

简短生日方案（优秀范文 20 篇）

简短生日方案篇 1

为促进部门、员工间沟通交流，增进部门、员工间感情；增强员工满意度与归属感，激发员工的工作积极性和热情；丰富员工业余生活，展现员工风采、提高员工文化修养，营造一种健康、和谐、旺盛氛围，同时进一步推动企业文化建设，形成良好的企业向心力，通过公司给予的员工生日福利，切实体现公司对员工的关注、关爱、细心、用心。公司让所有员工都感受到大家庭的温暖。

一、适用范围：

二、适用人员：全体员工

三、福利项目：

1、生日贺卡：公司统一购买生日贺卡，贺卡上有对员工祝福字样及总经理亲笔签名，生日贺卡有行政部统一管理，在员工生日当天或前一天当面发给员工。（也可通过第二项生日专栏方式）

2、生日专栏：管理部开设生日专栏，每个月在一号公布本月生日员工的姓名、生日日期，并附上总经理签字的生日祝福。

3、生日礼品：员工生日当天发放生日红包，另外当月生日的员工集体参加由公司工会组织的生日 Happy！

4、生日活动经费：元/人。

四、责任部门：行政负责筛选员工生日的名单；工会负责相关费用的申请，集体生日物品的采购、礼物的发放，集体生日场地的安排并合影留念。

五、具体要求：

1、行政部在每月 25 日前筛选下月生日员工名单(以身份证为准)，并将相关费用和生日员工名单提交常务副总处审批。

2、审批后的生日员工名单，行政部提前三天准备好生日贺卡或生日礼物，并于员工下班前送给员工并予以祝贺。

3、祝贺标准：一张贺卡、一份生日礼物、公司工会组织安排当月生日员工集体活动。

六、费用预算：按公司标准 100 元/人(其中红包一份 50 元/人+员工活动经费 50 元/人)。

七、实施时间：根据员工当月生日集体安排在当月的某个星期天。

八、活动方案

将当月生日的员工名字粘贴在宣传栏处，然后由公司的领导代表附上祝贺寄语。

当月集体生日的员工公司送上祝福寄语，同时在生日活动中所有当月生日的员工共同唱首生日歌。

活动一：组织员工踏春、秋游(根据季节及气候安排)

活动二：组织员工一日游(如农家乐活动、风景采集、野炊、烧烤等)

活动三：组织趣味性活动并有奖励(如知识竞赛、文娱活动、风采展示、茶花会等)

活动四：员工会餐(在用餐时添加些即兴表演和展示节目)

活动五：卡拉 OK(唱到 happy)

活动六：组织员工看电影

通过上述福利活动可以让员工有个更好更放松的状态去放飞心情，让员工感受到公司的关爱与温暖，同时公司通过工会组织的一系列活动能零距离的接触到员工，也可以了解到每位员工的工作、生活状态以及每位员工的特色，对以后公司组织活动、文化起到更有力的推动作用。

简短生日方案篇 2

一、前言

“民以食为天”。随着经济的发展和人民生活水平的不断提高，餐饮业如雨后春笋般蓬勃地发展起来，而这其中“各领风骚一两年”的现象，又引起大多数经营者的反思和借鉴，对于大聚通美食城来说，目前市场上同类的及兼营的各类酒店日益增多，众多的直接和潜在的竞争对手使该行业的竞争异常激烈。“知己知彼，百战不殆”，找到竞争的切入点，确立适合的市场定位，全塑企业形象，已成为企业制胜的法宝。

南宁美食行业近几年发展迅猛，以风格化、地域化、时尚化等为主题的美食派系，相继出现在南宁市场，其中绝大部分商家获得了成功的销售业绩，由此可见南宁的消费者对于美食消费的喜爱和认同由来已久。

翻阅南宁的美食行业的历史，从当年引起不小热潮的各路美食派系，川菜、粤菜，以及海外饮食文化，西餐、日式料理、韩国菜、自助餐等等，均在南宁饮食市场上获得成功的推广。在这些成功的经验中，我们可以看到，南宁消费者对新潮的美食文化以及特点鲜明消费形式并不排斥，反而大加推崇。此一现状，大大增强了我们广告营销策划工作的发挥空间和投资者对销售业绩的信心。

就目前经营中的商家来看，当今南宁美食行业中商家，大部分是以单一的美食派系为主题进行经营，规模优势和综合性优势

并不明显。而其中，值得关注的是，这些类型的商家，规模小，经营管理优势明显，格调、档次以及品牌形象深入人心。因此，应把此内容列为本次广告营销策划工作当中的竞争点。

打造广西饮食业的航母，将在规模优势、地理位置优势、综合性优势等为主要卖点展开广告营销策划工作。它的开业必将掀起饮食消费的热潮。为了迅速占据南宁饮食业市场，提高大聚通美食城在南宁饮食界的知名度，赢得广大消费者的信任和认可，实现长久生意兴隆的目的。为达到此目的特拟定此广告营销策划方案，以供大聚通美食城参考。

二、市场调研

本次广告营销策划案的市场调研工作分为以下几个方面：市场背景分析、消费心理结构、新闻炒作成功案例分析、市场定位、品牌塑造以及产品路线分析。

1. 市场背景分析

今年南宁的建筑、房产、汽车等行业均表现出让投资者乐观的发展形势。让饮食行业投资者更为兴奋的是，非典的不利影响比预期要较早结束。各路美食派系纷纷云集，美食行业必然再起风云，消费市场具备升温可能和空间。从当前美食行业的几个领头羊目前可见的经营状况分析，消费者对饮食行业的需求有增无减，可以预见投资饮食行业依然存在相当大的盈利空间，这无疑增强了投资者的投资信心。

——更综合、更具规模的美食城，将会给南宁的美食行业注入新的活力。

2. 消费心理解构

嘉乐迪巴西烧烤、绿茵阁咖啡、小肥羊、老四川以及稻之源日式料理等，均切合了南宁消费者求实惠、求新鲜、求享受的消费心理，从而获得喜人的销售业绩。从这些成功获得市场验证的例子当中，可以明确本次策划工作的主要商业推广策略和作战思想。

——进一步满足大众求新鲜、求实惠、求品位、求时尚的消费心理。

3. 新闻炒作诉求重点

在南宁的美食行业中，通过恰当的新闻炒作而获得成功的品牌，有如三品王、马车六火锅城，以及近期的小肥羊、阳光早餐等等，投资者在新闻炒作当中获取商业价值的例子已经多不胜数。

——“轰动效应”和“话题效应”，已经是商业广告营销策划推广过程中的重要途径，也是市场认同度和销售业绩的重要保证。

4. 市场定位、品牌塑造以及产品路线

进一步分析南宁美食行业的成功商业策划案例。我们不难发现，具有浓郁文化内涵、强烈人文色彩以及风格特点突出的美食项目，是获得成功的有效途径。早期的成功例子，路易十三西餐厅、美丽华冰城、佳人有约等等，以及近期的绿茵阁咖啡厅、上岛咖啡等等，其中合理而明确的市场定位、品牌塑造以及产品路线，已经成为广告营销策划中，重点需要借鉴和思考的内容。

——确立文化内涵、人文主题、格调特点。

5. 总结

在对以上成功经验分析和指引，我们不难发现打入南宁美食行业，主要通过切合南宁消费者求实惠、求格调的消费心理，通过新颖的炒作噱头和各种给消费者实惠的活动，在加上具层次消费内涵、浓郁文化色彩以及明确的市场定位，进行更周详、实在的广告营销策划方案。

综上所述本次广告营销策划工作的重点应分为以下几方面：

1. 进一步分析消费心理。
2. 新闻炒作方案的确立。
3. 组织活动形式和具体的实施方案。
4. 品牌形象设置。
5. 目标社会效应。
6. 消费群体定位。
7. 寻求更具吸引力的文化内涵。
8. 企业 ci 的确立。
9. 进一步挖掘大聚通美食城的优势与特点。
10. 赋予大聚通怎样的 39; 特色、情感、意念。
11. 软文炒作的思想诉求和概念方向。

12. 确定统一的宣传形象。（报纸广告、户外广告的配色和宣传口号）

13. 进一步分析竞争对手现状，以获得更有利的战略要点。

要在极短的时间制定正确的策略并指导执行，必须全面了解品牌市场状况，以及全面进入本地人的生活状态，溶入当地消费者的生活，从而制定出符合他们生活形态和心理策略和执行方案。

因此，广告营销策划方案认为以上工作重点的具体内容，均需要与贵公司进一步周密的沟通与协作，进行更深入、更客观的市场调研与分析的基础上，才能完成更为可行、更为正确的广告营销策划方案。

三、总体现状与竞争战略：

南宁的美食行业经过多年的发展，目前已经在南宁经济体系中占领了重要地位，培育市场阶段早已过去，目前投资者所面对的是更为成熟，更具吸引力的美食消费市场。而从当前所获悉的南宁各行业的发展形势分析，南宁的消费者的消费能力逐渐增长，让投资保障系数大增。

目前的投资规模、投资地点、经营项目均已确定。可以预期大聚通美食城投入经营以后，所达到的社会效应和社会影响力，估计将对南宁乃至广西的消费行业产生深远影响。

进一步深入挖掘大聚通美食城的各项优势和完善广告营销策划推广方案，是当务之急。

目前广西超大的空中美食广场，它位于南宁市百货大楼北楼八楼，属于南宁市中心，地理位置优越，人口密集，客流量大。它的营业面积 5000 平方米，内设海鲜城，休闲酒吧，演艺咖啡厅，日本料理，韩国烧烤及全国各地的风味小吃，多层次的饮食服务可以满足不同的消费人群。

根据的投资规模，寻找炒作的方向。本案建议主要以规模超大、美食休闲种类齐全、美食行业革命性的社会效应以及更为开放性的管理模式和经营观念，进行重点炒作。

根据投资地点，进一步挖掘地域优势。美食城的地理位置优势十分明显，位于本市商业活动最为频繁和密集的地段，依靠当前地理位置自身所拥有的人流量优势，但处于一楼位置的，以经营西式快餐为主的麦当劳会形成竞争，所以在场内外设置具有体现企业风格的标志和广告喷绘是必要手段。在这样的消费行为频密的区域，进一步利用消费者高涨的消费意愿，于现场展开优惠的活动。

根据美食城内，美食种类繁多的特点。结合购物中心的概念，提出一站式美食城的概念，充分利用消费者所喜爱的逛街购物的生活习惯，通过间接的软性宣传，让消费者心目中树立起大聚通美食广场为美食文化荟萃的中心。

四、市场前景分析：

综合以上的有关的优势分析，美食城的顾客消费需求大体可以分为以下几类：

1. 一般消费心理特征

(1) 求惠心理。多数消费者追求经济实惠，物有所值，较多受价格因素的影响。大聚通美食城面向大众，必将为广大消费者所接受。

(2) 求舒适心理。大聚通美食城为消费者创造了一个优美的进餐环境，和高水平的服务。使消费者宾至如归。

(3) 求奇心理。这点在年轻消费者身上表现尤为突出，大聚通美食城推出的各种演艺活动对他们很有吸引力。

(4) 求名心理。也可满足不少消费者在宴请时讲求上档次，出风头，追求炫耀消费。

2. 社交（公关）消费需求

多层次的饮食服务，优美的环境为这一消费人群提供了一个良好的场所。

3. 休闲饮食需求

对于而言，顾客消费中的猎奇，尝新心理应尤为关注。演艺咖啡厅为休闲人士提供了一个良好的消费环境。

五、开业庆典活动策划方案建议

依据上述市场调研分析，针对……是广西超大的多层次的中美食广场这一特点，开业活动重在树立良好的知名度，美誉度，直接目的是告知社会……将以崭新的形象欢迎顾客惠顾。

基于体现美食城的文化品位，营造文化氛围的目的，开业活动的主题基调可以定为：传播饮食文化，展现南宁人民的风土人情。

具体开业活动方案建议如下：

1. 聘请有关的政府官员、社会名人和南宁各大媒介记者参加开业庆典活动。

2. 从11月7日至11月14日，推出以“尝中外美食，听传统民歌”为主题的活动。

3. 吸纳中档的消费群体，通过口碑宣传打开市场。

对策：推出8——10元的经济实惠套餐。

4. 用上乘菜和特色服务展现自我优势，创造名牌服务，引导消费者消费。

对策：1. 开展美食节活动，由消费者评选最佳菜肴，最佳厨师和服务明星。

2. 由美食城牵头，与政府部门合作，评选本行业的厨师大王，其目的在于提高美食城的美誉度。

5. 体现的高雅文化品位，传播广西文化，展现风土人情。

对策：邀请某家艺术团在开业第一周到美食城演出。

6. 确立大聚通美食城的社会公益形象。

对策：1. 捐款或建立基金会；

2. 赞助艺术团义演。

7. 迎合消费者的求惠，求实心理。

对策：美食城赠送优惠券或打折等等。

8. 开业庆典推出大型庆典优惠活动，制造轰动效果。

9. 悬挂条幅，彩旗烘托开业庆典的气氛。

10. 现场分发宣传资料，详细介绍美食城的情况。

11. 征寻形象代言人，进一步炒作。

六、广告策略建议

1. 广告目标

(1) 告知南宁市民大聚通美食城开业。

(2) 以新、奇、特、异、全的饮食文化和休闲文化特色吸引顾客，成功开拓多层次、多方位市场。

(3) 推广美食城浓郁广西人文风格的服务特色，培养对一人文风格具有偏好的顾客群体。

(4) 在自开业起，分别以“绿城风情”为主题，通过“开业”、“休闲品茗”等开展系列广告推广，完成大聚通美食城全新品牌形象塑造。

(5) 配合一系列促销、公关活动，共同推进企业经营。

2. 广告对象

(1) 商界人士。几乎所有的公款消费和应酬都与之有关。

(2) 都市白领族。所有的休闲、文化猎奇都是以他为主体的，而且他们的人际影响力也较大。

(3) 南宁籍人士或外地驻南宁办事处、企业。大聚通美食城饮食文化的营造应借助他们的参与。

(4) 中档消费人群。他们将成为美食城消费的主导力量。

3. 广告诉求重点

根据上述广告目标，以及广告对象的具体规定，在开业至以后的不同阶段，广告诉求应在“绿城风情人聚通美食”的品牌文化追求中把握以下重点：

(1) 饮食环境独具特色，气氛浓烈，菜肴物美价廉，服务周到、细腻、温馨。

(2) 在聚朋友，交往名流，意味深长。

(3) 南宁人文荟萃，民俗古朴，休闲小憩，听曲品茗，别有异域体验。

在诉求中，对于品牌形象，应把握以下重点：

(1) 品牌文化上，大聚通美食城“汇中外美食于聚通美食”。

(2) 在菜肴风格上，大聚通美食城“一菜一味，百菜百味”。

(3) 在服务风格上，大聚通美食城“明快内存温厚”。

建议以“聚通美食，真情无限”为主广告语，“汇中外美食于聚通美食”为副广告语，在主题不变的情况下，每则广告的副标题则另行具体规定。

4. 广告表现策略

由于本策划案立足于大聚通美食城长期发展，着眼于企业品牌内涵的丰富和推广，因此，在广告诉求的把握上力求系统、准确，具有针对性；而在广告的实施中以及在广告的诉求的具体表现上，则应当根据不同阶段、不同对象和不同广告目标，选择符合品牌文化特征的表达方式，具体地说来：

（1）诉求语言简洁、直白，便于记忆和口头传播。

（2）广告营销策划创意形象、贴切，画面、语言富有绿城文化要素。

（3）广告诉求的表现多角度、系列化。

（4）广告发布阶段性地集中，力求强制记忆。

（5）广告内容热情、醇厚，符合南宁民风。

美食城广告不同于一般产品的广告，它应包含消费者需要的食物、服务、环境等各个要素的展现。消费者对广告的信赖度一般较高，其消费行为亦具有比附性强的特点。因此，我们有如下建议：

(1) 由于电视的观众范围最为广泛，在媒体选择上宜采用电视广告。形式上可在南宁生活频道做专题报道，通过电视节目推荐，展现美食城的综合面貌。另外，也可采用报纸广告同步推出以扩大声势。

(2) 利用新闻关系网优势，制造新闻事件，对美食城的一系列促销活动及时报道，展现美食城的全新形象。

(3) 为建立名店的企业形象，需要制作一批路牌、灯箱广告和条幅，其正面推出广告语及美食城的企业标志。

(4) 与电视或广播电台合办或赞助一些介绍南宁风土人情的特别节目，以扩大美食城的知名度，增强美食城的文化底蕴。

(5) 将美食城的照片制成微型张或明信片附在菜单上或赠送给顾客，使之形象直观。

(6) 将突出表现美食城特色的宣传品分发给客户。

七、整体传播策略

广告推广依赖于广告媒介。广告对象，即广告受众的构成复杂，既要注意阶段性效果，又要符合品牌长期推广的需要。因此广告媒介应当是若干媒介的组合使用，以期针对不同的广告受众，将信息准确传播到位。

根据不同媒介对信息载荷的特点，以及媒介对受众的影响方式，我们将全方位广告营销策划推广不同时期的诉求，具体安排

到各个不同媒介中去，并根据媒介特点、诉求内容、广告目标、受众特征等具体把握广告诉求的表现，即广告创意。

在此，我们概括介绍媒介选择的基本策略。

1. 报纸广告

(1) 报纸广告诉求重点

报纸广告具有信息量大，便于反复阅读、保存以及图文并茂的优点，但报纸广告时效比较短，仅局限于发布当时，而大聚通美食城作为餐饮行业，这一行业特点是“即时消费”较少。因此，报纸媒介的使用主要在以下三个时间或三个方面：

a. 大聚通美食城开业之际，向社会公告这一信息并全面展示和介绍服务内容、品牌文化和促销方法。

b. 各节日期间的促销。

c. 其他促销信息和公关活动信息发布。

(2) 报纸广告模式——开业广告

由于大聚通美食城在广告推广活动中需经历一个较长的推广时间，所以本策划案所提供的广告创意将由多种形式构成，并根据媒介类别和广告运作阶段逐一介绍基本创意，大致分为以下部分：

a. 开业广告创意（含报纸，电视，电台，户外，软广告）

b. 节日广告创意（含报纸，电视，电台，户外，软广告）

开业报纸广告系列之一：

广告语：吃中外美食，观绿城风景

广告标题：尝中外美食，请到聚通美食城

副标题：聚通美食全新开业，中外风情全面显现

广告正文：汇集中外美食了解饮食文化不能不去聚通美食

广告随文（具体介绍装潢格局、服务风格、项目价格等，具体内容略）

（3）报纸广告模式——聚通美食真言广告

开业：聚通美食真言广告——真情篇

聚通美食真情无限

——绿城风景秀，聚通美食美

大聚通美食城开业，将以“新”、“奇”、“特”、“异”、“优”、“全”大展示，有海鲜城，日本料理，韩国烧烤以及各地风味小吃供君品尝。大聚通美食城环境创新，中外风情再现。为了感谢南宁市民对聚通美食的厚爱，在开业后对消费者优惠：

a 开业三天开放参观，饮茶半价。

b 开业庆典期间三天内，客户无论来就餐或饮茶，均赠送优惠卡。

c 凭此广告就餐，可优惠 10%。

d 在大聚通美食城就餐者消费一次满 200 元，可获聚通美食超值消费卡一张。

e 在开业期间，酒水免费。

（4）广告投放量

11 月 4 日，南国早报，a2 或 a3，1/2 彩版，硬性广告；

11 月 5 日，八桂都市报，a2 或 a3，1/2 彩版，硬性广告；

11 月 6 日，南国早报、八桂都市报，a1 报脚；生活报，a2 或 a3，1/2 彩版；南宁晚报，a2 或 a3，1/4 彩版，硬性广告；

11 月 7 日，南国早报，a1 报脚，硬性广告；

11 月 11 日，南国晚报，软文广告 2——3 篇；

11 月 14 日，八桂都市报饮食专栏软文广告通栏；

11 月 28 日，八桂都市报饮食专栏软文广告通栏；

12 月 19 日，八桂都市报饮食专栏软文广告通栏；

12 月 31 日，南国早报，a2 或 a3，1/2 彩版，庆元旦优惠活动广告，硬性广告。

优点：出版周期短，信息传递及时，利于发布时效性强的产品广告，如新产品上市和促销活动。报纸的信息容量大，说明性强，有不可替

缺点：周期长，时效性差；影响面不大；

2. 电视广告

电视广告形象、直接，可以全面展示大聚通美食城的环境和各色菜肴，且电视广告具有较强的强制性。电视广告的发布主要用于以下几个方面：

(1) 在大聚通美食城开业推广之际，用于展现美食城的格局风貌，展现在聚通美食就餐消费时的感觉，尤其是可以演示聚通美食的独特服务和别致场面。

(2) 节日推广之际，用以展现聚通美食的节日欢庆环境装饰和节日期间的各类娱乐配套服务。

广告投入量：

11月4日至11月6日，南宁电视台新闻综合频道，ta3（19:35——21:30）每天五次，每次10秒，开业信息广告，普通广告电视片；

11月4日至11月6日，广西电视台生活频道，g8（21:05——21:25），每天一次，每次10秒，开业信息广告，普通广告电视片。

优点：图象，感染力强，适宜做企业形象广告/受众范围广/市场反应快/深入家庭。

缺点：时间较短，很难传达更多产品信息；广告制作成本高，应变性差

建议大聚通美食城与南宁电视台合作，采取以下几种广告方式：

栏目冠名广告、字幕广告

3. 户外广告

户外广告媒介具有时效较长的特点，并且可以用于百货大楼休闲逛街的潜在顾客的即时提醒的作用，尤其适用于餐饮散客，对在朝阳公园散步、休闲观光的行人，具有较好的消费提示作用。

(1) 在百货大楼做大型的灯箱广告，建议长年采用。

(2) 选择客流量大的路段做路牌广告，建议长年采用。

(3) 设计 pop，设计精巧的店头展示，或悬挂，或张贴，或摆设，建议长年采用。

(4) 宣传资料和优惠券派发；

(5) 与公交车公司合作，做车体广告。建议长年采用。

户外广告：户外看板/路牌灯箱

优点：长期媒体，信息达到率和曝光频次较高；简洁明快，主题鲜明，形象性强

缺点：只适合做形象广告

销售点 pop：海报/卖点灯箱/模型/挂板及各种印刷品

优点：利于营造卖点气氛；

例如：当卖场中有多家企业的产品时当卖场中有多家企业的产品时，好的 pop 能使本企业的产品脱颖而出；

制作精良，别致的 pop 很容易引起消费者注意，并引起消费者对企业和产品的好感。

缺点：设计要求高

同类企业的竞争

赠品广告：赠给消费者的礼品；赠给经销商的礼品；

优点：实用价值，欣赏价值；吸引力强；

缺点：成本高；广告信息容量有限；竞争者容易模仿；

印刷品广告：

优点：充分介绍产品；使用灵活多变；

缺点：人们对印刷广告已经麻木；派发容易引起消费者反感；

4. 电台广告

电台广告在目前的诸多媒介中具有传播速度快、制作方便、具有一定的强制性、语言的煽动性较好等优点。

南宁外来人口众多，来南宁旅游观光的消费者在乘坐出租车时，就可以获得消费信息，同时，可以利用电台栏目推广饮食文化，广告形式和促销形式比较活跃。选择电台广告，可以多方面产生影响。

广告投入量：

11月4日至11月7日，南宁广播电台交通传真栏目，8：30——16：30，每天13次，每次45秒。

建议大聚通美食城与南宁广播电台合作，推出栏目冠名广告。

5. 媒体软广告

软广告系列：

（1）饮食业的经营之道

——访大聚通美食城总经理

(2) 形成热点的原因

(3) 服务创新

——访大聚通美食城总经理

(4) 打造广西饮食界的航母

——访经理

(发布时间待定。)

八、广告用语

主广告语：

1. 真情无限，聚通美食

或：聚通美食，真情无限

2. 聚通美食服务，千家万户得福

3. 人间四季冬夏冷暖，聚通美食真诚不变

4. 人海苍茫冬夏冷暖，聚通美食真诚不变

5. 聚通美食——创造比家还好的感觉

6. 自然创造绿色，聚通美食创造春天

7. 无忧无虑，聚通美食服务

8. 用真诚创造营养，用责任创造服务

九、广告投入战略：

目前大聚通美食城总体的经营架构和经营目标已经明确。大聚通美食城广告投放的总体战略可分为三个阶段，开业前期、开业期间以及经营一段时间后的退潮期。其中已开业期间为战略重点。

十、大聚通美食城 ci 宣言

服务是现代社会每一个人的需求，完美的服务使人与人之间更靠近。大聚通美食城人以发展完善的服务为己任，关注社会中的每一个需要帮助的人，并成为社会大服务的创造者和开拓者。

社会角色就是帮助每一个需要关怀与帮助的人，并通过高质量的、完善的和长久的有美学附加值的售前、售中和售后服务，让更多的家庭拥有春天，拥有永久的温馨。

奉行“顾客永远是正确的”服务宗旨，“对待客户像春天般的温暖”，奉送、开发人世间真情，大聚通美食城愿做每位客户的“服务者”。

人用完美的售后服务表达人的爱心。以现代人的意识和勇气，以对每一个消费者的关心和关注，体现大聚通美食城人的社会义务。

尽心是大聚通美食城的特有产品,耐心是大聚通美食城人的风格,超值是大聚通美食城服务的责任。大聚通美食城人以“汇聚中外饮食精华,创新绿城餐饮文化”的精神,“每一步成功都是新的起点”!“人的素质就是服务”,让客户在消费中体现,聚通美食,真情无限。

十一、广告预算

十二、广告效果预测

本广告营销策划方案是根据对大聚通美食城的规模优势、地理位置优势、综合性优势等方面进行全面分析后制定的。它的实施必将为树立广西饮食业的航母良好品牌形象,开业必将掀起饮食消费的热潮。迅速占据南宁饮食业市场,树立在南宁饮食界的知名度,赢得广大消费者的信任和认可,实现长久生意兴隆的目的。

简短生日方案篇 3

一、目的

为增进员工对部门的认同度和归属感,使各位员工真正地融入到部门大家庭当中,进而保持更好的工作心态,与公司共同成长和发展。

二、活动主题

客服部员工生日会

三、活动时间

每季度举办一期，每期约 2~3 个小时，具体时间提前通知。

四、活动场地

公司三楼会议室，具体根据当期会议室安排。

五、活动对象

- 1、当季度生日的员工；
- 2、部门全体员工及领导；

六、活动程序安排

- 1、准备工作：准备生日贺卡、蛋糕、饮料、小礼品；

1、1 举办者统计当期生日员工名单，准备好生日贺卡，请同事、领导写上祝福语并签名；

- 1、2 邀请寿星员工，领导及部门所有同事参加活动；

1、3 提前购买好需要送给生日员工的礼品和参加活动获胜员工的礼物；

2、活动内容安排

- 2、1 举办者人开场；

2、2 请领导或举办者寄语，感谢员工为公司做的贡献，表达部门对员工的祝福；

- 2、2 赠送有领导、同事签名的生日贺卡；

2、3 寿星代表发表生日感言，并分享人生中最有意义的一件事；

2、4 组织全体员工玩一些小游戏，比如“你比划我猜”这样的游戏，弄一些比较逗趣的词语让大家表演，分组竞赛。还有“猜歌名”，截取一些音乐片段，让大家抢答。准备一些小礼物，奖励给参与表演或活动获胜的员工；

2、5 唱生日歌，许生日愿望，分享生日蛋糕，合影留念；

2、6 生日会结束，清理场地。

七、费用预算

略

简短生日方案篇 4

活动目的：

体现公司“人本主义”，增加员工归属感；丰富员工思想及生活，增加交流、沟通及合作能力。

活动方式：

1、人力资源部在员工生日当天早上 10：00 以前，以公司名义发送贺卡或 E—mail 祝贺员工生日。

2、根据员工人数 2—3 个月定期举行员工集体生日活动（具体活动详见方案，员工可以根据自己的选择来确定生日活动的内容，特别说明的是如参加生日公益活动的员工将能够获得公司 1 天的带薪假期）。

3、每月 5 日前人力资源部将在公司食堂公布当月“寿星榜”

(生日员工名单)。

活动方案：

员工生日活动共分为户外、公益活动三种：

一、户外活动：

活动 1、郊游

主题：员工集体生日会

目的：增强员工归属感，丰富员工生活，增进各部门员工沟通了解

方式：由自愿报名领队的 1 名总经理带队，外出郊游（周末一天时间），选择离公司 2 小时以内的旅游景点，参加人员可爬山划船有奖游戏等集体活动

地点：农家乐等

参加人数：40 人左右（可 1—3 个月过生日员工合并一起做）

费用：60—80 元/人

总费用：2400—3200 元

具体内容：

进行爬山或打牌等休闲游戏比赛，给获奖队伍颁奖

活动 2、定向运动

主题：精诚合作，团队至上

目的：锻炼员工吃苦耐劳的精神

加强沟通理解，体现团队凝聚力，提升员工间的协作精神

方式：请专业定向拓展公司或教练带队，以 1—2 名总经理为队长，到郊外参加定向运动（周末一天时间）。（备注：也可与其他相关业务公司联谊搞活动，一方面节省费用，另一方面增加员工社会交往）

地点：公园

参加人数：40 人左右（可 1—3 个月过生日员工合并一起做）

费用：80—100 元/人

总费用：3200—4000 元

具体内容：

分组进行定向运动、拓展运动或找宝藏等活动，给获奖队伍颁奖

二、公益活动

活动 1、精彩电影生活

主题：电影丰富我们的生活

目的：放松精神，丰富员工生活，通过看电影增加员工交流

方式：看电影

地点：电影院

参加人数：10 人左右（可 1—3 个月过生日员工合并一起做）

费用：50 元/人（其中 20 元含午餐）

总费用：500 元

具体内容：

1、全部人都参加比赛，优胜劣汰

2、给获奖队伍颁奖

活动 2、生日爱心奉献之旅

主题：最大的幸福是为他人的奉献！在感谢生命的同时，感谢和帮助他人！

目的：

- 1、激发员工的社会责任感
- 2、树立员工良好道德观和价值观
- 2、回馈社会，塑造公司良好的社会形象

方式：慰问儿童福利院或残疾人协会或是希望小学，给他们捐款捐物或做些力所能及的工作。

地点：福利院或相关机构

参加人数：20 人左右

费用：30—50 元人（午餐费用）

总费用：600—100 元

奖励：将能够获得公司 1 天的带薪假期

简短生日方案篇 5

为丰富员工业余生活，给员工们一个面对面的交流机会，增进同事感情，并以此增进员工对单位的认同度和归属感，使广大员工真正地融入到管理所这个大家庭当中，进而保持更好的工作心态，增强队伍的内部凝聚力，与单位共同成长和发展，经__管理所工会研究决定，举办二季度“员工生日会”，具体活动方案如下：

一、活动主题

我与“汉西”共成长

二、活动时间及地点

时间：拟定6月21日下午16：40

地点：__温馨驿站

三、参加人员

收费三、四班、监控室及后勤人员

四、活动安排

1、16：40 所有参加员工在一楼温馨驿站集合，活动正式开始。

2、16：4 主持人开场白，向大家宣布4—6月过生日同事的名单。

3、17：00 请每位寿星用简短的几句话表达自己的想法和愿望，并接受大家的祝福。

4、17：20 点生日蜡烛，唱生日歌，切生日蛋糕，员工可自

行表演节目。

五、有关要求和人员分工

1、负责活动的策划、组织、协调等。

2、易负责物资的采购及场地的布置等。

简短生日方案篇 6

一、策划目的

为了倡导公司“家”文化的理念，增强员工的归属感，从而进一步构成良好的企业向心力和凝聚力。让每一位“__人”都能感受到“__”大家庭的温暖，到达情感留人的目的。特制定如下员工生日福利方案。

二、策划目标

- 1、公司从细节着手，关心、激励员工本人。
- 2、利用此次机会，传递企业文化、增强员工归属感。

三、具体推荐

1、带薪假期

员工生日当天可提前下班 2 小时，按正常出勤计考勤。

2、生日贺卡

公司设计制作统一格式的贺卡。贺卡上印刷有公司的标志以及对员工的生日祝福并有公司领导的亲笔签名。生日贺卡由综合管理部统一管理，并在员工生日的前一天送给员工。

（在项目人员可由项目负责人提前把贺卡带回，生日前一天送出。）

3、生日蛋糕

在员工生日当天，综合管理部提前给员工订好蛋糕，在当天午后就餐之时与同事共同庆祝，共同分享。每位同事用便签纸写上自己的祝福，贴到公告栏上。如员工生日当天恰逢节假日，可提前举行。

（在项目人员能够由项目负责人组织庆祝，生日蛋糕费用公司可报销。）

4、合影留念

过生日员工与所有同事合影留念，并由公司制作相框，赠送给员工。

四、费用预算

公司员工生日实际状况：公司现有员工 106 人，公司计划每人每次生日花费 240 元，生日蛋糕约 200 元，群众活动约 40 元。一年共需 25000 元。

五、附件

略

简短生日方案篇 7

一、准备工作：

1. 首先打探好她生日的行程，一定要假装不知道是她生日(给予其惊喜)，然后约好。

2. 找一个安静，但有氛围的咖啡厅。定好桌，最好旁边有比较温馨的画面，周围人越少越好，避免你紧张。

3. 动员她所有认识的人，在某一时刻，给她发生日祝福的短信，事先也要越好。

4. 给她写一百个生日祝福的短文，一定要漂亮的纸，装在精致的瓶子里。

5. 你应该知道她喜欢什么吧，比如说毛绒熊啊之类的，先订好。

二、实施方法：

1. 生日那天，约她到指定的咖啡厅，开场白，也就是嘘寒问暖。

2. 看好你和大家约定发短信的时间，提前说，“你的手机要响了哦”，时间到，大家的短信同时到来。在这之前最好不要让大家给她发祝福的短信。

3. 献上你的小瓶子，说“这是我给你的一辈子的生日祝福，但我想做的远远不止这些，我希望接下来的时间里能分分秒秒的关心你保护你.....”“诸如此类的煽情的话。

4. 逛街，把事先买好，但还在店里的礼物送给她。

三、活动策划：

1、开场：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/355010212240011230>