# 2024年五一促销活动方案策划(通用13篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-07-28

*为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。五一促销活动方案策划篇一1、全...*

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**五一促销活动方案策划篇一**

1、全国各专门针对店内外装修进行节日特色的装饰，营造圣诞元旦喜庆的节日气氛，为消费者提供一个节庆消费的环境。

2、主打低价格、高折扣的\'促销模式，再加以节日礼品赠送，更好地吸引消费者的目光;并积极利用有效的促销活动宣传，引起广大消费者对xxx的关注，以达到提升专门店销售业绩，巩固顾客忠诚度，开拓新客源等目的。

3、通过推出独具xxx特色的圣诞甲、新年甲等新潮的指甲款式，既符合时宜，又能够恰好配合到整个节庆促销活动的操作。

全国xxx美甲专门店

xxx美甲专门店新老顾客

xxx

礼爆圣元旦欢乐无限多

手(足)部护理项目，买1送1

一次性消费满100元，8折优惠;再送精美礼品一份

一次性消费满200元，7折优惠;再送精美礼品一份

会员到店充值，即送精美礼品一份

注：活动期间，会员不享受折上折，最终解释权归本店所有。

1、所有产品(不含客装护手霜)在供货价基础上9折优惠。

2、美甲店实际进货额1000元以上(含1000)，赠送精美礼品10份。

3、美甲店实际进货额20xx元以上(含20xx)，赠送精美礼品25份。

4、美甲店实际进货额3000元以上(含3000)，赠送精美礼品40份。

5、美甲店实际进货额5000元以上(含5000)，赠送精美礼品70份。

6、美甲店实际进货额10000元以上(含10000)，赠送精美礼品150份。

备注：如需额外订购更多xxx礼品需支付成本费用，本次精美礼品7元/份。

**五一促销活动方案策划篇二**

1.活动时间：

20\_\_年4月28日——20\_\_年5月5日

2.活动目的：

1.借助五一节日氛围，大力宣传美容院，引起新老顾客的关注，扩大客户群体，提高美容院业绩。

2.上架新项目、产品并引导顾客半价体验新产品，以产品效果和热情服务来打动消费者，提升美容院店内业绩。

3.尽可能吸纳更多的消费群体，并用热情服务打动她们，使之发展成长期顾客，扩大美容院的影响力。

3.活动方案：

1.项目交叉促销：

美容院的项目是比较多的，那么可以打包消费。比如原价做一个洗面再赠送一次蒸脸项目。五一又正值初夏，那么关于夏天话题无非就是减肥瘦身、晒后修复、全身美白等等。美容院就可以做这类项目的交叉促销。也可以是原价做一次再送一次配套项目。总之，根据店内顾客的需求随机应变去搭配。这样以来，顾客只花一份钱却有两次项目体验，非常划算。

2.代金券促销：

代金券促销活动大多美容院管理者都会想到，那么我们的代金券促销可以设置的更人性化一些，比如在大型的美容项目上消费多少送多少;也可以是小项目上的消费500送200等等活动。设置使用期限，确保顾客的回头率。

3.折扣促销：

折扣促销往往是最常用的促销方式，那么针对此促销方式，我们可以根据时节，根据顾客现时所需来调整，满足她们当下所需来提高美容院的业绩。

4.免费促销：

免费促销小型的美容院可能不太能做到，对于大型美容院更是一种挑战。那么我们也可以根据顾客现时所需要免费提供，但可以限制名额，一天两个或是五个等等，也可以报名排队。对于得到免费服务的顾客当然是满意的，但对没有得到免费机会的，后期她们如果愿意，可以根据个人信息来店做半价消费，这样也是极好的。

5.消费积分赠品促销：

在顾客消费后可以不断累积积分，其额度不一定需要太高，可做小返点或大返点。消费积分主要面对是美容院为回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费后，不仅得到了身体和精神的享受，而且还有免费的积分奖品领取，给她们一种心灵上的慰藉。促使顾客后期继续消费。

4.活动宣传方式：

1、派发传单：小区和街上派发美容院的活动传单。

2.店内宣传：美容院店内外活动前期张贴活动海报或条幅，吸引路过顾客。

3.网络宣传：充分利用网络的便捷性，在各大网站发布活动方案和活动内容，吸引新老顾客。

3、短信宣传：给美容院店内老顾客发送活动短信，告知活动内容，并强调老顾客的节日福利。

4、微信宣传：在微信公众号上将美容院五一的活动方案推出，吸引顾客浏览消费。

**五一促销活动方案策划篇三**

“五一”三天乐“游戏”更快乐

4月30日~5月04日

提升客单价，促进销售目标达成

店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。

采购部：负 责商品的组织，到位。

财务部：负责资金到位。

店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

1、菜式，餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择

2、制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望

3、观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌

4、价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

5、赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼欢迎光临，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客 反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当客人询问时能够作出满意的答复。如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法： 形象解剖法：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以 具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特 点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从 而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这 样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理.为他们提供两种不同价格的 菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其 高质量、价格合理，值得购买。

代客下决心法：当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说： 先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

利用客人之间矛盾法：餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点， 服务员就应利用想点的那位客人的意见，赞同他的观点，使另一位客人改变观点.达到使客人购买的目的。

有很多餐饮企业，对促销时菜品的创新与开发不太重视，或者说投入不够力度。认真研究客户的需求，特色菜营销是一把出奇制胜的利剑，从客户的口味出发，从色、香、味、型、营养等方面挖掘，您的餐饮基业一定常青 其次是服务，服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼欢迎光临，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客 反感，避而远之。

在客人就餐时，服务员要注意观察客人有什么需要，要主动上前服务。比如有的客人用完一杯葡萄酒后想再来一杯.而环顾四周却没有服务员主动上前，客人因怕麻烦可能不再要了。所以。在宴会、团体用餐、会议用餐的服务过程中，服务员要随时注意，看到客人杯子一空即马上斟酒，往往在用餐过程中会有多次饮酒高潮，从而大大增加酒水的销售量。

**五一促销活动方案策划篇四**

眼下林中鸟可以说前有狼后有虎，尤其是通过这届的北京服装博览会，我们应该清楚的看到，现在的休闲服市场，已经非常的残酷，我们再也不能把眼光盯在温州的几家品牌，一些其它地区的品牌，已经日新月异，发展非常迅速。我们必须在公司主体思想意识上做好迎接更恶劣挑战的准备，增加我们的危机感。

要想与狼共舞林中鸟服饰必须首先变成狼，而今年的五月长假期间的市场，也是各家企业必争的一块肥肉。所以必须要出奇招制胜。一方面我们坐下来冷静的分析市场背景 ，认清我们所处的位置；另一方面也要做好背水一战的思想准备。

一、市场现状与分析

1．市场背景

（1）全国各地休闲服场竞争激烈休闲服企业不断增多，商家不断涌现，瓜分着消费者的钱袋，挤占着休闲服的市场，。

场积累丰厚。

（3）品牌形象综合从广告宣传、营销水平、品牌号召力到消费者选择偏好， 林中鸟整体上和他们比还是有一段距离。

由于各家品牌的服饰结构，甚至品牌形象都很类同，所以在五月份必然会有一场激烈的价格战。

温州消费者对休闲服饰的认识有较快的提高，他们不仅仅是看产品，同时还追求价格比例。

2．竞争者状况 （温州地区）

第一集团军：邦威、高邦，他们是领先品牌；

第二集团军：森马、拜丽德他们是强势品牌；

第三集团军林中鸟、意丹奴。

特点：品牌知名度高，企业实力强大，广告投入大。实施本地化战略，降低成本，强化竞争力。

3．消费者状况

消费者对休闲服饰已经认同，经常购买者占78．89％，偶尔购买者占8．15％，只有2．96％的人从来不购买。但年龄结构明显偏小。

消费行为特征：重价格，但对品牌附加值概念模糊。但也已有一部分消费者认识到这一点。

4．林中鸟的市场表现

知名度、美誉度不十分高。有一定的市场占有率，尤其是南方市场。而且今年产品开发还有一定的竞争力。虽然有前一段时间特价的不俗表现，但综合实力表现不突出。

结论：市场潜力极大，教育转变引导消费者任务极重。

消费者已经被培养起消费休闲服饰的习惯，这个消费习惯是几家牌子共同完成的。从长远来说，目前消费者有相当大的部分会有换口味的倾向，市场潜力极大，但培养教育消费者是较长期渐进的过程，林中鸟任重道远。

纵上所述，怎么让消费者理解林中鸟真正的名牌，尤其显的重要。必须利用新店开业的

契机和一系列品牌推广活动，表达林中鸟品牌内涵，从而达到轰动效应。林中鸟题很多，但可变因素多，只要方向对头，工作到位，就会有良好效果。其中两点很重要：一是产品特点、产品质量很好，只是原来没有把它很好地传播出去。二是林中鸟影响面不大，但让人有亲切感。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。

二、活动目的

1、充分展示林中鸟独特的个性魅力。

2、提高林中鸟的美誉度。

3、以温州市区林中鸟专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。

4、促进林中鸟在市场的发展。

5、提高营业额

6、增加社会效益

7、增强公司全体员工的凝聚力

三、活动主题

活动主题：火红五月别样天

四、活动口号

活动口号：你火了吗？

意为：

（1） 消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标；

（2） 消费者应该选择新的品牌消费，该换换口味了；

（3） 酷暑即将来临应该添置几件清凉的服饰了；

（4） 让充分展现消费者个性化消费。

（5） 体现林中鸟夏季服饰已经全新上市；

（5） 体现林中鸟在不断的完善自己。

五、活动地点

活动地点：所有林中鸟专卖店

六、活动时间

活动时间：5月1日至5月15日

七、活动内容

（1） 针对文化衫进行捆-绑销售，设计活动包装。

（2） 所有重点活动区域都进行立体包装

（3） 利用20元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

注：具体销售手法，由商务部和计划部提供。

八、广告策略

由于本次活动属于常规策略活动，它是林中鸟下半年活动的序幕，所以这次的活动的重点不在于活动内容，而是媒体的运作。所以本次媒体投放的质量尤其重要。另外在新货上市之际，还要尽量推产品的功能性和实用性。

（1）广告创意原则：以理性诉求为主，以感性诉求为辅。

（2）媒体选择本次活动主要宣传应用在终端布置，媒体届时不需要宣传。

（3） 软广告

a) 在温州电视台及有线台以新闻形式发布消息和软广告

b) 在温州本地几家主要报纸上发布新闻

（4） 软广告主题

全面启动“凉一夏”促销活动

（5） 广告语

a) 你火了吗？

b) 你应该火了

c) 全世界无产阶级联合起来

d) 林中鸟时尚服务区

（6） 广告诉求目标：追求时尚的消费者；收入较底的消费者；已经厌烦大路货的消费者。

（7） 广告表现策略：要新、准、巧。

（8） 店堂终端布置

际歌》之类的体裁音乐。

九、费用预算

暂略

十、综合评述

眼下温州市场，已经硝烟四起，可以预计这次价格战，在今年五月份将还会延续下去。如果是这种情况，其实将对林中鸟有利，因为这样使林中鸟和其它牌子的品牌地位。但是如果继续下去的时间太长将会使两败俱伤，所以林中鸟必须早做打算，稳步前进。

一、服装促销的种类

随着服装促销目的的不同，服装促销计划有下列不同的种类：

(一)年度服装促销计划

一、服装促销计划的种类

随着服装促销目的的不同，服装促销计划有下列不同的种类：

(一)年度服装促销计划

一般而言，为营造卖场的气氛与动感，应以年度为计划基准，规划年度服装促销计划时程，并且以下列为主要重点：

1、与当年度的营销策略结合

专卖店与消费者接触最为亲密，公司与消费者之间是有赖营销沟通策略的展现，每年推出不同主题的营销策略，可以建立消费者对品牌形象的认知更为肯定，因此年度服装促销计划结合营销策略，将可以使得品牌形象更加强烈，消费者对品牌好感度增加，同时结合营销策略也能使得资源运用更为集中，具有延续效益，范文之规划方案:服装店五一活动方案。例如某休闲服饰店年度营销沟通策略主题为“社区生活伙伴”，举办的服装促销活动以社区为主要目标群体，表现出对社区的关怀与共同生活的信念，因此举办“社区休闲大赛”服装促销活动，以凝聚社区情感，并且增加社区消费者对本店的好感度。

2、考虑淡旺季业绩差距

任何品牌几乎都会有季节趋势的特性，对于业绩会有不同比率的变化，因此在年度经营计划应已考虑此特性，当然服装促销活动的规划必须要考虑淡旺季的影响，淡季的服装促销活动除了会延缓业绩下降外，并可以尝试以形象类服装促销活动，来增加品牌形象的\'认知，旺季的服装促销活动因竞争较为激烈，通常以业绩达成为主要目标。

3、节令特性的融合

节令包括国定假日与非国定假日，国定假日型例如国庆日等，非国定假日例如情人节、母亲节、父亲节等，另外中国传统习俗节令也是不能忽视的。

4、年度服装促销行事历

年度服装促销行事历是以年度营销计划为策略始点，将整年度的服装促销活动，以行事历的方式表达，目的在使得品牌以策略的观点充分掌握年度服装促销活动的重点，同时也能以整合性的营销策略规划服装促销活动。

(二)主题式服装促销计划

所谓主题式服装促销计划是指具有特定目的或是专案性服装促销计划，最常使用在店铺开业、周年庆、社会特定事件以及商圈活动。

1、店铺开业

店铺开业代表新通路点的开发以及服务地区的延伸，为专卖店的一大要事，开业期间能吸引多少顾客，会影响未来店铺营运的业绩，因此通常店铺开业期间会搭配服装促销活动，以吸引人潮并且刺激购买欲望。店铺的经营有赖顾客的维系，因而顾客资料相当重要，所以在开业期间的服装促销活动就得在此多费心思，不妨利用开业服装促销留下顾客资料，作为未来商圈耕耘的基础。

2、周年庆

店铺既然有开业，当然也有周年纪念，因此周年庆的服装促销活动成为目前最常被炒作的话题。虽然周年庆年年都有，若是能多加一点创意，多用点心，仍然可以走出刻板的模式，创造出新鲜感的话题。

3、社会特定事件

专卖店除了销售外，就另一种层面而言，也是资讯信息流通中心，是以专卖店对于社会发生的事件，必须时时保持敏感度，平时与顾客接触时可当作闲聊话题，拉近彼此距离建立情感，遇某一事件发生时，也可以举办服装促销活动，一则表示企业关怀社会，一则刺激购买提高业绩。

4、商圈活动

零售店的经营具有区域性，商圈顾客的掌握为最根本之道，连锁店虽然拥有多家店经营的规模利益，仍不能脱离商圈耕耘的基本动作，因此商圈活动必然成为未来区域经营的重点，规划方案《服装店五一活动方案》。

(三)弥补业绩缺口的服装促销计划

而准确地达到目的，平日应建立“服装促销题库”，遇有状况即能派上用场。至于预警点的设立标准，则会因各业态及专卖店特性而有差异，不妨以过去正常业绩趋势为参考值;某店铺在当日下午六点累积业绩通常为该日业绩的60%。诸如此类，以专卖店特性，建立预警点的参考值，对业绩的达成有相当大的帮助。当然设立预警点不能一成不变，必须随时参酌每一个时点的各种因素，才能符合当时的效益。

(四)对抗性服装促销计划

经营本身是动态的，在市场的激烈竞争之下，专卖店随时要有接受挑战的准备，由于连锁店的蓬勃，竞争的加速化是可以预期的，消费者长期地笼罩在服装促销的诱-惑，竞争对手的服装促销活动很可能使得我们的顾客流失，造成业绩的减少，必要的对抗性服装促销活动因此而产生，由于对抗性的服装促销活动通常较为紧急，可运用的时间较短，若能平日建立“服装促销题库”，在面对应变时，将可以立即运用。

二、服装促销方案计划

经过上述阶段的策略思考之后，接下来便是拟定服装促销方案，服装促销方案的内容包括以下的项目：

(一)目标对象

只针对某一群消费者举办的服装促销活动，以便拟定最适合的服装促销手法。

(二)主题

(三)诱因

诱因是指消费者获得的部份，例如赠品、折扣等，诱因的大小要同时考虑消费者的接受度，以及企业成本的负担。

(四)参加条件

参加条件是界定哪些消费者可以参加，以及如何参加此服装促销活动，例如：购买金额满300元可参加抽奖。

(五)活动期间

活动期间指服装促销期间的设定，依过去经验及消费行为特性，决定长短合适的活动期间。

(六)媒体运用

媒体的运用是指通过讯息传递的管道，将服装促销的讯息传达给消费者，由于讯息是否准确且即时的传达给消费者，对于服装促销期间的来客数会有相当的影响，因此必须谨慎地评估及选择媒体。

一、打1折

商家打折大拍卖是常有的事，人们决不会大惊小怪。但有人能从中创意出“打1折”的营销策略。实在是高明的枯木抽新芽的创意。

日本东京有个银座绅士西装店。这里就是首创“打1折”销售的商店，曾经轰动了东京。当时销售的商品是“日本good”。

具体的操作是这样的：先定出打折销售的时间，第一#from http:// end#天打9折，第二天打8折，第三天第四天打7折，第五天第六天打6折，第七天第八天打5折，第九天第十天打4折，第十一天第十二天打3折，第十三天第十四天打2折，最后两天打1折。

商家的预测是：由于是让人吃惊的销售策略，所以，前期的舆-论宣传效果会很好。抱着猎奇的心态，顾客们将蜂拥而至。当然，顾客可以在这打折销售期间随意选定购物的的日子，如果你想要以最便宜的价钱购习，那么你在最后的那二天去买就行了，但是，你想买的东西不一定会留到最后那两天。

实际情况是：第一天前来的客人并不多，如果前来也只是看看，一会儿就走了。从第三天就开始一群一群的光临，第五天打6折时客人就像洪水般涌来开始抢购，以后就连日客人爆满，当然等不到打1折，商品就全部买完了。

二、一件货

对买新产品的商家来说，最吸引顾客的无非是“新”，如何再在“新”上继续章呢?

意大利有个莱尔市场，就是专售新产品的。有些新产品很畅销，许多顾客抢着购卖，没抢到手的，要求市场再次进货，可得到的回答竟是：很抱歉，本市场只售首批，买完为止，不再进货。

对此，有些顾客很不理解，还向旁人诉说。但从此以后，来这里的顾客中意就买，决不

犹疑。不难看出，莱尔市场的“割爱”是个绝妙的创意，它能给顾客留下强烈的印象——这里出售的商品都是最新的;要买最新的商品，就得光顾莱尔市场。

这真是“新”上创新的创意!

三、明亏暗赚

日本松户市原市长松本清，本是一个头脑灵活的生意人。

他经营“创意药局”的时候，曾将当时售价200元的膏药，以80元卖出。由于80元的价格实在太便宜了，所以“创意药局”连日生意兴隆，门庭若市。由于他不顾赔血本的销售膏药，所以虽然这种膏药的销售量越来越大，但赤字却免不了越来越高。

那么，他这样做的秘密在哪里呢?

原来，前来购买膏药的人，几乎都会顺便买些其它\*\*，这当然是有利可图的。靠着其它\*\*的利润，不但弥补了膏药的亏损，同时也使整个药局的经营却出现了前所未有的盈余。

这种“明亏暗赚”的创意，以降低一种商品的价格，而促销其它商品，不仅吸引了顾客，而且大大提高了知名度，有名有利，真是一举两得的创意!

**五一促销活动方案策划篇五**

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。

继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

1、婚庆消费（婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类）。

2、长假旅行消费（箱包旅行包、摄影器材、旅行用品）。

3、近郊春游消费（饮料类、即食品类、休闲食品类、）。

（户外用品、运动用品、园艺用品）。

4、家庭换季消费（夏凉家纺入季、厚暧家纺出季、防晒型化妆品入季）。

（夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品）。

5、福利消费（夏季消夏用品团体福利消费）。

我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不益太长，我们建议在8－12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在xx月xx日起至xx月xx日止为益。

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。

五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。

当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。如：

五一酬宾 惊喜狂购（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）。

劳动光荣 低价有礼（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）。

开心度长假 低价总动员（出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价）。

清凉一夏 低价风暴（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料）。

欢欢喜喜庆五一 清清爽爽过夏季（夏凉家纺、家电、化妆品、饮料）。

五一乐翻天 购物拿大奖（有奖销售、刮刮卡等）。

购物有乐趣 吃上再拿上（游戏互动促销，大规模的品尝买赠活动）。

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销方式以外，还要有同超市促销主题紧密相关的促销方式，或将某一厂家的促销活动方式作为主要的促销方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

1、买赠（一单购物达xx元赠xx物品）。

2、互动有奖游戏（一单购物达xx元可参加游戏，积分高可得大奖）。

（如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛）。

3、刮刮卡（一单购物达xx元赠卡一张，刮开兑奖）。

4、现场试吃试用（请厂家多提供）。

5、演艺（请演艺队营造气氛）。

6、小鬼当家。

我们建议五一节促销费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销期间预记销售总额的1.5。

**五一促销活动方案策划篇六**

五一等节假日是餐饮消费的高峰期，但五一节三天的收入是比不上一个月的收入的\'，节假日营销目的不仅仅是要提高短期经济效益，更重要的留住现有老顾客，开发潜在新顾客，带动今后的业绩增长。且嘉州新城、满庭芳在未来将有极多潜在消费者入住，更因进行新顾客开发。

针对该主题，实行新产品开发策略，组合销售策略及会员卡营销策略。并进行针对本火锅坊消费群体的促销宣传。

(一)实行会员制卡的益处：

1.长期广告效应。

2.有助于留住老客户。

3.收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，让客户更加满意，也方便今后的营销计划制定。

(二)会员划分

普通会员金卡会员

(三)会员卡功用

普通会员：凭卡消费，赠送特色菜品一份;或享受折扣优惠。

金卡会员：凭卡消费，优先使用雅间，且免收雅间费;赠送特色菜品一份;享受折扣优惠。

注：尽量不使用折扣方式进行低价行销。

(四)会员卡制作要求

普通卡：简洁、大方、不俗。

金卡：高贵、典雅，能凸显持卡人品味。

普通卡及金卡均进行统一编号。

(五)会员卡发放形式

普通卡：五一期间在本店消费者均可赠送。或平时在本店消费满300以上者。

金卡：利用关系网赠送的形式，赠送给企事业单位，及乐山社会名流。

备注：借力营销：借力满庭芳、嘉州新城售楼中心，对其业主免费赠送会员卡。

(六)会员管理(消费者信息收集)

发放会员卡后，对应会员卡编号，记录下持卡人信息，并对持卡人每次前来消费的具体信息(消费人数、该次消费者间人员关系(关系包括家庭、同事、朋友等)、消费金额、消费菜品、用餐习惯等)。

收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，也方便今后的营销计划制定。

夏季吃火锅，有燥热感，且易上火。且随着现代人对生活水平的，在家庭消费者中，常常出现60岁以上的老年消费者，他们不宜多吃油腻;对于爱美的年轻女性来说也不宜吃辣。对于此问题应进行有针对性的新产品(锅底)开发：

清爽温补型火锅、养生保健型火锅、美颜排毒型火锅等(如多种菌类的火锅、清新爽口的瓜果火锅)

将多种菜品和锅底进行合理搭配，组合成不同的套餐，对各套餐进行富有特色的命名，并对组合后的套餐进行一定的折价。

该策略作用:1.引导消费者消费不同菜品和新产品。

2.帮助消费者进行的口味搭配。

3.套餐组合的命名能加深消费者对本火锅坊菜品及本火锅坊的印象。

某某酒店中餐厅定位在中高端市场，因此在做宣传时，定位为“精品xx坊”。

(一)目标消费者

目前，某某酒店中餐厅的目标消费者为中高端人士，他们有车，有钱用于餐饮休闲消费，且吃火锅一般携同家人或朋友。此类人群集中地点：滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。

(二)宣传形式

传单：

1.制作要求：邀请函形式、美观、大方、3000份

2.内容：对某某酒店中餐厅简要介绍、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。

3.散发：滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。

4.报刊广告：不采取在报刊上直接做广告，而将传单交予报刊代理商和销售商，将传单插在报刊中，这样能以极低的费用做宣传。

电视广告：

1.内容：某某酒店中餐厅简要介绍、特色、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。

2.时间、时长：在6点至8点时段内，1小时之间，投放2次30秒广告。播放时间4月28日至5月1日。

注：由于电视广告成本过高，是否投放待定。

**五一促销活动方案策划篇七**

20xx年5月1日—20xx年5月3日

xxx手机店

为了提高专卖店的形象和品牌，以及知名度，提高销售量。因此刻的手机行业竞争比较激烈，故各手机同家务必提高自己的销售量。所以，本次促销活动可借用“五一”劳动节为主题，以“五一”为策划原点做出相应的促销方案。

1、卖场内需要准备好各种品牌、款式和功能的促销机型;

3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量;

4、广告媒介：宣传单页(a4)，店面外展版(尺寸待定)，报媒(待定);

1、投入相当一部分的资金购买礼品，从礼品上吸引飘过的潜在消费者;

2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动;

5、从5月1日起至5月3日截止，在上党晚报做原创信息大赛，以“劳动节”主题为评选出一、二、三等奖和入围奖;(待定)

6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者(含1500)即可参加抽奖;

5月1日上午：

1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞;

2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目

3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型;

4、10：25分由礼仪公司安排出演节目;

5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品;

6、10：00分由礼仪公司安排出演节目;

7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动资料;

5月1日下午：

1、15：00分开始，由公司安排出演节目;

2、15：30分开始现场编信息比赛，并给予奖现场编信息比赛，选获胜者并颁发奖品;

3、15：40分由公司安排出演节目;

4、16：00分开始购机抽奖;

5、16：20分由公司安排出演节目;

6、17：30分活动结束

1、场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

2、人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强;现场控制人员1名，保证与礼仪公司的良好沟通;礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品;交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3、奖品的确定：待定

4、经费预算：略

1、在活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2、在活动中，保证会场气氛的.活跃、卖场的销售配合。

3、在活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显能够借助后期的节假日再次进行促销(如八月十五，国庆等)。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

**五一促销活动方案策划篇八**

1、凡在4.15日至5.1期间，凭购物小票可在收银台处加1元可换取价值5元商品，满68元客人加2元可换购价值10元商品，购物100元以上客人加5元可换购“时尚运动t恤”一件。(5.1日前换小票，活动日开始一票换物。换购商品为袜子，背心、简易t恤等，此活动需设置最低消费标准。)

2、凡一次性购物满68元客人，凭当日单张购物小票可到收银台免费办理积分卡一张;在活动时间内可享受双倍积分。当日购物满588元客户可赠送会员卡，可在任何棉之家连锁店内享受会员折扣。(特价商品、换购赠品后不参加积分活动，兑换积分卡后及时收回小票)

3、会员专利优惠产品，为了吸引更多会员客户购物，设置少量款式服饰进行折上折，即在活动折扣基础上再享受会员专利。(此方式需要新款、高利润产品为依托)

4、买赠及折扣最常规手段，达到一定消费额后返还比例赠品(例，满38送袜子，满68送背心及等价吊带、满128送运动衫等。具体赠送礼品需要尽快确定购买。折扣产品不参与此方案)。

5、购物反馈4.15-5.1日进店消费客人，可于活动期间持购物小票到店内抵现金使用，(要提前确定好反馈比例)

1、人员准备，提前按岗位明确，责任到人，避免活动期间有环节出错。

2、货品准备，购置好促销品及具体折扣，保证参与活动产品供应(建议进购一批专用促销服饰)。

3、赠品、附件准备，赠品数量充足，保证供应。确认好所需附件，提前购买全。

(店内所经营产品及需采购赠品，杯子，脸盆等家用品，衣架，皮条等附件品)

4、沟通方面，确认好参与活动店面，日期以及各店活动方式。

**五一促销活动方案策划篇九**

促销期限：5月1日—5月7日

活动一。：日化节—亮丽人生

活动方法：

联合3—4个主要洗化品牌举行产品会展。世纪海联超市负责统一组织文艺演出活动、展区整体规划、整体宣传及涉外事宜。厂商自行负责品牌宣传及在规定展区区域的促销活动。

现场布置：

太阳伞若干(供应商自备)，氢气球8个以上(供应商自行广告宣传备用)、气拱门一条(20米)、外场展区(4个)、服务台前展区(其它品牌)、二楼不锈钢栏处会展厂家展区、文艺活动区(舞台、音响设备)

文艺活动安排：

1、最后胜利(5月1日—7日)

活动形式：采用拍卖会的形式，每天推出一档，每档20—30样商品，超低价起拍。

活动时间：时间从上午9：00起拍。其余时间安排在活动之前或活动之后。

共享五一文艺演出活动(与英才音乐学校联合举办)

2、风情万种(5月2日)

活动形式：内衣秀、时装秀现场模特表演

3、款款情深(5月3日)

活动形式：婚纱展现场模特表演

4、人生风采(5月4日)

活动形式：摄影展

现场展出摄影作品;设置一处景点，现场免费拍摄(1人限拍1次);免费化妆会;美容美发专家咨询会。

5、爱我中华(5月5日)

活动形式：“世纪海联杯”少儿绘画大赛、作品展

从4月25日开始，少年儿童(3岁)凭一幅作品在服务台前报名。5月5日展出报名作品，再加上现场参赛作品综合得分，评出一、二、三等奖3名，其余为纪念奖。

比赛内容：以“锦锈中华”为主题作画一幅。

奖项设置：一等奖：二等奖：三等奖：

6、明星在线(5月6日-7日)

活动形式：模仿秀卡拉ok大赛

从4月25日开始免费报名。桥西店服务台进行详细登记。桥西店从4月25日每天晚上7：30-9：30在店前为音乐爱好者免费提供练习。

奖项设置：

每组3名，一等奖：二等奖：三等奖：

商品促销活动安排：

1、换季商品蹦极行动

联合厂家促销和桥西店自行促销，选出10余种针棉商品五折销售。

2、生鲜潮、早市价

推出几种超低价生鲜商品进行限卖。

3、购物套餐，盘盘开怀

购物达规定现金者，凭电脑小票加规定现金在指定处换购指定日常生活用品

商业五一促销活动策划方案

**五一促销活动方案策划篇十**

1、迎接五一旺季，品牌宣传造势

2、提高销量给客户信心，为5月压货创造条件

3、搞好客情关系(本人4月份调到该市场)

迎五一，容声冰箱大优惠

20xx.4.24—25(实际操作效果好，延长到4.27)

1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。

2、20日在钦州市场做宣传：贴海报和包装三轮车，23日在商场前贴海报。

3、22日检查库存和现场物料

4、活动统一说辞的提炼：科龙厂家“五一”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个“联合国节能金奖”易拉保、两个海报牌。

包装三轮车(5辆)200元、运输费用50元、临时促销30元/天×2=60元，共310元(场地有商场申请)。

1、期间共销售26台，占当月销售63台的41.2%。主要竞争对手当月销量是47台。

2、为“五一;旺季做了充分的宣传，就“五一”七天销量为79台

3、客户当月提货97台，为历史最高记录。但由于估计不知和其他因素，导致在5月3日畅销型号(290s、163g等)就开始断货影响了五一的销量。(该地区没有设代理商，由南宁代理商辐射过来的。)

4、使钦州市场的冰箱销售有了更清晰的主题：节能，而且使容声的209s。(意外收获)

5、取得了客户的.信任。

可能许多同行在浏览到这里时，并没有找到自己所想要的东西，当然，上面所写的都是一般的、大方向的东西。本人认为这场活动成功的主要之处在于：

1、活动的时间选择恰当，五一前一个星期的周末。

2、客户支持，163g在进价的基础上加几十元销售。另外在场地、人员等方面都给了支持。这是沟通方面的工作，需要做好，但不要认为客户的目的不是为了赚钱，所有的让利在其他机型我已保证了其满意的利润。

3、统一说辞的提炼，在活动期间购买的顾客，很多是打算等到五一再买的，但我们宣传这就是科龙公司的五一的促销活动，特价又礼品。突出厂家活动在活动中的地位，厂家为了做宣传而做促销活动，没有理由不比平时优惠，上帝喜欢“促销消费”。这时我们要做的就是：职业装+普通话。

**五一促销活动方案策划篇十一**

新店、新礼、新时尚

新店添时尚、折上加折、礼中送礼

时尚新店、好礼相见

新店开业，精点时尚

活动周期：开业之日起十天(要害是前5天)

选择周六或周日、最好是节假日开业。

本次活动也会通过促销礼品选择来吸引一些男性消费。

一重喜、进门有喜：

进店即赠予某某精美纪念品(或凭dm宣传单即可赠予礼品)

如1-3元左右礼品打火机、便签薄、原珠笔、锁匙扣、扑克等

二重喜、买就送(买满的金额、赠予的礼品各专卖店自行定制)：

凡在活动期间凡购物就送“价值28元纯棉袜子”一双;

凡在活动期间凡买满258元，送价值48元精美宝珠笔一支;

凡在活动期间凡买满368元，送价值100元精美笔记本三组合一套;

凡在活动期间凡买满488元，送价值138元的真皮皮带一条;

三重喜、获赠贵宾卡，凡有发生购买的顾客，前50名赠予贵宾卡一张，注册登记后成为永久会员。

1、店外主题海报：(主题任选其一)

新店新礼新时尚

新店添时尚折上加折礼中送礼企划文案

时尚新店好礼相见

新店开业精点时尚

点精时尚三降惊喜

2、吊旗：

正面主题广告词，反面开业大吉或新品上市

3、易拉宝或展架统一活动主题，与海报统一。

4、小立牌pop广告分别置于所属产品系列的陈列区域。

5、活动主题内容

6、dm传单内容同海报

7、大型充气拱门(写有活动主题)、升空气球、刀旗、花篮等

8、其他：名片、礼品、贵宾卡、绶带

1、硬环境：陈列、道具及灯光音响等，应符合xxx品牌个性主题终端要求，与形象宣传的风格调性保持一致。

2、软环境：专卖店导购员、收银员等，其仪容仪表、服务规范等应与xxx的品牌形象交相辉映。

**五一促销活动方案策划篇十二**

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，这里我就把中秋节、国庆节酒店餐厅促销活动方案策划拿出来给大家分享下!以便各餐厅更好地开展自己的促销活动!

促销活动方案一——中秋同欢喜，好礼送不停

一、活动目的

中秋佳节历来是餐厅酒店做促销的大好时节，也是刺激消费者，拉动消费的最好机会，此次活动一是为了获得更好的利润，另一方面也是为了加强餐厅外在形象，加深餐厅在消费者心目中的印象。

二、活动主题：“中秋同欢喜，好礼送不停”

三、活动对象：针对高中低不同的人群进行不同的中秋促销活动，有效的照应不同的人群。

四、活动时间：9月12日——9月21日

五、活动形式：打折;赠送;抽奖

六、活动具体内容

1、促销期间凡在本店用餐，百元以上均可享受九折优惠。并随桌赠送中秋特别加菜。

2、促销期间凡在本店指定系列套餐，即可获得相应中秋礼盒。

3、活动期间，凡在本店用餐，均可以参加中秋灯迷有奖竞猜活动。同时可以免费得到快照一张。

七、活动广告宣传

1、人流量集中的地方，火车站，公交车站等，做户外广告。

2、报纸、当地电视台也要进行宣传。

3、并进行传单发放。

八、其它相关策略

促销活动方案二——周年庆典——美食节

活动时间：年9月6日——年9月10日

目的：不仅可以让消费者花少钱吃百样菜，还可以使消费者知道餐厅的特色。促进该餐厅的消费(增加人气)，获得更多的剩余价值(利润)。

要求：要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

活动形式：

1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等

2、打折消费：

3、赠送优惠券：凡消费满100元以上的消费者均能获得优惠券。

4、免费赠送饭菜：凡消费满200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。

促销活动方案三——中秋佳节——对酒当歌赏月

念人生之多少良辰美景莫过于此

地址：饭店、酒店、餐饮临街空地建行门前

场地布置：搭建一个临时舞台背景布幔一个进口音响一套舞台地板上小灯笼16盏其他背景灯光。

活动创意：

1、现场猜谜活动：在活动现场悬挂有谜语的五彩灯(红灯)笼。凡中者皆能获得10元的消费优惠券。塑造中秋的气氛和饭店、酒店、餐饮的江南文化内涵。专设一个谜底台。

2、演艺活动策划：

(1)有奖征答问题：关于饭店、酒店、餐饮的发展史等问题

(2)载歌载舞：觅歌舞团演出，另外，主持1-2名。

(3)穿插一些让观众参加的《中秋赞歌》：邀请台下一起参加，凡唱的歌都带有“月”字或是咏“秋”的。最少二句，无需整首演唱，歌曲不能重复，唱出最多首和唱功最好者，均有奖励(100元或50元消费券)。

(4)拉啤酒商做冠名赞助，从而减少费用的开支，进而促进利润的增加。

(5)饭店、酒店、餐饮特制月饼大派送：由老板、员工及嘉宾共同举行切饼仪式，统一送至顾客手中。

广告宣传策略

一箭双雕即通过一次广告宣传周年庆典和中秋促销活动在信息达到大众的时候减少广告费用

简易描述：

二、媒体的选择：以《闽西日报》、dm单为主，海报等其他为辅。

三、广告宣传口号：天天饭店、酒店、餐饮，年年中秋夜。

天天：数词，代指9月6日——11日

正好从饭店、酒店、餐饮周年庆典到中秋夜。

符合逻辑性。

四、宣传内容：

1、周年庆典的活动内容

2、美食节优惠信息

3、中秋晚会与其他信息

五、注意：

1、时间性：9月5日一期《闽西日报》。dm单除了活动期间发放外，还可以在5日前发放。

2、宣传内容的新颖性和完整性。

费用预算

媒介费用10000元户外布置元现场布置3000元其他宣传5000元总计：0元整

促销活动方案四——中秋专刊

一、活动主题

花好月圆——购物赚翻天

二、活动时间

209月15日——9月23日

三、活动目的借助中秋团圆的概念，拉近企业与消费者之间的距离，以增加销售收入和利润额为目的。为企业第三季度的销售打下坚实的基础。

四、主题活动内容

消费者于9月15日——9月23日期间，到某公司任意一家门店购物均可参加“购物赚翻天”活动。花一次钱，享受两次购物乐趣，让您体验快速赚钱的超级快感!

9月15日——9月23日期间，凡在某公司购买带有“现金回馈标志”的商品，结帐时会在收银条该产品的产品名前显示相应的现金回馈金额。于购物当日到指定地点，兑换现金回馈券。9月9日——9月18日期间，凭现金回馈券购物时可抵用相应消费金额。

(团购不参加此活动)

活动要求：

1、选择参加此活动的商品。要求：尽量保证大分类齐全，每个品类中有一到两个商品。

2、对参与活动的商品，其费用与供应商协商，能由供应商完全承担的由供应商承担;如若有问题，供应商和公司各承担一部分。

3、卖场内对参与活动的商品货架、地堆处要有明确的标识。

4、现金回馈券上需写明购买日期、收银条号码、回馈金额(大写和小写)以及本卡的使用注意事项。

注意事项：

1、本券不找零、不兑换现金。

2、本券使用期9月15日——9月22日，过期作废。

3、如若本券遗失不予以补发。

4、香烟、团购不参加此活动。

5、本券盖章有效。

6、本次活动的最终解释权归某公司所有。

7、现金回馈券由地区企划部统一制作，各地区财务部监制，加盖公司财务章及店长章，必须有店内编码。

8、门店客服安排好购物券的派发及使用(建议指定款台使用)，并作好记录。

五、辅助活动：

1、“捷足先登超值送”。9月15日——9月23日期间，在本超市购物满28元即可到门店指定地点领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完为止。(每天限量500份)

活动目的：提升早间销售和早间客群的客单。

2、“商品任你拼”。由采购对月饼类、酒类、冲调礼盒类、保健品类选择出若干种商品，消费者可从中任意选择三种(每类只能选一个商品)商品，不论您选择的商品如何，价格均为258(此为模拟价格，根据采购谈判最终确定)。

**五一促销活动方案策划篇十三**

利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

顶瓜瓜的目标消费群

全国顶瓜瓜零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高顶呱呱在当地的销售业绩和知名度。

运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

购物七天乐，天天都快乐

副标题： 四重大礼 送你惊喜

debest各系列特价产品

促销策略：

促销形式：

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

1、 曾经买过，一定送!(第一重礼)如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

2、 现在来买，立刻送!(第二重礼)五一七天，指定产品均享受五一快乐价!新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送!

3、特款特价，特别送!(第三重礼)：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。

4、即使不买，还能送!(第四重礼)：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，创造线下传播及尝试性购买的可能性。

规则设定：到顶呱呱专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的就可以参加抽奖活动。

奖品设置：一等奖 价值400元的美容护肤品(也可用价值比较高的顶呱呱产品替代)

二等奖 debest彩棉内裤一条或等值debest产品

三等奖 debest袜子一双或等值debest产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商根据当地顶瓜瓜平时销售情况预估而设定名额，抽奖箱由经销商自购，抽奖用的客户资料卡可以做成名片大小，材质就和名片材质一样即可，这由客户自己制作。

顾客资料卡设计(抽奖卡)参考：

注：购买特价品不再参加买赠活动，购买特价品和参加买赠活动的同样可以参加抽奖活动。 买赠指买正品、新品达到多少金额，送内衣或线衫一套/件，赠品可从特价品中选出一部分不做特价销售，专门用于赠品。

对终端要求：

1、 客户活动组织能力强，愿意投入、配合。

2、 五一活动前有大量备货，活动前有一定量的广告宣传。

3、 严格按照公司制定的促销价格执行，如不能按统一的促销价销售，公司将对其进行严厉处罚。

促销物料准备(每活动点)：

1、 吊旗16--20面/10平方;

2、 dm宣传单 1000/点

3、 海报 1张/点

注：吊旗、dm单、海报公司可统一制作，营销经理需提前和客户沟通，做好统计，4月15之前将各个数量报回公司客服部，以便公司及时安排印刷。

1、活动期间活动点派销售人员在各大商场入口处派发活动dm单页;

3、各专卖点醒目处放置主题背景及内容说明物料一个(x展架或其他物料);

4、 活动面积至少保证50平米以上，可选择商场门前或步行接的露天广场，也可选择商场内的活动广场，因为五一搞活动的品牌、厂家很多，所以场地要提前洽谈，越早越好。

5、 为加强活动的吸引力和现场的气氛，客户可同时在活动场地举办模特走秀、歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭置、主持人的挑选，演员的确定，娱乐活动内容的选择都要细致，周到。

场地要求：场地中央可搭建t型台，后面制作的大型背景喷绘,可以走秀,表演节目,t型台周围放几个模特,花车10-20节围在周围.货品全部放在花车与t型台之间.现场所有能利用的地方都要有顶呱呱的广告喷绘，以制造良好的现场氛围.

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