

# 2023年春节促销策划方案 春节促销方案设计(5篇)

作者：有故事的人 来源：范文网 [www.wtabcd.cn/fanwen/](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/556081e161b984c912237064ac9a6332.html>

范文网，为你加油喝彩！

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 春节促销策划方案 春节促销方案设计篇一

20\_\_年即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，回顾20\_\_年，我们已成立有\_\_年的历史了，在这段时间我们成功的开出了5家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立品牌形象。届时!新的一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获!

## 二、20\_\_年春节活动主题：

- 1)春节贺岁礼送新春
- 2)元宵节情缘元宵节
- 3)情人节感受温馨浪漫

## 三、20\_\_年春节活动时间：20\_\_年\_\_月\_\_日—20\_\_年\_\_月\_\_日

## 四、20\_\_年春节活动布置策划：

内外已暖色调为主(大红、橙色、黄色)

### 1.场外布置：

- 1)10家门店共制作10条大型巨副放于入口处(主题宣传和活动宣传)。
- 2)外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

3)门口处上方各挂大型灯笼(1250p\_)，要求美观。

4)10家门店各制作竖副8条，内容为七彩(各门店进行费用联系)。

5)各门店门口处统一放置红地毯一条(6m\_2m)。

6)地贴春节专用地帖张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题(由营销科统一制作)。

2.场内布置：

1)门店pop标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

2)门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

3)促销场地内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

4)一条街制作喷绘一张(材料为kt板)(由营销科统一制作)。

5)制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计。

通道：

1)挂春节专用吊旗(由营销部统一设计制作)。

2)根据促销场地实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

1)区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

2)货陈列进行食品专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的pop，统一使用kt板进行制作到位。

3)专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以pop标注，建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1)可用kt板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

2)楼道墙壁上可喷绘海报张贴(活动内容及喜庆图案)，或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

3)有电梯的营销店进行电梯口气氛的布置，可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮。

### 3.员工布置及服务用语

- 1)统一制作春节员工帽子，每位员工必须佩带。
- 2)春节期间员工服务用语：你好!新年快乐!欢迎光临!
- 3)收银台的收银员穿戴塘装.

### 五、20\_\_年春节活动陈列及商品的促销活动

#### 1)特价商品促销

具体的特价商品类型：以冬季商品年货、佳节礼品为主。主要包括营养保健品、啤酒、葡萄酒、补酒、南北货、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒等。其中增加生鲜处熟食、水果、海鲜干货等，以上商品均可重点陈列，并可做为一条街来陈列。

#### 2)赠品促销

联系30种以上商品进行买赠活动，具体有买赠的商品有：保健品、补酒、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、厨房用品等。

赠品由厂商提供赞助。(由门店及营销科共同执行)

- 1)厂商大型文艺促销活动.
- 2)厂商做大型的文艺活动，进行轮回演出，提高客流量和销售。
- 3)联系厂商做大型的场外活动，需各门店提前准备。

### 六、20\_\_年春节活动媒体宣传：

报纸：晚报

年货dm海报、活动喷绘海报、条幅、电视台宣传、广播宣传等、宣传车、自行车宣传队。

#### 春节促销策划方案 春节促销方案设计篇二

春节是一年当中最重要的节日，对于客流量较大的超市业态，即是不做活动生意也不会淡，但是在有竞争的情况下，好的企划方案不仅是提高客单价的有效途径，同时也是增强顾客好感度，提升企业美誉度的良好契机。

在做方案之前，我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类———

第一类：普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从腊月二十三开始到腊月三十。一般消费金额在50、100或200不等，所购商品主要是柴

米油盐 and 特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以100为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应该在正月十五之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠，例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=?钱或牛奶+桶油=?钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入腊月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以尝试把不同金额的团购优惠在dm单上详细的进行宣传，明码标示，刺激消费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题：佳美精品年货节

二、活动时间：

三、整体活动广告语———

欢乐佳美中国年购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

四、活动内容

(一)新春到，“福”送到!活动时间：

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断!

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个(共2000个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条!

(三)特别企划情人节专版活动时间：

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少！

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

(四)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。一等奖：1000元礼券2名(1名)二等奖：500元礼券5名(2名)三等奖：100元礼券(3名)四等奖：50元礼券20名(10名)五等奖：20元礼券50名(30名)

(五)团购价低更有礼，财运吉祥送到家！

活动时间：

团购满2000元送价值50元的一件

团购满3000元送价值99元的酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼盒

春节促销策划方案 春节促销方案设计篇三

春节对于商家的重要性用“一年之计在于春”来形容是再恰当不过了。某些行业假期的销售额可占全年销售总额的20%~50%。做好了春节的买卖，不仅能为以后的营销开个好头，全年的销售任务也有了保底的本钱。所以，每逢春节，厂家、商家就早早拉开阵势，策划春节促销活动。

新思路之一 明确营销目标

企业在制定一个完整有效的节日营销活动计划之前，必须知己知彼，胸有成竹，胸有韬略——通过节日营销活动要解决什么问题或达到什么目标？是突击新产品上市还是加速成熟产品的流转？重点解决的对象是终端问题还是批发环节？所选择的促销工具、策略是否锐利有力，能否“短平快”

”地加速任务完成?如何对整体节日营销活动进行实施、控制、评估，以较好完成目标?

一个节日营销活动要包容整个通路环节十分困难，因此节日营销必须有针对性，分清主次，重点解决终端通路。

针对消费者的营销活动，主要目标是要分析消费者对产品倾向程度、节日消费行为，对促销办法的接受程度，对相似竞争性的产品、价格、渠道的市场态度。节日营销活动必须有量化的指标，才能达到考核、控制、计划目的。量化的指标通常有销售额、市场占有率、毛利率、对比日期、增长率、重复购买率、促销广告的参与率、到达率等。

那么适合促销的产品，应该打什么牌?近几年，恐怕最耀眼的要数送礼牌了。由于过年送礼是中国人的民俗，所以好多产品可以推出礼品装。节日送礼的民俗决定了礼品的大行其道。

进入21世纪以来，人们送礼的观念也发生了很大变化。消费者购买礼品越来越讲究新颖性、潮流性，尽可能地展示自己和对方的审美情趣和高雅格调。如果只是盲目跟风赶行情，恐怕市场区域会越来越狭窄，企业和品牌的生命力也不会长久。

## 新思路之二 设计抢眼促销主题

由于各个厂家和商家各显神通，大举宣传，消费者往往被淹没在各种促销的海洋里。你的促销活动想跳出来，给消费者耳目一新的感觉，就必须有个好的促销主题。一个好的促销主题就像是一个动人的“媚眼”，对消费者起到第一步的吸引。

因此，节日的促销主题设计有几个基本要求：一要有冲击力，让消费者看到后记忆深刻;二要有吸引力或者让人产生兴趣，例如很多厂家用悬念主题吸引消费者继续探究;三要简短、易记，一些主题长达十几个字或者更多的谁会理睬。

每逢春节，厂家、商家都会推出花样繁多的促销方案，从“全场大折扣”到“隆重特价推出”，从“买一送一”到“有奖销售”，花样翻新，招数颇多。但使用起来不外乎“赠送、打折、抽奖、表演”，加上一个以各种各样名目推出的“\_\_庆典”。其手法犹如传统餐桌上的“四菜一汤”，姑且不论其内容如何，形式上的简单重复就让消费者大倒胃口，结果往往费力不讨好，销售业绩并不乐观。

销售的目标又跳出价格战的“怪圈”?笔者认为，关键是淡化价格效用，增强消费者与商家之间的沟通互动，营造欢乐喜庆而不失宽松和谐的消费环境，开发和培养新的消费需求。

就笔者看来，“一心二意”是春节消费者的共性心理，一心即图吉利，新春佳节人人企盼来年大吉大利;二意即求富贵，祈平安。

比如酒店在春节期间要做好年夜饭生意，就必须以“合家欢”、“全家福”为促销主题，有针对性地开展服务项目。

## 新思路之三 促销形式的组合与创新

一想到促销，很多人就想到现场秀、买赠、折扣、积分、抽奖等等方式。尽管在促销方式上大同小异，但细节的创新还有较大的创意空间。



在细节上创新，虽然可能是很小的点，但对促销的成效也很重要。

比如，为巩固成熟产品的市场，节日营销中可采用5至10送1的小面值赠券、连环大抽奖；为推出新产品，采用免费品尝试用、买一送一（小包装），邮寄产品名录、报价单等；制造公关事件，利用某一新闻事件，渲染张扬产品或企业，如献爱心回馈社会活动、体育赞助或傍星促销等；主题广告宣传，从色彩、标题到方案、活动等均突出节日氛围；通路激励，对在规定节日期间（如春节期间），完成计划销售任务的经销商给予奖励“\_节几日游”，或加大批量折扣、试销、代销权（新产品），或网上销售，方便顾客。

#### 新思路之四 把产品卖点节日化

如何根据不同节日情况、节日消费心理行为、节日市场的现实需求和每种产品的特色、文化以及现代生活休闲方式，制定行之有效、颇具节日特色、适应节日营销的产品策略组合，研发推广适合节日期间消费者休闲、应酬、交际的新产品，另辟蹊径抢占先机，这是顺利打开节日市场通路，迅速抢占节日广阔市场的根本所在。

(1)形成产品：产品节日化的实现，要注重产品的休闲化、主题化、营养化这三个基点，所有节日

营销活动都要围绕产品的“三化”展开，如定位于重阳节的茅台“九月九”的酒，定位于春节、婚庆的五粮液的“喜酒”，都是成功的范例。

(2)营造产品的三个核心层次：经济、绿色、时尚。

(3)暗示潜在产品的利益点：欢乐、祥和、经济、方便、文化，节顺万事顺，买节日产品，好彩头好心情。

(4)创新包装：产品“三分养七分装”。包装要“酷、炫”，别具一格，必须要“创新”一番，要承袭，更要扬弃，从千篇一律的金黄红紫的节日装中跳出来，好看又实用时尚。节日包装要求做到：素雅化、微型化、附加值、礼品化，如山东景芝集团推出的“小酒壶”，其包装既是一件精美的艺术品，又是件不可多得的别致的酒具，同时也是富有情趣的收藏品；“二两小茅台”引发酒类市场的“二两现象”，酒鬼酒的“小酒桶”所创造的“文化酒”现象，均是包装上的革新，适应节日假期百姓人家居家旅游休闲的需要。

#### 新思路之五 促销方案要科学

搞好节日促销，要事先准备充分，把各种因素考虑到，尤其是促销终端人员，必须经过培训指导，否则引起消费者不满，活动效果将会大打折扣。

1)销售促进媒介的选择。比如，选定赠送这种促销工具，必须对媒介进行组合派对，多少直接送给顾客，多少直邮到家，多少通过报纸、杂志附带等，都应量化细化合理化。

(2)销售促进时机的选择。销售促进时机起止是节日营销的生命钟，过长过短，都会制约节日营销的顺利开展。按照国外惯用的做法，节日营销日期以3周为宜，节前7天为推动期。

(3)销售促进目标对象的选择。节日促销需要促销的对象多种多样。分清主次、正确选择销售促

进对象是开展节日营销首要考虑的因素。

(4)春节期间，设计促销方案应围绕“文化搭台，销售唱戏”这个主题，多搞一些联合促销的模式。可选方案通常有以下几种：

大型年货市场(超市)。可由若干不同行业、不同产品的商家联合发起，也可由政府或一家实力较强的商家牵头，与当地政府共同举办大型年货市场(超市)。

#### 春节促销策划方案 春节促销方案设计篇四

活动时间：新年期间

活动主题：新年大酬宾，购物送大礼

- 1、购物送礼
- 2、百年好和迎新春
- 3、新年抽大奖

活动一：购物送礼

?活动时间：12月30日---1月7日

?礼品发放地点：三楼收银台

?活动内容：

凡在+++++++店购物并在收银台交全款的顾客，均可参与本活动。

购物1000元以上(含1000元)，赠送蓝月亮洗手液一瓶;

购物3000元以上(含3000元)，赠送时尚抱枕一个;

购物6000元以上(含6000元)，赠送电饭煲一个;

购物9000元以上(含9000元)，赠送床上用品一套。

?活动细则：

- 1、活动期间，顾客购物满1000元，并在++家居各银台交全款即可参与本活动;
- 2、本活动凭品位空间购物凭证单票消费，金额不累计;
- 3、活动期间交订金未交全款的顾客不参与此次活动;



- 4、活动前交订金，活动期间交全款参与此次活动;
- 5、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。
- 6、样品，特价商品不参与购物送礼活动。

?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。

?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;

活动二、百年好和迎新春

?活动时间：12月30日---1月7日

?礼品发放地点：三楼收银台

持20\_\_年结婚证的消费者(全年有效，限一证一个)，在++家居++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、新年抽大奖

?活动时间：12月30日---1月7日

?奖票发放地点：++商场各收银台

?奖票投放地点：三楼收银台

?开奖时间：20\_\_年1月7日下午15：30时

?活动细则：

- 1、购物每满1000元(含1000元)，凭++家居的销售兰票即可在各银台领取抽奖券一张并加盖章在兰票上;
- 2、可多单、多柜组累计;
- 3、未交全款的顾客不参加本活动;
- 4、抽中特等奖和一等奖的顾客应交纳20%个人所得税;
- 5、顾客若发生全单退货，除退回所有促销奖品外，若在抽奖环节抽得奖品，经确认后一并退回。

?奖项设置：

特等奖1名，奖价值3000元的

一等奖1名，奖价值20\_\_元的;

二等奖3名，奖价值800元的;

三等奖4名，奖价值300元的

?奖票的填制及开奖办法：

- 1、顾客在银台交全款后，每满1000元即可领取抽奖券一张，并可多单多柜组累计，上不封顶;
- 2、顾客必须将奖票上要求的相关信息填写清楚;
- 3、奖票箱设置于三楼收银台;
- 4、20\_\_年1月7日下午15：30由现场顾客抽取大奖;
- 5、幸运中奖者将由公司在24小时之内通知领奖;
- 6、中奖者在活动结束后7日内\_有效。

春节促销策划方案 春节促销方案设计篇五

一、春节促销活动的目的：

春节是全国性的节日，是中国一年的伊始，在人们心中是非常愉悦、欢庆、盛大的节日。节日期间人们一家团聚、到商场购物、亲友间互送礼物等活动，各品牌竞相促销以提高销售业绩。

春节对于爱就推门品牌来说都是一个表现品牌玩具活力、品牌玩具特色的重要节日!通过本活动刺激消费，促进销售，提高品牌知名度，增加老顾客的大好机会。希望通过促销方案给大家的营业额带来新高，让大家更有信心面对以后的经营。

二、活动对象：爱就推门会员客户，爱就推门新顾客。

三、促销活动的主题：爱就推门迎兔年送大礼

四、促销活动的方 式：

1、春节前7-15天与顾客的联系

在1月18日春节前，各加盟店主通过发送短信对爱就推门会员顾客发送祝福，加强品牌与顾客的沟通联系！

圣诞祝福短信(例)：

例一：如期而至的不仅是新年，还有幸福和快乐，日渐增长的不仅仅是年龄还有友情和健康，爱就推门玩具一如既往深深的祝福：兔年万事如意！

例二：总有起风的清晨，总有温暖的午后，总有灿烂的黄昏，总有流星的夜晚，总有一个人在祈祷世界上所有的美好全部属于你！爱就推门祝你兔年快乐，心想事成！

五、促销活动时间与地点

促销时间：20\_\_年1月18日——20\_\_年2月18日

促销地点：全国各城市自营店及特许加盟店

六、促销方法

方法一：

1.活动期间，全场部分特价商品七-八折酬宾。

2.活动期间，爱就推门会员顾客凭卡到原发卡店领取精美新年礼物一份，每卡仅限使用一次。

备注：建议迪士尼小球，沙画等，或者礼物可以是福字，糖果加盟商自己购买。数量有限，送完即止。(加盟商自选)

3.新客户购满200元加1元送爱就推门书包一个。(数量有限，送完即止。)

4.每天由店主对来店里的小朋友进行糖果大派送。

方法二：

1.购买玩具满49元均可获赠爱就推门精美福字一张。

2.凡在我店购物满98元的顾客，即有机会店门口处参加一次抽奖游戏活动，188元以上两次，我们的奖项设置有：

3.幸运奖：全场任选价值50块玩具礼品一份。

4.幸运奖：获得书包一个。

5.参与奖：奖纪念品一份，每日限量，先到先得，送完即止。(气球等礼品)

备注：抽奖箱可以找一个纸箱来美化一下即可，里面的纸条需要按照店里实际奖品数量比例设计)

## 七、广告配合

广告以海报与pop形式配合。店铺的海报、pop同样以红色主色调和兔子吉祥物为主打，装饰整个卖场。

## 八、早期的准备工作

### 1.促销活动现场节日气氛的渲染

春节的主色调:春节以红、白、黄三色为春节色，春节来临时家家户户都要用红色来装饰

#### a.卖场氛围

整个促销活动期间，以“春节歌”为音乐背景。长期以来，一直流行的春节歌主要有：《恭喜你》《恭喜恭喜》、《恭喜发财》《迎春花》，还有其他一些，用这些喜庆音乐营造一种春节的氛围!

#### b.货架布置

以春节元素为主，辅以其他元素。

### 2.店主的糖果派发。(糖果自行购买)

## 九、活动的中期操作

1.在操作过程中，所有顾客会员卡领取礼品一份，不可多领;新顾客购满200元加1元，送书包一份。如顾客对本次活动有任何疑问，终端店主因详细说明。礼品赠送只在活动期间执行。