# 最新促销活动策划方案(汇总12篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2025-01-03

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**促销活动策划方案篇一**

xx年x月x日-x日

xx年元宵节促销策划

浓情元宵(相会在元宵、又到元宵佳节时、共度元宵良辰美景、大红灯笼高高挂、红红火火过元宵)

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此商家的促销可重点围绕跟元宵有关的食品、商品展开促销。同时借助烟花爆竹、舞师舞龙、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛。

2、春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

一、团团圆圆过元宵

美味汤圆大联展

1、开辟汤圆食品专柜，包括各种品牌汤圆：如龙凤汤圆系列、思念汤圆系列、三全凌系列、佑康系列。口味有八宝果仁、黑芝麻、麻蓉花生、玫瑰豆沙、山楂、五仁、花生芝麻、无糖、清真、米酒等。

2、超市购物满88元，即赠送汤圆一袋(迎新晚会策划书)，或小灯笼一个，价值5元左右。

二、元宵小吃一条街

在大商场和大型超市门口开设小吃一条街，开设十个左右摊位，包括汤圆冰糖葫芦臭豆腐炸香肠羊肉串里脊肉等，现场制作，购物满100元赠即送价值10元小吃券，满200元送20元，以此类推，多买多送，超市限单张小票。

1、元宵节除了逛街赏灯玩乐外，吃喝也是必不可缺少的，在购物之余，吃上一些香喷喷的小吃对顾客来说必定是一个极大的诱惑。

2、在现场设立一服务处，顾客凭购物小票到服务处领取小吃券，顾客凭小吃券即可到摊位上购买小吃。

3、小吃券不可兑换现金，也不设找兑。

4、小吃制作必须注意卫生，要采取一定措施避免油烟污染及灰尘影响，同时要预防自然风雨的影响。

5、小吃摊位设置：除了把一些商家已经有的小吃搬到现场外，还可以邀请一些地方名小吃店到现场制作售卖。

6、除了用小吃券消费外，顾客也可用现金购买，必须在现场明码标出小吃价格，让顾客一目了然。

三、良辰美景共赏

元宵游园齐乐(惊梦)

开辟一元宵游乐区，搭成葡萄架形式，悬挂各式灯笼，内含各种字谜，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美小礼物或购物券，价值根据各字谜难易程度确定，奖品可直接标在灯笼上，一般奖品价值为10元以下。同时游乐区内可增设套圈、一些民间杂技表演等活动。

一般而言，物品价值不可过高，一是防止高价值物品损坏，二是满多少定额降低是相对提高顾客参与人数。顾客也可自己出钱套圈。

民间杂技表演：邀请一些民间团体表演舞师舞龙、耍猴等杂技表演，增加元宵节热闹气氛。

注：游园布置必须精美，注意维持活动现场秩序。游园活动的开始和结束可以以爆竹鸣号。

**促销活动策划方案篇二**

本次活动主要依托”闽北日报”主办的官方平台，”倚天传媒”专业策划。 结合”大武夷电商”的线上服务平台优势及”闽北互动论坛”的网络人气。 共同打造一个以”轻轻动指间，年货送到家”为主题的线上线下活动。 活 动以现场实物展销，和线上商品购买为主。

标语：闽北日报旗下最具实力的电子商务平台

1、以宣传”xx购”网为主，将最初的品牌印象植入大众心中。

2、增加关注人数、注册人数及购买人数。

3、有效的吸引现场商家及潜在的商家加盟电商。(商家可现场与电商进行意向签约)

4、现场带动性的促使百姓习惯使用该平台。(如扫微信关注、赠与书签似的操作卡、现场工作人员细心指导操作)

5、利用本次活动从新树立”闽北互动论坛”的功能性。

6、农商银行的储卡办理。

南平各年货消费群体;

农商银行的信用储户、闽北互动论坛的新老网友; 南平各产品经销商;

20xx年2月7日至8日。

南平市体育公园广场

1、年货商品及周边产品展示;

在活动中划出一块产品展示区，展示主办方及其他加盟商的周边产品。(该活动主要由闽北日报、倚天传媒具体落地执行)

2、电商购买体验;设立电商专区，专区位置醒目，主要向往来人流发放电商宣传册页。引导消费者进行注册、购买，对需要办理加盟的商家进行登记。 内容设计：

1、电商年货概念相对还比较新颖，所以线下活动主要还是引导为主。设计出商城操作流程卡(以书签为图样)，设计出线上活动宣传单，配合流程卡一起发放。

2、现场可设置1至2名农商银行工作人员，现场办理信用卡(或设立农商行专区) 3、现场注册或扫微信关注人员可得到电商送出的新年礼物(建议送印制有电商logo的对联套装)

4、针对现场招商，设计招商方案。设立填写加盟商合作意向表，留下相关讯息后期联络。(条件允许，可允诺商家加盟优惠政策：如商家再介绍其它商家加盟可享受xx广告时段等) 5、针对闽北互动论坛的新老用户，在当天可以给予一定的活动优惠，并可以为下一次即将展开的”网友节”提前聚集人气。

(一)推广时间

1、活动开展前的一周20xx年2月1日至2月8日

(二)宣传方式;

1、闽北日报

2、信息群发，(手机短信、微信)

3、互动论坛(其它网络平台)

4、宣传单(在宣传单上进行内容印制)

5、南平电视台今晚九点半。

(三)宣传内容：

1、时间、地点、联系方式及活动内容。

2、折扣的对象及折扣的内容。

3、主流加盟商家的讯息。

1、3\*6规格广告帐篷一顶

2、展区内设电脑2台(能力范围内多多益善)，网线，三项电源接口。

3、现场桌2张、椅10张，台布。

4、x展架宣传海报，背景喷绘，现场横幅。

附加条件：工作人员统一制服(有条件可佩戴统一徽章或商标)考虑到夜间活动继续应配置灯光(普通灯光或艺术灯光)电商的视频宣传，语音宣传音响，(须要提前制作完成)现场小丑表演(更有力度的吸引人流)

工作安排：

一、现场传单发售

二、前台资讯解答人员

三、线上操作人员

四、加盟商家意向签署

**促销活动策划方案篇三**

xxx装修建材店是固镇县的`零售商，从事装修建材经营已经20年了，现代理20多个品牌的商品，在当地比较有实力。今年正值该店开业20周年，因此准备在20周年店庆之际开展促销活动，一方面树立品牌形象，提升美誉度，同时加大销售力度，提升销售量。

本次促销活动针对固镇全县。

目标消费者分为两类：

1、新购置房屋的家庭

2、老房改建的家庭

目标消费者分析：对于新房的装修，消费者注重环境、品质的提升，往往愿意花大价钱，显得体面、华丽，体现居住者的身份、品味。

对于老房的改建，消费者注重便捷、舒适、实惠，自己用着舒心就行，不讲求奢华。

由头：闪耀二十年，感恩超低价

主题：暑期建材大放价

口号：xxx建材6.8折大优惠

活动期间凡进店购家装建材均享受6.8折优惠，20年庆典活动当天还有现场签单大酬宾，大品牌联盟折上折，文艺演出等活动。

（一） 现场签单大酬宾

签单最终结算金额（享受6.8折优惠后的价格）在一万元以上的（含一万元），送价值1000元厨房三件套（微波炉、电磁炉、电饭煲）+100元电器购物代金券一张；（固镇当地电器售卖店代金券,与当地电器售卖店联合）

签单最终结算金额在八万元以上的，送价值8000元的家庭影院一套+800元电器购物代金券一张。

（二） 品牌联盟折上折

消费者在享受进店购家居建材6.8折优惠的基础上，还可以享受如下优惠：

1、享受联盟连环折上折

2、折上折上折：

3、买了我就送

同时订购“大品牌联盟”中六个品牌商品，购买价最低的商品，本店予以买单。（由于该家装建材现代理20多个品牌的商品，选择其中十个品牌作为大品牌联盟中的品牌。）

（三） 文艺演出

1、演出部分

20年庆典当天在门店前搭设舞台，遮阳网。邀请表演人员进行文艺演出，表演项目有歌曲、小品、舞蹈，也可邀请大学城武术协会、话剧社等进行武术、话剧表演。

2、活动部分

表演中间为互动时间，奖品有喷头，洗手槽，化妆镜，吊灯，以价格为比例制作幸运大转盘。共有“价格有奖猜”“幸运吹气球”“品牌名称说说说”“勇敢我表演”四个活动，奖品当场发放。

绍给出首次出价，主持人会依次告诉观众首次出价是低了还是高了。主持人再介绍产品的特性，观众给出修改过的价格，主持人公布产品价格，观众给出价最接近产品价格的胜出，获得旋转幸运大转盘的机会一次。幸运观众旋转幸运大转盘获得相应的奖品。次活动可以增强顾客对产品的认知，拉近产品与顾客的距离。

（2）幸运吹气球：主持人先说明活动规则，然后邀请台下观众（3-5人）上台来吹气球，每人三只规格相同的气球，主持人说开始台上观众开始吹气球，率先吹完的人获得旋转运大转盘的机会一次。幸运观众旋转幸运大转盘获得相应的奖品。

（3）品牌名称说说说：主持人邀请台下观众（3-5人）上台来，告诉观众本店代理20多个品牌的建材商品，只要台上观众说出或写出超过六个品牌的名称即可旋转幸运大转盘，获得相应奖品。此节目结束后由主持人向在场观众介绍本店概况、经营产品、经营理念等，着重介绍本次推介产品，提升消费者的品牌认知，产品认知。

（4）勇敢我表演：主持人邀请台下观众上台表演节目，只要观众上台并表演节目（唱歌、跳舞、小品不限）即可旋转幸运大转盘，获得相应奖品。

文艺演出时间：20年庆典当天上午8：08

促销活动时间：20xx年7月-8月

活动地点：xxx建材店

（一） 电视台广告

在固镇电视台18：30播出的《固镇新闻+固镇天气预报》，在电视屏幕底部飞播广告。广告语“浓情七月，魅力xx日，xxx建材20周年店庆感恩超低价，6.8折大优惠！还有现场签单大酬宾，品牌联盟折上折等更多优惠您来哟。机会难得，不要错过，赶快行动吧。热线电话：0552-xxxxxxxx”，每次时间为十五秒。

（二） 车体广告

**促销活动策划方案篇四**

x月x日—x月x日

xxx购物广场xxx人民商场

活动一：欢度六一到xxx

一年一次的六一儿童节，家长陪孩子到哪里去买礼物？在x县当然xxx，六一儿童节期间，xxx特别推出儿童玩具、学习用品、童装、童鞋、文体运动商品、精品儿童玩具等优惠价出售！

活动期间，穿着类、百货类、儿童用品类商品全场88折，化妆品类、照材类全场9折，大家电、交通类商品推出特价、超低价及厂家系列促销活动。（明示商品不参加，详情见店内海报）

活动二：非常六一进门送礼

六一儿童节当日，进店前xxx名小朋友免费领取精美礼品一份，送完即止。

活动三、快乐六一超市有礼

六一儿童节活动期间，商场推出购物买赠活动；凡在超市购物单票满xx元的顾客，可以获赠薯片一包，单票满xx元的顾客，可以获赠xxx毫升饮料一瓶，单票满xx元的顾客，可以获赠盼盼法式小面包一袋，小票当日使用有效，每天各限量xxx份，送完为止。（奖品在一楼服务台领取）

活动四、七彩六一——-儿童画展

六一儿童节活动期间，为传承弘扬中华文化，促进少儿全面成长，x月x日至x月x日，xxx联合卓越学校在xxx购物广场一楼举行“六一儿童节儿童书画展”活动，百幅灿烂童真、多姿的画卷作品将栩栩如生在这里展现。

活动五、飞翔六一——-儿童文艺晚会

七彩六一，欢乐童年，阳光下，幼苗茁壮成长；舞台上，孩子们欢歌笑语。x月x日晚，庆祝“六一”国际儿童节少儿文艺演出，在新世纪人民商场店举行，欢快的孩子们用歌声舞蹈庆祝他们的节日，也奉献给大家精彩的文化盛宴。

**促销活动策划方案篇五**

(一)产品介绍

脉动”饮料定位在维生素功能性饮料，口味清淡爽口。“脉动”有青柠和橘子两种口味，尤其是青柠口味的产品格外受到欢迎。经销商告诉我们，消费者喜欢脉动，是因为它既解渴，拥有水饮料的特质，又比水更有味，更爽口，更健康。经销商分析，“脉动”之所以卖得好是因为“目前没有比这更好的水了”。它的功能在运功后迅速解渴幵且补充运动后体内流失的矿物质和维生素，迅速帮劣运功后的人们恢复体力和活力。

(二)消费者状况及特征

个性化的需求是在大众日用消费品日趋高度同质化的今天经常被人们强调的话题，饮料亦然。青少年群体有着显著的追求新颖时尚、追求个性化、注重感情和直觉，冲动性购买色彩强烈。一旦直觉感觉良好，他们就会产生积极的贩买情绪，从而迅速的做出购买决策。大学生通常是饮料企业推广新产品的最初选择目标。哈尔滨师范大学运动会期间，广大师生剧烈运动后需要大量水分以及维生素来调节人体内体液平衡。

(三)竞争者状况

目前市场上销售的软饮料主要分为碳酸饮料、乳品饮料、果汁饮料、茶饮料和功能饮料五大类。

功能饮料市场大显身手。功能饮料市场的竞争者主要集中在红牛、佳得乐、娃哈哈、这几个饮料巨头身上，激活、启力、汇源、他+她、红牛， 这些饮料巨头都无一例外地宣称，功能饮料除了解渴，还能给人体提供养分及活力。饮料市场竞争激烈，运动饮料和功能饮料成为今夏的流行主角，运动饮料的销售更为火爆。眼看饮料销售旺季就要来临，各大饮料巨头明里暗里厉兵秣马，意欲在功能饮料市场大显一把身手，以强化其品牌形象。乐百氏名下的“脉动”作为运动饮料的先行者，面对这“山雨欲来风满楼”的景象，自然也不甘落后。

二、 促销活动目的

(一)宣传脉动这一功能性饮料的营养价值与特点

(二)扩大脉动在师生中的知名度与影响力

三、促销活动的主题

以“脉向成功，心随我动---脉动让您更轻松”为主题，意在向受众群体传输脉动这一产品的功效。

四、促销活动地点

哈尔滨师范大学体育场、哈尔滨师范大学二食堂

五、促销活动时间

时期：20\_\_年5月23日至5月24日

时间：6:00至18:00

六、促销活动准备

(一)公关活动

与哈尔滨师范大学相关领导会晤谈判，乐百氏独家赞助哈尔滨师范大学运动会，买断运动会期间会场内饮料经营权相关事宜双方谈判协定。

(二)征稿活动

与哈尔滨师范大学校团委共同举办征稿活动。活动宣传口号：珍惜瞬间、感动心田，把回忆洒入文字，用文字记载美好——“脉动”杯哈尔滨师范大学大学生运动会校园征文大赛。设置一等奖一名、二等奖二名、三等奖三名，截稿日期为20\_\_年5月25日。

(三)广告宣传

1.利用哈尔滨师范大学广播电台宣传活动内容

2.在食堂、教学楼、宿舍进行海报宣传

七、现场促销活动流程细则

1.5月23日(24日)早6:00在哈尔滨师范大学体育场各个入口以及哈尔滨师范大学二食堂西门前提前搭设的简易棚下，成列脉动系列运动型功能性饮料。

2.打出横幅“脉向成功，心随我动----脉动让您更轻松”活动主题。为广大师生擂鼓助威，渲染运动气氛。

3.简易棚下设有产品销售区、医疗服务区、抽奖活动区三大块。

4.以学院为单位，一次性购买1000元以上者，有机会抽取代金卷200元，中奖率为6.6%。

**促销活动策划方案篇六**

主办：##酒##总代理

承办：##策划

策划组织：##策划

时间：20xx年12月20日至20xx年2月10日

地点：26家宾馆和餐饮场所(消费终端)

1) 活动期间在全城26家中高档宾馆和餐饮场所联合推出元旦春节\"##酒特卖及特惠酬宾活动\"为主要内容，外销买赠为主要形式，穿插免费品尝、有奖参与等形式。

2) 在活动期间购买不同系列##酒，均可享受买二赠一优惠，并赠送终生贵宾卡一张(在日后消费中可以销售8.5折优惠)。

3) 活动期间的所有奖品、场地及相关市政协调费用由主办方承担。

1) 制作专题广告带，门店及活动现场播放。

2) 播出时段：全天候播放/活动现场 。

3) 网络媒体互动推广(\"##传媒\"弹窗广告，参与有奖)。

4) 市区内重要口岸6个月户外布幅形象宣传。

1)推出dm\"##酒\"火爆特卖专版广告，展现##酒的内在品质和全新形象，并将##酒连续的活动与促销安排详尽告之。

2) dm需体现##酒--五粮液系列精品中高档白酒全新形象(品质、实惠)的策略发行一万份进行广泛宣传 (印刷精美，纸张不小于128g铜版纸，可以用于终端卖场的张贴宣传) 。

1)卖场内外整体气氛布置，渲染特惠火爆的购物氛围 (彩虹门、横幅等)。

2)挂大量横幅和竖幅;设置一套音响和彩电，循环播放宣传专题片，营造卖场气氛;促销小姐在活动现场介绍##酒系列产品，并负责活动咨询和现场产品推销。

买赠促销

1、在活动期间任意活动场所开展\"##酒\"免费品尝活动。

2、凡活动期间购买\"##酒\"系列白酒的客户，均可享受买\"二赠一\"优惠。

3、凡活动期间购买\"##酒\"超过200元的客户，均可获得广元总代理统一印制的终身贵宾卡一张(在除举办促销活动之外的任意时候，购买本公司的##酒系列产品，均可享受8.5折优惠)，同时可参与20xx年2月10日下午3:00-4:00广元总代理在门市部举行的抽奖活动。

4、 奖项设置：一等奖1名(获名牌摄像头手机一部) 二等奖2名(获名牌1p 空调一台) 三等奖3名(获\"##酒\"两瓶) 幸运奖10名 (获特色礼品一个)。抽奖活动必须在客观公正的情况下在抽奖现场当众凭票抽出，中奖即刻送出奖品。

**促销活动策划方案篇七**

试用多彩业务，沟通从心开始

1、全球通品牌大汇展

以统一形式对各品牌进行全方位展示和介绍，视觉设计上形成系列化，主题鲜明，优势突出(内容可包括当前的优惠措施)应用“顺口溜”做系列主题展示。

多彩数据业务的现场演示、试用。

2、“个性化配餐咨询服务区”

目前的众多资费套餐，加之各种各样的临时优惠，无不让消费者，尤其是潜在消费者产生模糊难以选择，该服务区可以根据消费者不同年龄阶层，不同的消费需要提供套餐选择咨询和参考，该服务区的潜在意义还在于：

(1)体现a市移动公司的个性化服务;

(2)由建议促成顾客产生购买

3、5.17真情馈赠(锁定2万潜在用户)

a、凡“5.17”生日的全球通签约用户予以一定话费或其他礼品的馈赠，以表a市移动公司对客户支持的谢意。

b、凡“5.17”入网满周年的全球通签约用户或新开户予以话费馈赠。

c、为巩固客户在网率，可采取“捆绑式”销售策略。例如：“5.17”生日的新开户可获赠240元话费，该话费分12个月划扣，即每月获赠20元。或新增某式套餐。新开户预存话费一定额，即可享受某项特殊服务。预存的话费额同样分12个月划扣。

5.17真情馈赠评估：

4、电台专题节目互动参与

(是活动也是宣传，低端市场一种较好的媒体)开展一至二周的电台专题节目，开设热线有奖游戏或问答，内容主要为5.17活动信息的传播、全球通业务品牌的推介、最新优惠信息等…(最好将获奖者领取奖品锁定为5.17活动当日地点或各服务厅)，奖品可提供充值卡或优惠开户、免费赠送神州行或动感地带sim卡等。

5、“一分钱慈善拍卖”

其中包括“新sf卡”靓号拍卖，彩信手机拍卖,拍卖所得捐献给a市慈善基金会,以往的竟价拍卖，起价有一元的，但“一分钱”的拍卖可能会让人有新感觉。广告口号:“一分钱一份爱心”。

6、“彩信”摄影大赛、“彩信”精彩人物show

设置专用邮箱，参赛者可通过“彩信”手机拍摄的.照片发送到指定邮箱并公布，由读者点击或观众公开评定,“彩信”人物show则除了在彩信手机上摄之外，还可由“彩信”模仿手机上拍摄参赛，彩信摄影大赛评选所有优秀作品“精彩人物show”则专门评选彩信拍摄的精彩人物镜头。

7、推出应时礼品

8、其他优惠措施

——主要目的在于刺激低端潜在用户的入网

——应对“小灵通”及联通低端品牌的促销对策：强调网络信号好等质量、性价比：“一分钱一分货”

——(其他优惠措施由贵公司另行制定，最好具有捆绑性……)

9、“为了全人类沟通”——精彩路演

上述种种无不为了人类的沟通，至少为了促成a市大众更轻松进入无限沟通的境界，精彩的路演将群众(目标受众)汇聚起来，为移动通信与受众的“沟通”架起桥梁。

延续精彩、巡回路演：众电信运营商都占据了a市中心城区，而属下各镇区都被忽略，“为了全人类的沟通”应该是无所不在的，同时也是我们抢占周边市场的好机会，将精彩延续到属下各主要镇区，相信会带来不错的效益。

延续精彩、巡回演出活动排期表(略)

10、“沟通无界限，服务零距离”

将活动的信息尤其是优惠措施，做到每一个角落。连接到a市的每一个自建服务厅，以及各联营店、加盟店，让消费者到处都可感受到“为了全人类沟通”——a市移动公司贴心关怀的气息。

**促销活动策划方案篇八**

一、活动背景

其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评.从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业.现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下：

二、活动目的：

1.基本目标：为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客.扩散商场知名度树立良好的企业形象.

3.营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润.

3.长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一.

三、目前营销状况：

1.市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者.

2.产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全.

3.宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大.

四、swot问题分析：

优势：沃尔玛具有很强的规模效应.在一定程度上具有很大的竞争力.而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营销具有特色培训体系健全化等显著特点.

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多.

机会：目前零售业的.发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮.

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多.

五、价格策略：

1.以成本为基础以同类产品价格为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品.

2.给予适当数量折扣鼓励多购.

六、促销策略：

1.综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得最佳的经济效益.

2.保持本土化经营.

七、广告宣传：

1.“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客沃尔玛在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售.

2.并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“天天低价”原则.

3.在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价.

4.注重卖点的广告宣传即pop广告.

八、公共关系：

1.建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系.

2.企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转.

3.设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系.

4.赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象.

5.邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式.

九：营业推广：

1.实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务.

2.对消费者促销：赠送样品减价推销.

3.把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额.

一、期限

自x年x月x日起至x年x月x日止，为期3个月。

二、目标

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销x公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

三、目的

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购x产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a、b、c三地举行，借此活动将x进口家电，重点引向x国市场。

四、对象

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买x公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1.性能诉求：

真正世界第一!

x家电!

2.s.p.诉求：

买x产品，现在买!

赶上年货接力大搬家!

五、广告表现

(一)为配合年度公司“x家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以x公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15〃广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

六、举办“经销商说明会”

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

七、广告活动内容

(一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1.圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。

2.圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻;交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在x国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1.“接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名，b地150名，c地150名，如下表：

表5-4“接力大搬家”幸运奖地域分布

区别 次别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合计200名150名150名

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3)每户10分钟，以接力方式进行。

2.“猜猜看”活动奖额

(1)完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2)附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠x品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四)活动内容说明

1.收件期间：自x年x月x日至x年x月x日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于x月x日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15〃cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

**促销活动策划方案篇九**

随着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。眼下虽然几家休闲服的产品结构虽然类同，但是依旧是老品牌占上风。原因是它们的市场积累丰厚。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。因此我们开展了服装促销活动。

一、活动目的

充分展示\_\_服装独特的个性魅力。提高\_\_服装的美誉度。以\_\_服装专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。促进\_\_服装在市场的发展。提高营业额，增加社会效益，增强公司全体员工的凝聚力。

二、活动主题

火红促销别样天。

三、活动口号

活动口号：你火了吗?即消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标;消费者应该选择新的品牌消费，该换换口味了;让充分展现消费者个性化消费。体现\_\_服装在不断的完善自己。

四、活动地点

所有\_\_服装专卖店。

五、活动时间

20xx年x月x日至20xx年x月x日。

六、活动内容

针对文化衫进行捆绑销售，设计活动包装。所有重点活动区域都进行立体包装。利用\_\_元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

七、广告策略

由于本次活动属于常规策略活动，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。

八、综合评述

眼下\_\_市场，已经硝烟四起，可以预计这次价格战将还会延续下去。如果是这种情况，其实将对\_\_服装有利，因为这样使\_\_服装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\_\_服装必须早做打算，稳步前进。活动的开展一定要有系统性和规范性。

**促销活动策划方案篇十**

为抓住国庆7天大假的有利时机，以有力度的促销活动来带动客流量，扩大富成百货的知名度及市场占有率，使的旺季销售有一个好的.开始，也为全年任务的完成奠定基础，特制定如下计划。

精彩华诞，举国同庆

9月31日—10月7日(据报纸消息，可能黄金周放假有所变动，因此，活动时间根据情况可能随时调整)

在10.1-5日，凡在我商场二楼次性购物满38元，或是在一三四楼一次性购物满58元，即可凭购物小票参加国庆刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，便可获得对应奖品：

一等奖：29英寸康佳纯平彩电一台;

二等奖：澳柯玛洗衣机一台

三等奖：电饭锅一台;

参与奖：洗衣粉一袋或是醋一瓶。

100%中奖!

国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖!

曾经，因为那次的怦然心动，如今，我要对你实现我的承诺，那就是，给我一个机会，让我一生一世对你好!亲爱的，我们结婚吧!让锦上花和紫梦为我们共同见证，天长地久，此情不渝!

凡是在黄金周期间结婚的新人，且在我商场一次性购物满500元以上，即可获赠x县紫梦婚纱摄影名店提供的20寸免费艺术照一张。

凡在10.6-7日在我商场二楼一次性购物满48元，或是在一三四楼一次性购物满88元的顾客朋友，凭小票即可到服务台领取洗洁精一瓶。(小票不拆分不累计，每张小票限领一个单品)

**促销活动策划方案篇十一**

九月是个缤纷的季节，大朋友小朋友都要面临开学季;中秋节和教师节也扎堆在了九月;趁着这个热闹的月份，快乐星为各位热爱西式快餐的小伙伴们准备了一系列的\'优惠活动，除了美食，还有各式适合学霸使用的礼品，快来门店吃汉堡，拿礼品吧!

1.活动阐述：

九月，恰逢开学、教师节、中秋节相聚。就三个关键消费节点，发布学霸征集令，摒弃短期活动只能吸引一时的缺点，分阶段发布连续活动，并用整套礼品伴随整月活动。

2.活动亮点：

分阶段活动(按时间顺序，开学、中秋、教师节)+递增式礼品(文件夹、文件袋、笔记本)

3.目的达成步骤：

消费者在重复或在一定的时间内多次数次光顾快乐星之后，才得到收集成套的学霸礼品，获得此商品成套促销品并达到一定数量后，则可兑换超值礼品。由于其形式的连续性和行为的重复性的价值积累，促销时间较长，且消费者必须买够一定限额的商品才符合兑换赠送品的条件，一旦积累完成，可以立即获得不同于其他消费者的区别回报，因此有利于再度巩固忠诚度。

4.时间规划：

5.渐进式活动思路

step1、创意主题&礼品吸引眼球

step2、分阶段、价值递增式礼品赠送，激发持续消费

step3、成套礼品搜集，吸引重复光顾

step4、礼品搜集目标达成再送赠品，让消费者获得差别回报，巩固消费习惯。

step5、长时间促销有礼，养成消费者持续光顾习惯，大大增强忠诚度，减少顾客流失。

6.活动目的达成方式：

活动主题：学霸征集令，九月礼不停!

活动1：豪礼开学季——8月25-8月31号

礼品：初级学霸文件夹

进店任意消费加38元即可加2元换购新品芒果冰沙一杯。

开学套餐：快乐鸡腿堡+香辣鸡翅+薯条(小)+可乐(小)仅需套餐价格88.88元(自行填写)，即送学霸文件夹一个。

花淇淋特价每份只需88.88元!

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动2：中秋惠团圆——9月1号-9月8号

礼品：中级学霸文件袋

惠团圆：全家桶套餐特价88.88元。

除全家桶，中秋当天进店消费全场8折

身份证尾号为8、1、5的人可免费领取甜筒一个

**促销活动策划方案篇十二**

为了促进该大酒店五一期间的消费，我们对酒店现有消费群体和涉县地区大众消费形式进行了分析，通过分析发现：酒店现有消费群体基本为团体、商务和公款消费，而该部分消费者五一期间基本放假休息，若不能有效拉动涉县大众消费群体来酒店消费，酒店五一期间消费状况将不容乐观。但涉县其他消费行业继春节之后在五一前后将会出现前半年的消费高潮，这些行业包括：电信、家电、婚纱摄影、家具、珠宝、手机通讯、保险等大众消费行业。而这些行业中的中高端消费群体也正是酒店的目标消费群体。

酒店成立一年来，基本未对该地区中高端大众消费群进行过有效的营销宣传。如果针对这类消费群去做广告宣传，则存在受众群体分散，宣传范围广，宣传工程复杂，宣传成本过高等问题。但该地区内已成熟的许多大众消费行业中，已经拥有自己的销售网络和一大批固定中高端顾客。如何能利用这些大众消费行业的销售网络、销售信誉以及中高端客户资源，来提升xxxx大酒店自身的品牌形象以及销售业绩，在五一黄金周和今后成功地拉动该地区中高端大众消费层到xxxx大酒店来消费;同时借此机会，实现该酒店与其他消费行业强强联手，共同打造中高端消费市场;也为进一步确立xxxx大酒店在涉县引领中高端消费的市场地位奠定基础，是本策划案的关键和目的所在。

为了建造该地区中高端消费群体的商圈，实现xxxx大酒店拉动该地区中高端散客消费群到酒店消费的目的，本策划案主要从以下几个方面考虑：

(一)借势营销

《兵法》有云：“善战者，求之于势，不责于人，故能择人而势。”

借势就是随时关注和把握身边的资源和事件，从中联系产品和企业，及时发掘和发现提升产品和品牌的每一次机遇，及时抓住与我有用的机遇，借“势”而上，达到推广产品和提升企业的目的。本案主要借两方面的势：

一是借商家之势。即借该地区已成熟的一些消费行业中优秀商家的势，来更直接，更有针对性地面对该地区中高端消费者进行营销宣传。利用这些优秀商家在市场上已树立的品牌形象、消费信誉和固定客户群，直接提高xxxx大酒店在该地区中高端消费群心目中的地位。

二是借五一之势。即在借助其他行业优秀商家之势的同时，还要借助五一消费黄金周的大势。虽然五一消费黄金周对该地区酒店业并非真正的黄金周，但是对其它消费行业可谓是真正的消费黄金周。我们要借助这个消费黄金周的消费之势来吸引更多的消费者到xxxx来消费，同时借此机会宣传xxxx。

(二)引导消费

五一消费黄金周里，人们有着大量的消费需求，如：家电、婚纱摄影、家具、珠宝业等等，如果在xxxx大酒店消费后，可以同时得到在这些行业的优秀商家给与的在市场上无法得到的折扣优惠，那么，就有很大的可能拉动这部分消费者到酒店来消费。

(三)满足消费

五一黄金周里，顾客来xxxx大酒店消费，不仅可以享受到酒店促销活动的各种优惠，同时，还能得到该地区其它消费行业里优秀商家推出的优惠活动和消费折扣。让顾客有一种“来xxxx消费能享受多家优惠”的实惠感。

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