

商场促销活动方案精选5篇（为商场设计一个促销活动方案）

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/e65d982f796bfd6d8ba3dafa7c0f282d.html>

范文网，为你加油喝彩！

商场促销活动方案（精选5篇）

为了确保活动安全顺利进行，就需要我们事先制定活动方案，活动方案是对具体将要进行的活动进行书面的计划。我们应该怎么制定活动方案呢？以下是小编为大家收集的商场促销活动方案（精选5篇），希望对大家有所帮助。

商场促销活动方案1

活动主题：

xx大促销

活动内容：

在4月28日到5月7日期间，凡在某超市各分店购物满300元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受海的味道

特等奖2名（5个店共10名）各奖海南四日游名额一个

一等奖3名（5个店共15名）各奖美的吸尘器一个

二等奖10名（5个店共50名）各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名（5个店共500名）各奖柯达胶卷一卷

二、服装打折自己做主

在4月27日到5月26日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

三、xx惊喜三重奏（限某超市）：

一重奏：全城至低（各种商品价格全城至低，便宜至极）

二重奏：二十万积分卡顾客xx倾情大回馈

4月28日至5月9日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

5月1日至7日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米、500ML食用调和油。

四、某超市xx部分特价商品：

xx期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品。

商场促销活动方案2

直接折扣

直接折扣是最受消费者欢迎的促销方式，简单直接的优点最为鲜明。但在方便实惠的背后，难免会有限制。知名品牌产品，直接打折的机会越少，而更倾向于统一零售价。因此，过分采取打折手段的往往是知名度较低的品牌。

实用建议：对目标品牌的统一折扣了解清楚，需要多跑几家建材城、建材超市，了解折扣行情。同时，锁定重点节假日，与平时折扣做对比。此外，多方周旋，利用商家之间的竞争获取更多折扣机会。

返券

返券是仅次于打折的重要的促销方式，尤其受到家居超市的青睐。但由于部分商家滥用返券，使这种促销方法变得受到多方质疑。如“五一”期间某知名建材超市推出“满2000返1000”的返券活动，表面看起来力度诱人，可1000元的抵用券仅限橱柜类商品使用，而且满4000元才能使用1000抵用券，算下来相当于每消费7000元才能优惠1000元，而且购买橱柜一般来说4000元是不够的，超支部分无法使用到返券，因此核算下来仅相当于88折左右。

实用建议：返券的最佳使用范畴为：有多品类购物需求，需一站购齐的情况。此外，还要仔细核算，总需花费的钱数 ÷ 总共买到的商品价格=平均折扣，然后与其他卖场和网上的价格比较，不要被返券的表面金额蒙蔽。

特价套餐

特价套餐是家居建材业较有优势的一种促销形式，其针对的已不是单一商品，而是商品组合。比如“五一”期间，水槽、卫浴等商品会推出特定款式组合成套餐；橱柜、地板、壁柜也会赠送配件，与主体商品搭配成套餐销售。组合套餐的多为大品牌的主销型号，价格也相对实惠。

实用建议：大多数套餐都是基本款式、缺乏风格个性。所以，除非您对新家没有太多追求，奉行“能用就行”的理念，否则，还是不要因小利而将来后悔。

网上购物

网上购物带来的实惠，大有超越传统零售之势。家居建材在线销售大致分为两种模式，一为网络，另一个是网上商城。网络团购是由家居行业网站主办，通过网上论坛召集的线下活动，通常有数十个建材品牌到场，接受网友的集体砍价。另一种购买模式是网上商城，在网上能展示海量的商品种类、细致的规格详情，而且针对装修建材的种类繁杂的特点，设有专业的分类导引方式，搜索功能也很健全。

实用建议：网络虽好，但不可迷信。不管是网络团购、还是网上商城，都只是一种销售渠道，把他们当成一个卖场来看待就可以了，所以一定要符合下面这条真理，那就是“品种全、价格低、服务有保障”。

但是要想在众多竞争者中出线，创新是必须的，下面我们借鉴一下其它企业在建材促销活动中的创新招数，希望可以为大家带来灵感。

商场促销活动方案3

一、活动名称

迎新贺岁，春节疯狂送

二、活动时间

12月31日(周六) 1月23日(周日)

三、活动说明：

1、市场概况及分析

1月3日春节恰逢双休，根据惯例，势必会引发一波新的购物狂潮，而在此期间商场和大厂商也会紧握此良机展开强势促销，以期强占更多的市场份额。

竞争对手方面，xx已日趋成熟，xx处于萌芽状态。其肯定会在元旦期间开展“一元拍卖”、“来就送，抽奖送”等集聚人气类的案子；

2、营销策略概述：

拟定由三个企划完成：

a、疯狂来就送：1月1日当天共有1500份大礼免费赠送

b、会员来店礼：

、1月1日 1月15日当日凭会员卡获赠精美礼品

、20xx年1月1日(周日) 1月8日(周日)、1月14日 1月22日期间整合馆内商家为vip金卡会员推出各类特价商品。

c、会员满就送：会员购物按品类送大礼。大礼包括折叠车、数码产品、小彩电等

d、极限气球满就抽：抽奖大礼包括34寸液晶彩电、暖瓶、洗衣机、数码相机、精美礼品等构成活动以强有力的产品折扣力度、dm单密集宣传制作轰动效应，强占新华路地段元旦消费群体，预计可以吸引人流25000人。

四、活动内容：

(一)、人气活动：

1、迎新疯狂来就送

活动时间：20xx年1月1日

活动地点：外广场

活动目的：形成大排长龙的气势，提升当天的人气与买气。

活动内容：20xx年1月1日，活动事先准备大量的礼品，礼品包括手套、化妆镜、小型吹风机、耳机、马克杯等礼品。共1500份大礼送完为止。

活动预算：

制作物：300元

礼品费用：手套4元/付x400付=400元

暖瓶10元/付x400付=1000元

化妆镜2元/只x400只=200元

杯组5元/只x300只=500元

2、现场演艺活动

活动办法：20xx年1月1日下午2：00—3：00，在广场举行极限运动大赏活动，现场邀请小轮车手进行表演。并且邀请乐队进行现场伴奏。

费用演算：乐队：1200元

小轮车手：200元/人×6人=1200元

小计：2400元

备案：

30秒速递篮球赛

活动办法：20xx年1月1日下午2：00—3：30期间，在一楼正门广场进行速递篮球挑战赛。在30秒内，球员站在2分线上进行定向投篮。10名顾客为一组。以进框最多的顾客为冠军。冠军即可获得价值20元寒冬三件套一套。

预算：XXX

商场促销活动方案4

一、促销背景

元旦前后是小家电，特别是豆浆机，电热水壶等可以做为礼品为产品赠送的消费旺季，为占领市场，各品牌都纷纷制定了自己的促销策划；同时豆浆机、榨汁机等产品较高的价格及消费者没有掌握使用技能等因素，使得一些潜在的消费者拒之门外。为了把握住这一销售旺季和还在犹豫徘徊的消费者，我们公司推出了自己的元旦促销策划方案。

二、促销目的

- 1、利用“元旦”黄金周的机会，提升本公司的形象，加大分销力度；
- 2、通过现场演示，提升我司产品知名度，促进犹豫徘徊消费者的购买欲；
- 3、有效的压制竞争对手，为实现明年我司的销售任务做好准备工作；
- 4、增强经销商对本公司产品的信心，给促销员加足底气
- 5、通过促销机型，带动其他产品的销售。

三、促销时间

20XX年12月25日—xxxx年1月10日

四、促销主题

促销主题：xxx小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号：走过路过，千万不要错过。399，YL豆浆机抱回家；466，YL多功能炖盅提回家；

168 , YL榨汁机带回家 ; 99 , YL电水壶 “ 捡 ” 回家 , YL电水壶不买也可以试一试 , 更有现成好礼大抽奖

过年了 , 给远方的父母带个豆浆机回家吧 (横幅标语为上面宣传口号或促销主题)

五、促销对象与范围

1、促销对象 : 各种消费者

2、范围 : 各大商场 (有导购员的卖场)

六、促销方式

1. 现场演示配大酬宾活动 , 大酬宾内容有促销机型、 8.8 折优惠。

2. 赠品形式

所有购买YL产品的顾客 , 赠送精美笔记本一本 (价值 25 元) , 电水壶顾客还赠送价值 5 元的清新剂 2 包 , 电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值 5 元的充值卡。

商场促销活动方案 5

节假日及聚集人气部份

分时间段的活动安排 : (为使活动具有连续性、衔接性 , 容易记忆 , 将活动按周安排 , 轮番对顾客进行促销 , 持续刺激消费者的购物欲望 , 加深顾客对南康百货的印象 , 不断实施消费行为。)

第一周 : 8 月 29 日— 9 月 5 日

惊喜第一重 : 购物积分送大米 , 积多少送多少 !

市场分析 : 目前 , 积分卡是我们吸引顾客长期实施消费行为的一项有效促销措施 , 但随着中秋这个销售大买点的逼近 , 竞争对手可能会推出更优惠于我方的让利手段 , 要稳定积分卡客户 , 势必推出比对方更为有利的政策 , 削减竞争对手的力量。

活动时间 : 8 月 29 日— 9 月 5 日每晚 7 : 30 开始

活动内容 :

“ 顾客是南康百货的上帝 , 南康百货的发展更离不开顾客的支持 ” , 为了感谢对南康百货长期支持而又忠实的顾客 , 南康百货超值大回报 : 凡于此期间当日晚 7 : 30 以后凭积分卡一次性购物积分满 10 分送 10 斤米 , 积 15 分送 15 斤 , 积 20 分送 20 斤 , 积 30 分送 30 斤 , 积 40 分送 40 斤 , 积 50 分以上限送 50 斤 , 如此优惠 , 如此心动 , 还不赶快行动 ! 凭积分卡和电脑小票 (限当日 7 : 30 之后小票 , 金额不累计) 到商场出口处领取。送完即止。 (建议由企划部设计多种包装的袋子装上散装米 , 定名为《南康放心米》。趁此次活动造势推出南康自有品牌 , 关于自有品牌的推广实施企划案另行制定。)

第二周：9月6日—9月12日

惊喜第二重：南康积分卡再次与您有约！

分析：由于第一周活动的促销力度相当大，不仅会吸引积分卡顾客的消费，更会吸引无积分卡的顾客，那么，怎样满足这批无积分卡的顾客呢？办法：趁势发起办理积分卡的高潮，从而再次扩大我们的积分卡客户，争取市场份额。

活动时间：9月6日—9月12日

活动内容：喜迎中秋团圆节，南康积分卡再次与您有约！只要您在我商场购物满（未定）元加（未定）元即可获得积分卡一张，这张积分卡除享受以前约定的优惠外，在中秋节期间享受更超值的优惠、更无限的回报。一卡在手，惊喜时时有！

注：凭电脑小票（当日小票有效，金额不累计）到我商场服务台办理。

第三周：9月13日—9月19日

惊喜第三重：捷足先登超值送

活动时间：9月13日—9月19日

活动内容：活动期间凡在早上8点-8点30分在本商场一次性消费满38元的顾客均可到服务台领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完即止。（每天限量50份）

注意事项：店美工需在活动期内用醒目的广告形式告知顾客，客服人员需注意未领到蔬菜的顾客情绪。

第四周：9月19日—9月28日

惊喜第三重：激情中秋加一元送一件

活动时间：9月19日—9月28日

活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满88元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。（每日限量，先到先得）

购物满88元加1元得散装月饼一个（限量100份/天）

购物满158元加1元得散装月饼一斤（限量100份/天）

购物满218元加1元得月饼一斤（限量50份/天）

周六、周日活动安排：

目的：根据销售情况及本地人消费习惯，周六、周日的客流还具有挖掘的潜力，通过以下活动，

旨在拉动周六、周日销售，提高本月整体销售额。

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