# 2024年五一促销活动方案策划书 五一促销活动策划方案(精选8篇)

来源：网络 作者：星海浩瀚 更新时间：2024-07-29

*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。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。五一促销活动方案策划书篇一活动一：xx建材市场十一团购...*

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。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**五一促销活动方案策划书篇一**

活动一：xx建材市场十一团购黄金周

活动目的：活动期间天天都有不同类别的产品开展团购活动，家装消费者参加完团购黄金周，即可将一套住房的\'装修主材购买完毕，从而在家装材料方面节省10%—20%的费用。让消费者真实的感到xx建材批发市场真心的为他们着想，同时拉动各经营区域的产品销售。

活动日程安排：

10月1日百度瓷砖团购

10月2日安信木地板团购

10月3日远东木业(板材)团购

10月4日新聚星灯具团购

10月5日皖燕门业团购

10月6日康辉橱柜团购

10月7日美标洁具团购

活动二：xx国庆家装、建材互动交流会

活动形式：

1、家装公司免费参展

2、xx市场材料特卖会

3、装修师傅工艺技能大赛

活动时间：10月1日—10月7日

活动地点：xx市场主干道

活动三：第十届“寻找正在装修的家庭”免费抽奖活动

活动一：“国庆xx之夜”市府广场大型文艺汇演

活动时间：10月1日晚7：00—9：00

活动地点：市府广场喷泉广场

活动形式：文艺汇演，品牌宣传

活动二：xx广场xx花展(造型设计，现场布置)

活动三：xx国际汇展中心人居展的介入

**五一促销活动方案策划书篇二**

如何在“五一”这场关键战役中，打出水平，战出高度，确保全年销量全面完成，为确保此次“五一”促销活动的成功，总部将本着“放弃利润，抢占市场”的原则，推出空前的让利幅度来给各级营销中心提供最有效的武器;现将本次活动的有关事项通知如下：

一、活动目的

1、借助“五一”促销活动，开展大型促销(签售)活动，提升品牌知名度，抢占市场销量。

2、提高品牌美誉度、确保市场健康快速发展。

二、促销主题

五一感恩，大放价。

三、活动时间

20\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日-\_\_\_\_月\_\_\_\_日。

四、促销口号

1、品质巅峰，价格低谷。

2、厂价补贴，实惠到家。

五、活动范围

全国各级营销(管理)中心，及所辖小区店、团购网站、品牌联盟。

六、促销内容

1、品质巅峰，价格低谷，全场最低低谷价6。9折起，

2、进店有礼：凭邀请函进店均赠送精美小礼品一份。

3、现场签单送礼：

4、现场签单幸运大抽奖：(各营销中心可根据实际情况适当进行变更)

一等奖\_\_\_\_一名。

二等奖\_\_\_\_二名。

三等奖\_\_\_\_五名。

注：获奖者须补交足全款后方可领取上述礼品，并不予退单。

七、媒体投放

1、促销短信：用已掌握\_\_\_\_的电话号码。在活动前3天进行促销信息的群发;

2、户外广告：户外广告画面全部换成活动画面。可临时租借几块;

3、主流位置的广告画面更换成本次促销内容;

4、广播电台：交通广播电台，直播促销内容，为期一个星期;

5、报纸：两期报纸硬广告宣传;

6、网络媒体：重点在当地热门网站、论坛发布促销信息;

7、dm单页：在小区，\_\_\_\_派发，夹报形式派送。

八、促销后期跟进

1、保持布置一周，价格立即恢复原价;

2、整理各项物料、客户档案并进行电话回访及短信感谢，增强品牌美誉度。

**五一促销活动方案策划书篇三**

为了抓住“五一”黄金周销售机会，带动新一轮的销售高潮，大力度的提升和完成销售目标，特此推出娱乐赠品，我们之所以推出娱乐赠品，源于旅游的风尚和激起儿时的回忆。赠品不是孤立的东西，它必须承载一定的功能和联想。玩飞行棋、跳棋、军棋、象棋在生活中是最常见又非常普及的一种娱乐休闲活动，加之又没有年龄、性别、时间、地点的限定。如何让消费者与我们的赠品产生联想、使之品牌达到推广和销售的目的？鉴于此我们一致选定了双面棋作为五一节假日的促销赠品来带动销售，同时礼品较低的成本价配发给大家！谢谢各位合作！

双面棋单价：6.5元/盒功能：每盒两种棋

转动棋缘只要你来

购物即送转转双面棋(特价及配饰品除外)

5月1日——5月9日

全国所有专卖店(特价店除外)

1、门口吊牌、a3pop、高架、矮架等（设计时以棋的功能和视觉强烈冲击元素相配合）

2、特制小海报(内容:买一送棋)

3、导购员胸贴

形象——通过门口吊牌、a3pop、高架、矮架、等营造节日和促销的氛围。

人员——熟悉活动主题，士气激昂

店堂——店铺环境：按照陈列要求，店铺保持干净、整齐

音乐——播放一些节奏感强的音乐，营造卖场的节日和促销气氛以提高顾客的购买欲

顾客朋友们：大家好，欢迎光临交叉点专卖店，又是一年五一劳动节了，生活快节奏的你是否还在忙忙碌碌呢；或还在为你的理想目标而努力拼搏着，那么此时此刻，你是否在节假日前为自已选择快捷轻松方式呢？那就来点击交叉点“转动棋缘、只要你来”的轻松健吧！我们推出购物即送携带方便的军棋、陆棋、跳棋、围棋多样转转棋的活动！不管你是否出差，是否旅游，还是在运动，或是在家里，只要转转你的手，轻松时刻随意享受！最后，交叉点全体员工祝你节日快乐！

你好，欢迎光临交叉点专卖店，我们正在开展“购物即送转转双面棋”推广活动，请随便看一下。

订购日期

专卖店名称

订购数量

个

加盟商签字

请速与主管ad联系！

**五一促销活动方案策划书篇四**

\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日。

二、活动目的

五月份是一个黄金周，在全月里有几个重大节日如：\_\_节等。为了更好地促进销售，提高客单价，并且产生较有影响力的社会效应，进一步提升汇佳的企业形象。

三、活动主题

庆五一，享方便实惠，赢精彩大奖。

四、活动口号

五一逛\_\_，购物中大奖;低价降到底，好运转不停。

五、广告宣传

\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日，户外宣传广告喷绘介绍促销活动，车身条幅，大门条幅，店内pop，广播宣传。

六、场景布置

大门口条幅，夏季吊旗，特价区吊牌\_\_块，上下电梯\_\_块宣传指示牌，平步梯广告帖纸，中空巨幅两条。

七、活动策略

1、五一黄金周，低价降到底，推出一期\_\_海报\_\_月\_\_日至\_\_月\_\_日，单品分类，生鲜\_\_，食品\_\_，非食品\_\_，专柜\_\_，老店\_\_。

2、五一逛\_\_，购物中大奖。

3、低价降到底，好运转不停。

4、\_\_月\_\_日第\_\_届“劳动颂歌”青年卡拉ok竞赛决赛，大浪淘沙显高明，群星荟萃看今朝。

5、\_\_月\_\_日“青春风采，活力无限”青年节精彩文艺演出。

6、\_\_月\_\_日“五一逛\_\_，购物中大奖”抽奖晚会，精彩演出(内部员工)。

7、“\_\_”报名正式启动，\_\_月\_\_日至\_\_月\_\_日报名，\_\_月\_\_日第一场预赛。

8、\_\_月\_\_日\_\_节，母亲购物有礼。凡于\_\_月\_\_日来我商场购物的已婚女性顾客，一次性购物满\_\_元以上，凭电脑小票送礼品一份。每人每票限送一份，礼品数量有限送完即止。

**五一促销活动方案策划书篇五**

“五、一”黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

4月xx日——5月xx日

每个季节都有礼！————“五一”有礼！

（一）劳模有礼

5月xx—xx日，凡历年获得过市级（含）以上荣誉的劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份（衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣xx件）。

（二）购物有礼

凡在4月xx日———5月xx日活动期间，购物单票金额在xx元以上的顾客，即送洗衣粉一袋。购物累计金额xx元以上的顾客，送价值xx元遮阳伞一把；累计满xx元的前十位顾客，可领取价值xx元的红宝石黄金吊坠一枚；累计满xx元的前两位顾客，可领取价值xx元的红宝石黄金手链一条。（图书、双星、三楼黄金首饰不参与，团购不参与，其它柜组全部参与！）

（三）母亲节有礼

“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’！”

1、为庆祝5月13日母亲节的到来，5月1日起，xx只“祥鹤”，xx个祝福，为xx位顾客准备，送给xx位慈爱的母亲！（凡购物的.顾客均可凭小票到正门口工作人员处领取“祥鹤”，并留下你的真挚祝福，亲自悬挂在中厅许愿树上。）

2、5月13日———母亲节当天，凡在我商场购物满xx元的前xx名顾客，加xx元即可获得“康乃馨”鲜花一束。

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制xx张小型“背粘胶”，打上“xx商场赠送”字样，所有礼品上都要粘贴。

（统一色调——蓝色）

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以“五、一”促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传（包括—展架）。

4、各专厅可以pop海报、打折牌宣传价位及打折信息，喧染气氛，主题统一为——“五、一”有礼！（部经理配合实施）

1、4月xx日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传本次“五一”促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’！”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

1、部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。（每天活动工作人员名单另文下发）

4、4月xx日、5月xx日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。

5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可徇私舞弊。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票；不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

1、中厅布置：xx元

2、“背粘胶”印刷：xx元；

3、室内外布置：xx元；

4、活动奖品预算：xx元；

5、报纸广告：xx元

总计：xx元

其中：4月xx日——5月13日（母亲节）共xx天时间按各专柜销售额的1%进行扣点，其余商场负担。

**五一促销活动方案策划书篇六**

面对年后第一个长假的来临,第一个销售高峰也随之到来,在这个春夏交接的时段,是一个消费较为活跃的时期,尤其是服装和食品类。

五月正是天气转暧并趋于稳定的季节,也是进行旅游等户外活动的好时期,特举办“锣开五月、玩美假期”活动,“锣开”是大力度的促销活动,为消费者省钱的时间到了,“玩美假期”则是假日期间我们将举行很多有意思的活动,此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

提高门店销售额,同时增加企业亲和力,树立优良企业形象,培养忠实顾客。

“锣开五月、玩美假期”

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

4月25日——5月15日

一、开锣省钱、玩美假期

二、诗歌花语、完美母亲节

三、爱心行动、完美助残日

四、健康生活、玩美假期

背景:五一黄金周

内涵:商场在五一是消费者省钱的假期,消费者的五一应该在华达玩美。

外延:降价促销、限时抢购、捆绑销售、联合促销、换购。

内容:

1、开锣套餐、惊喜无限

2、开锣时刻、争分夺秒

3、完美价期、任您挑选

a促销板块

开锣套餐、惊喜无限(活动时间:5月1日至5月7日)

“五一”期间是旅游高峰期,在市民准备前往旅游目的地之前的采购,部份市民的市内户外活动、短途旅游也将是我们这次促销活动的一个契机。

活动内容:实质是捆绑,销售分“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”是针对短途旅游消费群和外来长途游团体,将单个商品的折扣累加、集中凸显价格优势。

“假日套餐”针对平日忙于工作难得休息的人群,尤其是单身消费群体,主要将生活必需品适当组合、建议在此炒作健康概念,推出“黄金周健康谱”。

5月1日“劳动光荣餐”为滋补系列

5月2日“开锣首席餐”特色系列

5月3日“玩美心情餐”绿色系列

5月4日“时尚青年餐”营养系列

5月5日“青春飞扬餐”美容系列

5月6日“开心、玩转餐” 休闲系列

5月7日“归心似箭餐” 调节合胃系列

每日食谱不同(主要包括:菜系、水果饮料、休闲食品等、捆绑销售)。

b、开锣时刻、争分夺秒 (活动时间:xx年5月1日至xx年5月7日止)

活动内容:实质是限时抢购,在每天的早上8:00—9:00分、下午:14:00—15:00、晚上20:30—21:30分建议每天每时段抢购商品都具有实用性、独特性,能够让消费者产生购买欲望。

早上8:00—9:00以家庭主妇商品为主

下午14:00—15:00普通商品

晚上20:30—21:30只要在活动期间一次性购物满68元,即可至服务台加一元领取一张抢购票入场抢购,抢购票当天使用有效,过期作废,(数量有限,抢完为止)

(注:本次活动单张小票最多限领二张抢购票,入场抢购时必须将抢购票交于工作人员,才能入场抢购,抢购票必须加盖华达财务章方才有效)。

内部注意:内部员工及员工家属不得参于本次活动,违者必纠,所有抢购商品均为纸条放在盒子里(盒子为密封)堆放在抢购堆头上,顾客抢购到纸盒至服务台加一元换商品,每天限抢300份商品。

3、玩转价期(活动时间:xx年5月6日晚20:00开始)

为了提升晚间购物人气、特在5月6日晚,也就是长假结束之前,预热后期促销,在外场专设一场商品拍卖会,1元起拍。

**五一促销活动方案策划书篇七**

一、活动背景分析

如果说若干年前的手机市场是成功多失败少，而且还造就了许多“奇迹”的话，那么如今的手机市场则已经接近饱和状态，手机行业是中国目前竞争度最高的行业之一。不包括黑手机，正常渠道中销售的手机就有1200多款，价格战已大大压缩了手机行业参与者(包括厂商、渠道商、零售商)的平均利润，投资人士也早已将这一行业列入高风险行业。要想在五一黄金周突出重围，抢占市场分额上演经典之战可谓难之又难。但我们大可不必为手机的营销过度担忧，随着社会的进步科技的发展，通讯产业蓬勃发展十几年的营销培育了广大消费者对手机的需求，有需求就会有市场。

二、活动时间

5月1日——7日

三、活动地点

终端销售店铺及门前搭台演出。

四、活动方式

实行柜台手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单相结合的方式。

五、活动主题

爱怎么听就怎么听，绚出你自己。喜欢她/他就要让她/他听见。爱听也爱做，彩铃创作先锋。

第二部分：活动分析及策略

一、手机促销活动现状评述

目前知名手机促销现主要存在的问题：

1、目前手机品牌系列发展宣传已经到达一个品牌成熟期，如果宣传重点不及时调整，将面临广告信息老化，单调重复，受众注意力、关注程度和兴趣点都会改变的困境，同时，广告有效率下降，造成广告费的浪费。

2、目前的营销方式基本上停留在战术层面，例如广告战、促销战、产品开发战、渠道战等等。从目前中国消费者的角度看，战术层面的竞争已经“黔驴技穷”。因此，手机营销必须从战术上的简单粗暴的竞争回归到战略层面的规划上来。

3、目前的手机促销活动方式单一，多采用发传单与打台路演结合的形式，采取发放礼品降低价格的方式吸引消费者。这种方式不利于培养品牌忠诚度和增加市场份额。

本次促销活动的机会点

1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流。

2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱听手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

二、本次活动的主要优势

1、活动开展时逢5。1黄金周，人流量大受众人群目标客户多。

2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统性，建立不间断滚动宣传模式。

三、本次活动主要策略

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动“关爱?亲情?和谐”的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。(品牌价值是通过对手机品牌内涵的丰满、外延的充实来实现。)

3、强调“沟通连接社会”的情感因素，突出“品牌背后是文化”以及人性化设置。

第三部分：活动设置

一、室外展台布置

1、街道布置：

在终端商铺临街街每隔80米，高3。5米的地方悬挂条幅(每个条幅的标语都不相同)，一共三个条幅。分别为“爱怎么听就怎么听，绚出你自己”，“喜欢她/他就要让她/他听见”，“爱听也爱做，彩铃创作先锋”

2、舞台布置：

\_1米高，长为4。5米，宽为2。5米的台子，用红地毯铺上。

\_背景长4。5米，宽2米。

上行写：爱听手机五、一火热上市(爱听手机四个字用别的颜色火热用形象的火焰表示，上市旁画音响突出震撼效果)

下行写：大奖等你拿(奖字写的大些，并且用另一种字体)

**五一促销活动方案策划书篇八**

20xx年x月x日

xxx第三小组

组长：

组员：

xx超市公司是隶属于上海xx集团的连锁超市公司，其以承担上海烟草卷烟网络第一层次(大型超市、商场饭店、宾馆等)的卷烟管理和配送任务并以为大连锁超市、大卖场、宾馆、商场24小时配送到位为主营业务的捷强集团作为基础，因此经济实力雄厚，承担风险能力强，拥有巨大的潜能.虽在同行业中起步比较慢，但因资金雄厚而发展很快，已经在全国建立了200家左右的连锁网点，并且挤身于上海第四、全国第六的连锁超市公司。

为了充分利用超市现有的资源，自食其力，早日成为集团的又一大支柱产业，因此抓住这次“五·一”长假，以上海市内的60家连锁超市为对象，由总公司统一策划的促销活动是一次很好的机会，初步安排促销活动时间20xx.4.27---20xx.5.7，此次促销的目的是争取在“五·一”期间营业额比平日增加30%。

根据所得到数据反映，目前xx各大超市全年总营业额的50%左右是来自于节假日消费.可见黄金假日的购物浪潮是一个大商机，近几年的“五·一”假期有三个明显的消费结构特征：

走亲访友多.平时工作忙，无暇与亲朋好友常来常往，很多人会利用长假去走访亲友，因此买礼品的就不在少数，酒类、水果、营养品等也就成为了畅销商品，商家们也应该在此多下功夫。

请客招待多.相对上述的“走亲访友多”，同样别人来自家作客的也比较多，而招待客人用的饮料、水果、餐点便成为了焦点。

外出旅游多.利用难得的七天长假出去放松休闲是许多人的选择，一路上的旅游用品当然也就少不了，所以零食、干点、饮料、盥洗用品、杯子、针线包等也是热点。

又因每年一度的中考、高考就要来临，学生营养品销售旺季再次到来，所以，各类营养品也就成为一大卖点。

捷强超市公司隶属于捷强集团，主要经营烟草，酒类，饮料，糖奶，小食品，粮油制品，南北杂货，日用百货等5000余种商品，并且其进货渠道畅通，在上海乃至整个华东地区的糖烟酒经营上拥有雄厚实力。

在激烈的市场竞争中，捷强拥有与其独特的竞争优势：

首先，捷强拥有烟草，酒类专卖权，并享受全市烟草，酒类网络第一层次的销售权。

其次，完善的配送系统，使其商品价格低廉，质量稳定，因此受到了消费者的青睐。

但是，相对于联华，华联，农工商等起步早，资本雄厚，市场份额大的超市公司，捷强也存在许多不足：

1.门店数量少，店面相对较小。

2.商品种类少，更新速度不够快。

3.生鲜数量少，不能满足居民需求。

4.货架丰满度不够，陈列方式不够一目了然。

5.促销手段缺乏“亮点”，不能很好吸引顾客的吸引力。

此次促销活动的主要对手是联华、华联和农工商。

联华超市有限公司是我国零售业的龙头，其门店数已近千家并不断在全国扩大销售网络，其20xx年的销售总额已突破100亿元大关.联华积极实行全国采购，有效降低成本，并不失时机的开拓海外市场，是实力的竞争对手。

华联与联华一样，都是国内实力雄厚，成立较早的超市公司，它最近开始发展大卖场和便利店等优势业态，其良好的企业形象，新型的发展战略，使其成为可与联华抗衡的国内第二大超市.

农工商是全国超市零售业的一匹黑马，虽然起步较晚，但已成为全国第三的`超市企业，其营业面积居各超市之首，以“规模大，品种全，价格廉”的特点，树立了良好的企业形象。

另外，麦德龙，家乐福，易初莲花等大卖场对假日的销售也有重要的影响，它们虽然分布区域偏僻，但营业面积大，商品价格低廉，品种齐全，服务多样化，并拥有完备的销售体系和丰富的营销经验.是五一市场的一股重要势力。

针对众多实力强劲的竞争对手，捷强应该立足自身的优势，利用完备的配送系统，确立适合自身发展的连锁经营模式，并要在五一的黄金假期里，增加促销的“亮点”，进一步扩大影响，提高知名度，为企业创造新的发展机遇。

主题：“五一”金假/价在捷强.

表现：1.“五一”是可以放松，休闲的黄金假期.捷强在此为您提供轻松购物的场所，由此体现金“假”。

2.捷强为您提供优质优价的放心产品，由此体现金“价”。

3.此主题既突出了捷强的价格优势，又迎合了此次五一的黄金假期，达到一语双关的目的，可以有效的吸引顾客的注意力，并且树立良好的企业形象。

对象：市内60家分店预算总额：40万

负责人：广告宣传部期限：4月27日前

项目数量发行手段费用预算作用

dm广告10万份邮寄8万份，派送2万份10万使顾客了解捷强五一促销产品及价格

海报600张店内张贴10元/张6000元制造节庆气氛，树立企业形象

吊旗2400张店内张贴8元/张xx000元烘托店内气氛，吸引顾客购买

彩旗，彩色气球600面40个较大门店前设置6000元;

4000元制造节庆气氛，树立企业形象

展台广告300~350张展台设置15元/张5000元突出店内重点商品

候车亭广告50座1000元/座，5万宣传活动主题，树立企业形象

新民晚报4.25;5.1;5.3每天半版报章广告5万宣传活动主题，树立企业形象

990电台4.23~5.7早新闻前后各一次广播广告5万宣传活动主题，树立企业形象

附注：1.海报以草绿色为底色，用淡黄色、白色、深绿色、金黄色点缀，突出春天的气息.海报的主题与这次促销主题相一致。

2.吊旗的整体色调与海报相同，因为吊旗是在店内设置的，所以其主题为“金价风暴”，字体要设计成爆炸式的，以刺激消费者的购买欲望。

超市5.1促销活动策划方案--策划书策划书策划方案3.对促销的商品，要明显的标出原价，让消费者在对比中感到实惠。

4.店内的灯光、背景音乐及展台设置要突出喜庆欢快的节日气氛。

向消费者提供精美的商品外包装，以满足送礼要求。

推出“买就送”活动，按照消费金额的大小实行“多买多送”，刺激消费者购买更多商品。

向附近小学免费赠送印有捷强标志和形象的铅笔，培养孩子对捷强品牌的认识。

慰问附近孤寡老人，制造良好的社会舆论，树立捷强品牌形象。

实行买任何商品，只要加一元，就可换购明星海报的活动，刺激青年消费者的购买。

对于购买高档葡萄酒的顾客，可以免费赠送开瓶器.

对于饮料，酒类等，可以采取集中堆积销售的方式，使消费者产生“又多又便宜”感觉。

推出半成品加工活动，满足节假日消费需求。

购买满一定数额，赠送抵用券，还可进行抽奖活动。

按各种食品类别和它们的价格归类，同一品种同一价格的商品放在同一货架上，划定一个区间定为“一包盖天下”，让顾客在每一货架上挑一样凑齐旅游大背包，其价格比单买要便宜。

准备半成品，分成早、中、晚三个区域，不论顾客自己吃或请客都不用亲自动手了，即为“一日三餐不用愁”。

现是换季时节，人们免不了利用节假日更换不同季节的服饰，捷强门店内应设有“防霉、防蛀”区，包括一切洗涤和储藏衣物的系列用品，也可捆绑特价。

进度安排工作布置负责人

~4.22与供应商洽谈有关事宜采购员

4.22开始进货采购员

设置吊旗宣传部

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn