# 情人节后工作总结(合集34篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-05-04

*情人节后工作总结1>一、高度重视，认真组织为确保此次七夕主题活动的顺利开展，我街道领导高度重视，及时召开会议对七夕活动进行总体部署，并制定了活动方案。要求此次活动突出传承和弘扬传统文化，引导群众树立正确的爱情观和人生观，在全社会营造体现关爱...*

**情人节后工作总结1**

>一、高度重视，认真组织

为确保此次七夕主题活动的顺利开展，我街道领导高度重视，及时召开会议对七夕活动进行总体部署，并制定了活动方案。要求此次活动突出传承和弘扬传统文化，引导群众树立正确的爱情观和人生观，在全社会营造体现关爱、倡导真情的节日氛围。

>二、具体活动情况

为引导社区居民认知传统、尊重传统、继承传统、弘扬传统，促进现代家庭观念的健康成长，在全社会形成奋发向上的精神力量和团结和睦的精神纽带，我街组织社区开展\_爱在七夕。中华经典诵读\_活动。邀请居民参加了这次活动。男女老少聚在一起，一边聆听社区书记精心准备的有关七夕节的家庭美德小故事，一边诵读中华经典读物，促进了家庭和顺，邻里和睦。在活动中，居民们不仅了解掌握了\_七夕\_这一传统节日的.相关知识，更是由此走进了绚丽多姿的民风民俗，品味到祖国浑厚悠远的文化风韵。

整场朗诵贯穿古今，既有古代\_乞巧\_的重现又有现代诵读的演绎，通过朗诵中华经典美文展示了社区人员庆祝传统佳节的喜悦心情。《七夕的传说》、《读唐诗》等诵读表演，引领回到古代美好的画卷，展示中华传统文化源远流长，是中华儿女热爱传统文化的颂歌，引领我们走向更好的未来。

\_爱在七夕。中华经典诵读\_活动通过诵读耳熟能详、满蕴深情的名篇佳作和优秀诗文，充分挖掘我国传统节日\_七夕\_深厚的文化内涵，引导工作人员认知传统，感恩祖国，亲近中华文化，热爱和传承华夏文明，进一步感受传统文化魅力。

在本次活动中，我街道充分利用传统节日对广大群众进行了传统文化教育，掀起了体现关爱、倡导真情的节日热潮，更传承了七夕文化精髓，为我街道精神文明创建工作提供了有力的精神动力。

**情人节后工作总结2**

为确保此次七夕主题活动顺利开展，及时召开会议对七夕节活动进行总体部署，并制定了活动方案，要求各科室以深化创建文明城市活动为载体；突出认识传统、尊重传统、继承传统、弘扬传统；突出营造家庭美满、社会和谐氛围的具体要求，全面推进我局的精神文明创建工作。

>（一）开展爱在七夕中华经典诵读活动

结合“在我们的节日”期间的中华经典诵读活动，我局印刷了“迎七夕、诵经典”文学小册子，并对全局干部职工及工作人员进行统一发放，要求各科室组织诵读。活动陶冶了全体干部职工的的情操，弘扬了中华民族优秀传统文化，使人们在诵读经典中受到中华情爱文明的熏陶，续写高尚纯洁、忠贞不渝的爱情新故事。

>（二）开展爱情文化活动

在七夕节来临之际，我局组织广大干部职工积极观看“七夕”节期间民俗表演团体、民间艺人在我区各地举办的各类传统工艺和七夕民间技艺表演。鼓励干部职工参与节日期间组织的歌舞晚会，活跃了单位气氛，促进干部职工间的有效交流，增强了团队战斗力。更让干部群众充分感受节日的浪漫气氛。

>（三）开展共植爱情树活动

为深入挖掘传统节日“七夕”文化内涵，突出“爱情忠贞、家庭幸福”的主题，我局精心组织开展了别开生面的\'“七夕传统节”活动。组织局干部职工及其配偶，共20对夫妇代表在局花园内进行植树活动。为我局环境增添绿色气息的同时，为人们作出了高尚纯洁、忠贞不渝的爱情典范。

在本次活动中，我局充分利用传统节庆日对全体干部职工进行传统文化教育，掀起了倡导文明和强化作风的热潮，更是承七夕文化精髓，扬民族传统底蕴。为创建“全国文明城市”这一奋斗目标提供了强有力的思想保证和精神动力。

**情人节后工作总结3**

xx日开展了情人节大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对情侣为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的.目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的情人节广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

情人节文艺晚会把整个情人节推上高点，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

**情人节后工作总结4**

此次2月14情人节活动从16：30到20：00，地点跨越了中亭街国美电器和五一广场的冰峰世纪。总体还是较成功的，但在细节中存在一些小问题，现对此次活动的各个方面进行一些总结和反思：

>1、活动人员

原先准备了14对情侣，实际到场13对情侣（其中一对预备情侣），参加活动12对情侣。为整体活动的顺利进行提供了坚实的基础。由于互联星空预算的六对情侣落空，此次的活动中有三对自己部门的同事，说明前期的活动准备还不够充分，对可能出现的风险估计不足。

>2、奖品及道具

极大程度地使用赞助厂商的资源，减少活动成本。所有奖品、赠品、拍卖品全部由厂商提供，俱乐部方面提供策划、组织、人员方面的\'。

>3、经费

整体活动经费上基本网友自理，充分调动了网友自身对情人节活动的参与积极性。俱乐部方面仅提供一些交通费、宣传的经费和记者招待费，费用极其低廉。

>4、宣传

前期的宣传，\_的各游戏官网、17173网站、俱乐部网站、福州各论坛社区发布活动前期活动公告，并设立专题的页面。中期活动中的宣传，在国美电器商场和冰峰世纪咖啡吧内进行布置、国美电器商场进行滚动的广播宣传，全场DV跟拍。后期活动中进行和前期宣传一样的全面的网站宣传、专题页面报道，电台893广播跟入，海峡都市报、福州电视台跟入宣传。

>5、活动流程

国美电器方面活动很顺利，谜语问题偏简单，智力稍好的网友太早猜出谜底。餐厅方面出现组织的失误，功放出出现故障，造成麦克风声音太小，无法较好地组织网友。餐厅服务人员打破汤碗，造成上菜速度减慢。

>6、整体组织

工作人员及时到位，活动全程保持联系。活动距离较远，也没有出现活动参与者走散现象。整体活动环节连接较紧凑，没有出现活动的脱节。

**情人节后工作总结5**

开展情人节大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

一、在促销方面

我们应用了针对情侣为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

二、商品方面

我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限x天”“疯狂特价，抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的情人节广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

三、不足

但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：在本次情人节活动中间，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。

2、监督表格没执行，是本次情人节的一个遗憾。

3、门店的现场执行力度不够，

4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。

5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。

6、新商品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次情人节的遗憾。

7、门店在情人节活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

8、门店情人节商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。

9、门店在情人节活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。

10、在情人节活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思。

总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的工作做好。我们希望以后能够把整个七夕活动方案作得更好、落实得更好。

**情人节后工作总结6**

七夕节是我国传统节日中最具浪漫色彩的节日，也被认为是“中国情人节”。七夕之际，苏州工业园区枫情水岸社区为银婚、金婚还有钻石婚的中老年夫妇过一个“青山绿水”间寻找浪漫的别样情人节。

在《婚姻进行曲》的音乐伴奏下，10对夫妇依次携手走进心形花门，踏上用花环门和气球搭建的鹊桥美景，集体晒结婚证。各式各样的结婚证书留下鲜明的时代烙印，看他们保存得那么好，就知道上辈们对婚姻是非常重视的。此情此景不尽让人感慨，执子之手，与子偕老，曾经他们携手走入婚姻的殿堂，组建幸福的家庭，古稀之年搀扶夕阳，回首一生，爱的童话才会更加完美，仿佛重温了一次婚礼过程，将爱的主题化为永恒。

广场音乐墙上许愿、放飞梦想气球、情侣对杯合影留念……让老人们重温浪漫年华，细数一起时间的流逝，分享感动瞬间的点滴，婚姻就像一坛老酒，时间越长久越醇香。喻梦龙老夫妇已经有六十周年的婚龄，迈入人生难得最隆重庆典钻石婚；冯文虎夫妇也有54周年婚龄，名副其实的金婚老人。而今又到七夕，感受身边的金婚、钻石婚夫妇们一生一次、一爱到底的人生态度，对现在一些“闪婚闪离”的年轻人是否也有别样的启示？

七夕之际，浪漫依旧。8月5日上午，国际水岸社区会议室内喜气洋洋，一场别开生面的“浓情七夕节 相濡以沫话真情” 的party正在这里上演，参加这个party的不是年轻人，而是来自社区里的老夫妻们。

几十年相濡以沫，几十年相依相伴，几十年风雨历程，此起彼伏的“恭喜”声勾起了老人们对往昔岁月的深情回忆。62岁的朱大叔说，“我和老伴结婚时，连新房都是借别人家的，结婚的衣服，婚床上的毯子都是向别人借的，现在好了，盖起了三层楼房，儿子儿媳都孝顺，生活别提多有滋味。”老陶的老伴卢全珍也是激动不已，“结婚43周年了，他一直对我很好，还记得我怀第一个孩子时，还想去田里干活，他就把我干活的工具藏了起来，这件事，我这辈子都不会忘记。”

聊着这么多年的家长里短，恩爱岁月，大家越聊越起劲，社区工作人员提议去沙湖公园拍起了婚纱照，老人们参与的兴致都非常高，一个个笑得合不拢嘴。王强老人快言快语：“我今年已经63岁了，老伴张水瑛也有60岁了，拍婚纱照这件事是过去连想都没有想到的，咱们社区想得真是周到！弥补了结婚时的遗憾，让我们找回了年轻时的感觉，牵手走过半个世纪，发现恩恩爱爱最重要，平平淡淡最久长。我们真是赶上了好时光！”

8月5日，工人新村社区党委、团支部共同组织开展了以“爱情忠贞、家庭幸福”为主题的“我们的节日”·七夕活动。邀请了社区内30多位少先队员和团员青年与社区老人一起共叠千纸鹤，话七夕，并组织观看了七夕影片。孩子们将亲手折叠的千纸鹤送给4对老夫妻，寄托大家对忠贞、幸福爱情的祝福。

开展好“我们的节日”主题活动，是推进青少年社会主义核心价值体系建设的重要抓手和丰富群众性精神文明活动的重要载体。工人新村社区和团支部坚持把“我们的节日·七夕”主题活动与“讲文明、树新风，做文明有礼的社区人”活动结合起来，与创建文明城市、创建文明社区结合起来，承七夕文化精髓,扬民族传统底蕴文化活动的精心设计社区青少年乐于参与、便于参与的节日活动项目，积极创新传统节日的形式和载体，吸引群众广泛参与。此次节日活动，让孩子和社区居民了解了“七夕”这一传统节日的相关知识，感受中华民族传统节日中折射出的浓郁的文化气息，激发了青少年爱国主义热情。

**情人节后工作总结7**

>1、活动方案策划完美。本次活动重点围绕“情人夜”为主题，策划了一系列的文艺演出、观众互动、现场抽奖、爱的宣言这四个环节。冠名商既赢得了品牌度和知名度，同时也提升了天长论坛的美誉度。

>2、文艺节目精彩纷呈，好评如潮。有舞蹈、小提琴演奏、现场走秀、网友演唱，特别是网友zizhuzi123的三首劲歌赢得满场喝彩声。网友huyanli发帖说：人太多了，根本看不到，我只看了几个节目，还是垫起脚看的，后来实在看不见了就回去了，不过说明活动很成功，支持一下。

>3、现场观众人山人海，据不完全全统计，现场观众超万人。晚会结束后，很多网友在网上发帖表示观众太多了。网友别理我说：天黑的时候，带着孩子，捎着老公，来到天发广场，眼前[ ]的场面真是壮观！想找个缝儿往前窜一下，可惜，找了好几个角度，连插针的缝都没寻到，后只好垫起脚尖，透过层层脑袋，穿过黑发我的眼，看到了部分节目。先不说节目如何，单就那个热闹场面来讲，可见这次活动是成功的，是受到大众热捧的！感谢天长论坛，在七夕之夜策划的这档活动，愉悦了我们的眼球！

>4、现场万元礼品大派发，观众实惠多多。既照顾了网友的心情又顾忌到市民的感受。本次活动礼品有千元纪念币、有名酒、有储值卡和其他一些精美礼品。网友乱世小妖发帖说：今晚好高兴啊!既看到了精彩的节目，又拿到了大奖！下次还要参加哟！

>本次晚会不足之处：

1、 过低低估现场观众人数，认为现场有10多位志愿者维持秩序，应该足够。可是晚会演到一半之时，已经无法控制观众高涨的情绪。

2、 节目调度不够到位，在最后抽奖环节，主持人居然没有拿到抽奖详情。

3、 礼品安排不够细致，晚会现场，以志愿者咸鱼翻身为主的礼品管理小组做了大量的工作。但是在派发之时，因为现场拥挤，造成礼品发放不到位和不少礼品莫名其妙丢失。

4、 现场因为用电负荷过高，造成两次停电事故。

**情人节后工作总结8**

“会说情话的玫瑰”--xx珠宝传递你的爱活动

>一、活动时间

20\_年2月14日（情人节）-xx月xx日（元宵节）-3月8日（三八妇女节）

>二、活动主题

会说情话的玫瑰--XX珠宝传递你的爱

>三、活动背景

每逢佳节倍思亲，20\_年2月14日（情人节）-xx月xx日（元宵节）-3月8日（三八妇女节）好节相连，情人节是表达爱情的机会，元宵节古称灯节，也是夫妻相约看灯互诉衷肠的节日，三八妇女节是女性的节日，也是男性表达对女性关怀的节日，这三个节日都和爱情密切相关，人们这个时候最多想到的\'就是自己的爱人或情人，人们会想到送鲜花给爱人或情人，同时还会买礼物（如珠宝、化妆品等等），所以我们就迎合了这种心理，特意推出新颖别致的礼品--会说情话的玫瑰，让人们在送礼物的同时用会说情话的玫瑰表达对爱人或情人的爱和感谢等情话，使XX珠宝附着上情感的含义，以情感诉求打动广大消费者的心，以情感营销取胜。

>四、活动目的

1、通过此次活动增加情人节期间卖场人气。

2、提高xx珠宝品牌在当地知名度，抢占市场份额。

3、进一步提高xx珠宝的品牌美誉度，以利于长期推广销售。

>五、活动内容

1、造势活动：

（1）2月20日、xx月xx日（xx月xx日元宵节）、3月7日在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，主题是《会说情话的玫瑰--xx珠宝传递你的爱》；

（2）各地加盟商在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

2、柜台促销：凡在xx珠宝专店/柜买满1000元即送＂会说情话玫瑰花＂一朵，此活动是为了使人们在情人节、元宵节、三八妇女节来表达对爱人的爱恋和感谢等，主要是用＂会说情话玫瑰花＂录制人们在平时不好意思对爱人或情人说出口的情话和感谢的甜言蜜语，之后连同珠宝一起送出，使爱人或情人获得尊贵的钻石的同时又得到一份情感的精神馈赠。

3、新款上市：总部将有一系列的打动人们深层情感的新款钻饰（主要是＂信守＂、＂善美＂系列）同时发售，与本次活动一起在情感上打动顾客，与活动一起相得益彰的使本次＂情感营销＂取得全面的成功。

>六、活动宣传与推广

1、在店前做好宣传海报、x展架，在柜台安排咨询活动咨询员并设立活动咨询电话方便回答顾客对系列活动咨询。

2、网络推广：联合当地网站做活动宣传广告、活动新闻报道等宣传活动，以新闻事件的形式做好＂造势＂宣传。

3、各加盟伙伴注意与当地报纸媒体记者联系，注意做好活动报道工作，以达到长期宣传品牌和长期促进销售的目的。

>六、活动经费预算

1、“会说情话的玫瑰花”：25X100=2500元。

2、x展架：65元X2=130元。

3、宣传页（dm）：元X2000=1000元。

4、广告宣传费：5000元。

5、总计：8630元。

**情人节后工作总结9**

今年的情人节，在xx步行街和xx路你会看到一些手持玫瑰花，头戴小红帽的志愿者。“买一枝花吧。我们是xx市志愿者协会的，今天在这里进行玫瑰义卖，所得收入用来帮助我们山区的贫困学生”。这是xx市志愿者协会开展的情人节义卖活动。

本次义卖活动，经过前期的网络媒体宣传、与花店的.洽谈、玫瑰花的整理挑选和打束，终于在情人节期间如期进行。

正值寒假，参加活动大多是学生，他们在家长的带领下来到活动现场，向市民介绍活动，来推销自己的玫瑰花。这是对孩子能力锻炼的一种很好的机会。

有这么一群学生，他们来自xx市一中，是xxx的同学，在xxx的影响下，加入到了义卖玫瑰的行列。

有这么一群学生，他们来自同一所就读过的小学，他们有的是在校的小学生，有的正在读初中，还有的是正在上高中，也有的是大学在校生。从20xx年至今，该校一直都在开展志愿服务实践活动。所以参加这样的活动，对他们来说已是一件很平常的事儿。

有这么一群学生，他们来自市区和农村的中小学，他们手中捧着的不仅仅是芬芳的玫瑰花，更是薪火相传的爱的火炬。正是志愿者们的无私奉献，才感召着一批又一批的年轻人，加入到志愿者的队伍。

**情人节后工作总结10**

每年农历七月初七这一天是我国汉族的传统节日七夕节。七夕节是我国传统节日中最具浪漫色彩的一个节日，也是过去青年男女最为重视的日子。社区举办这次七夕节传统文化节日活动，主要为了继承和弘扬中华民族的优秀传统文化精神，积极营造和谐社区、家庭幸福的生活环境，并且树立广大青年正确的爱情观、人生观。社区开展的活动总结如下：

第一是围绕“我们的节日·七夕”为主题，社区成员在支部书记带领下，组织了部分青年男女参与此次活动，活动内容有：诗朗诵、情歌对唱、观看古代七夕爱情电影片《梁山伯与祝英台》《牛郎织女》等。

第二是大力宣传古代青年男女对“爱情忠贞”、传承中华情爱文明，讴歌纯洁爱情、诠释爱情续写 、现代青年男女的爱情故事。

第三是通过本次活动，达到了弘扬传统文化的底蕴，营造和谐的社会环境，让广大青年认识了什么是正确的爱情观和人生价值观，更重要的是让社区青年认识到面对新的发展形势我们该做什么？希望能再下次的活动中，社区广大青年在各领域能作出更加重要贡献。

**情人节后工作总结11**

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对家庭及主妇为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的七夕广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

七夕大型文艺晚会把整个七夕庆推上高潮，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

在天时人和方面我们也占到了一定的优势，七夕活动开始天气突然转凉使原本快讯计划中的季节性商品热销，人气鼎沸。这和我们分析和组织商品的前瞻性分不开的，最后真的连老天都帮我们，再加上我们的勤奋努力和较好的分析执行能力，还有做不好的事情。

但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：在本次七夕活动中间，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的。

**情人节后工作总结12**

为了深入挖掘民族传统节日情人节所蕴含的丰富内涵，大力弘扬民族精神和时代精神，传承中华民族优良传统和革命传统，引导人们了解传统节日、认同传统节日、喜爱传统节日、过好传统节日，从而增强爱国情感和民族凝聚力，按新都文明办[20xx]37号文件的部署，北管委认真开展了“我们的节日·情人节”主题活动。

>一、做好宣传工作，营造节日氛围

>二、举办情人爱情讲座，体现真情关爱

在情人节前夕，管委会举办了“情人爱情讲座”，讲座从“情人节”的渊源、传说、习俗以及诗词等方面向参加主题活动的人员宣传了“情人节”的文化内涵，让大家了解情人文化所蕴含的崇尚忠贞爱情与向往幸福生活的美好情怀。大家还围绕情人佳节颂扬忠贞爱情，家庭幸福的主题，诵读爱情诗歌，激发人们对真情的追求，对共建美好家园，共享美好生活的热爱之情。

>三、传播传统文化，共创文明社会

北管委借此节日大力弘扬传统文化，营造和谐之风，广泛宣传互助友爱，共建文明社会，让文明之风进机关、进家庭。活动开展以来，得到了全体干部职工的支持，大家在工作中，都更注意职业文明礼仪，以文明的语言、文明的仪态为来访企业和群众服务。同时，以情人体现家庭美满追求之意义为抓手，积极倡导文明进家庭，追求家庭和睦美满，在潜移默化中教育群众告别陋习，树立文明新风。

通过此次主体活动的开展，进一步继承和弘扬了中华民族传统文化，为营造社会和谐，家庭幸福，为树立人们正确的爱情观、价值观和人生观做出了贡献。

**情人节后工作总结13**

网友们只在网路上联系，为了让大家实现出网络走向现实，提供平台让更多的朋友互相了解认识的目的，池州人网借助七夕情人节这个美好节日发起了“相约近水楼台邂逅七夕真爱”主题交友联谊活动，这也是池州人网自建立起来首次举办类似活动，在活动准备阶段，我们花了很多的心思来具体构思策划，人网哈小卷负责本次活动的策划及现场主持，韩韩负责活动的前期资料准备、报名召集、活动宣传及选手联系等工作，玲玲负责活动现场接待、人员确定及其他协调工作。

七夕活动当晚，人网的工作人员韩韩和玲玲早早赶到了近水楼台西餐厅，而后“逝去的永恒”、“琴儿”、“快乐李”等网友也纷纷如约而至，待大家全部到齐后，我们开始安排大家填写活动报名表，留下个人联系方式等详细资料，同时开始了第一个环节“谁来与我一起晚餐”，经过一轮抽签，八对成功配对成为临时玩伴，共进西式情侣套餐并合作参加随后的游戏环节。由于当晚正值七夕，餐厅内顾客如流、人满为患，加上前期与餐厅没有充分的沟通，对情况估计不足，因此导致网友们在耐心等待了很久之后才吃到了期盼已久的晚餐，当饭上来的时候大家早已是饥肠辘辘了。匆匆吃完饭，已是晚上九点多钟，我们在包厢内进行了全体集合，随后就立即投入了游戏活动。随着游戏的进行，各位网友也从一开始的`羞涩慢慢放开胆子来，尤其集体游戏“大树与松鼠”，更是把氛围推向了高潮，游戏玩罢，每人都已然是气喘吁吁、汗流浃背了。集体游戏后我们就开始了另一个小游戏“气球吹水杯”，男女搭配，男生吹气球，女生通过放气球里面的气来将一次性纸杯从桌上吹跌落，看哪一组用时最短，刚开始大家都还发扬集体主义精神，纷纷为比赛对手加油股劲，到最后大家就开始穷其一切办法，尽量捣乱以影响对手的发挥了，结果激烈角逐，女一号“逝去的永恒”和临时配对的主持人哈小卷配合默契、发挥出色。

在欢乐的活动中，时间过得很快，不知不觉时间已到了晚上11点，本次联谊活动也到了尾声，活动结束后大家就各自回家，期间更是有体贴的男生主动要求护送女生回家，真是羡煞旁人。

在本次活动过程中，不断有现场顾客和参加活动网友的朋友及同事主动要求加入，此外还有许多网友陆续过来围观捧场。总而言之，在许多网友的理解、配合和支持下，活动算是顺利地开展了。作为池州人网首次举办这样的交友联谊活动，我们确实还存在一些不够完善的地方，希望大家包涵，并在日后的活动中，继续支持配合，给我们更多的宝贵意见和建议，让我们的活动更加顺利圆满，让我们人网的明天更加美好。

**情人节后工作总结14**

为了深入挖掘民族传统节日，大力弘扬民族精神和时代精神，传承中华民族优良传统和革命传统，引导教育广大市民了解传统节日、认同传统节日、喜爱传统节日、过好传统节日，从而增强爱国情感和民族凝聚力，园林街道泰昌社区在浪漫的七夕节到来之际，开展了“相约七夕节讲述爱情故事”主题活动。

\_\_社区组织居民开展“相约七夕节讲述爱情故事”主题文化活动.此次活动共分为三个环节，第一项活动内容“爱的誓言”。到场参加活动的居民朋友们一起上来签名写下他们的爱情誓言。第二个精彩节目“爱的告白”：也是最激情的时刻!请到场的夫妻在这个环节当中手拿鲜花向自己的老伴表达爱意。让参与活动的居民见证他们的爱，见证他们的浪漫，见证他们的幸福.把节日的喜悦推向了高潮。最后一个精彩节目“爱的回忆”：到场的每对夫妻都向大家介绍相识的经历和生活当中发生的有趣爱情故事，唤回了好多爱的回忆，都感受颇多!活动现场温馨浪漫，参与活动的情侣们还收获到七夕爱的礼物。

此次七夕节活动，丰富了\_\_社区居民的生活，促进居民与家庭成员、居民之间，居民与社区的交流，在群众中引起了较好的反响。在今后工作中，我们要在以下几方面加大努力。一是要进一步加强组织协调，提高整体活动水平，努力吸引更多的人参与到社区活动中来。二是不断丰富活动内容，提升活动质量，要紧贴居民需求，在争取基层意见的基础上，找准切入点，把好落脚点，有针对性开展活动。三是动员社会力量，进一步加大宣传力度，继续营造和谐社会氛围。

**情人节后工作总结15**

\_\_\_\_年\_\_月\_\_日--\_\_日开展了情人节大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对情侣为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的情人节广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

情人节文艺晚会把整个情人节推上高潮，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

在天时人和方面我们也占到了一定的优势，情人节活动开始天气突然转凉使原本快讯计划中的季节性商品热销，人气鼎沸。这和我们分析和组织商品的前瞻性分不开的，最后真的连老天都帮我们，再加上我们的勤奋努力和较好的分析执行能力，还有做不好的事情?

但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：在本次情人节活动中间，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。

2、监督表格没执行，是本次情人节的一个遗憾。

3、门店的现场执行力度不够，

4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。

5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。

6、新商品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次情人节的遗憾。

7、门店在情人节活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

8、门店情人节商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。

9、门店在情人节活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。

10、在情人节活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思!总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的快讯工作作好。我们希望以后能够把整个快讯营销的方案作得更好、落实得更好。

**情人节后工作总结16**

根据区文明办的有关通知的精神，深入建设中华民族共有精神家园的战略任务，大力推进社会主义核心价值体系建设，更好地利用传统节日弘扬中华民族优秀文化。我局领导高度重视，集思广益，结合实际开展了丰富多彩、贴近生活、贴近群众的“我们的节日〃七夕”主题活动。现将活动总结如下：

一、高度重视，认真组织

为确保此次七夕主题活动顺利开展，局党委高度重视，及时召开会议对七夕节活动进行总体部署，并制定了活动方案，要求各科室以深化创建文明城市活动为载体;突出认识传统、尊重传统、继承传统、弘扬传统;突出营造家庭美满、社会和谐氛围的具体要求，全面推进我局的精神文明创建工作。

二、具体活动情况

(一)开展爱在七夕中华经典诵读活动

结合“在我们的节日”期间的中华经典诵读活动，我局党委印刷了“迎七夕、诵经典”文学小册子，并对全局干部职工及工作人员进行统一发放，要求各科室组织诵读。活动陶冶了全体干部职工的的情操，弘扬了中华民族优秀传统文化，使人们在诵读经典中受到中华情爱文明的熏陶，续写高尚纯洁、忠贞不渝的爱情新故事。

(二)开展爱情文化活动

在七夕节来临之际，我局组织广大干部职工积极观看“七夕”节期间民俗表演团体、民间艺人在我区各地举办的各类传统工艺和七夕民间技艺表演。鼓励干部职工参与节日期间组织的歌舞晚会，活跃了单位气氛，促进干部职工间的有效交流，增强了团队战斗力。更让干部群众充分感受节日的浪漫气氛。

(三)开展共植爱情树活动

为深入挖掘传统节日“七夕”文化内涵，突出“爱情忠贞、家庭幸福”的主题，我局精心组织开展了别开生面的“七夕传统节〃共植爱情树”活动。组织局干部职工及其配偶，共20对夫妇代表在局花园内进行植树活动。为我局环境增添绿色气息的同时，为人们作出了高尚纯洁、忠贞不渝的爱情典范。

在本次活动中，我局充分利用传统节庆日对全体干部职工进行传统文化教育，掀起了倡导文明和强化作风的热潮，更是承七夕文化精髓,扬民族传统底蕴。为创建“全国文明城市”这一奋斗目标提供了强有力的思想保证和精神动力。

**情人节后工作总结17**

临近七夕，各大商场推出各种活动方案总结如下：

>一、促销目的

通过“浪漫七夕夜”这一主题，紧紧抓住围绕“有情人”这一心理，展开商品促销和活动促销，以吸引客流，提高知名度，达到销售的目的。大力推出“降价风暴”的降价促销活动，让消费者感到真正的降价优惠。

>二、促销时间

七夕情人节。

>三、宣传档期

情人节前后x周。

>四、促销主题

1、示爱有道降价有理。

2、备足礼物让爱情公告全世界。

>五、商品促销

“七夕情人节”是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到销售。

1、商品特价：

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2、主题陈列：

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用厨窗摆放，如没有厨窗的店面可陈列醒目位置。

3、要求：

a、情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象。

b、各店必须包装至少x份以上的“饰品套系”用于主题陈列。

>六、“浓情头饰花束”

1、以头饰为主，现价按原有价位x折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品x元以上的顾客均赠鲜花一支。

2、制作“浓情头饰花束”售价表。提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3、免费送货服务，要求饰品超过x元，送货范围不超过x公里。

>七、活动促销

1、情人气球对对碰：

制作x个，气球用于门店情人节气氛布置及购物赠送（门店自行安排）。费用x元/套。

2、会员卡赠送：

凡购买情人节系列商品（不限金额），即可赠送会员卡一张，注意做好会员卡资料登记工作。

>八、宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕、DM投递等等。

>九、店内布置

1、备足礼物让爱情公告全世界门前写真招帖：

a、店门口美术笔手写招贴。

b、彩色横幅一条：内容为“示爱有道！降价有理之降价风暴”。

c、购买或租用心形气球做店面装饰。

2、柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净，一尘不染。

3、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

>十、联合经营

与当地鲜花店达成合作协议，相互提供商品，以增加双方销售量。如购买x元鲜花，赠由xx提供的饰品一份或会员卡。在xx购x元饰品，赠由xx鲜花店提供的鲜花或优惠卡。

**情人节后工作总结18**

七夕文化展，是我第一个参与了全程的活动，从我们的创意——对外联系合作单位——确定展出事项——媒体前期宣传——展出现场报道——巧食派送——撤台——后期资料整理，看着想法一步步变成现实。每个环节看似简单其实都需要尽心去做。桂香村和阿多诺斯都说做大巧食技术上有难度，还好没有放弃继续联系了欧麦。

无奈遇上了台风，但在媒体的联系上我们还是没有懈怠，准备工作也照常进行，新闻通稿是对媒体的尊重也是自身宣传的方式之一，可以把我们的意图都传递给媒体，同时建立我们企划部办事专业的形象，我想接下来可以保持。巧食的摆放不如我们预期的美观，但在大家的努力下最后还是呈现了不错的效果。

从媒体宣传来看，xx的媒体还是比较保守的，报道的重点基本放在巧食，特别是电视台，对蛋糕这样比较有争议的\'话题不怎么提及。以后活动策划中也可以吸取这次的经验。

免费派送的活动，场面非常火爆这是我们没有预料到的，但食品的派发会造成许多卫生问题，比较头疼。要做好说明和即时的清洁。

**情人节后工作总结19**

根据武鸣县文明办的有关通知的精神，建设中华民族共有精神家园的战略任务，更好地利用传统节日弘扬中华民族优秀文化。局党支部高度重视，及时召开会议对七夕节活动进行总体部署，并制定了活动方案，现总结如下：

（一）开展“爱在七夕·中华经典诵读”活动结合“在我们的节日”期间的中华经典诵读活动，我局党支部印发了“迎七夕、诵经典”文学资料，要求各股室组织诵读。活动陶冶了全体干部职工的的情操，弘扬了中华民族优秀传统文化，使全体干部职工在诵读经典中受到中华情爱文明的熏陶。

（二）开展爱情文化活动，我局组织广大干部职工积极观看“七夕”节期间民间艺人在我县举办的各类传统工艺和七夕民间技艺表演。鼓励干部职工参与节日期间组织的\'歌舞晚会，活跃了单位气氛，促进干部职工间的有效交流，增强了团队战斗力。

在本次活动中，我局充分利用传统节庆日对全体干部职工进行传统文化教育，掀起了倡导文明和强化作风的热潮，促进了家庭和睦和社会和谐。

**情人节后工作总结20**

每年农历七月初七这一天是我国汉族的传统节日七夕节。七夕节是我国传统节日中最具浪漫色彩的一个节日,也是过去青年男女最为重视的日子。社区举办这次七夕节传统文化节日活动,主要为了继承和弘扬中华民族的优秀传统文化精神,积极营造和谐社区、家庭幸福的生活环境,并且树立广大青年正确的爱情观、人生观。社区开展的活动总结如下:

一、围绕“我们的节日·七夕”为主题,社区成员在支部书记带领下,组织了部分青年男女参与此次活动,活动内容有:诗朗诵、情歌对唱、观看古代七夕爱情电影片《梁山伯与祝英台》《牛郎织女》等。

二、大力宣传古代青年男女对“爱情忠贞”、传承中华情爱文明,讴歌纯洁爱情、诠释爱情续写、现代青年男女的爱情故事。

三、通过本次活动,达到了弘扬传统文化的底蕴,营造和谐的社会环境,让广大青年认识了什么是正确的爱情观和人生价值观,更重要的是让社区青年认识到面对新的发展形势我们该做什么?希望能再下次的活动中,社区广大青年在各领域能作出更加重要贡献。

xx社区

\*\*\*\*年\*月\*\*日

**情人节后工作总结21**

20xx年2月14日晚，武夷山局情人节活动成功落下帷幕，此次活动得到了社会各界人士的认可，树立了良好的邮政企业形象。同时业务成效显著，爱要怎么说出口爱情套餐成功订出1314套餐xxx份、520套餐xxx份、360套餐xxx份、199套餐xxx份、50套餐xxx份，销售个性化爱情邮票xx张，DIY打印xx张，邵武温泉门票xxxx张，爱情漫递服务xx元，共计创收xxxx万元。此次活动能够获得圆满成功，主要有以下几点做法。

>一、领导高度重视，提早谋划

在一月中旬，局领导就提出举办一场别开生面的情人节活动，并且要求要自行举办，不与任何单位合作。局领导亲自参与活动策划，对活动的总体布局、氛围营造和宣传方式，提出了指导性意见，同时还成立了情人节活动领导小组，组长由徐慧兰局长亲自挂帅，制定工作计划及进度要求，提出具体工作要求，明确工作职责，要做到一分部署，九分执行。

>二、产品创新，打造竞争优势

有了局领导的指导性意见，各专业部室就产品开发问题进行了深入研究，产品方案不断的修改和完善，最终开发出了具有竞争优势的产品：个性化爱情邮票、镂空复古爱情信封、爱情纪念戳、爱情火漆封印、爱情DIY明信片等，同时考虑情人节市场特点，搭载了玫瑰花、时尚玩偶和情人节伴手礼。针对产品我局还提出了爱情漫递服务：将带有爱情火漆封印的情书邮寄给N年后的自己，给自己一份惊喜!

光有产品还不行，还要有情人节的互动活动作为载体，才能将活动氛围营造起来，这样才会有更多的情侣来参与。徐慧兰局长在情人节专题会议座谈时说道。为此我局将情人节活动分成三个阶段：爱要怎么说出口、敢爱敢秀、亲密无间真爱永恒。爱要怎么说出口和敢爱敢秀以产品为主，亲密无间真爱永恒为互动活动，互动活动设置了丰富的`奖品，情侣必须参与爱要怎么说出口或者敢爱敢秀才能参与互动活动赢取奖品，活动一环扣一环，打造产品竞争优势。

>三、宣传方式多样，营造活动氛围

为了营造良好的情人节活动氛围，在局领导的指导下，将主题邮局布置成爱情主题邮局，制作爱TA，约吧!就来爱情主题邮局宣传条幅，悬挂在局门口进行情人节活动宣传，制作宣传海报展示活动详情，同时还通过公众平台进行连续宣传，橱窗展示奖品吸引眼球，活动现场用玫瑰花、爱情邮票和心形气球进行装饰，播放情人节音乐营造出情人节活动氛围，爱情主题邮局吸引了大量情侣驻足关注并参与。

此次活动虽然已圆满结束，但是活动中还有些不足之处，如未发放正式的邀请函细节工作未做到位，通过此次活动，为我局今后其他活动的开展打下良好的基础，揭开武夷邮政创新发展新篇章。

**情人节后工作总结22**

>活动人员：

原先准备了14对情侣，实际到场13对情侣（其中一对预备情侣），参加活动12对情侣。为整体活动的顺利进行提供了坚实的基础。由于互联星空预算的六对情侣落空，此次的活动中有三对自己部门的同事，说明前期的活动准备还不够充分，对可能出现的风险估计不足。

>奖品及道具：

极大程度地使用赞助厂商的资源，减少活动成本。所有奖品、赠品、拍卖品全部由厂商提供，俱乐部方面提供策划、组织、人员方面的。

>经费：

整体活动经费上基本网友自理，充分调动了网友自身对情人节活动的参与积极性。俱乐部方面仅提供一些交通费、宣传的经费和记者招待费，费用极其低廉。

>宣传：

前期的宣传，\_的各游戏官网、17173网站、俱乐部网站、福州各论坛社区发布活动前期活动公告，并设立专题的页面。中期活动中的宣传，在国美电器商场和冰峰世纪咖啡吧内进行布置、国美电器商场进行滚动的广播宣传，全场DV跟拍。后期活动中进行和前期宣传一样的全面的网站宣传、专题页面报道，电台893广播跟入，海峡都市报、福州电视台跟入宣传。

>活动流程：

国美电器方面活动很顺利，谜语问题偏简单，智力稍好的网友太早猜出谜底。餐厅方面出现组织的失误，功放出出现故障，造成麦克风声音太小，无法较好地组织网友。餐厅服务人员打破汤碗，造成上菜速度减慢。

>整体组织：

工作人员及时到位，活动全程保持联系。活动距离较远，也没有出现活动参与者走散现象。整体活动环节连接较紧凑，没有出现活动的脱节。

**情人节后工作总结23**

为进一步建设中华民族共有精神家园，推进“五个铁东”建设，根据中央、省市文明办工作部署，区文明办决定于七夕节期间，开展“我们的节日·七夕”主题活动，方案如下：

一、活动主题

结合勤劳节俭和孝亲敬老教育，凸显七夕节爱情、家庭等文化内涵，广泛开展群众性节日民俗、志愿服务、经典诵读、鹊桥联谊会、集体婚礼、文体娱乐等活动，引导人们追求爱情美满、和睦幸福的美好生活.

二、活动内容

1、弘扬爱情美满、幸福和睦为主题开展家庭文化教育，开展吟诵经典爱情诗篇、传颂美丽爱情故事等中华经典诵读活动，结合孝老爱亲、传承家风等主题，开展家庭文化宣传活动，引导人们感受传统文化魅力，培养人们爱亲、爱家、爱国的良好品质，

2、大力营造节日氛围。

三、活动要求

活动要围绕节日主题，坚持面向基层、面向群众，深入挖掘七夕文化内涵，精心设计、广泛开展多种形式的节日民俗活动和文化娱乐活动。

**情人节后工作总结24**

此次情人节活动从x时到x时，地点跨越了xx电器和xx广场的xx。总体还是较成功的，但在细节中存在一些小问题，现对此次活动的各个方面进行一些总结和反思。

活动人员：原先准备了xx对情侣，实际到场xx对情侣（其中x对预备情侣），参加活动xx对情侣。为整体活动的顺利进行提供了坚实的基础。由于xx预算的x对情侣落空，此次的活动中有x对自己部门的同事，说明前期的活动准备还不够充分，对可能出现的风险估计不足。

奖品及道具：极大程度地使用赞助厂商的资源，减少活动成本。所有奖品、赠品、拍卖品全部由厂商提供，俱乐部方面提供策划、组织、人员方面的。

经费：整体活动经费上基本网友自理，充分调动了网友自身对情人节活动的参与积极性。俱乐部方面仅提供一些交通费、宣传的经费和记者招待费，费用极其低廉。

宣传：前期的宣传，网站、各论坛社区发布活动前期活动公告，并设立专题的页面。中期活动中的宣传，在xx电器商场和xx咖啡吧内进行布置、xx电器商场进行滚动的广播宣传，全场DV跟拍。后期活动中进行和前期宣传一样的全面的网站宣传、专题页面报道，电台广播跟入，xx都市报、xx电视台跟入宣传。

活动流程：xx电器方面活动很顺利，谜语问题偏简单，智力稍好的网友太早猜出谜底。餐厅方面出现组织的失误，功放出出现故障，造成麦克风声音太小，无法较好地组织网友。餐厅服务人员打破汤碗，造成上菜速度减慢。

整体组织：工作人员及时到位，活动全程保持联系。活动距离较远，也没有出现活动参与者走散现象。整体活动环节连接较紧凑，没有出现活动的脱节。

**情人节后工作总结25**

情人节就要到了，商场情人节活动也拉开了序幕，各种各样的商场情人节方案也都摆上了案头，那么你的商场活动准备好了吗?

商场情人节促销活动，大家为了能够吸引消费者，早早的就开始为新促销活动创意而殚精竭虑。那么都有什么样的商场情人节促销活动呢?

商场情人节促销活动大致可以分为两大类，以吸引消费者注意力的方式为依据，我们一起来看一下。

1、以产品为焦点。这一部分主要是通过商品本身的价值属性为促销资本进行促销活动，来吸引消费者的注意力，比如说降价，折扣，赠送，优惠券等。

2、以活动为焦点。这一部分指的是以开展活动来吸引消费者的注意力，从而引起兴趣，激起购买欲。比如说竞赛活动，抽奖活动，文艺活动，问答活动等。

不管怎么来选择促销活动方式，都要把握一个原则，就是要把产品、活动与情人节的内在文化情感完美的穿在一起，以的形式贯穿整个促销活动，这样才能真正的吸引消费者。

商场情人节促销活动例子

1、一桶冰淇淋，一对情侣要一起吃完，只有速度快并且吃相优美的情侣才能胜出，而这些，必须要经过“专业”评委和现场大众评审的双重打分。这是海淀区新中关购物中心将在2月14日下午推出的热辣情侣活动之一。

2、大成餐饮集团旗下岩岛成烘焙推出六入玫瑰造型巧克力蛋糕，只要180元;统一多拿滋推出新款巧克力甜甜圈，都是以低单价抢攻情人节商机。

3、新世界货冬装出清2折起2月13日-15日，满一定金额赠“八喜冰淇淋蛋糕”“16件套锅”等,青春馆广场“一吻定情”接吻大赛、情歌对唱比赛等

4、贵友大厦大部分商品5-8折情侣对戒展卖、购物赠礼;13日至15日千足金216元/克、铂金286元/克。

5、据了解，重百尚熙百货推出了消费满600元(特殊商品3000元)抽奖活动，奖品包括巴厘岛游，而重百南坪商场与尚熙百货的消费金额一样，奖品包括丽江双飞五日游。

20xx情人节主题活动总结三

店铺名称：披斯达户外用品批发零售

卖家信用：三钻

主营商品：冲锋衣户外用品

活动的优缺点总结：

满就送活动我自我感觉用的最好!工具其实都是好的，只是大家用的方法不对，或者不是很会用，才产生了使用效果的差别~使用后我的流量和销量暴涨哦!

三点经验总结：

1、如果店铺所卖宝贝利润高的话可以将包邮门槛设低点，如果利润低则可以适当提高点，保证自己不亏就行。

2、在满多少就包邮的价格基础上，加点钱再追加一个满就送，可以是送小礼品或者直接减点钱都可以，销量会有意外收获。

3、可以和那个“搭配套餐”结合起来使用，可以达到意想不到的效果喔。

活动后发现，下次活动我要结合包邮、满减、送礼等多重节奏一起跟上会有更好的效果!

活动主题：之前的情人节促销活动已经结束现在的全场买就送一直进行中

活动策划：情人节活动时间：2月12日——2月18日止，全场买就送户外小装备，礼品的链接都排行第三，短短6天时间，卖出40多单呢!

活动宣传：推广主要是用了买就送等搭配套餐，全店促销信息展示以及直通车推广

使用的促销工具：满就送，限时打折，搭配套餐，店铺优惠券

**情人节后工作总结26**

刚刚过去的七夕活动，是我公司步入快速发展，各项工作扎实推进的关键活动，服装店在公司的正确领导下，经营和管理工作取得了骄人的成绩，产品销售收入一举突破xx万元，达到xx万元，创下历史新高，比去年增长xx%，现将七夕活动主要工作总结如下：

>一、销售情况

七夕活动总销售收入xx万元，是之前一周的x倍，这些成绩的取得，除了我店员工的努力之外，和公司的正确决策以及公司各部门的积极支持和配合是分不开的。

>二、经营管理方面

1、平时注意对员工进行业务素质的提高，积极参加公司组织的各项产品知识培训和促销技巧培训。

2、针对不同消费者，采取不同的促销手段，善于抓住顾客消费心理，有针对性地进行产品介绍。

3、会员卡制度的实施，稳定了一部分顾客群，也提升了服装店的知名度。

4、及时统计缺货，积极为顾客xx，还提供送货上门服务。

>三、存在问题

1、xx服装店的申请一直没有办下来，流失了很多客户。

2、会员卡刚开始实施不久，很多细节做的还不够完善，没使会员制度发挥更大的用。比如，会员价商品的推出没有形成长效机制，积分兑换的礼品单一等。

3、员工的专业知识欠缺，尤其是xx方面，不能更好的指导xx，直接影响到xx的关联销售。

4、店长自身缺乏掌握本行业最新动态，对外界因素的变化不敏感，不能及时调整经营思路。

>四、对今后工作的打算和建议

1、进一步完善会员制度，及时更新丰富会员价商品和积分兑换礼品，争取做到周周有特价，月月有礼品。

2、为了扩大门店宣传，提升知名度，吸引更多的潜在顾客进店消费，可以有计划的进行xx，如xx等。另外也可根据不同季节xx在店内发放各种xx的小册子。

3、要保证上架商品种类齐全，数量充足，结构合理，更好地满足不同顾客的需求。

4、组织员工进行业务素质培训，使员工的专业知识和销售技巧更能适应公司快速发展的需要。

5、通过学习培训使店长保持与时俱进的\'头脑，充分掌握行业动态和公司经营思路，更好地带领员工做好工作，争取在接下来的工作之中，使我店的经营情况稳步提高，创造出更大的效益。

**情人节后工作总结27**

今年的8月25日是七夕情人节。我们也开展七夕情人节的活动。活动从16：30到20：00，地点跨越了中亭街国美电器和五一广场的冰峰世纪。总体还是较成功的，但在细节中存在一些小问题，现对此次活动的各个方面进行一些总结和反思。

活动人员：原先准备了14对情侣，实际到场13对情侣(其中一对预备情侣)，参加活动12对情侣。为整体活动的顺利进行提供了坚实的基础。由于互联星空预算的六对情侣落空，此次的活动中有三对自己部门的同事，说明前期的活动准备还不够充分，对可能出现的风险估计不足。

奖品及道具：极大程度地使用赞助厂商的资源，减少活动成本。所有奖品、赠品、拍卖品全部由厂商提供，俱乐部方面提供策划、组织、人员方面的。

经费：整体活动经费上基本网友自理，充分调动了网友自身对情人节活动的参与积极性。俱乐部方面仅提供一些交通费、宣传的经费和记者招待费，费用极其低廉。

宣传：发布活动前期活动公告，并设立专题的页面。中期活动中的宣传，在电器商场和咖啡吧内进行布置、电器商场进行滚动的广播宣传，全场DV跟拍。后期活动中进行和前期宣传一样的全面的网站宣传、专题页面报道，电台893广播跟入，海峡都市报、福州电视台跟入宣传。

活动流程：电器方面活动很顺利，谜语问题偏简单，智力稍好的网友太早猜出谜底。餐厅方面出现组织的失误，功放出出现故障，造成麦克风声音太小，无法较好地组织网友。餐厅服务人员打破汤碗，造成上菜速度减慢。

整体组织：工作人员及时到位，活动全程保持联系。活动距离较远，也没有出现活动参与者走散现象。整体活动环节连接较紧凑，没有出现活动的脱节。

**情人节后工作总结28**

今年的七夕情人节非常热闹，在这次活动当中，我们也收获了一个个不错的成绩。今天我想把这次活动好好的总结一次，希望可以给接下来的工作带来一些启发和思考，可以帮助到今后的工作。

这次利用七夕节，我们做了一次珠宝大促销，我从事珠宝行业也差不多两年了，去年的七夕情人节，我们的业绩还不错，得到了领导的大力表扬。今年我们也做了更加充分的准备，在七夕前一周就开始进行筹备和行动了。所以这次在七夕这一天，收获的远远不止于我们所想像的，已经超乎了我们的想象，这让我们每一个付出了的人都感到非常的欣慰，有努力就会有成功，有流汗就会有成绩!不管以后会遇到怎样的挑战和危机，我想我都会从容不迫的去解决和完善，我相信自己可以变得越来越好的!

在这次珠宝促销的活动里，我发现现在很多年轻人都会在珠宝商花费了，以前的状态是中年夫妻多一些，现在很多的大学生以及刚出社会的小青年也开始向往珠宝生活了，比如说这次情人节最多的就是小年轻，销售的也就是情侣对戒。加上这次活动主要的产品之一也是一款情侣对戒，所以这一款产品销售真的很好。今年也可以看出来很多人都开始往珠宝方面投与目光了。对于装饰来说，它开始变得全民化，而不是仅限于青中年人。

这次活动举办成功很大一部分是大家共同努力的结果，也有很大一部分是我们领导的正确指导。在这次的七夕活动当中，我们确实是历练了一次，也给自己上了很好的一课。以往大家都会在自己的业务方面过度关心，团队合作就少了很多了。这次活动上，大家都抛弃小我，成就大我了。互相帮助，互相合作，这才达到了这样的一个成绩，才有了这样的一个结果。我也从中认识到，作为一名销售员，其实个人的思想高度也是很重要的，有时候的确需要去成就别人，自己也会有所提高。这不管是在工作中还是在生活中，都是一条定律，我也会在今后的工作当中多加努力的。

这次活动过后，我又为自己立下了一些目标。这次七夕活动的确给我们打了气，也让我更加的坚定了。以后不管在工作中遇到怎样的挑战，我都会心平气和的去解决，锻炼自己的胆量，也锻炼好自己的气量!

**情人节后工作总结29**

周六、周日各化妆品店门口一家一家的路演接踵而至，费用不低，但真正的目标受众有多少?品牌、产品信息传递了多少?对现场销售提升了多少?促销推广处于乱、散状态，更多的促销在效仿跟风，还有脱衣露点的哗众取宠，缺乏基于产品特性、销售周期、营销策略的连续科学性促销，缺乏针对企业、品牌的独特性创意促销，使更多促销资源浪费、效果不佳。化妆品促销系统的整合创新应注重促销方法和促销方式的一体化跟进，而不是盲目的跟风促销;应注重促销系统的全面推进，而不是灵光一现的单点突破，应注重互相模仿中的亮点创新，而不是单纯的“拿来主义”，将创新落实到促销系统中的每个环节，发动所有营销人员进行促销创新，而不是策划人员“闭门造车”，以全员促销创新来研究竞争对手的促销策略，来捕捉消费者心理，以打破陈规推称出新，推出更有创意的促销活动，以实施差异化促销来推进与消费者的沟通互动营造氛围，以新的促销形式将品牌置入消费者心里，才能在促销海洋中彰显出企业、产品、品牌的恒久魅力，走向促销境界。

>一、做好系统组成是成功促销的基础

促销不是简单的一场路演、摆上台子户外叫卖、搞搞特价、抽奖就是一个成功促销了，而是要建立一个产品与消费者之间沟通互动的有效平台，不仅要保证与消费者形成科学、连续的互动，更要针对消费者接触点进行艺术化设计，化的让顾客了解产品、提升品牌，使顾客产生兴趣购买，掌握系统环节是策划细分寻找创新点、是成功促销的基础。

明确需求是基础：是针对新品上市推广、还是成熟市场淡季预热，是大型节假日促销提升、还是常规小型促销、还是针对竞争对手的促销回击，明确需求有助于保证短期促销与长期策略的一致吻合，使促销方案的目的性与针对性更强。

策划方案是关键：明确需求的基础上了解竞争对手、关注顾客，确定独特活动主题与主体思路，结合产品销售现状、库存状况确定主推产品、次推产品及捆绑赠品，制定针对性促销方案，活动时间要抢占先机、活动渠道要确定重点、活动形式要新颖富有亲和性、活动流程要层层引导、活动责任要明确到人、活动预算要精打细算、活动目标要制定详细分解。

>二、细分中寻找创新

1、主题推陈出新

好的促销主题可以给消费者一个购买的理由，有效回避价格战带来的品牌损害，所以主题一定要与促销需求相结合，以简洁、大气、亲和力强的语言来表达，在不偏离品牌形象的基础上做到易传播、易识别、时代感强、冲击力强，而不是普通的“买一送一、震撼热卖、特价酬宾、真情回馈”等字样。

悬念型：以悬念抓人，吸引顾客关注，以产品特性、活动内容形成悬念，适用于产品上市期或淡季驱动。如我们今年夏季搞的几场大型的会议营销就是反常规在淡季促销，做到了淡季不淡，赢取消费者与广大经销商的关注与参与。

事件型：紧扣住品牌事件行销、社会新闻焦点、企业热点、国家政策，借势搞促销创意，适用于淡季驱动与旺季提升。如蒙牛借助升天推出“中国航天员专用牛奶、强壮中国人”促销主题，使销售借势节节升高，类似这种形式我们化妆品的促销完全可以拿来一用。

节日型：与节日文化内涵相结合，如：浪漫情人节

区域型：结合促销内容借助区域古名称来扣主题，河北用燕赵、山东用齐鲁、山西用三晋、湖北用荆楚等字眼，用于区域市场成熟期刺激消费，如河北市场可用“燕赵珀莱情、美丽你我他”的日化促销主题，亲和力极强。

联合型：用强强联合、异业结盟形式，将双方品牌或产品名称有效嵌入，活动内容有机结合，便于传播记忆，双方的有效资源合理的利用，如《与美丽牵手，冬季恋歌》日化与婚纱摄影强强联合。促销主题。

2、内容创新：创造打动消费者的独特形式

促销活动主要支撑点在于促销内容设计，能不能引导消费者产生兴趣，能不能战胜竞争对手、能不能有效传递产品与品牌信息，独特的内容形式，易于满足消费者求新求异求实惠的心理需求，并产生情感共鸣，应从促销形式、主题、工具、手段上来寻找创意空间，将买赠、套餐、抽奖等形式优化组合、推陈出新。

纳入区域特色：将当地文化特色，有效融入促销推广，为活动增加亮点，有助于提升品牌形象，形成良好互动。在日化产品路演活动中，将流行歌与劲舞抛弃，推出脍炙人口的山东快书及围绕产品的趣味比赛等进行有效信息传递，取得了良好的人气聚拢与销量提升。

利用产品属性：利用日化产品特色来设计促销活动，以独特形式与促销策略吸引消费者、并产生冲动购买。如珀莱祛痘产品“免费体验、抢购”为内容，以免费体验来吸引人、以时间紧迫来督促购买，使消费者产生冲动购买，以此吸引了大批青年消费者。

实施优化组合：将传统买一送一的套餐、抽奖、返券、积分等传统促销工具进行优化组合创新，让传统工具焕发新意，以新颖形式实现有效诱导购买，如将买一送一(低附加值赠品)换为买一加1元送(高附加值赠品)，实惠而乐意;将传统的抽奖改为现场的飞标中奖或扎气球中奖，吉利好运等方式。

自造节日促销：根据产品特性来自行造节，通过节日规模气势来形成强势品牌传播与促销，加深产品、品牌记忆点，如夏季珀莱品牌邯郸武安市鑫龙日化承办的《武安市首届彩妆文化艺术节》。就采用自造节日的形式。

**情人节后工作总结30**

七夕文化展，是我第一个参与了全程的活动，从我们的创意——对外联系合作单位——确定展出事项——媒体前期宣传——展出现场报道——巧食派送——撤台——后期资料整理，看着想法一步步变成现实。每个环节看似简单其实都需要尽心去做。桂香村和阿多诺斯都说做大巧食技术上有难度，还好没有放弃继续联系了欧麦。无奈遇上了台风，但在媒体的联系上我们还是没有懈怠，准备工作也照常进行，新闻通稿是对媒体的尊重也是自身宣传的方式之一，可以把我们的意图都传递给媒体，同时建立我们企划部办事专业的形象，我想接下来可以保持。巧食的摆放不如我们预期的美观，但在大家的努力下最后还是呈现了不错的效果。

从媒体宣传来看，\_\_的媒体还是比较保守的，报道的重点基本放在巧食，特别是电视台，对蛋糕这样比较有争议的话题不怎么提及。以后活动策划中也可以吸取这次的经验。

免费派送的活动，场面非常火爆这是我们没有预料到的，但食品的派发会造成许多卫生问题，比较头疼。要做好说明和即时的清洁。

**情人节后工作总结31**

在这个美丽盛夏，又迎来了浪漫的情人节。为了感谢新老客户对xx支行的支持与认可，我们利用传统情人节在厅堂里开展了“美丽仲夏、与您共度浪漫情人”主题厅堂营销活动。

为了能让更多的新老客户参与此次活动，活动前期在网点经理的组织和安排下我们提前跟新老客户统一发送了邀约来行的节日祝福短信。

为给客户一份浪漫甜蜜幸福的温馨感，一大早，我们将早已精心准备好的情人节祝福写在了前台最显眼的电子显示屏上并给前来办业务的客户送上节日的祝福语，并且也提前准备了精致可爱的小礼品。随着一份份精美礼品在我们与客户之间传递，整个大厅都洋溢着节日的氛围和幸福的味道，看到客户脸上洋溢着的喜悦之情，营业厅里的每位员工也觉得很快乐和甜蜜！

此次主题活动在全体厅堂同事的紧密配合下开展得井然有序，前台同事给过来办理业务的客户送上祝福然后把客户转介到理财经理处了解产品和领取节日礼品，柜台的同事也以此为契机跟新开户的`客户推荐我行的手机银行、基金定投、定期存款等业务。通过这次活动，我们共吸引行外资金x万，营销存量客户购买理财x万，提升一位钻卡客户，四位金卡客户。

本次情人节营销活动，对我们进一步提升服务品质、强化客户粘稠度工作、加强客户对xx支行的认可度都有很大帮助。在今后的工作中，xx支行还将进一步创新服务举措，提供更加体贴、更加人性化、个性化的优质服务，为支行业务的发展提供坚实的保障！

**情人节后工作总结32**

东莞厚街千悦汇认为情人节是餐厅促销的机会，做好西方情人节营销，要带动起顾客的情感，采取\_情感营销的方式\_.对于餐厅来说，要做好情人节营销就要突出中国特色。如何做好情人节的餐厅营销工作?有什么好的营销创意点子?东莞厚街千悦汇分析做好情人节餐饮营销关键要把握好以下几大要点：

>一、锁定目标人群

虽然情人节是一个爱情象征日，但是并非所有的顾客都会参与其中，那么作为餐厅你必须清晰自己的目标客户在哪里，是什么年龄段的人群，一般来说是年轻一代，那么针对这些人群具备的特征，喜欢的事物就要有个大致的了解和分析。

1、目标消费群体情况：

A类消费群体：20-25岁的未婚青年及20岁以下的学生，东莞厚街千悦汇认为此类消费者都是情人节消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。特点就是这一人群的消费能力不高，但是基数大，所以总体的消费量也就很大，是活动的主要参与人群，绝不能放弃。

B类消费群体：50岁以上的人群，东莞厚街千悦汇认为此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个消费群体中已占有5%的比例，说明其时尚心态尚存，是一个易被\_同化\_的群体，如果其子女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只\_绩优股\_,升值潜力很大，因为他们掌握着社会80%的财富资源，消费能力。但是因为昆明本地的这一人群人文特征较传统，他们能够参与到情人节活动中来需要一个过程，所以不做重点考虑。

2、目标消费群体定位：

对A类消费群体和C类消费群体作重点推广，带动B类消费群体的积极参与。A类消费群的消费意识，需求，是主要目标市场。而且消费习惯不成熟，极易受到广告的影响，所以是广告宣传的主要对象。B类消费群体虽然需求较小，但如果购买行为被激发出来的话，消费量会很大，也是一个不小的市场，而且其社会影响力对公司的品牌建设将十分有利。C类消费群体同样有着较高的消费需求，但是他们的消费档次和A类人群相比就显得高许多。他们是一个喜欢怀念的群体，所以注定了他们较容易受到A类消费群体的\'影响，跟随A类群体的步伐庆祝情人节。所以可以通过强烈刺激A类群体产生购买行为来带动他们的消费行为发生。

这样就可以总结出活动宣传的策略：主要面向A类消费群体做活动概念和形象的宣传，次要的提及B类和C类群体的需求点。

>二、理清情人节主题意义

无论什么样的策划都必须有一个核心的主题，在针对主题进行渲染，东莞厚街千悦汇采取不同的策略，这样才能使整个促销围绕一个核心很好的展开，作为情人节节，餐厅策划者必须学习了解情人节的由来、代表的意义等等。

>三、餐厅场景布置，适合情人节氛围的

中国人个性比较含蓄，心中情意是婉婉流出，借着节日，互诉衷情，因而\_情人节\_具有一种缠绵悱恻的情调。在前两步的基础上，必须选择与之相衬的环境布置和背景音乐才行，要体现浪漫，要与情人节节日主题相融合，歌曲要浪漫，传递一种爱意，环境不适宜过于喧闹，而是要感觉到是很悠闲美妙的约会用餐场地。

1、现场氛围打造

A、餐厅外围布置

①、情人节鹊桥造型布置→增添餐厅文化特色氛围

在餐饮酒店入口处创意设计大型情人节门头，增添该餐饮酒店的人文格调及节日独特性。以此吸引消费者关注，并力邀当地知名摄影机构联合加入，为每一个进店消费者留下情人节最美的身影。

②、古香古色宣传立柱→点明活动主题

摒弃传统的中华立柱，根据情人节营销主题创意设计古香古色的宣传立柱，并贴上\_穿越情人节夜;遇见更美的你\_活动主题口号，起到活动宣传及氛围营造的作用。

2、大厅环境氛围布置

①、情人节中式灯笼布置

在该餐饮酒店大厅及主要过道设置中式灯笼，增添厅内人文格调。

②、造型宣传吊旗布置

按照情人节营销主题统一设计宣传吊旗画面及内容，并以创意造型有序布置，用于活动宣传及氛围打造。

③、摄影照片领取台造型布置

根据实际场地设置摄影照片领取台(初定为前台)，对其进行活动主题造型布置，例如签到板、造型纱幔、x展架等。

④、分区舞台造型布置

根据实际餐厅场地进行分区规划设计、舞台创意造型设计，布置。

⑤、光影艺术设备布置

根据实际餐厅场地布置活动当天所需的灯光设备，光影表演设备等。

**情人节后工作总结33**

时间：

地点：社区活动广场

参加人员：社区干部社区居民

活动内容：为深入挖掘民族传统节日七夕节所蕴含的丰富内涵，大力弘扬民族精神和时代精神，传承中华民族优良传统和革命传统，引导人们了解传统节日、认同传统节日、喜爱传统节日、过好传统节日，从而增强爱国情感和民族凝聚力，站前街道中天社区七夕节期间，开展了一系列以“我们的节日七夕”主题活动。

现将总结如下：

一、开展“七夕”诵读活动。开展“七夕”主题诵读活动。

诵读内容主要包括：一是历代名人关于七夕的经典诗文;二是与七夕节紧密联系的歌谣、诗篇、美文等;三是历代名人歌颂纯洁爱情的名篇佳作;四是中国历史上的千古流传的经典爱情故事;五是近代或新时期关于爱情忠贞、家庭和睦的感人故事。通过开展多种形式的诵读活动，传承中华情爱文明，讴歌纯洁爱情、诠释爱情真谛，使人们在诵读经典中受到中华情爱文明的熏陶，续写高尚纯洁、忠贞不渝的爱情新故事。

二、加大宣传力度，营造社区氛围。

利用展板、黑板报、宣传画和网络平台等宣传手段，大力做好“七夕”节日宣传工作，营造浓厚社会舆论氛围、七夕节日氛围，不断扩大传统节日的社会影响。

三、积极宣传各类交友联谊主题活动。

积极宣传并动员社区单身男女参与市文明办、铁东区委宣传部、区文明办于8月1日、2日在烈士山公园举办“爱在七夕”大型广场文艺演出和“牵手幸福”大型相亲会两场群众性节日文化活动。为单身男女提供展现自我的机会，让他们敞开心扉，寻找到真爱。

**情人节后工作总结34**

为进一步建设中华民族共有精神家园，推进“五个铁东”建设，根据中央、省市文明办工作部署，区文明办决定于七夕节期间，开展“我们的节日·七夕”主题活动，方案如下：

一、活动主题

结合勤劳节俭和孝亲敬老教育，凸显七夕节爱情、家庭等文化内涵，广泛开展群众性节日民俗、志愿服务、经典诵读、鹊桥联谊会、集体婚礼、文体娱乐等活动，引导人们追求爱情美满、和睦幸福的美好生活.

二、活动内容

1、弘扬爱情美满、幸福和睦为主题开展家庭文化教育，开展吟诵经典爱情诗篇、传颂美丽爱情故事等中华经典诵读活动，结合孝老爱亲、传承家风等主题，开展家庭文化宣传活动，引导人们感受传统文化魅力，培养人们爱亲、爱家、爱国的良好品质。

2、大力营造节日氛围。

三、活动要求

活动要围绕节日主题，坚持面向基层、面向群众，深入挖掘七夕文化内涵，精心设计、广泛开展多种形式的节日民俗活动和文化娱乐活动。

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！