

元旦促销活动方案

元旦促销活动方案活动背景14篇((十四篇))

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/bd90e291113d3b8ae6cb00df0fefe297.html>

范文网，为你加油喝彩！

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇一

：凡是在12月10日至1月日期间购买大名城住宅或商业的客户均可参与大名城迎新年联欢抽大奖活动。

奖项设置方案：

一等奖：送品牌电脑一台。

二等奖：2名，各赠送25英寸名牌大彩电一台（价值3000元/台）。

三等奖：5名，各赠送1.2p空调挂机一台（价值1500元/台）。

纪念奖：20名，各赠送价值100元的小家电1奖金总额：万元。

中奖率：100%。抽奖时间：10月11日。抽奖地点：大名城售楼处。

抽奖活动规则：在10月11日将在活动期间购房的业主邀请到大秦华府售楼处，按照购房的先后顺序由业主自行抽取。为了体现抽奖活动的公平、公证、权威性，将邀请公证处人员进行现场公证。在抽奖结束后，公开剩余奖项以示公证、透明！

活动宣传媒体：

1、报纸广告：《秦皇岛晚报》、《今周》。

2、短信群发。

报纸广告投放时间与数量：9月11日《秦皇岛晚报》一个整版。

9月12日《今周》一个整版。9月19日《秦皇岛晚报》一个整版。9月26日《今周》一个整版。9月30日《秦皇岛晚报》一个整版。

短信群发目标人群：1、大秦华府意向客户。2、秦皇岛三区市民。

短信群发时间与数量：9月12日、9月19日、9月30日群发三次，每次20万条。

销售现场：利用大型条幅与彩虹门进行宣传。

以举办“回馈业主，服务业主”为名的公开活动，同时，带出一些较有影响力的歌舞、文艺表演活动，期望“充分利用现有的业主资源、以旧带新”，再推出在价格、赠送等方面较具吸引力的信息，吸引购房。

1、以“让世界充满活力——迎国庆系列活动”为题材，以旧业主活动的人气，带动新买家的购房优惠促销活动。

2、系列活动的策略及简要计划。

*计划在10月1日这一天，邀请金丰花园的所有业主及其亲友，活力康城的目标客户，凭事先发出的邀请票，参加在金丰花园现场举办的“让世界充满活力”活动。

○1、9月25日前，向业主赠送活力康城国庆活动邀请票，计划每户4张。

○2、在9月28日前，向部份目标买家，赠送活动邀请票。

◎从9月20至9月30日，前十名购房新业主，可获赠惊喜八五折优惠。

◎10月1日至10月7日，前十名购房新业主，可获赠惊喜九折优惠。

◎10月8日至10月31日，由金丰业主推荐成功的前十名购房新业主，新业主获赠价值2万元的豪华厨、卫装修（或额外九七折购房优惠），旧业主获赠“免全年物业管理费”*10月1日至10月3日“让世界充满活力”。

1、澳大利亚著名乐团表演。

2、“让世界充满活力”活力康城内部认购及国庆系列活动开幕式。

3、《经济半小时》女主播沈冰小姐与观众面对面。

4、活力健身操表演。

5、活力幸运大抽奖。

6、智趣开心游戏。

7、“活力在康城”前体育明星业主面对面。

8、“你、我、活力康城”趣味三人篮球赛。

9、“精彩一刻”明星合影留念。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇二

增加人气，提高销售额活动主题：端午飘香，粽是情

20xx年6月5日--6日

xxx有限公司

xxx水东购物广场

具体操作：

一、活动分三天举行，初赛、复赛、决赛，进入复赛的都可以获得五十元的购物卷，进入决赛的都可以获得一百元购物卷，夺冠军的可以获得三百元购物卷，并且可以把自己包的粽子带回家。

二、比赛规则，粽子的形状、大小要以主办方要求的为准，初赛每人包两条，复赛、决赛每人包三条，看谁包的又快又好。通过第一天的初赛选出五十人进入复赛，第二天的复赛选出十个人进入决赛，第三天进行决赛，并选出冠军，给予颁奖。

三、活动准备，报名的前两百名获得参赛资格，包粽子材料由熟食部准备，场地的布置由市场部负责。场地的卫生由环保科随时跟进，场地的秩序由防损部维持。活动主持在店内选出。

一、凡活动期间在人人乐购物满200的就送肇庆粽五条，满300送八条，满500送十二条。

二、凭购物小票到服务台领取粽子，每天名额有限，先到先得，送完即止。

三、满200送的名额为50，满300送的名额为30，满500送的名额为25。

活动宣传：

1、店企划于6月3日将喷绘好的活动内容宣传板告示板摆在店正门口显眼位置和服务中心做前期宣传。

2、活动期间，店内广播准确、简洁播放活动内容，播放频率不得小于1次/30分钟。

3、活动期间，店收银员和员工积极主动告知顾客参加促销活动。

4、加强对促销员的促销意识培训，让其明白搞好商场的促销活动是互利的，积极主动地融入到商场的促销活动中来，做好促销活动的口头宣传。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇三

活动主题：xx到了新年好

活动时间：12月31日——1月3日

整体活动：xx到了新年好，6000本台历倾情送

活动期间，凡在商城累计购物满300元(大家电等贵重品满500元)即可获赠精美台历一本，单张信誉卡仅限领1本，每天1500本，发完为止！

发放地点：三楼羽绒世界

兴隆商城全体员工祝您新快快乐万事如意

各商场活动：

食品商场：美食升级贺新年

1、烟酒、滋补——精品文化大餐庆新年

50年茅台35999元，30年茅台16999元，15年茅台6999元，冬虫夏草32800元，海参23800元

2、常规食品——大升级

榛子85.99元/斤，的大枣49.99元/斤，的开心果49.99元/斤，的核桃69.99元/斤，

名品商场：

1、xx年春节金条全新上市、

2、黄金“钱”兔似锦，吊坠纳福新春

3、新年特别企划

1)黄金饰品免费换

2)黄金加工费兑换大升级

3)黄金身份证当钱花

4)黄金屋会员购金双倍积分

4、明牌首饰新年送惊喜

1)明牌黄铂金每克优惠价

2)明牌钻石全场8折，赠送精美礼品一份

3)明牌裸钻成本价销售。

4)明牌铂金免费换(只须递增30%——40%)

5、欧瑞德银饰、你我银饰、ss8银饰、七好银饰、嘉缘银饰全场6.8折

6、元旦开门红，戴新表走正点7、化妆元旦惊喜接连不断选份礼物送给心中的“她”

鞋帽商场

1、元旦开门红兴隆鞋城旧鞋换新鞋

活动细则：在12月31日—1月3日活动期间，顾客凭在鞋城购鞋的信誉卡可在品牌正价折扣的基础上再优惠80元，特价商品可优惠20元。(单张信誉卡只可购买一双鞋,不可累积使用)

2、兴隆鞋城精品男鞋展皮尔卡丹金利来卡帝乐沙驰花花公子啄木鸟等

3、元旦开门红运动春款上市贵人鸟新品上市冬款8.8折购物再送好礼361新品上市达额送好礼冬款8.5折李宁新款上市冬款8.8折4、元旦开门红箱包送财运金利来8.8折鳄鱼恤8.8折卡帝乐8.8折米奇8.8折万里马7折烟斗7折保罗7折特价包198——385元皮带59—98元

家电商场：

1、元旦开门红以旧换新大行动国家财政补贴10%厂商再补贴10%

双重补贴更省钱

电视、冰洗、数码全面参与以旧换新

2、苹果店迎新开业

3、精品电器展

百货商场：

1、兴隆床品，元旦开门礼，以旧换新大行动

2、新年换新锅，越“锅”越红火，炊具贺新年，拿锅就抵钱，苏泊尔、爱仕达以旧换新大行动。

3、时尚炊具新春首选——韩国炊具大联展

4、送礼送健康，健身器材大推广

5、健康三部曲：

- (1)、健康送父母——足浴盆推广
- (2)、健康送朋友——足疗机、按摩垫套购献礼
- (3)、健康送领导——按摩椅推广

6、应季新品全新上市：

- (1)鼠年送祝福——兔子大会
- (2)新年换新衣，喜庆又吉祥——儿童唐装展
- (3)红红火火过新年——鸿运专柜全新上市
- (4)欢欢“洗洗”过新年——洗涤用品大联展
- (5)“瓷”旧迎新——陶瓷用品大联展
- (6)冬季商品全面清仓：儿童棉服、羽绒服、儿童靴鞋

服装商场：

- 1、冬季商品大清仓。
- 2、服饰推荐。
- 3、贺岁款服饰推荐

针纺商场：

- 1、红运专柜，休闲春款抢先上市
- 2、新年贺新春羊绒首选礼

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇四

元旦大酬宾，购物送大礼。

20xx年12月29-20xx年1月3日

活动一：购物送礼

礼品发放地点：一楼前台大厅。

凡在x店购物并在收银台交全款的顾客，均可参与本活动。

购物x元以上(含x元)，送洗手液一瓶。

购物x元以上(含x元)，送时尚抱枕一个。

购物x元以上(含x元)，送电饭煲一个。

购物x元以上(含x元)，送床上用品一套。

(一)活动细则：

- 1.买赠(一单购物达x元赠x物品)
- 2.互动有奖游戏(一单购物达x元可参加游戏，积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)
- 3.活动前交订金，活动期间交全款参与此次活动。
- 4.若发生退货须同时退回获赠礼品，并保持赠品包装完整，并按本商场退换货规定处理。
- 5.演艺(请演艺队营造气氛)。
- 6.样品，特价商品不参与购物送礼活动。

(二)活动现场礼品发放程序：

- 1.顾客持消费兰票到三楼收银台。
- 2.在礼品登记处接受登记并签名确认。
- 3.礼品发放处发放礼品。回收消费白票，在兰票上盖章。

(三)退、换货程序：

- 1.若发生退货须同时退回获赠奖品，并保持赠品的包装完整。
- 2.若退回奖品影响二次赠送，则顾客须按照礼品实际价值，退回相应金额的现金。
- 3.一单商品发生部分退换货，造成成交金额增加，不予补发礼品;造成成交金额减少，将按照金额减少比例退回获赠礼品，具体方法如下：退奖顺序为本购物单所产生的奖→最低奖;奖→最低奖......(以此类推)。
- 4.若发生全单退货，则须退回所有礼品。
- 5.其他事项按本商场退换货规定处理。

活动二、百年好和迎新春

活动时间：12月30日-1月7日

持20xx年结婚证的消费者(全年有效，限一证一个)，在x家居x店消费满1000元(含1000元)，除参加商城同期现场促销外，还可再获得时尚抱枕一个。

活动三、元旦抽大奖

抽奖礼品：

一等奖现金x元(每天10位)

二等奖现金x元(每天5位)

三等奖现金x元(每天15位)

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇五

借元旦节之际大力营造美容院销售氛围，吸引人气，提高销售业绩。顾客在体验产品与服务同时能够深刻的感受雪肌妮丝美容院加盟品牌的文化氛围以及产品的优热，为美容院加盟店赢得更多的新顾客。

xx年12月28日—xx年1月7日(国家法定假日时间)

雪肌妮丝美容院加盟店

1、购买充值vip卡赠送费用优惠活动

2、全场购买送产品或服务活动

3、赠送免费体验卡活动

1、购买2211元vip卡，赠送500元

2、购买5511元vip卡，赠送xx元

3、购买8811元vip卡，赠送3000元

4、购买11111元vip卡，赠送8000元

5、全场任何消费即可获得一次新产品体验或新产品试用装一套/件凡进店的顾客即可获得盼丽风姿滋养还颜套装项目的体验卡一张，或友情体验卡一张(带朋友过来体验)

顾客进店时面带微笑慢慢迎上去，距离顾客1米左右时要问好

促销话术：欢迎光临雪肌妮丝美容养生会所，现元旦优惠活动有：

购买充值vip卡即可享受最高10000元金额赠送

任意消费即可获得雪肌妮丝皇室奢华养生套盒项目的体验卡一张，若您带朋友过来也可以免费体验。

另外我们现场还赠送您一次新产品的体验或新产品试用装一套。实惠多多，优惠多多，欢迎进店体验！

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇六

20xx年12月25日——20xx年2月13日

××珠宝全国各地专卖店/柜

恒久钻石见证美满婚姻

随着××珠宝形象代言人、著名影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面

的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的××钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大××珠宝的知名度和美誉度，提高××珠宝的品牌情感附加值。

1. 活动内容：

(1)三年之约：

我们签约的形式担保凡购买××珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还(在钻饰无损情况下)；

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经××珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款(在购买前协议离婚者不在退款范围之内)。

(2)牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得××珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得××珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加××珠宝举办的各种联谊活动等等。

2. 造势宣传：

(1)20xx年1月1日(元旦)、20xx年1月15日(周六)、20xx年2月5日(周六)以报纸软文的形式炒作(1/8版-1/4版)，主题是：“钻石销售突现钻石恒久文化”，在活动开始后5日左右以新闻的形式报道此次活动以宣传造势；

(2)20xx年12月23日、20xx年1月1日(元旦)、20xx年1月15日(周六)、20xx年1月29日(周六)、20xx年2月5日(周六)在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告(1/8版-1/4版)，扩大活动的覆盖面和影响力，主题是“××珠宝恒久钻石保障婚姻”

(3)活动期间不定期在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、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

1. x展架：65元×2=130元，条幅：150元；

2. 宣传页(dm)：0.5元/张×1000份=500元；

3. 婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元；

3. 媒体宣传费：5000元左右(各地不同可根据当地情况重新预算)；

4. 总计：8780元。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇七

充分利用元旦假期，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达宝利汇商场的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：百款名品一元秒杀

活动口号：天冷了，来xx汇吧！

充分利用圣诞节和元旦，两大契机，通过一元秒杀、现场微信抽奖，发动所有商户通过微信营销发放电子代金券等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展宝利汇的品牌影响及商铺招租情况。

12月25日--1月3日

xx汇购物广场

1、百款名品一元“秒杀”更劲爆！

2、活动当天，凭电子优惠券，到各商铺购商量即享受最低折扣！

3、活动当天，凭电子优惠券，商场即可送抽奖两次！

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇八

借助“双十一”购物狂欢气氛开展相关活动，宣传培训机构品牌，提升各校区周边的家长、学生对机构的品牌好感度，树立品牌活力形象。

“双十一狂欢，剁手吗？”

培训机构操场或者大会堂

4.活动时间

20xx年11月11日9:00—16:30

提前通知家长参加活动

准备好活动所需的物品

提前安排好机构老师负责事宜

- ①双十一特惠，报名可抽奖，最高奖项学费全免；
- ②部分课程双11当日买一送一；
- ③上门摘红包+报名有惊喜（半价、买赠、抢券、秒杀）+微店有秒杀；
- ④庆双11，满5000减20xx；
- ⑤最红双11，学费5折起（限当天）；
- ⑥登记信息，免费试听。

不管培训机构开展什么活动，最主要的目的还是招生，活动营销是最常用的方式，双十一这个超级营销热点，培训机构自然不会错过。但要在活动结束后思考活动是否达到预期效果，那里存在不足，那里又做的比较好，活动负责人要学会复盘。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇九

旺季抢量，同时强化×××音乐手机，完美音质的形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。

主题：完美音质，随身畅响

12月28日-1月05日，凡购买×××智能手机(华为**，联想**，中兴**，酷派**，三星**)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

该赠品为便携式旅行小音箱，主要的用户利益点在于手机音乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻

，随时随地播放手机中存储的音乐。

此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

根据各地促销活动期间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在12月25日之前到达各一级仓库。

赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员;另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。

旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备。

华为**，酷派**，联想**，必须配真机。

陈列和形象更新。

为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，各地务必在大卖场，核心售点，专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。

陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月25日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。

旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在**市投放的临促数量(300名临促)，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。

在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

注意元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，第1，2天，省会城市，二级地市的人流量会大，第1天的销量会达到平时7-10倍，第2天达到平时的3—4倍;第3，4，5天，人流回落到地市，县城，乡镇，销量为平时的1.5—2倍;第6，7天，一级城市又有所上市，但总量增长不大，和平时周末类似。各地注意根据此人流特点，安排促销活动的开展和资源调配。

元旦当天要准备低价格机器冲量。比如：华为荣耀3c等。

赠品的流失问题，必须有严格的流程控制，促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品，都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。要设定促销目标，开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇十

充分利用元旦假期，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达宝利汇商场的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：百款名品一元秒杀

活动口号：天冷了，来xxxx汇吧!

充分利用圣诞节和元旦，两大契机，通过一元秒杀、现场微信抽奖，发动所有商户通过微信营销发放电子代金券等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展宝利汇的品牌影响及商铺招租情况。

20xx年xxxx月xxxx日—20xx年xxxx月xxxx日

20xx年1月1日xxxx20xx年1月3日

xxxx汇购物广场

1、百款名品一元“秒杀”更劲爆!

2、活动当天，凭电子优惠券，到各商铺购商量即享受最低折扣!

3、活动当天，凭电子优惠券，商场即可送抽奖两次!

活动一

“xxxx汇百款名品·一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，增强活动公信力，xxxx传媒信息报及网络营销的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

20xx年12月24日晚5点，开始暖场，6点正式开始1元秒杀(根据商户提供商品的情况，建议每件产品安排3xx5分钟，当晚拍30件)

20xx年12月25日下午4点开始演出节目，6点开始1元秒杀，约8点开始抽奖。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇十一

借特殊的日子,进一步把握销售旺季，特为服装店节、元旦节做出以下促销活动方案策划：

双节同惊喜无限多

20xx年xx月xx日

提升销售，降低库存，发展vip客群

口号双节同欢，惊喜无限多

幸运大转盘，凡在专卖店购买某某品牌服装的顾客均可参加幸运转盘游戏活动，所买产品按照幸运数字享受折扣优惠(先买单再做游戏根据结果给与结算)，另加128元赠军靴一双，台历一份vip一张。

全场服装参与活动，平均折扣约：(58%+68%+78%+88%)73%

活动对象：周边潜在消费群体

利润说明：

58%折扣(最低档)

1件400元(吊牌均价)58%(幸运数字)+128元(军靴平均成本)=360元

商品成本：400元(服装吊牌均价)0、35+128元(军靴平均成本)=268元

毛利润：360元-268元=92元

88%折扣(中高档)

1件400元(吊牌均价)88%(幸运数字)+128元(军靴平均成本)=480元

商品成本：400元(服装吊牌均价)0.35+128元(军靴平均成本)=268元

毛利润：480元-268元=212元

活动口号买一赠1+1+1(买的多送的多)

及元旦期间全场服装一件8.5折、两件7.8折、三件以上7折，凡购买“某某品牌产品赠送vip卡1张+礼品(建议台历、水杯等具实用价值便于携带的物品)1份+洗衣卷1张(与当地洗衣店协商联营)，即：买一赠三

平均扣折： $(70\%+78\%+85\%)77\%$

活动对象：vip客群及周边潜在消费群体

利润说明：

70%折扣：400元(吊牌均价)3件70%(折扣)-1200元(3件)35%=420元

78%折扣：400元(吊牌均价)2件78%(折扣)-800元(2件)35%=344元

85%折扣：400元(吊牌均价)1件85%(折扣)-400元(1件)35%=200元

赠品费用说明：台历成本约:8元洗衣卷成本约：5元

1、公司统一设计提供:kt版、pop、海报、部分礼品

2、场内外广告牌宣传：放置显眼位置

3、店铺布置:促销信息必须要提前安排制作宣传单(内容准确无误、主题突出)和人手在目标群体集中区域发放，传递促销活动信息，为店铺销售造势，条件允许的情况下可在当地使用“短信通知”的方式把促销内容信息传递给军备酷vip群体。

4、卖场布置，节日气氛隆重，如：树等具有节日元素的装饰品

服装店元旦促销活动方案3

如今，随着“感觉消费”时代的来临，消费者的购买习惯发生了很大的变化。消费者越来越“随心所欲”。因此，精心策划各种形式的促销相当重要。我认为在促销活动前，首先要明确向谁传播，确定信息接收者，传播什么信息内容，何时何地传播。而在具体策划上，有几项工作必须做好：

1、准确定位，主题鲜明。到底是传达给消费者品牌形象还是现实售卖。

- 2、确定的促销方案。除了事前周密的计划和人员安排，还要有一个好的方案把活动目的和主旨深入到每一个人心中，充分调动其积极性，还要对促销人员进行详尽的促销方案及细节培训。
- 3、确定时间，促销时间宜早不宜迟。比对手早三天，以免被对手抢先，再好的策划也要把握好时机。
- 4、营造好现场氛围。如pop海报要出彩，店堂音乐要恰到好处，刺激顾客的购买欲望。
- 5、制定一个恰当的销售目标和激励方案。
- 6、控制促销成本，要“因己制宜”，这样才能有较好效果。
- 7、作好评估总结，为下次促销活动积累经验。

最后，需要注意的还有四点：

- 1、调查到位，宣传错位；
- 2、货源要准备充足；
- 3、活动选址免偏远、顾客稀少的地方；
- 4、时间控制在一周内完成(双休日为准)。

其实促销的点子应该是很多的，但对于节假日而言，最重要的是要营造节日气氛，一定要让温馨直达消费者心里。现在把我春节期间(大年三十到正月十五)的操作方式与大家分享：

其一：欢迎辞由以往的“欢迎光临”变为“新年好”。可别小看这么微小的调整和这么一句老土的祝福语，在春节期间，这是非常有效果的。我们能明显地感受到一听这句话，每一位进入专卖店的顾客显得分外开心，并用同样的“新年好”回应导购员，如此以来，彼此的距离一下子拉近了。

其二：巧妙的“红包”。按平日的操作，我们一般是不打折的，但是在假日期间如果能巧妙地让利，就会吸引顾客。初一到初四，我们都会送给每位买鞋顾客一个红包，价值19元的优惠券，虽然优惠的比例很小，但在我们中国人的传统里送红包就是赋予他人福气和财气。事实上，在过年这个时候，大家也不会那么计较，图个便宜的。而且我巧妙之处是在数字上做文章，“19”含“要长长久久”之意，表示来年一切顺利。事实证明，这个做法非常有效，根据我的粗略统计，有30%的优惠券是在第二天进行二次购买。其实，我们也没打广告，都是通过顾客的口头传播扩大影响。口头传播是的广告了。

其三：别致的礼品。搞促销，送礼品是普遍做法，但是关键的问题是要在合适的时候送出合适的东西，像以前动辄送鞋油的方式已经没有新意，而且，在许多顾客看来，这些应该都是必需品，因此，这需我们好好琢磨。

今年正月十七是西方的情人节，我们的做法是：当天的女顾客买鞋，我们会送出钱包或皮带，在传统的观念里，这些东西都有“管住男人的钱”或“绑住心爱的男人”之意；男顾客买鞋我们就

会送他玫瑰，让他送给自己的心上人。顾客们都认为我们想的周到，特别是女性顾客说没想到，显得非常感动。

访问对象：hqt福建公司

从我自己以往操作经验看，促销，包括节假日促销，目的是处理季节性产品和品牌形象推广，由此成功的促销主要集中在三个方面：一是季末促销推新款；二是圣诞、元旦和春节等重大节日的活动；三是新店开业或老店新开攒人气。从消费者的角度上来说，促销对他们的吸引之处就在于得到实惠。因此，筹备促销前，一定要对消费者的需求进行调研，寻找到好的让利方案。以下是我以前成功操作过的几个方法：

其一、根据消费者不同的消费额送出不同的红包，这种方式其实是巧妙的打折。03年11月1日我们在福建漳州做了“hqt心*红包情”促销就是采取了这种形式，当日销售额达4万多，而到11月5日销售额达13万之多，创造了漳州市场鞋业销售的奇迹。

其二、启动季末让利工程。让利可以有多种模式，比如通过转盘让已经买鞋的顾客去争取他们可能得到的让利方案，比如直接在促销款上用标签标明。当然，最有效果的还是推出系统性的让利方案—买多少按相应比例让利。

其三、巧妙的捆绑销售。比如我们在福建泉州操作的是：活动前，我们根据所有促销款的风格，做了几组合捆绑系列，有5双组合、10双组合等等。当然，这种形式主要是促进家庭或团体性的销售。

总之，让利总是消费者感兴趣的。不过，在做好让利促销前，一定要做好预算，这点很重要。

访问对象：hqt安徽某经销商

每当节日走进商场或逛步行街，映入你眼帘的都是一些促销活动，比如：买多少返多少、打折销售、赠什么礼品等等五花八门，所有商家都绞尽脑汁，施展自己的高招以期提高自己的销售。

以经营hqt专卖店的多年经验来看，窃以为打折、返利并不是永久的制胜法宝。促销目的是为了 提高销售，但它的对象还是顾客。一味地追求眼前销售，在节日打折，会失去打折前购买的老顾客。日本丰田公司在中国车市疯狂降价的背景下，没有降价就是考虑到几十万的老用户。05年2月28日他们宣布雅阁降价2万元，理由是零部件国产化，但他们很好地向老顾客作了解释，这让老用户心里得到平衡，毕竟老顾客是他们的赢利之源啊！

当今社会常讲的一句话就是以人为本，而我们做生意一切以顾客为本，我以为促销应该重点关注老顾客。这段时间，我正好做了一个促销活动，主题是：“回报老顾客，hqt皮鞋

以旧换新，hqt旧皮鞋价值38元换取hqt皮鞋”。活动消息传开后，有些顾客把四、五年前的hqt旧皮鞋拿来了，我给他们折了价换取了新鞋穿在脚上走了。我心里高兴：一是回报了这些多年来的老顾客，二是我又挽留了这一批老顾客。其实这旧鞋对我来说一分不值，但是就凭旧鞋给老顾客让了利，别人也无话可说。有些老顾客说，啊呀！我的旧鞋仍掉了，下次我也把旧鞋留着了。我说是呀，这样的话我们以后还是会做的。这次促销活动是比较成功的，它最终让顾客找到的hqt的附加值。

一年三百六十五天，大小节日几十个，不同的节日都有不同的群体，如中国人的优良传统是孝敬老人，母亲节当然是促销大好时间。我从鲜花店定买了许多康乃馨，广告词设计是：买母亲鞋送康乃馨，女儿献给母亲的爱。这样的促销确实很成功，顾客不是为了康乃馨买你的鞋，而是顾客走到了店里，是你提醒她，给母亲买一双鞋，而且，顾客要为母亲买的康乃馨，我们已经替她想好且准备好了。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇十二

作为中国销量第一的微型车生产商，*****股份有限公司目前年生产能力达18万辆。正在扩大中的*****预计到xx年年生产能力达到336,000辆。

公司生产的产品包括商务用车、微型厢式客车、微型双排货车、微型单排货车四大系列共210个品种车型。xx年12月，上汽通用五菱开始生产雪佛兰spark微型轿车，这也是首次在国内生产雪佛兰品牌的轿车。

上汽通用五菱共有400家经销店和400家售后服务网点密集分布在全国的29个省市自治区。xx年上汽通用五菱共销售180,188辆汽车，比去年增长了22.8%。通过上汽通用五菱汽车股份有限公司在国内的知名度和美誉度，多年来汽车销售量大幅度的增长，在目标市场是有口皆碑。今以独特的新款在适当的时机满足消费者的需求，让懂得生活的人能更好的体验生活，为市场提供最好的，提供最优惠的，成了上汽通用五菱汽车股份有限公司的理想与抱负。做微车，需要口碑。湖州菱通汽车有限公司抓住契机，在元旦期间，在湖州三县两区进行进一步的宣传。

■鉴于微车市场与目标消费者追求口碑好，强动力，售后服务好的特性，满足消费者的心理需求。

■借人们向往的轻松时尚心理，推出个性、时尚、绚丽的新款雪佛兰spark，让消费者体验工作之余的轻松心情。

■借助五菱小旋风“能拉能载”的概念操作，借势推出新产品——单双排“小旋风”车，进一步提高产品的非常空间概念。

■通过活动拉近消费者与车的距离，提高湖州菱通汽车有限公司的品牌形象。

■针对客户：追求轻松、时尚、品位的消费需求，体验生活真谛，突出个性品位。(雪佛兰spark)，追求高效益，强动力，低风险的消费需求。(五菱微车)

■针对公司：了解消费者心理，看清市场需求，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。

■针对行业：不可低估其他品牌竞争，认清品牌定位和产品的功能价值，不能落后。

■活动方案：通过在湖州的各个地区举行小型车展，吸引目标客户，促进购买行为，提升品牌形象。

■活动内容：营造一个轻松的活动氛围，给人一种轻松购车，自由购车之感，与同行业产生差异化。

具体操作：

1、xx市区：宣传单先行

方案1、①在湖州菱通汽车有限公司(陵阳路1198号)门口摆上大型的拱门(可以的话大型的气球)，②彩旗③标语提示，活动优惠提示。

方案2、湖州前村，原因：由于湖州东边土地征用，属于新农村，农民手里有征用款，而且买车跑运输或者载客是不错的维持生计的方法。

2、长兴地区：宣传单先行

开往夹埔方向，三峡移民区。原因：三峡移民区的消费者没有生活保证，工作也没有，没有经济来源，买车跑运输或者载客是一种方法，另外国家有优惠政策3年(省一些手续费用)。

3、安吉地区：宣传单先行

在县城广场，县政府门口，人口流动密度高的地区搞车展，拱门，横幅。ps：例如孝丰，杭垓等边远山区，搞乡镇宣传，宣传单先行。因为路途较远，可以事先电话联系。

4、德清地区：宣传单先行(不要现场车展)

进入武康的三叉路口，摆上大型拱门(气球)宣传，宣传标语：五菱汽车元旦优惠，彩旗，具体标明活动地点，优惠措施。原因：是该地区车流量最多的地方，有较强吸引力。

5、和孚地区：宣传单先行

开往菱湖，桐乡的交叉路口，车展，拱门(气球)宣传，横幅宣传。

主要宣传介绍方式：

1、新车介绍：由专营店人员介绍新车的外观和功能。(还是正规些)首先介绍外型(内容略)，再次介绍功能(内容略)，再介绍优惠方法，吸引消费者产生购买欲望，最终达成交易。

2、活跃会场气氛，体现轻松、时尚主题，优惠措施。具体的形式如下：突现雪佛兰spark的小体积大空间的时尚鲜艳，五菱之光，扬光的区别(附带介绍其他厢式微车)，五菱小旋风的能拉又能载。

3、茶水，大的遮阳伞，桌子，凳子，销售员热情。

■主题：“元旦购车疯狂送礼”

■现场布置风格：鲜艳，吸引群众眼球，力求“阔”的感觉，达到能够吸引不买车的人也来看。

■时间：xx年年1月1日——xx年年1月7日

■地点：上述各地区以及各个销售分店，江南车城

■工作人员：1、公司销售人员；2、媒体(最好)报纸：湖州晚报(汽车版)电视：

湖州电视台 广播电台：湖州广播电台

■会场布置详注：气球4(个)(4s店2个，每次销售车展2个)、拱门2(条)(4s店1个，每次销售车展1条)、太阳伞2~3(把)、横架(背景画)1(个)、桌子2~3(张)，备茶水，司机2(名)

■展架，放在桌子旁边，桌上用具都是统一的系列摆设

采点(具体车展场地)，定制优惠措施(在保证车价盈利的基础上送油卡，送保养，送装修等)

活动背景1个

活动现场布置

现场活动执行

■在这一系列的活动过后，将会给五菱汽车销售带来质的飞跃。市场对五菱汽车有了明确的认识和印象！

■势必会成为社会和媒体关注的焦点。对树立品五菱汽车牌形象和传播品牌形象起到巨大的作用。

■五菱汽车再造“非常空间，非常动力”概念，势必会影响和吸引大批的五菱汽车潜在客户群的向往和加入，从而有效的带动旗下各种品牌的销量，缔造又一个销售奇迹！

略

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇十三

很快就进入岁末商家黄金季节，圣诞节，元旦节，为人们尽情购物与狂欢留有足够多的时间，策划好圣诞节和元旦节促销活动自然成为提高下半年销售的重头戏。本次策划以“狂购风暴，圣诞元旦先下手为强”为主题，着重周末，顾及其它，以12月为营销月，打一场漂亮的促销战。

狂购风暴，圣诞元旦先下手为强

12月22日—1月6日

1、狂购风暴，圣诞元旦先下手为强

a、超值100（12月22日-23日）

只需要100元，100部手机任你选，先下手为强；几十款手机，款款让利100元，超值100。

b、温暖100（12月24日-25日）

100件知名保暖内衣，100台知名品牌电热水器1元起拍，最高100元限价，等你来赚。这个冬天不会冷

c、激情100（12月26日-31日）

购物参加抽奖，10台21寸彩电非你莫属

晚8：00前在xxx购物的顾客均可领取一个乒乓球写上自己的名字及联系方式，投入店前抽奖箱（长宽高均为1米，透明有机玻璃制作）。20xx年12月31日上午9点，统一抽奖。

d、快乐100（1月1日-2日）

来者都是客，大家都有礼。顾客凭购物小票即可领取开年金鼠红包一个，内装市内各知名餐饮、娱乐、服装、宾馆等商家的折扣券、代金券、赠品券及本商场现金1元。吃喝玩乐，食行住行尽在其中，这个鼠年真快乐

e、幸运100（1月3日-6日）

自20xx年12月22日—20xx年1月6日20：00，凡在本商场购物的顾客均可参与此次活动，每1000名顾客中抽出一名幸运顾客，手机白送，幸运100。

f、dm促销

本次活动着重突出“狂购两节”概念，但同期推出两期dm快讯。

第一期：12月22日—12月31日

第二期：1月1日—1月6日

几百款商品超炫低价，惊爆出击

2、超级男生，最后一场激情（圣诞狂欢夜）

圣诞狂欢夜，邀请xx电视台20xx年度超级男生尽情演绎20xx年度圣诞夜

上午10：30—11：30超级男生10强见面会，签名合影

晚上19：30—21：30“20xx年的最后一场激情”与超级男生共渡圣诞狂欢夜。

元旦促销活动方案 元旦促销活动方案活动背景篇十四

1.圣诞、元旦商机加强各门店气氛布置，大力提倡创意气氛布置及关联性商品陈列。并以气氛评比的形式，激发门店布置的积极性。

2.各连锁分店全力执行“ 圣诞狂欢度平安，元旦送礼乐翻天 ”促销活动计划，发挥促销的真正作用，创造气氛、吸引人流、提升销售。

20xx年12月21日--20xx年1月3日

冬 至：12月22日 平安夜：12月24日(星期五)

圣 诞：12月25日 元 旦：01月01日(星期六)

：圣诞狂欢度平安，元旦送礼乐翻天

1、 dm版面安排： 8p， 促销商品70支。

2、 dm商品安排：

封一：封面活动主题 圣诞来历

封二：圣诞用品专版 20单品

封三：洗化、家居百货 20单品

封四：酒饮、奶制品 20单品

封五：杂货 休闲食品为主 20单品

封六：杂货 南北干货、调味为主 20单品

封七：火锅料、汤料、水饺、汤圆 20单品

封底：生鲜 20单品

3、版面设计以紫色，红色为主色调，突出季节特点，另外突出冬季促销主题，促进商品类商品的销售。

1.冬至(12月22日)当天推出较多火锅料、汤料、水饺、汤圆等特价销售，可关联性陈列，并快讯推介相关的调味系列商品及火锅用品。

2.圣诞节前期推出圣诞贺卡、圣诞礼品、圣诞装饰品、圣诞帽、散装糖果、朱古力等应季商品。

3.元旦促销期建议加强会员价的覆盖面及特价幅度。在新的一年里，给会员顾客留下一个良好的印象;(目前，我司会员价与零售价相差甚微，顾客意见很大，达不到真正的实惠会员，因此，元旦节日销售，建议各大分类销售排名前几位的商品不妨拉大零售价与会员价的距离，做超低会员价销售，并做快讯主题推介。)

4.元旦快讯促销品以清洁用品为主，烟、酒、礼品、保健品等开始推介。

5.生鲜商品建议每天做1—2个超低价，上快讯的水果、蔬菜需要全部订出价格。

第一曲：《购物28圣诞帽带回家》

时间：12月22日—12月24日

地点：各连锁分店

内容：凡于活动时间内，顾客在各连锁分店一次性购物满28元，即可凭当日电脑小票送圣诞帽一顶，(指定柜组除外)单张小票限领一顶，数量有限，送完为止。

圣诞帽：10000顶*0.8元=8000元

第二曲：《圣诞节，送欢喜》

时间：12月22日——12月25日，每晚6点—8点

地点：各连锁分店

内容：

1、活动期间，由各门店自行安排一位身材较为矮胖机灵、具有幽默感的员工，穿上圣诞老人服装(装扮的越像越好)，背上礼物糖果袋，在店门口或卖场内(最好是巡回走动效果好)为来店的小朋友派发糖果和圣诞节小礼物;

2、凡一次性购物满28元的顾客，还可免费和圣诞老人合影留念一张(限昌盛、时代店)(照片在各店指定时间内领取)，同时，还可与圣诞老人猜拳(剪刀石头布，三打两胜)，胜利的顾客即可用一只手在圣诞老人糖果袋里一把抓，抓多少免费得多少;

3、散装糖果，由采购部负责联系赞助散装糖果，a类店约配20公斤，，合计约400公斤。

12月21日前下发各店;

4、其他赠品、小礼物，由各门店自行解决。

第三曲：元旦送大奖，购物更疯狂!

时间：12月29日——元月2日

地点：各连锁分店

内容：

1.活动期间，一次性购物满48元的顾客参加抽奖一次，以次类推，两次封顶，百分百中奖，永不落空。(特价除外)

兑奖地点：各门店大门口

兑奖办法：即抽即中，即中即奖。

2.奖项设置：

一等奖 30名 奖自行车一辆 售价200元=6000元

二等奖 400名 奖怡飘10装卷纸一提

或可乐一提 售价10元=4000元

三等奖 1000名 奖xxxx酱油一瓶 售价3元=3000元

纪念奖 10000名 奖立白洗衣皂一块 售价1.5元=15000元

a.奖品必须搭展台，进行美陈展示，要有气势。

店和xx店奖品陈列在超市外围广场上，具体由行政部与公共事业机关协调。

c.一等奖奖品分别陈列到xx店和xxx店。其它分店抽中一奖均到这两个区域门店领取。

费用：约28000元

1.门店12月1日前按照企划部指定标准，完成圣诞节气氛布置；

2.门店以创意圣诞装饰和商品关联陈列为主。另加销售增长分；

3.营运部、企划部、门店共同进行本次活动检查；

店、-xx店、xx店气氛布置费用预计，3000元；(泡沫板，丙稀颜色)

5.装饰品由企划部统一购买，费用总额不超过10000元；(含圣诞服20套，圣诞帽20xx顶，彩灯50卷，圣诞树6株，棉花)

6.圣诞气氛布置总费用约13000元。

7.气氛布置如下：(详见图纸)

①a类店收银区吊楣、卖场入口门亭、圣诞特卖堆头按总部统一设计图制作、根据各门店区域规格进行调整。

②a类店圣诞特卖区统一设定为卖场入口第一视线点，两个堆头或一组端架即可。

③圣诞特卖区建议陈列(巧克力、朱克力，功夫糖、圣诞饰品等商品)在特卖区配备营业员现场叫卖；渲染圣诞氛围，刺激顾客消费。

④xx店、xx店和xx店气氛与其它店有所不同，作为酒嘉两区的中心办公基地。给供应商，其它企事业单位一点视觉冲击感以及两店促销氛围的提升作用，在两个门店大堂内制作圣诞庄园。

⑤abc类各门店促销员、营业员、收银员、各专柜员工统一配戴圣诞帽渲染圣诞氛围。

(1)提前对全体员工对本次活动内容进行培训工作。

(2)促销期间通过现场叫卖，营造卖场的良好气氛，海报商品及各类促销商品陈列要有量感做到丰满突出。

(3)海报商品的选择，协助采购定货。

(4)各档海报商品及春节相关商品陈列到位。

(5)监督客服中心促销活动之日起，活动内容及特价信息滚动广播。

(6)维护活动现场秩序，保证活动顺利进行。

(7)活动效果的评估与分析

(1)超市外围广场使用审批协调。

(2)其它外联保障工作。

(1)dm商品的选择与定货。

(2)圣诞元旦促销商品采购。

(3)礼品及糖果找供应商赞助。

(4)确定档期dm商品明细提交。

(1)保证活动期间灯光，设备的正常运作。

(2)音响设备调试。

(3)负责购买所有活动所需要的耗材。

协助并监督所有活动礼品发放的核查工作。

6

(1)对收银员进行活动内容培训要求员工熟悉掌握促销活动规则。

(2)熟悉限量抢购商品。

(3)告诉顾客最新促销活动信息。引导顾客参加活动，从而增强购买力。

活动的费用统计核查工作。

(1)活动方案的策划与执行，dm海报的设计和印刷跟踪。

(2)活动的宣传，整体宣传内容的设计各制作跟踪。

(3)负责各门店的气氛布置与指导工作。

(4)整体活动的跟踪与协调。

(5)圣诞节及元旦节广播稿拟定。

(6)活动效果的评估与分析。

(1)负责做好dm商品的变价工作。

(2)负责活动期间收银设备检修。

(1)负责所有活动的审核工作。

(2)所有活动整体的协调与监督。

(3)活动的费用审批。

以上方案适用于综合超市，广场类店，xxxxxx(集团)公司保留最终解释权。

十二.促销费用预算：约84900元

促销效果评估：(略)卡停止使用。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发