# 商场促销活动策划方案(大全14篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-06-29

*为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对...*

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**商场促销活动策划方案篇一**

以节造市、以市促销、扩大内需、拉动消费，营造欢乐祥和的.节日氛围，充分展示\_商贸流通业繁荣活跃、优质服务的良好形象，满足广大消费者消费需求，推进商贸服务业平稳较快增长。

\_年11月10日—11月12日

20\_\_购物节

主办单位：\_市人民政府

承办单位：\_市商务局、\_市财政局、\_银行\_分行营业管理部、华商报社、\_银联\_分公司、\_连锁经营协会。

协办单位：各区县商务主管部门、各在陕商业银行、各行业协会、各大中型商贸服务企业。

本次活动涵盖百货、超市、便利店、餐饮、家电、家居、通讯、汽车、婚庆、电子商务等行业，开展各种促销活动。通过财政资金、金融行业、商贸企业、媒体平台等多方联手促销，针对刷卡消费者采取多重优惠和抽奖相结合的方式，活跃消费市场，拉动企业销售增长，同时以优质的服务满足大众的多样化需求，拉动销售再创新高。

(一)启动仪式

1.时间：9月19日

2.地点：\_\_购物中心广场

3.活动内容：组织企业方阵参加开幕式，邀请市政府相关领导出席开幕式并讲话，市商务局宣布20\_x购物节活动方案，企业代表发言;在华商报、\_晚报上进行整版宣传，并以企业为主体，统一标识，统一宣传。

**商场促销活动策划方案篇二**

秋冬商品、全新上市，第x届感恩节隆重开幕，感恩节期间，穿着类商品、百货类商品，家电类商品全场感恩价(部分商品低于成本价)，价格一降到底，好机会一年一次，不容错过。

活动二：真情感恩礼---礼包篇

感恩节期间，每天进店前100名顾客，购物满20元即可凭票到一楼总服务台领取感恩大礼包一份。

活动三：实惠感恩心---送券篇

感恩节期间，超市购物满39元、服装、百货、家电类满88元赠华诚美食广场肥牛10元代金券一张，以此类推，单张小票限5张。

活动四：新郎感恩日---买赠篇

感恩节期间，新郎西服送豪礼，满298元赠袜子，满498元赠领带，满598元赠腰带，满998元赠衬衣，满1598元赠衬衣.腰带，满3000元赠498元休闲服一件。

新郎休闲服全场6折起，并推出衣旧换新活动：一套旧西服折价：150元，单件折价：100元。

活动五：感恩宣言---祝福篇!

感恩节，感恩礼、感恩价、感恩心，在这感恩的时刻，让我们在感恩长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，表达我们感恩的心。

**商场促销活动策划方案篇三**

2024年1月、2月将是商品销售高峰，融岁末促销、元旦促销、新年促销、春节促销于一体，一方面是冬季服装、珠宝首饰、家电等当季商品将会热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对会员、单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的促销同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升商场形象。

活动内容：

202x=200+8=2024+8=？

购物满200元，加8元可换购价值18元的商品；

购物满2024元，加8元可换购价值88元的商品（换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等）

操作说明：凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

在商场内购物满200元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。

满400元扎两个，以此类推，单张小票限扎10个。

奖券设置：（奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券）

一等奖：在奖券上标有5个大象，2名，奖品为价值2024元的礼品或消费券；

二等奖：4个大象，5名，奖品价值为500元；

三等奖：3个大象，10名，奖品价值200元；

四等奖：2个大象，20名，奖品价值50元；

五等奖：1个大象，奖品为价值10元。

操作说明：

可以在商场内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时，随着流行时尚的不断变化，人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上，又称马克杯，天天相伴，时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

购物满300元，即可赠送一个马克杯，顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上，每个马克杯成本在5元左右。立拍立显，立等可取，体现个性魅力，可作为自己的专用杯，也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

四、一谏值千金——我们倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际，听听顾客的意见，是十分有必要的，有助于商场对过去一年进行更好的总结和反思，也有助于商场在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到xx的真诚。

选择周末两天，李总、谢总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物（价值5-20元，如台历、小型工艺品或印有“xx”的实用商品等），而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予1000元的奖励，并予次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予1000元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，商场还可以聘为兼职监督员。

操作说明：

a.地点可以选择在商场中央大厅一、二楼电梯旁或服务台一侧，准备好建议单（上面标有建议内容、建议人、联系地址或电话等选项），同时准备好笔、椅子、桌子等。

b.具体奖励金额也可以视商场自身实力而定，不过当然是金额越高，吸引力也越大，正所谓“重赏之下，必有谏夫。”

c.选择商场老总坐堂值班，是体现商场的诚恳，可以是老总和副总轮流值班。

**商场促销活动策划方案篇四**

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季，在此期间，“五一”长假，客流增加，需求旺盛，为了更好的抓住这一契机，特推出本次特别企划活动，本次促销活动将通过一定的低价敏感商品及应季商品的促销，拉动周遍顾客群，稳固周遍顾客群，从而树立好当家的形象。

家的感觉，价的乐趣

x月x日~x月x日

让顾客朋友们度过一个轻松、休闲、娱乐、省钱的假期，享受一家人购物的幸福快乐，从而促进假日消费，提高卖场的销售额。

商场店内促销

店外联系日化类、奶制品等厂家做场外促销，联系一家做场外大型促销（演出）等活动。

买赠、现场试吃、抽奖等。

1、“五一”，我想要的五元、一元商品集中营，组成商品商品特卖区（小食品、小百货、日化类等），做封面。

3、凡一次性购物满xx元以上的顾客朋友，凭电脑小票，可参加幸运抽奖活动，xx元2次，买的多机会多，中奖的机会就越多，以此类推小票不累计，最多不超3次（外场专柜、家电不参与此项活动）。可幸运获得以下丰厚奖品：（见奖品设置：）

一等奖：价值xxx元礼品一份（总计x份）

二等奖：价值xx元礼品一份（x份）

三等奖：价值xx元礼品一份（xx份）

四等奖：价值x元礼品一份（xxx份）

五等奖：价值x元礼品一份（xxxx份）

注：1、当日现场抽取奖品，购物小票不予累计（多买多重）。

2、店内所有员工一律不允许参加此次活动。

**商场促销活动策划方案篇五**

2024年x月x日-20xx年x月x日是一个充满喜庆的年度，通过圣诞节元旦节春节期间，以特卖的活动方式最低的折扣增加日月光中心广场人气，吸引客流，在迎圣诞庆元旦期间推出节日气氛，带动商场商家提高的销售业绩 。充分营造良好的购物环境。为商场填补现尙未签约的商铺空间。增加整体商业项目兴奋点。适当引进目标合作商家，为今后的招商留空间。

“迎圣诞庆元旦大型品牌特卖会

2024年x月x日-20xx年x月x日

活动场地一，xx购物广场b1长廊中区

活动场地二，xx购物广场b1长廊西区

活动面积约670平米

1特卖区域规划

xx购物广场b1楼长廊区域约670平米主要以国内国外品牌为主流，突出面向周边商务楼社区阶层，引领时尚休闲新生活。

分男装区域，女装区域，箱包区域，鞋类区域，运动休闲区域，童装区域，家纺区域，饰品杂货区域等。其价格将低于市场价，在这里你可以因合理的价格买到你称心如意的商品。

2参与规格；

国内外品牌男装，女装，运动休闲装，皮具鞋类，床上用品，儿童用品等。

1、流行服饰品牌

2、具备三证或代理授权

3、存货或备货充足

4、折扣让利

结算 展会结束后7个工作日后结算

一）.现场布置

1、 广场主要出入口地铁口广场设置明显的路标指示标示及大型横福宣传。

2. 特卖会大型展架周围以醒目的横幅，大型宣传海报加强热烈现场销售气氛。

3.各商家以打折库存突出特卖抢购氛围。

二）媒体宣传

1、卖场正门口，即9号线轻轨正门出口处特卖广告牌，展区内各种宣传氛围。

2、50万份dm单片发放全区各大商务楼，周边景点 小区，人口聚集地，重要路口。

3、上海打折网.上海丁丁网.名品导购等等。短信10万条

5.收银条累计购物满300元即送礼一份。

一）特卖区域治安安全；

1.统一收银处配备定点保安提供安全保障。

2.商品货物安全管理，并有专人看管。

3.每天安排保安值班，确保商品货物安全。

二）环境卫生

1.特卖会现场，严禁所以商家现场吃饭抽烟等。

2.有专门清洁人员随时清理现场，以保持现场清洁卫生。

**商场促销活动策划方案篇六**

精致生活、源自金帝

全面培育一月份整体市场销售;

抢占市场先机，争取到的最多最好的.陈列位置，不输给竞争对手;

保证春节期间产品市场销售达到预期效果

以海报、dm单、人员等为主要宣传方式，向终端消费者传达金帝巧克力高可可脂含量，纯正瑞士风味的特点，让消费者感受到金帝巧克力一流的品质、纯正的口味。

**商场促销活动策划方案篇七**

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息.抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”， 求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣 (针对这次送福，送财)春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。(礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置)买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动(也是超市销售新特商品的好时机)

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1.媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2.销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3 .人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点:

1.属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2.属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近5成的消费人群,都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此,生动化及人员推销至关重要。

3.春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中,陈列还要注意以下主要原则：

1.一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2.重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

**商场促销活动策划方案篇八**

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。

**商场促销活动策划方案篇九**

可以通过多种沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1、属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3、春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各分店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等；此外，还要安排随时检查、随时培训。

空白海报和各类价格标签是最有效的传送信息工具。卖场内直接展现促销信息的pop中。但尽量不要过多打折，空白海报上促销价与原价同时标出。尽量以买赠捆绑的形式来促销)以示区别；尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容；但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以防止消费者误解。价格随时变化后要及时更换价签，价格标签要醒目、简洁。不能新老价签同时使用，造成价格混乱；一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中发觉促销信息，促成购买。

1 、严格筛选促销人员

但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传送给消费者。如果放任促销人员自说自话只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必需规范。要标准化、人性化。规范的促销语言必需简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题。与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。制定的方法可依据春节促销活动内容。

3、引导促销人员关注消费者心理变化

因此消费者在春节期间购物时，春节消费品由于消费周期短顾客购买率高。一般不会计较买多或买少，增加单次购买量成为促销人员增加销量的\'技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈，促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化。

优惠活动

时间：20xx年1月

主题：春节

一、活动持续时间：20xx年1月x日x月xx日

温暖送万家

三、活动方式：

活动期间，凡在xx商场超市，一次性购物满80元的顾客朋友可凭单天单张电脑小票可兑换刮刮卡一张，即有机会获得以下礼品：

1、五星级酒店团圆龙虾大餐一桌（共八桌）；

2、团圆xx大餐一桌（共八桌）；

3、全年意外伤害保额18000元及全年意外医疗险保额20xx元一份（共199份）

4、送爱心礼品一份（共199份）

5、环保内衣一套（共99套）

6、肯德基儿童套餐一份（共40份）

7、送福利彩票一张（共599张）

8、年年有余火锅一份（共99份）

9、健康秤一台（共40台）

注：x月xx日至x月xx日凭刮刮卡可到各门店领取神秘礼品一份，送完为止。

**商场促销活动策划方案篇十**

1)xx年xx月xx日起开始销售，xx年xx月xx日完成全部年货进场工作。

2)应季推出各种年货、烟酒、礼品、礼篮、南北干货、茶叶、糖果、饼干、保健品等。

3)xx年xx月10日前完成年货礼篮一条街。

1)以销售自选礼篮为主，门店自行设定好名称和品项组合的捆绑式礼篮包装，并重点陈列。

2)指定礼篮推出高档(1000元以上)，中档(300―800元)，低档(80―198元)。采购部指定礼篮数8种左右。(根据堆头大小指定)

3)空礼篮建议售价10元，采购部准备3款包装空礼篮。

4)自选礼篮商品价值180元以上可免费赠送10元礼篮。

1)主推的烟酒，采购部须要求供应商提供空盒(每店一个)。

2)主推礼品必须突出陈列，亦可陈列于“年货、礼篮”一条街当中。

1)南北干货为年货重点，可现金采购散装南北干货用于包装成中英自有品牌。

2)主要海味特产、香菇、发菜、红枣等。

3)多选礼盒装的`南北干货。

1)随着新品种大量引进，各店增加保健品陈列位置，规划保健品专区

2)保证以下知名品牌在所有卖场内都有销售

――万基、康富来、喜悦、鹰牌、天成、太太系列等

冲饮、茶叶同样是送礼佳品，也要有较多特价支持及大量陈列。每期促销品种数不少于10个。

建议促销商品：雀巢系列

1)糖果、饼干、曲奇在新春时期销售也将有较大幅度的提高。也需要在此类商品中选出20款商品做促销。

粮油系列过年食品重中之中，每期粮油均要求有深度特价商品推出，深度特价粮油且毛利率控制在5%以上。

调味品建议推出海天(或其他)系列专版，要求支持特价

建议：金龙鱼、花旗、金象米、海天系列等

重点做清洁用品

1)重点做进口水果，新春期间要求引进大量进口水果

2)不断推出水果特价销售，突出量感，如苹果、梨、新奇士橙、柿子、红提。

3)做水果礼篮商品推介，选择外型较为美观的水果，主要为：橙、西兰果、青苹果、李、黑美人西瓜、香蕉等。

(以上水果可不做特价或做少量特价)

4)生鲜部提前和供应商做好沟通工作，，要求供应商提供外型与质量最好的水果，以保证水果礼篮包装的质量。5)门店要加强礼篮水果的验收。

6)市场部将专门订做水果包装礼盒，打“中英水果”

11、其他生鲜商品要求：

1)蔬菜可推出超低价，可考虑低单价蔬菜负毛利销售;

2)鲜肉类商品建议每期推出一个;(必须有绝对优势才推出)

3)鸡蛋可执行春节长期低价;

4)水产需有特价支持，建议：河虾、鲈鱼。

第二部份促销安排

i、鼠官送财之买年货大抽奖!再送新年礼篮!

目的：促进年货销售，增加购买量。

时间：xx年xx月xx日---2月25日1月26日---xx月xx日

内容：

年货您买了吗?人人都发!只要在中英买年货买满68元以上就可得到抽奖券1张，136元2张，以此类推!多买多送!

得到奖券就有机会发财了!

奖项设置：

一等奖1名，奖名牌冰箱1台+现金20xx元+10元礼篮1个+利是封20个

二等奖2名，奖彩电1台+现金200.8元+10元礼篮1个+利是封10个

三等奖5名，奖微波炉1台+10元礼篮1个+利是封10个

四等奖18名，奖名酒2瓶+10元礼篮1个+利是封10个

幸运奖60名，奖10元礼篮1个

安排事宜：

1、奖品陈列在服务中心前面，并标明奖品的价值。

2、奖品外包装贴奖字和标明几等奖。

3、礼篮要喷字《中英礼篮，贺年x》或加中英标志

4、奖品旁贴活动喷绘

5、宣传到位：卖场内挂画20张，场外喷绘，活动巨幅，dm宣传等

6、抽奖注意事项：1-4等奖念出全部号码，幸运奖是一等奖的后两位号码，只要号码中含有一等奖的后两位号码，即可中的幸运奖。

7、奖品为双份，分两次进行。

ii、鼠官送财之服装满100送20现金!再抽奖!

目的：增进服装销售。

时间：xx年xx月xx日---xx月xx日(抽奖时间同上)

内容：

买服装送现金，满100元以上送20元，200元以上送40元，100元以上不足200元送20元，其他以此类推。多买多送!

100元加送奖券1张，200元2张!多买多送!

奖项设置同上。

安排事宜：

1、奖券准备。送奖券由服装收银赠送。

2、送现金登记表准备

3、送现金负责人：服装部，防损监督。

4、卖场宣传挂画20张。

iii、鼠官送财之购物送财神!

时间：xx年2月1日---6日

内容：

凡在中英商场购物前100名顾客，均送财神画1张，早来早送!鼠年好运气!

安排事宜：

购买财神画600张。

iv、鼠官送财之全家逛中英，免费拍照全家福!每天送出前100个家庭

时间：2月1日---9日

内容：

新年好运全家福到!中英祝广大市民新年好运福禄双收。只要您在活动期间全家来到中英可得到超大全家福1张，现场免费拍照。2天后到服务中心领取，购物满68元赠送精美镜框1个。鼠年好运全家有福，叫你的全家快来吧!

全家福要求：最少人数3人，夫妻携带1名小孩，最多人数不限。

每户1张，无底板，可拷贝数码照片。

安排事宜：

1、拍照背景：正门旁，设计“喜庆中国年!吉祥x!中英巨献!”字样和底图

3、a4过塑膜准备。

4、辅助装饰准备，恭喜发财小挂画，财源广进小挂画，大元宝准备。

5、负责人：企划部

v、鼠官送财之大年初一送现金利是!内有1个百元大钞!第一个消费者优先得到100元。

时间：xx月xx日

内容：

恭喜发财!红包拿来!大年初一来到中英购物广场消费任意金额，可得到现金利是1个，注意：第一个得到的是100元利是哦!其余的利是全部小于100元!先到先得!快来呀!

限前100名有效。

安排事宜：

2、送出地点：广场

3、负责人：财务部

4、场内挂画20张

5、宣传：巨幅、dm、喷绘、挂画。

vi、兔官送财之吉祥x万件好礼送万家文艺演出!

时间：x年2月3、4、5、7、8、9

内容：

演出精彩和新年，杂技魔术，劲舞狂歌，精彩纷呈!尽在中英开心大舞台!6天精彩汇演!万件礼物免费派发!明星歌舞团加盟演出!阵容强大!有精彩不要错过!

安排事宜：

1、演出团体需列出演出节目表。

2、如有大型供应商演出，可在初一以后演出。

vii、兔官送财之大宗团购低价,送钱!再抽奖!

时间：xx年xx月xx日―xx月xx日

内容：

凡任何公司凭单位工作证或工牌，购物满下列金额，可享受如下优惠。

购物满1000元以上送现金80元，送奖券2张

购物满20xx元以上送现金160元，送奖券8张

购物满3000元以上送现金240元，送奖券20张

购物满5000元以上送现金400元，送奖券30张

安排事宜：

1、单页宣传，业务电话联系，单页传真发送各团体和公司

清楚。您看您明天有时间吗?

3、会员卡提前开通，赠送即可使用。

viii、兔官送财之免费送10元礼篮!

时间：xx年xx月xx日---xx月xx日

内容：

新年要送礼了，到中英省钱包装自由选择，只要在超市区购物满180元赠送价值10元礼篮1个，并免费包装!360元送2个，多买多送!

安排事宜：

1、卖场内做重点宣传，挂画20张

2、购买礼篮3款，让顾客可以自有选择。喷字：中英标志

第三部分宣传安排

方式：

1.拜年贺幅：猪年好运x!新年到了!xx购物广场总经理，携全体员工，及中英下属所有门店向中山市人民拜年!祝大家：猪年发财!利禄亨通!万事盛意!恭喜恭喜!

2.活动巨幅数量1

3.活动场外喷绘数量2

4.场内活动挂画每个活动20张

5.收银台活动主题吊牌7个

6.dm宣传1万+2万+1万

7.年货区域宣传板依情况而定。

内容：同上

第四部分dm计划

春节促销档期：

第一期：x年xx月xx日---26日(年货引进期)

第二期：x年1月27―--2月10日(促销活动期)

第三期：x年2月5日---10日(竞争跟进期)

版面安排：

第一期8个p(年货引进期)

dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

dm投放数量：发行1万份

发行模式：员工有纪律发放。

dm规格：大度16开、8个匹、105克铜板纸、彩色印刷装订本。

商品数量：

生鲜16个占1个p第二页

食品60个占4个p第三页第四页、第五页、第六页(包含年货)

用品16个占1个p第七页

服装16个占1个p第八页(封底)

封面“活动主题”和“部分活动内容”以及广告语。

注意：内页排版方式：

dm准备：x年1月6日拍照

x年1月6日―8日设计

x年1月9日---11日印刷

x年1月12日发行

促销期：x年xx月xx日---x年1月26日

由广告公司直接拍照设计和印刷。

第二期16个p(促销活动期)

dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

dm投放数量：发行2万份

发行模式：员工有纪律发放。

dm规格：大度16开、16个匹、105克铜板纸、彩色印刷装订本。

商品数量：

1、dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

2、dm投放数量：发行2万份

3、发行模式：邮政外派或员工有纪律发放。

4、dm规格：大度16开、16个匹、105克铜板纸、彩色印刷装订本。

5、商品数量：

生鲜30个占2个

食品120个占8个

用品20个占1个

服装40个占2个

封底14个，新年礼篮礼盒烟酒等。

注意：内页排版方式：

dm准备：x年1月17日拍照

x年1月18日---20日设计

x年1月21日---24日印刷

x年1月25日发行

促销期：x年1月27日---x年2月10日

由广告公司直接拍照设计和印刷。

封面“新年活动主题”和“活动内容”以及广告语。

由广告公司直接拍照设计和印刷。

第三期2个p(竞争跟进期)

dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

dm投放数量：发行0.5万份

发行模式：员工有纪律发放。

dm规格：大度16开、2个匹、105克铜板纸、彩色印刷。

商品数量：

生鲜8个占0.5个

食品35个占2.5个

封面“活动主题”和“部分活动内容”以及广告语。

注意：内页排版方式：

dm准备：x年1月28日拍照

x年1月29日―31日

设计

x年2月1日---3日印刷

x年2月3日发行

促销期：x年2月5日---2月10日

由广告公司直接拍照设计和印刷。

第五部分氛围塑造

区域：

场外：正门，建筑正面，舞台等

场内：超市入口处，收银台，各主通道，年货区，服装区上方，服务中心，柱子等

方式：喷绘+手工制作+装饰物购买。

方法：

1.正门：购买2棵年桔，树立大门左右，并用彩灯装饰，上方制作新年喷绘和彩灯布置+立体字《喜庆20xx，鼠官送财，新年好》+金布铺底。

3.舞台：背景喷绘

4.超市入口处：奖品展示，入口红绸缎灯笼鞭炮中国结等加“春节好”立体字布置，天花悬挂福字，金元宝年画等做点缀。利是封点缀大年桔。

5.收银台：元宝，活动挂画，鞭炮，财神画等点缀

6.各主通道：吊旗+活动挂画

7.年货区：入口出口门《年货一条街》门制作，堆头吊挂，包堆头用红丝绸布，每个堆头摆放适量装饰物，吊挂下悬挂小灯笼。适量活动宣传挂画。

8.服装区上方：挂年画和活动挂画，红绸缎点缀。

9.服务中心：彩灯年画，元宝等

10.柱子：所有柱子包装红布+粘贴年画或财神画。

11.其他以实际操作为主。

**商场促销活动策划方案篇十一**

迎国庆，惠不停

20xxx年x月x日-x月x日

2、通过x周年策划一系列与爱国有关的宣传活动，大力弘扬以爱国主义精神，扩大企业知名度，进一步树立商场“热爱祖国，关心教育”的社会形象。

各店

活动一：迎国庆，惠不停，

x月x日--x月x日活动期在本商场推出系列“迎国庆、优惠大酬宾”活动，天天惊爆价，天天会员独享价，让你疯狂购到底!

要求：

1、各店必须提前x天向总部作出每日惊爆抢购价、会员独享价书面申请。

2、各店要做好充分的活动准备与宣传，确保天天惊爆价，天天会员独享价达到聚集人气，制造轻松效应，提升销售额的目的。

3、主题装饰另附效果图

活动二：购物送国旗

20xx年10月1日到我商场消费者消费满x元以上，均可以服务台领取小国旗一面，凭电脑小票到服务领取，每张小票限送一面，限量xx面，送完即止。

活动三：爱国主义宣传画展

注：宣传画布置商场、大门口(附图)。

活动四：“迎国庆，惠不停”大型文艺晚会演出。

20xx年x月x日-x月x日期间各店联合企事业单位、厂商、供应商在商场大门口大舞台举行精彩演出，要求期间穿插宣扬爱国爱企业这主题的互动游戏。

1)dm海报宣传单：

a、dm活动时间：20xx年x月x日-x月x日

b、印量x张，a3纸4p，105g铜版纸.

2)大门口海报宣传。

3)商场广播滚动广播。

4)卖场内用喇叭充分营造购物节庆气氛。

**商场促销活动策划方案篇十二**

浓情二月hold我所爱

年2月8日——2月14日(情人节)

年2月8日——2月19日(14天)

1.示爱有道降价有理

2.备足礼物让爱情公告全世界

\"情人节\"是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以\"情物礼品\"为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

1、商品特价

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2、主题陈列：2月8日——2月14日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用厨窗摆放，如没有厨窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a、情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象

b、各店必须包装至少11份以上的\"饰品套系\"用于主题陈列

推广时间：2月8日——2月14日

1、以头饰为主，现价按原有价位6-7折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品80元以上的顾客均赠鲜花一支。

2、制作\"浓情头饰花束\"售价表

名称数量原价现价

只有你饰品一个送鲜花一支元元

一心一意套系+送鲜花一支元元

提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3、免费送货服务，要求饰品超过100元，送货范围不超过2公里。

1、情人气球对对碰

费用：0.155元/套。

2、会员卡赠送

凡购买情人节系列商品(不限金额)，即可赠送会员卡一张。(时间：2月10—14日)

注意做好会员卡资料登记工作。

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕、dm投递等等。

1、宣传广告语

色彩跳跃的haface饰品

鲜艳的色彩，精致的做工，来自韩国的设计。情人节期间，这样的饰物会不会再兴起一股流行风?快来看看这些高贵、可爱漂亮的饰品吧!

与众不同的情人节

送什么才是与众不同的，送什么礼物才能博美女一笑?又省钱又体面的礼物，请看haface推荐的宝贝饰品吧......

1、备足礼物让爱情公告全世界门前写真招帖。

a.店门口美术笔手写招贴(含优惠策略的.具体内容);

b.彩色横幅一条：内容为\"示爱有道!降价有理之降价风暴\";

c.购买或租用心形气球做店面装饰;

2、柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净，一尘不染。

3、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

与当地鲜花店达成合作协议，相互提供商品，以增加双方销售量。

如购买x元鲜花，赠由haface提供的饰品一份或会员卡;

在haface购x元饰品，赠由鲜花店提供的鲜花或优惠卡。

1、情人气球对对碰

费用：0.155元/套。情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。\"情人节\"是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以\"情物礼品\"为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

**商场促销活动策划方案篇十三**

浪漫的五一温馨的

4月20日—5月20日

春节过后，\"五一\"节将是我们面对的第二个销售旺季。在此期间，五一长假，客流增加，需求旺盛。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

1.有奖购物促销。凡在购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如t恤等;每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约xx元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

2.\"采风，今夏清爽\"---淄博第二届空调节。

(1)购机抽奖，互赠空调。用户在购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

(2)销售排行榜。购物广场联合消费者协会等有关部门，对4月20日—5月20日之间购物广场所销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

(3)主题为\"空调与我现代生活\"的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表

**商场促销活动策划方案篇十四**

1、家家乐电器有限公司成立\_\_周年，为更好的证明了家家乐的实力，传达家家乐的经营理念，提升企业品牌形象，开展全方位的推广活动势在必行。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金（无论是在电视广告、报纸、单张上）全力反搏；国美电器欲于国庆前后在新塘开业；大环境上，国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场，家电行业激战越演越烈。

3、为了减少家家乐电器有限公司挂绿店的搬迁造成的负面影响，强势宣传博罗店的成功签约。

4、中国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。

综上所述，我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

二、活动主题及思路

1、活动主题

司庆期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到；（具体时间：9月24日——9月30日）

国庆期间活动口号：贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。（具体时间：9月28日——10月9日）

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现家家乐辉煌历史。

3、活动时间：9月24——10月9日

三、活动地点：

家家乐各连锁店（包括河源店）

四、活动组织：

总监督：总负责部门：销售管理、采购部、各分店，各分店总负责人：各分店店长（监督人：销售管理部、采购部）

五、活动内容及安排：

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a、库存量较大、急需处理商品

b、其它商家主推商品及公众敏感性机型

c、我司主推商品

d、厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）

活动主要针对司庆期间光临家家乐电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送（购物送麦当劳券）

活动主要针对国庆期间在家家乐电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由负责联系券，新塘店由负责联系，河源店由负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

主要根据厂家在我司活动期间所推出的优惠政策配送的赠品及日常所配送的赠品，要求在活动前由采购部根据厂家赠品配送政策及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、9日（星期六、日）开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。（具体内容根椐采购部提供的资源再来安排）

6、购物抓现金活动

a、活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b、活动地点：家家乐各连锁店

c、活动方式：购物抓现金

d、方法规则：

（a）、活动期间凭本公司购物满1000元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次；购物满10000元以上可抓三次，最多三次。

（b）、抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

（c）、顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。（须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等）

e、美工在活动前书写抓现奖明细海报（活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f、各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾

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