游资源：丽水市位于浙江省西南部、浙闽两省的结合处，总面积1.73万平方公里，总人口252万，是浙西南的政治、经济、文化中心。拥有仙都风景名胜区、青田石门洞、中国畲乡之窗、丽水南明山、东西岩、云中大漈景区等国家级、省级风景区多处；龙泉凤阳山，庆元百山祖等国家级、省级自然保护区3处；仙宫湖等省级森林公园7处；龙泉大窑遗址等国家级、省级文保单位17处。清纯山水、风雅古朴的丽水，集“奇、峻、清、幽”于一地，汇“峰、林、洞、瀑”于一域。丽水森林覆盖率79.1%，被誉为“浙南林海”。接待境内外旅游总人数1550万人次，实现旅游总收入86.87亿元，分别增长28.8%和26.9%，增幅均居全省各市首位。

经济方面：20cc年全市实现生产总值542.02亿元，可比增长10.6%，增幅居全省第三；全社会固定资产投资279.19亿元，增长12.2%，增幅创“十一五”以来新高；财政总收入65.58亿元。

丽水目前土特产市场：

超市、商场、小店都有销售，但品牌、质量、价格都不是很完善，专卖店很少，且没有打出自己的品牌。所以一个规范化、专业化的土特产商店呼之欲出。

（二）消费者分析

1、关于何时购买

调查结果显示，38%的人选择在外出旅游时购买土特产，30%选择平时购买，22%选择节假日购买，10%选择周末买。虽然调查显示外出旅游购买土特产的为多数，但是平时购买也占到很大的比重，因此土特产专卖店是有一定的市场。随着丽水旅游业的慢慢发展，特产的销售也将有更大的市场。

2、购买途径分析

从调查到的数据分析，35%的人选择在附近商场买特产，28%选择托人买，25%选择网购和电话购物，12%选择亲自到特产地购买。由这些数据可以看出，消费者追求的是便捷。这为我们的服务指明了方向，一切以便利客户为主。

3、消费者感兴趣的特产

调查中我们发现，36%的人对云和花菇、黑木耳赶兴趣，长裙竹荪占24%，遂昌烤署占15%，松阳玉峰茶、银猴茶占15%，官塘野笋占5%，庆元锥栗占5%。

4、宣传方式分析

**项目方案策划做工作篇二**

勺子（大、中、小）“躺着的”娃娃脸、托盘、红枣、腰果、白扁豆、赤豆、米等。

a、用大勺勺红枣、腰果。（娃娃口大）。

b、用大、小勺勺白扁豆、赤豆（娃娃口中）。

除小肌肉练习，还尝试用大小勺哪一把更方便。

c、用大、中、小勺勺米或小彩珠（娃娃口小）。

除小肌肉练习外，还探索大中小勺喂小口娃娃哪一把更适合。

观察重点：

a幼儿能否手眼协调地操作，是否能控制手的稳定。

b哪些幼儿还无法熟练运用勺子，易洒落。

a“躺着的”娃娃脸恰恰可以变为“站着的”娃娃脸，以增长距离，提高难度。

b还可以改用筷子、大小夹子：筷子也从夹有凸凹形状的物体（如腰果）开始，从大到小，从粗糙到光滑。夹子也可探索大、中、小夹子，夹不同物体。

剥豆（生活劳动）（小班）

a蚕豆（事先浸泡过的）、毛豆或四季豆等；

b小盆子若干（用来放剥好的豆及豆壳）；

c剪刀和剥豆器等小工具。

第一层次：幼儿用手剥豆（可先剥蚕豆，再剥毛豆或四季豆）。

第二层次：适时提供剪刀、剥豆器等小工具让幼儿选择使用。

第三层次：当大部分幼儿能熟练地剥豆后，可以按幼儿不同水平，提供一组写有10以内数字的小盆子，让幼儿把剥好的豆子的数量与盆子上的数字能一一对应并放人小盆内。

a小班幼儿年龄小，刚开始剥豆时，会用牙齿咬、用力拉常常剥不钓蚕豆皮，教师可及时换上发了芽的蚕豆，让幼儿从裂口处入手剥，成功率就会大大提高。

b在观察中我们发现，幼儿在剥毛豆或四季豆时也会有多种剥法：有的是拧断后剥；有的是拉掉两侧的茎剥；还有的会用指甲把皮划破后剥。教师应注意观察随着活动的继续适时地提供剪刀、剥豆器等小工具，让幼儿自己动手动脑进行尝试。

c当大部分幼儿都操作过后，可以让剥豆方法不同的几名幼儿来演示，大家共同讨论，哪种剥法又快又好，哪些剥法费力不讨好，帮助幼儿积累经验。

d让幼儿把剥好的豆送到厨房间，请阿姨帮忙制作菜肴，进行品尝活动。

**项目方案策划做工作篇三**

1、广阔的市场

xx校区拥有xx大学和xx民族大学两所综合性大学，学生总人数超过两万、而学生对于到非食堂性质的餐馆就餐有很大的需求，所以xx校区有广阔的服务市场。

2、健康，实惠，浪漫与温馨

当代大学生突破传统思想，对吃出健康有强烈要求、学生没有自己的收入来源，实惠也是他们就餐的重要标准、背井离乡，孤身一人求学异地，难免思乡，他们需要一个能够让他们感觉到有家的感觉的地方。

3、打破市场平衡，抢占一席之地

由于校区周围的各类餐馆的经营者，大多为农民出身，缺少现代餐馆的服务经营理念、他们简单的把顾客的需要理解为只是产品的可口，没有理解到顾客主体为大学生，有先进的观念，有更多的需求，所以他们忽略了在提供可口的产品的同时附加产品——好的卫生，优质的服务，高雅的环境的重要性、由于校区各餐馆主要是在主营产品的差异上进行竞争，如火锅店与烧烤店的竞争，而忽视其他方面在扩大产品差异，进一步占有市场的重要性。

在考察了校区周边的餐馆后，我们构想了一个中西餐馆，以优质的服务，健康的产品，实惠的价格，为经营理念，配合以优雅的环境，将温馨的家的概念引入xx校区、本餐厅以经营西餐为主，兼容中餐，引入西方饮食文化，突破xx校区传统饮食结构、我们的目标是：经营中西餐，兼营糕点类业务，力争在xx校区这个广大的餐饮服务市场中占有一席之地。

西式快餐如麦当劳，肯德基，可谓风靡整个中国，已经成为当代人的饮食风尚、虽然西餐并不适合中国人的饮食习惯和传统饮食需求，但对于西餐这种进口产品产生的好奇感，能够驱使他们去享受西餐。

我们所经营的西餐不仅仅包括西式快餐，更重要的是纯正西餐，而中餐只是为了辅助西餐的经营，仅以经营精致中餐为主。由于餐厅的容量有限，主要针对四人型，两人型进行设计菜的量，价格，食谱等，糕点的经营，以订单式经营，打造校区，以此座位宣传西餐厅的手段。

1、市场

xx校区有两万多名学生，餐饮市场有很大的潜力可以开发，我们以情侣为主要的目标市场，作为校园第一家西式餐馆的独有性和在经营管理上的优秀，对目标市场有很大的吸引力，但是市场也存在着激烈的竞争。

2、竞争

我们的竞争来自于产品的差异化，如火锅，烧烤，很多人对其情由独钟，由于这些餐馆打入市场比较早，在顾客心里打下印记，部分餐馆控制着市场的大部分份额，市场相对成熟，因此竞争十分激烈。

3、竞争优势

时代性：吃西餐不仅是享受，也是潮流。

独有性：校区一家纯正西餐厅。

价格特点：确定适合学生身份的价格，吸引更多的顾客。

高质量：产品质量，卫生质量，环境质量。

管理犹豫性：用现代的管理理念来组织管理，营销。

4、竞争策略

坚持”高质量，优质服务，低价格”的市场竞争策略。

坚持’不断的实现产品的创新”为产品发展道路。

1、风险

行业风险校区各色餐馆众多，竞争十分激烈。

经营风险产品创新速度太慢。

市场风险对市场不能准确分析，产品销售不畅。

2、对策

a、坚持”高质量，优质服务，低价格”的市场竞争策略，广泛宣传我们的经营理念，让广大消费者打破”西餐的价格恐慌、由于很多消费者对于西餐更多的是一种好奇，所以不断的推陈出新是应对风险的重要环节、消费者的消费不仅仅是物质享受，精神享受的要求越来越高、在消费者享受高质量产品，优质的服务的同时，体验高雅的环境，音乐，咖啡香纯的气味，增加了消费者的附加产品，更加扩大了产品的差异，这是应对风险的关键。

初步估算我们的餐厅需要的前期固定投入为38000元，包括装修费，水电费等，每月的固定投入8000元，包括人力费用，房租等，预计每日有50人前来本餐厅，平均消费25元，每日流动资金700元，每月利润7500元，所以本计划可行。不确定性，蔬菜的价格上涨，人力费用的价格上涨造成的经营费用的上升。

**项目方案策划做工作篇四**

1、整合学校、家庭的教育力量，加强教师与家长的沟通，共同办好教育，促进孩子健康成长。

2、让家长了解孩子老师的教育教学理念以及学校、班级开展的各项活动。

3、认真听取家长对班级管理和教育教学的意见、建议，为班级的发展献计献策，推动教育教学工作更上一个台阶。

1、确保教室干净整洁，物品摆放有序，班级文化布置要美观，前黑板欢迎标语要醒目、热情。

2、制作手工材料

3、班主任将《家长会活动方案》及发言稿形成书面文字。

（一）家长签到。

（二）班主任致欢迎词。

（三）班主任汇报：

1、总结开学来孩子们的学习、生活情况以及学校、班级开展的一些活动。

2、手工制作环节。

3、本学期主要工作（围绕提高教育教学质量、安全教育、行为习惯养成等工作展开）

4、讲解家庭教育及家长与学校如何配合、家庭布置与检查，班级工作及教学方面需要家长配合支持的方面。

5、班主任就家校配合提一些合理化的要求和建议。

（四）互动交流

1、家长之间互相讨论，互相询问在教育子女方面的方法经验或困惑，形成比较集中的问题。

2、与家长探讨如何正确看待成绩与如何更好地教育幼儿。交流孩子的教育方法，班主任回答家长提出的一些管理孩子方面的困惑和忧虑。

4、请家长对学校及老师提出合理化的建议。

5、个别沟通：对于在学习和各方面表现令人担忧的幼儿的家长进行沟通，与家长达成特殊教育方案。

希望家长与学校共同做好家园共育的工作。

**项目方案策划做工作篇五**

20\_年7月22—27日(暂定)

30人左右

(一)研究所介绍，各学科/团队研究进展，导师见面会，师兄师姐交流会。

(二)知名科学家讲座报告(院士、杰青、优青、\_\_\_\_和\_\_\_\_入选者等)。

(三)参观和体验实验室和野外实验站(分专业)。

(四)在导师指导下进行科研实践。

(五)推荐免试研究生复试。

(一)农学、生命科学、农业资源与环境、地理信息科学、农业经济与区域发展及相关专业大学三年级本科生，同等条件下教育部重点建设高校学生优先。

(二)对研究所相关专业研究有浓厚兴趣，有志于从事相关领域科学研究事业，有较好的科研潜质。

(三)本科期间学习优秀，“985”、“211”院校学生综合成绩排名年级前40%，普通院校学生综合成绩在年级前20%，无补考记录，未受过任何纪律处分，能正常获得本科毕业证书和学士学位证书。

(四)具有较强的英语能力，通过大学英语四级考试，同等条件下通过大学英语六级考试学生优先。

(一)《20\_年暑期夏令营申请表》一份(附件下载)。

(二)学生证、身份证复印件。

(三)英语四、六级成绩单等外语水平相关证明复印件。

(四)本科阶段成绩单和学科或专业排名证明原件，加盖学校成绩管理专用公章。

(五)其他证明材料，发表论文、获奖证书等复印件。

(一)申请时间：20\_年6月26日—7月6日

(二)申请方式：

申请人须在7月6日下午5点前将所有申请材料电子版(合并成一个pdf文件)发送至邮箱，邮件标题和材料电子名称请按照“姓名+本科院校+专业”格式。申请材料纸质版请在报到时一并提交。

(三)资格审核：

我所综合考虑申请人整体情况、各学科方向报名人数等因素，择优确定拟录取申请人名单，将于7月5日底前完成资格审核，并将录取结果在\_网站通知公告上公布并邮件或电话通知本人;未录取者不再另行通知。

(一)夏令营期间，统一负责提供饮食、住宿和报销京外营员来京的往返车费(限火车硬座、硬卧或高铁二等座，需提供车票)。往返城市需一致，其他交通方式不予报销。

(二)统一为学生购买在京期间人身意外保险;在所期间应遵守研究所和实验室规定，签订科研实践活动安全协议。

(三)学员必须全程参加夏令营活动，实践合格者将颁发“资源所20\_年暑期夏令营”结业证书。

联系人：

联系电话：

邮箱：

地址：

邮编：

**项目方案策划做工作篇六**

通过在“母亲节”期间组织一系列的营销活动，旨在进一步弘扬中华民族的传 统美德，为子女们表达对母亲的深爱之情、回报母爱、慰藉母亲慈祥而善良的心 而搭建一座服务的“桥梁”;同时，借助这次营销活动，进一步向社会展示x学校品牌，并借助母亲节活动扩大新生招生，并提教育的知名度、美誉度。

二、活动时间

x月x日——x月x日

三、活动主题

一起来听熟悉的声音!

教育母亲节综艺晚会

四、活动执行：

1、宣传活动前准备

a、环境的布置

1)学校门前、走廊、前台张贴活动海报

2)学校入口及明显处应悬挂条幅：教育祝各位母亲节日快乐!

3)主会场背景墙布置：妈妈，我爱你!

b、宣传的地点(各分校按照当地宣传负责人制定的宣传区域执行) (如： 公立学校门口大型商超商场门口广场或者公园门口)

c、宣传品准备

1)传单(简单设计，以温馨为主题)

2)海报

3)气球(\*\*个气球)

4)咨询桌(2—4 张咨询桌)

5)各类表格(电话咨询表、现场签到表、档案表等)

6)小礼品(购买1-15 元左右小礼品为主)

7)录音机(为录取学员或家长的声音用)

d、咨询处准备：

1) 礼品(台灯、毛绒小玩具、遥控赛车、芭比娃娃等)

2) 前台摆放活动传单宣传品。

3) 晚会礼品准备：康乃馨、新生报名及续班学生礼品

e、人员储备：至少每天有5 名宣传人员进行户外宣传。全员参与

f、宣传品准备：传单、气球等(有各学校负责宣传人员准备)

2)宣传活动期间操作方式

b、向同学们宣讲母亲节的日期，教育届时将举行晚会;

c、找目标学员让其录下最想给妈妈说的一句话，完毕即送礼品一份;

d 、邀约铁杆家长参加母亲节并提前录下最想告诉自己孩子的一句话。

五、晚会：

教育感恩母亲节综艺晚会

时间：20xx 年5 月xx日(星期x)x点x分

地点：教室

会务：(音响、摄像、拍照、卫生)

安全维护人员：

**项目方案策划做工作篇七**

本次活动对象是全校师生，在这春暖花开之时，正是全校师生放松游玩的好时机，并可达到增进师生感情的目的。

1、丰富全校师生的课余生活，全校师生的日常工作学习比较紧张，本次活动可以达到娱乐放松的目的，以便于全校师生以更大的热情投入到工作和学习中去。长期的工作学习将逐渐降低工作和学习的效率，而适当的放松对于提高工作学习效率有着重要的帮助。

2、陶冶学生热爱大自然及我国传统文化的情操，这对学生身心健康发展有着重要的帮助。沉闷的学习不利于学生心理健康发展，必要的活动对于学生心理的健康发展有着重要的引导作用。有研究表明大自然的和谐对于人类心理健康发展有着积极的作用，经常接触大自然对于人类培养一颗平和的心有很大的.帮助。

3、增强师生间的感情，增强同学间的友谊团结及凝聚力。在游玩的过程中，不会产生师生间的距离感和陌生感，可增强师生间的互信程度。对以后学生工作的开展有着重要的帮助。

4、培养学生环保及保护我国传统文化的意识。

1、为了便于活动的开展，应提前做好一切的准备工作。在出游人数的统计方面，我们本着自愿的原则。由各班对参加的人员进行登记报名。再汇总，统一安排。

2、提前做好天气预报工作，出游应选在风和日丽的日子，因而要对天气的变化进行关注，根据天气变化随时对活动日程进行调整。

3、在人员的编制方面我们以各班为标准，由各班主任或班长带队。各班根据实际情况分为干小队(以每小队10人为宜)，每小队设一领队，以便于人员的管理和秩序的维护。同时各小队领队应记下学生的电话号码，防止人员的走失，以便于在走失的情况下联系。

4、在交通工具方面，可以选择从公交公司租赁，根据实际人数进行安排。

5、提前安排好吃饭问题，若选择紫蓬山或大蜀山可以由个人自备食物。并在活动结束时将垃圾带走，以免对环境造成影响。若选择古三河镇需提前预订饭店。

6、出游的费用由各班统一收取，统一安排用于汽车租赁、门票的购买及吃饭的费用。若去紫蓬山或大蜀山吃饭费用将不收取，由学生自行解决。

7、至于出游时的照相问题可由学生自己解决。

8、本次活动的费用将由出游人员个人出资，稍后我将把个人所需费用计算出来。

1、由各班班主任或班长在班级内进行宣传，并安排参加人员的报名工作。

2、在校内公告栏上张贴海报。

本次活动须校旗一面(上印锐羽学校字样)。

在有条件的情况下可以统一为每人准备帽子一顶(不准备也可)。

本次活动以个人出资为主，学校只需负责组织等事宜。下面我将以个人为单位对所需费用进行计算。

**项目方案策划做工作篇八**

xx小学

资环青协成员、普通志愿者、在校小学生

1.通过对农民工子女的支教，让他们接受更多的课外知识，丰富他们的课外生活，使他们能够真正快乐地学习、生活，健康地成长。通过此次活动，希望能够吸引社会中更多人的关注。

2.为了增加同学们的社会责任感，使同学们真正承担起一个当代大学生应尽的责任与义务，并献出她们的一份爱心与关心。

（一）、前期准备：

1、活动准备，活动申请。

2、安排负责人进行实地调查，联系学校老师，征得同意后，了解所教班级数量以及孩子们的实际情况，根据反馈回来的信息着实安排志愿者人数。

3、宣传部负责制作活动展牌，放置学院门口，以便所有学生观看。

4、各班干事在自己班里进行积极宣传，并让志愿者根据自己的兴趣爱好及特长精心准备授课内容。

5、确定好志愿以及她们的授课内容保证教学质量。

6、选择合适的路线、公交车，以防交通拥挤并保证及时到达目的地。

（二）、授课内容：

文艺类：书法、绘画、十字绣、声乐、舞蹈、手语、折纸等。

体育类：篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、网球等。

语言类：英语、演讲、诗歌朗诵等。

话题类：环保、习惯、自卑、成长、感恩等。

社会知识类：地震知识、野外探险知识、防范火灾知识等。

（三）、活动开展：

1、召集所有参与此次活动的志愿者在资环学院门口集合，争取4点抵达目的地。

2、到达之后，负责人与在校校长级及老师接洽，简单介绍活动流程。

3、为每位志愿者分好组（授课需要，可多人一组）分别派到xx班。

4、志愿者根据自己所准备的授课内容进行讲课。

（四）、注意细节：

1、上课时，志愿者要尽量维持课堂纪律，保证教学质量，时刻体现当代大学生风貌

2、遇到不懂之处，及时与所在班级班主任进行交流与沟通。

（五）、资源需要：

体育器材、笔墨纸砚、针与线等十字绣用品、铅笔、颜料、画板、绘画纸、折纸等

（六）、后续方案：

1、精选照片制作成展牌，对此次活动进行宣传，以便下一次发动更多志愿者加入。

2、召集此次活动的所有参与者，让他们谈谈自己的授课心得与体会，干事们讲讲此次活动的优点与不足之处。

3、考虑到与生科院青协一起合作，会采取轮周方式进行，例如单周可以资环去，双周可以生科去。

4、由于此活动是一个长期性活动，负责人会分配长期任务，确定好志愿者人数以及他们的授课内容。

1、通过对小学生的授课，拓展学生的兴趣爱好，开发他们的潜能，使其得以健康快乐的成长。

2、志愿者与小学生之间的相互接触，激起志愿者对教育事业的浓厚兴趣，提高自己的社会责任感。

3、志愿者的授课获得校长及老师的支持，得以能够长期坚持这种支教活动。

**项目方案策划做工作篇九**

优势：

2、周边酒店少，竞争力强;

3、本酒店属于新装修商务酒店，装修风格突出，配套设施完善，经营项目都属于眉山市消费的前沿，发展潜力大。

劣势：

1、周边高收入人群不多，人气不足;

2、知名度不高，目标群体对酒店了解不够;

3、酒店核心竞争力不明确，特色不突出。

树立酒店知名度，提升人气，建立相对稳定的消费群体，稳定增加收入。立足于本土，打造当地一流的酒店形象。

当地高收入人群，追求新鲜刺激的夜游人士，各企事业单位、机关团体，各大旅行社团体，外地来眉人士。

酒店作为一件特殊的商品，区别于其他商品的\'营销。关键在于如何正确的制造消费者的需求。国内当今，酒店业日趋繁荣，竞争激烈。但品种只有那几类。经济型、豪华型和商务型。经济型打价格战，豪华型注重服务和奢侈程度，商务型注重配套完善。很少注重品味。我们酒店则可在这时弥补品味的空缺。注重品味将是本酒店的核心竞争力。

酒店理念：

1、多种浪漫环境的选择。

2、会员制的管理，很大程度的保护了消费者的隐私。

3、便捷交通环境，地理优势明显。

4、灵活的房间挑选方式。

5、挑战传统，迎合追求新鲜的现代人心理需求政策上不占优势。

1、提前向目标消费群体发布开业活动信息及具体活动内容;

2、提倡会员制，增加会员办理;

3、营销人员推销，通过电话、上门等方式直接面对客户。和专业公司合作共同销售。针对重点单位签定消费协议。随时进行活动的跟踪及售后回访工作，各部门要建立健全客户档案制度，及时汇总工作。为配合此次营销活动的顺利进行，各部门领导及营销部人员营销需要同时进行电话营销，签约销售等有关销售方面的工作，做到全员营销，团队之间要互相配合，全力打好这一仗。

4、宣传：

1)活动的前期预热[新闻、软文、广告的宣传，dm、pop等的发放到位]。

2)报纸媒体的选择。

3)电视媒体的选择。

**项目方案策划做工作篇十**

xx小学六(1)班

自开学一个月以来，不少同学可能无意识中做出了一些有损班级荣誉的的事，对于班级的事情也不怎么积极，为了培养同学们的团结意识，增强我们六(1)班的凝聚力，特地开展此次班会。

本次主题班会将开展一系列活动，通过活动让学生有所感悟，使学生明白团结力量大，了解相互友爱的重要意义，在生活中、学习中发扬团结合作精神，增强自身的服务意识和责任感，维护集体荣誉，每一位同学都争做一个遵纪守法、有责任感有集体意识的好学生。

1、提前安排主持人，设计活动步骤。

2、提前准备好做游戏时所需要的道具，同时确定好参与活动的同学。

3、布置好班级的桌椅的摆放。

参与游戏，讨论交流。

主持人：有缘千里来相会，无缘面对不相逢，大家有缘相聚在六(1)班这个大家庭，希望在这里能所有所成，希望在这里展示自己的\'风采，发挥自己的才能，正所谓“众人拾柴火焰高”，为了使这火焰更高，现在我宣布六(1)班主题班会主题班会正式开始。

活动目的：通过游戏使同学们明白集体团结的重要性。

活动过程：在地上摆四张报纸，4个组各派5名同学出来参赛，首先，打开报纸，让5名同学站在上面，坚持1分钟，而且脚不能踏出报纸。

第二轮，将报纸对折，5个同学仍要站在报纸上坚持1分钟，但脚绝对不能踏出报纸，脚踏出的组出局，被淘汰。

第三轮，再将报纸第二次对折，5个同学要想尽一切办法一起站在小小的报纸上坚持1分钟，依次类推，最有办法坚持到底的5个同学将会胜出。

主持人：我们给他们的精彩表演最热烈的掌声。

玩这个游戏需要有什么精神才能胜出?有谁能说一下体会。

学生1：团结~~~学生2：学生3

主持人：对，就是团结，如果我们只想着自己，而不与他人合作，那么我们都知道这个队输定了，在一个集体里，每一个队员都是一样的重要，集体就像个大家庭，对待同学就要像对待家人一样。

活动目的：增强同学们的默契，合作度。

活动过程：每组派三个人出来，一人拿着要猜的卡片站在后面，一人模仿动物的动作，最后一人就猜动物名称。(动物从12生肖里面出)

小制作需要合作，玩游戏也需要合作，通过玩游戏，我们学会了合作，团结，学会了融入集体，将个人力量和集体融合，一个人的力量是渺小的，但集体的力量是强大的，所以，当你遇到困难时，更别忘了集体是你的依靠，而当集体遇到困难时，更别忘了你是集体的一部分，所以集体和个人是分不开的，我们应该学会团结与合作。

(10分钟）

活动目的，让学生发表感想，加深对团结的认识。

活动过程：

主持人：看了那么多，玩了那么多，相信大家都有很多想法、很多话想和大家分享吧，现在给大家2分钟讨论，然后请同学发表一下感想。

学生1：学生2：

学生3：学生4：

下面欢迎老师对我们的这次班会进行点评。

师：集体就像汪洋大海，个人就是其中的一朵浪花。有了大海的宽阔，才有浪花的多姿多彩;也正是因为有了壮美的千万朵浪花，才为大海增添了无穷的魅力。一个只强调自我，只强调个性的人，是很难有合作精神的。要认识到每个人的力量是有限的，一个人的本领无论有多么大，离开了集体，就像离开大海的一滴水，不久就会消亡。

大家拉成一个大圆圈，齐唱团结就是力量。并相互化解矛盾，相互拥抱相互祝愿，感悟集体的温暖。

有人把班集体比喻为一束火焰，班里的同学则像小火把，大家要想得到温暖，都必须把自己点燃，放进去的火把越多，就烧得越旺，那我们的班集体也就越温暖。

我们要记住，温暖的班集体是全班同学的热情和爱凝聚起来的。

现在请我们的班主任就这次班会做点评。

**项目方案策划做工作篇十一**

分公司编制内所有员工

4、员工生日当天在完成工作前提下可提前2—4小时下班；

行政部：负责收集员工的生日日期，负责蛋糕、贺卡的采购以及相关

费用的申报；

1、生日蛋糕：100元人；

2、生日贺卡：免费；

3、生日红包：200元人，限厨师及门卫享受；

1、分公司全体员工可享受当年的生日福利；

2、员工生日的出生日期以行政部收集的信息为准；

3、能够享受此福利之日起，该年度已错过的生日不予补贴；

5、本规定自20相信年11月20日期开始执行；

xxxxxxx公司

20xx年01月01日

**项目方案策划做工作篇十二**

乡或村概况

经普查，现在需搬迁深山独居户和散居中户仍有 户、 口人，需要搬迁。

1、移民户搬迁欲望强烈。走出困境，摆脱贫穷，是他们梦寐以求、渴望已久的事，祖祖辈辈饱受交通不便、吃水困难之苦的山区群众。听到移民搬迁的消息，如同久旱逢甘露，表现出了极大的热情。他们的积极配合，将是移民搬迁能得以顺利进行。近几年移民搬迁试点的顺利实施，让搬出深山的群众尝到了甜头，也使深山区群众打消了种种顾虑，更加增加了他们搬迁的欲望。

2、具有一定的安臵条件。一是随着近年来滩涂治理、基本农田和农田水利等基础设施项目的建成，新增和扩大了土地面积，为解决移民户的口粮田奠定了基础。二是小集镇和工贸小区建设的快速发展，进一步拓宽了移民搬迁的领地，为移民户开僻了新的就业门路。

安排了户，口人，目前，搬迁新区呈现出了人下山、民心安、市场兴、产业旺的可喜局面。

本次经初步调查统计，全县需要移民的深山独居户和散居户xxx多户、xxxx口人，涉及到除xxx镇以外的xxx个乡镇、xxx个行政村。按照“政府引导，群众自愿、就近迁移、统一规划、先易后难”的原则，xxx县的移民搬迁工作做到有计划、有步骤、分批分期地进行，先搞好试点，取得经验，逐步扩大。初步计划安排在xxx年完成xxxx户、xxx口人，项目涉及xx个乡镇，xxx个行政村。主要建设内容为建房xxxx间及配套的护堤、造地、道路、饮水及其它配套工程。

另有xxx等xx个乡镇的xx处群众已自发建成的搬迁安臵点，没有项目资金，无法落实配套设施。xxx个集中安臵点配套硬化道路xxxx米、护堤xxx米、引水管道xxxx米、排水渠xxx米等工程，配套道路、护堤、供水等工程，需申请以工代赈易地搬迁项目解决。

移民搬迁安臵基本费用主要由四大项组成，即房屋建筑费、配套建筑设施费、水电路等配套设施费及搬迁安臵费。

用合计58000元。以上四项合计户均投资5.8万元,按每户4口人计算，人均投资1.45万元。完成1333户、5485口人共需投资7953.25万元。

鉴于以工代赈移民搬迁补助资金有限，根据国家和制定的搬迁扶贫补助标准，项目投资预算如下:

和自筹0.2万元计算，需申请以工代赈扶持1645.5万元；

2、已建的6个集中安臵点配套工程，总投资336万元，需申请以工代赈易地搬迁项目资金301万元。

两项总投资3078.5万元,其中申请以工代赈易地搬迁项目资金1946.5万元,地方各级配套及自筹1132万元。

移民搬迁典型的惠民工程，无论是建房，不是配套的护堤、造地、道路、饮水及其它配套工程。都离不开项目搬迁群众的参与，群众投入工程项目建设，使群众增加收入，体现了党和政府对群众的关心和爱护，同时也是保证工程顺利实施的重要措施。

（一）实施方案

能保持施工过程的连续、协调、均衡和经济，保证大坝建设工程按期优质高效地完成。

（二）工程管理和组织措施

1、工程管理

各项目实施乡镇抽调选派懂技术和管理人员，组成易地移民搬迁项目工程管理机构，对项目实施进行全过程管理，具体负责资金筹措、招标投标、占地拆迁、工程质量检测、工程财务管理及施工单位与相关各方面协调等工作。施工单位根据所承担施工任务的具体情况，应建立相应工程管理机构，配臵足够的工程质量检测、试验人员和技术管理人员，按照质量要求，严格控制施工过程的各个环节，认真自检自纠，确保施工质量；监理单位的监理人员应公正独立地开展工作，确保工程三大目标（质量、进度、投资）得到有效控制。本项目实施单位、施工单位及监理单位三方既紧密合作，又各负其责，共同确保工程质量和进度，以及工程投资合理有效。

2、完善项目公示制度

实施计划下达后，及时把项目主要建设内容在政务公开栏中予以公示，积极组织项目区群众参与项目建设，工程完工后及时在项目建设所在地公开兑付劳务报酬，并将报酬发放情况张榜公布。

3、严格工程质量验收

依据，若工程质量符合标准及质量要求，只预留10%的资金作为质量保证金，待试运行结束后，确认无质量问题时，一次付清。若有质量问题进行改善处理后，确认无问题，按照规定结算。

**项目方案策划做工作篇十三**

方案封面及主题：

第一部分：方案提供方介绍

第二部分：参训企业背景分析

第三部分：培训思路与目标

第四部分：方案详细流程安排

第五部分：部分培训项目介绍

第六部分：备选培训项目图片参考

第七部分：培训场地简介

第八部分：索顿培训师简介

第九部分：培训费用报价

第十部分：附件：参训学员必读、安全设施简介等

方案封面及主题：

培训方案的封面，是公司形象的缩影，也提示了方案所包含的主要内容和主题、方案提供方和参训方的身份，对方案起到提纲挈领的作用。在制作封面的时候，要用一幅整洁、大方，与本方案内容有直接关系的图案作为封面的底图，并将客户公司的全名写在封面上，再用大型字体将方案的主题标出。

方案目录：

方案的目录是方案内容的总览，有的客户非常注重这一部分，在客户时间紧急的情况下，他们可能是直接就翻到目录，查找他们最关注的内容。因此，方案目录要求准确、明了。

方案开始制作的时候，可先在封面之后的第一页，先预留一页的空白页，后开始制作方案的主体部分内容。目录是在方案所有内容都完成、所有排版都已经检查无误的时候，才开始制作。

目录的各项纲领，都必须与方案正文的纲领完全相同。每个层次的排版也必须一目了然。

中，然后页对照着将新文档中的各部分的纲领复制到正在制作的目录中，并标以相应的页码，这样，就省去在同一个文档中反复来回拖拉各页的麻烦，并且避免了因为制作页码而使正文排版错乱的情况。

方案提供方的介绍是对本公司大体情况的介绍。包括公司背景、主要课程、主要认证、合作客户等多项内容。本公司的介绍，应根据方案、客户的情况来描述。若在设计方案前，已经向客户发送过本公司的`相关背景资料，并且客户要求方案言简意赅的话，可适当减少本部分内容。

本部分，需要提前了解客户的准确名称，并通过直接向客户了解、从网上搜索等方式，得到客户公司的介绍，并且了解清楚客户的行业背景、行业现状、参训学员性质、参训学员人数等，并针对参训学员工作的性质、结合企业情况，进行一个简单的分析。

对参训企业进行背景分析，是为了更深入地了解客户的情况，对接下来设计的思路和培训目标起到一个导入的作用。因此，此部分分析，务必要准确而言简意赅。若无法获得客户的真实情况，此部分可以省略，切忌生搬硬套、乱写一通，反而起到反效果。

此部分是方案中的重点部分，是表现方案核心思想、凸现方案特色的部分。因此，需要方案制作者花费一定的时间和精力去描述。

“培训思路”主要是根据本方案的核心思想，搜索一定的权威理论来进行描述。如“打造高绩效团队”的方案，培训思路应先分析高绩效团队的一些基本要素，并分析打造高绩效团队的方法，进而将打造高绩效团队的步骤与本方案的设计流程进行一个结合，并对培训效果进行一个分析，使客户了解后面所设计的流程所能达到的总体效果。

又如“打造销售战狼团队”的方案，应先对销售人员的心理、工作性质进行简单分析，再把狼队精神进行一个描述，进而将销售人员的培训目标、狼队精神的要点和我们设计的培训项目进行一个结合描述，这样，每个项目和将能达到的效果都会有理有据，读者一目了然，并对设计者的用心很大程度地认可。

者在阅读时仿佛身临其境，充分地感受到培训现场的气氛。

培训的时间流程，应根据客户能安排的时间来指定。一般来说，培训的时间有一白天、一天半、两天一夜、一天一夜几种。项目流程的安排，一要总体时间合适；二要项目操作方法与所安排的时间合适；三要食、宿、起床、离开的时间合适项目安排时间。

此部分是为了让客户对本方案流程中的各个项目的操作方法、实际意义有更具体的了解。也是方案必不可少的部分。流程中所涉及的各个项目，都应该做一一的具体介绍。项目介绍的内容参考公司的“拓展项目集”。

值得注意的是，公司原有的项目介绍，每个项目的意义可能不尽相同。方案制作者在复制粘贴到自己的方案上时，应对各个项目的介绍、意义都进行仔细的检查，如，有些项目描写的意义是突出“自我突破”的，但是本方案主要的理念是突出“沟通、协作”的，如果此项目是本流程中不可更改的话，那么，应该把项目介绍和项目意义的描述，按照方案的思想进行更贴切的修改和描述。以免客户认为你设计的项目，根本不是他想要的。

此部分是为了避免客户对之前设计的培训项目不满意，又以为没有可替换的项目，而直接pass掉我们的方案。将一些备选的项目图片放到方案中，一方面使方案更丰富多彩，一方面也给到客户一个良好的印象。打消客户对我们是否有可替换项目的疑虑。

培训场地的推介，一定必须是推介合适实施本方案项目的地点，并且需要综合考虑路程、餐饮住宿场地环境、场地成本等因素。原则上，首先推荐本公司最常用的场地。场地环境相当的情况下，推荐成本较低的场地。

培训场地的描述，应该图文并茂，凸现场地的特色和优点。若是从网上搜索到的野外场地、公园场地的介绍，应该对网上的文字根据需要进行适当修改后方放到方案中。避免出现客户看到场地描述，一看就是从网上乱搜的，感觉我们从来没有过在那个地方的操作经验，十分不专业和不规范的情况。

若客户无特别要求，本部分无需特别推荐或介绍个别培训师。只需将常用的培训师概述、培训师合影放到方案中，便可起到增强专业色彩、提升客户信心的作用。

若客户特别要求，需要培训师的详尽介绍，可视实际情况，另外以独立文档附上培训师介绍。

本部分内容，是方案中最关键的内容，也是客户最终决定是否跟我们合作的关键所在，因此，报价应该慎之又慎。

方案报价原则：

原价与优惠价对比、分方案分场地报价 比客户心理价格稍高、不低于公司限价

报价外服务提供参考价、显示赠送服务价值

1、 原价与优惠价对比：首先，在报出实际收费前，先将实际收费×1.25的价格，做为本公司培训原价，写在报价之上，再给到客户一个八折优惠价，然后才报出实际报价。消费者都有占小便宜的心理，都希望自己的消费物超所值。此举是为了给客户一点甜头。

2、 分方案分场地报价：若方案中推荐了几种操作流程、几种培训场地，应根据场地的优劣和成本的高低，分别进行报价。使客户可以根据自己的费用预算来选择场地和流程。切忌一刀切，不管一天两天、不管成本高低，所以都报一个最低价。最后客户选择了成本最高的场地或流程，而公司无利润，无法操作，再向客户提价，客户会认为我们不守诚信，那我们将有可能失去这个客户。

3、 比客户心理价格稍高：我们在报价之前，先向客户了解他们的培训预算，或根据客户的行业、经济实力，来判断客户的承受范围，然后报出比客户预算稍微高一点的价格。这是因为客户总是喜欢压价，就算直接给出他们可以接受的价格，他们也希望你还是给他一点折扣，报高一点点价格，是为了给客户一个折扣的余地。

4、 不低于公司限价：公司的统一报价表，是根据培训的合理成本利润比计算出来的，所有销售人员都必须严格按照报价表上的限价进行报价。不得擅自报给客户低于报价表的价格。若客户预算较低，不能承受报价表上的价格，需要给到特别的优惠价，必须经过上级主管的同意，方能报价。

5、 报价外服务提供参考价：我们的报价中，一般不包含服装、交通、礼品等费用。但是若客户有需要，我们也可以提供相关的服务。因此，我们应该在报价中标明这些服务的参考价格，以供客户选择。其中，公司现有短袖t恤的价格不得低于10元/件；交通服务的价格，必须根据客户往返的路途，实际向运输供应商查询过价格之后才能报出，不得自以为是漫天要价或报出低于成本的价格。

6、 显示赠送服务价格：在培训中，经常会为客户组织晚会、或场地可提供免费的温泉、桑拿等服务，若这些非培训直接服务，无另外成本而可以直接提供给客户，可以在方案中特别标明，并表明其市场价值，以提高方案的含金量。在报价的时候，我们还必须特别主意的是，一定要对报价中所包含、不包含的各项服务进行详细检查，并且自己了如指掌，绝对不要出现报价前后矛盾、报价计算错误等失误。原则上不要对报价中含的每项服务进行太详尽的价格分解，以免客户对分解价格产生不必要的置疑，甚至自行删除其中较贵的服务，使最后的价格无法操作。

方案的最后，对客户关注、或方案中设计的一些其他资料，而前面没有提到的，进行一些补充。使客户对我们的服务了解得更全面。

**项目方案策划做工作篇十四**

一、 项目简介：

“龙江汽车网”是一种b2c电子商务形式汽车网站。随着互联网宽带和技术应用的成熟，可以预见，电子商务将成为互联网普及应用的主流，必将影响着千家万户的生活和经济行为，并日益成为社会商业活动的重要形式。

纵观国内互联汽车网站，中国汽车网、太平洋汽车网、中国汽车新网和三大门户网站的汽车网为b2c电子商务汽车网的主要集散地，占据了网上汽车商务大部分份额。此外，国内仍然还有几百家小型b2c汽车网站，受规模和能力限制，发展缓慢，步履维艰，艰难的维持现状，并残酷地争夺着剩下为数不多的份额。更有甚者，许多拥有丰富资源信息，希望通过互联网开展汽车网上商务的却苦于无法找到进入b2c电子商务的门槛，或对互联网的泡沫经济心有余悸而不得作罢。然而消费者若进行网上浏览选购时却又发现，很多汽车网中相关车型数据介绍仍然嫌少(很多只是提供汽车行业中的新闻)，不能及时找到自己想了解的车型参数或经销商介绍。

所谓网站的特色服务。“龙江汽车网”的出现旨在改变特色特色服务困难这一局面，开发出特色网站栏目。通过特色栏目来吸引广大的汽车爱好者，和汽车经销商厂商的关注。避开其他汽车网站的锋芒，形成自己的品牌和服务壁垒，提高准入难度，保持现有优势，确保业绩稳中有升。

二、 行业现状分析与市场需求预测：

新概念汽车服务有限公司的“龙江汽车网”网站成立20xx年2月28日，我们首先就此网站进行一下分析。

龙江汽车网介绍：我们有4年的大型汽车网站领域丰富经验，致力于建立黑龙江省乃至中国最大最专业的汽车网站。为入驻商户提供覆盖全国2500多个城市的专业化服务。

龙江汽车网服务：功能完善、展示信息丰富的汽车商务平台;针对企业的网上销售系统;开放式远程客户管理和针对个人的网站采购销售系统;强力搜索引擎支持。

龙江汽车网招商范围：网站广告发布、汽车经销商商家驻入、消费者团队采购、汽车配件采购平台诚信通会员、企业网站的建设、服务器租用以及域名注册等服务。

龙江汽车网的发展思路源于王峻涛离开my8848与西单商场合作开发igo5的时候，一句话概括就是：利用自身的平台优势，吸引商家入住进行网上销售(商家有无网站均可)，丰富自身信息资源，实现双赢，即所谓的商业街模式。

让我们再对龙江汽车网模式的赢利性进行分析。首先是各大厂商的网站广告收益，估计每月赢利在2万元人民币左右，而且潜在商家众多，将成为龙江汽车网的重要赢利源之一;其次是品牌经营收益，龙江汽车网运营得当，将成为汽车网站中又一标志性品牌，其运营和推广模式将成为新的典范，品牌价值巨大;再次是商家服务收益，包括商家驻入，汽车配件采购平台会员费，组织汽车团购，开展买车参谋服务等多种内容，不一而足。从中可以看出，汽车网站商机无限，重在创新，善于捕捉市场空白点和新动向，介入越早，获利越丰。

综上，龙江汽车网的优势是：具有强大的品牌、经验、技术和资源优势，对新产品的推广强有力，可以做到短平快，适合大型商家和高需求量商品销售。龙江汽车网也有不足和待改进的地方：已经有网站的公司或企业若加盟龙江汽车网须放弃现有网站;汽车配件采购平台诚信通会员费用不低，将阻挡许多个人或小型商家;各商家同业竞争不在保护之列，容易造成恶性竞争;龙江汽车网野心十足，立志于网罗所有中小型汽车网站和商家，大有一统河山之势。众所周知，产业垄断与过分集中对各类中小型“散户”是危险的讯号，不得不堤防。

中国的汽车消费市场及其特征

随着中国改革开放的推进以及二十多年的经济高速增长，中国居民收入大幅度增加。农村居民家庭人均纯收入20xx年达到了2366.4元，较1978年增加了4倍，年平均增加速度为7.28%;城镇居民家庭人均可支配收入20xx年达到了6859.6元，较1978年增加了3.16倍，年平均增加速度为6.4%。大城市居民收入的增加速度更快。城镇居民的消费支出中吃、穿的比重逐年降低，而用于医疗保健、交通通讯、娱乐教育文化服务、居住的部分逐年上升。城乡居民储蓄20xx年底达到73762.4亿元，目前已超过了80000亿元，且每年储蓄的增幅都在增加。中国已经发展成为一个极具潜力的汽车消费市场。估计目前我国有购车能力的家庭达到700万户，20xx年更将达到4200万户。到20xx年，中国有可能成为全球仅次于美国和日本的第三大汽车市场。

从汽车的实际购买来看，汽车作为中国居民家庭拥有率最低的一种高档耐用消费品，随着居民收入水平的不断提高和中国政府鼓励轿车进入居民家庭政策的出台，特别是20xx年5月放松对生产企业的价格管制，加之制约需求的各种不合理费用逐步取消和汽车贷款正在被越来越多人所接受，汽车正在快速进入普通家庭，开始取代家电成为新一代领航消费品。根据中国国家统计局统计数据，20xx年1—7月，全国限额以上批发零售贸易业汽车零售额419.4亿元，比上年同期增长45.4%，其中7月份销售76.1亿元，增长75.3%，成为各类商品中零售增长速度最快的商品。由于购车热扑面而来，一些汽车销售出现断档脱销，一些品牌要提前预订，出现了目前市场上的旺销局面。

而现在消费者在买车之前超过50%的人群都会选择通过网络媒体了解自己所选购的汽车性能技术参数价格、和经销商详细情况等信息。这样汽车专业网站就成为了他们的首要选择。

三、 可行性分析

栏目特色：龙江汽车网根据长期对访问者的跟踪分析得出了哪些栏目比较受欢迎，我们独立开发了“驾驶员模拟考试系统”“新车价格查询系统”“汽车车型查询系统”“二手车交易系统”和汽车配件采购平台等几大栏目，尤其是驾驶员模拟考试系统是在汽车网中首家推出，受到网友的极大欢迎，并且成为很多汽车网站模仿的对象。

访问者目的和实现办法：“龙江汽车网”是一个联系网上消费者和和厂商企业的平台，访问者可通过“龙江汽车网”了解到各个加盟厂商企业的产品和价格，对于需要详细了解或购买的产品，点击即可进入该厂商、企业发布页面进行操作。大型专业汽车网站成为“我”购车参考时的首选。

四、 项目内容和功能

1、 网站概述：

“龙江汽车网”网站是一个b2c电子商务汽车网站，网站的核心仍然是各种车型的分类展示、介绍、经销商、评论等。每一种车型在网站介绍主要参数的时候，均会标明该车型的专营经销商，点击经销商就可以查看到经销商的详细信息。

“龙江汽车网”网站的另一个重要内容是汽车配件采购平台，包括贸易机会、产品展示、企业名录、人才招聘、行业新闻、汽配采购平台在以信息服务为基础，建立完善的、以用户为本的网上交易系统。构建网上交易平台、信息发布平台、工作平台、自动建站平台，有助汽配生产厂家、企业或贸易商准确的把握市场脉搏，迅速接触更多客户，简化交易过程，提高交易速度，降低交易成本。目前，汽配采购平台已经拥有1300多家汽配企业网站和产品资料，每天接受来自全球100多个国家20xx人次的汽配客户查询和联系。以优质的服务和独有的服务体系和网络技术为汽配企业提供最佳的网络商务解决方案。

2、 栏目编排：

访问者可以注册成为网站普通会员，可发表评论，可进行投票，可对展示商品提出意见或疑问。

填补网络行业空白，品牌价值巨大;替客商搭筑网上销售平台。

龙江汽车网目前共有400多种车型的价格和详细参数介绍，能满足访问者网上看的需要，20xx年7月龙江汽车网发布了 新车价格查询系统，在网上发布以后使用用户非常广泛，使网站知名度又一次大提高，(潍方搜索分站，安徽汽车网等目前还在使用我们的系统)在20xx年12月推出了全新的 驾驶员网上模拟考试系统 等到了广大网友的好评，网站20xx年5月相继进行了2次大的改版，并整合了一些栏目，删除了以前的信息平台栏目，增加了二手车交易栏目和20xx年8月推出的 汽配采购平台栏目，龙江汽车网的明天将是美好的明天!

**项目方案策划做工作篇十五**

本次活动主要是针对商业广场、样板间落成、3、4#号楼开盘及五一黄金周的促销为主。全力助推在本地市场的`知名度，促进楼盘迅速销售快速回笼资金，为即将到来的xx房产6、7、8月份的销售淡季一个缓冲及xx金秋时节置业旺季做前期销售奠定好的基础。

促销对象主要是针对最后一批在xx过冬，即将返程的候鸟群客户，那大城市刚需居民及周边农场、乡镇想改变生活质量搬迁市区等的本地置业人群。

1、 商业广场、样板间的正式开放，儋城壹品全新面貌迎接业主的到来

2、 3、4#楼正式开盘，经典生活诚挚奉上，5月1日至5月7日每天5套特价房，限时抢购。

1、黄金周献礼，回馈客户;

4、每天特价房源，限时限套抢购;

5、现场促销氛围营造

广场放置遮阳伞及休闲桌椅，免费开放wifi，免费提供饮料、咖啡、爆米花，增加人气，放置音响，播放音乐结合广场喷泉，形成一个典雅的休闲区。

6、促销活动时间及地点;

促销活动时间;一口价房源时间为五一黄金周7天。折扣加送装修大礼包活动截止与20xx年8月30日。

促销活动地址：市区为主，周边农场及乡镇为辅;

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