# 最新大型商场活动策划方案(模板12篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-05-30

*无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。大型...*

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

**大型商场活动策划方案篇一**

(1)、报纸广告设计和诉求内容：xx-成都最适合比价的商场、11月5-6日买3000返1600、公司网站网址(更多产品和活动细则)

(3)、公司外网展示，以报纸、百度关键词推广、小区推广为手段，以网站为内容平台，假如11月15日前，可以审批此方案，计划用10天时间完成，25日-30日组织并培训各品牌，各自上传产品资料和品牌宣传资料;特别提示：鉴于现有商场网址不具备便于顾客记忆，计划18日前，即开始新网址的`域名申请工作，以保证同步进行，建议交给叁度公司()来运作。

(4)、居周刊版面设计，内容与报纸相同

分投入规划和使用规划两个部分

使用规划：

2、实际广告投入=公司投入+商户投入=xx万

报纸：

百度关键词推广：

百度网盟推广：

居周刊：

网站建设费用：

小区推广费用：

具体细节安排待初步方案通过后，将对每个媒体的具体尺寸、价格作出规划，也可能还会做一些局部调整，网络推广部分由叁度公司()负责运作。

2、公司外网开发的内容：公司活动介绍管理、商户资料上传管理、品牌介绍推广的皮肤模板的制作、网站美工设计等几个板块，由于留给叁度公司()的开发时间只有8天左右，又需要较强的美工规划能力，所以批复时间务必在15日前。如果本次不能使用网站作为活动内容承载工具，报纸广告的设计海报的设计版式将产生巨大的差别，同时网络推广相关计划只能放弃。

4、报版设计和海报设计，由于现在设计人员很难及时到位，希望公司今后在印刷方面，能给予新选的广告公司一些合作机会，以此为条件，尽量说服本次为公司做宣传手册的公司，为我们提供几款设计方案。

2、配合叁度公司尽快确定网站的设计、板块规划、功能测试等工作，争取25日能保证新网站上线。

3、请人事部配合，完成小区推广人员的培训内容设计、推广路线安排、监督人员安排

4、策划目标分解后，请营运中心配合、完成对商户的广告征集工作

6、拿出本次概念规划的广告文案、配合广告公司或公司美工完成设计工作

7、尽快拿出商户活动征集方案，安排好广告征集的活动说明会

8、请人力部配合，安排好对导购人员开展的新网站功能学习会

2、商户广告征集，以各种广告位或展示位的优先使用权为基础，计划10-15万，按策划部1-2万、招商部3-4万、金沙店4-5万、玉龙店2-4万，下限为10-上限为15。

**大型商场活动策划方案篇二**

20xx年x月29日

2、促销重点是服装和家电，两者是顾客在元旦期间购买较多的商品，也是商家的销售利润的主要来源。

3、元旦是新的一年的开始，为了感谢会员顾客在过去一年中的长期回顾和新的一年中的继续光临，可以开展会员特别促销活动。

4、元旦前后也是婚庆消费高潮，对此可以展开相应的促销活动。

特别企划活动内容：

20xx=20xx+15

购物满20xx元，再花15元钱可买电饭煲，电话机、煤气灶、录音机等价值二、三百元的商品。

操作说明：

xx2元可选择物品应丰富多样，给顾客更大的挑选余地xx商品平均价值各商场超市可根据自身实力定出标准，但最好是具有广泛吸引力，跟正常价格相比差距十分明显，能引起轰动效应的商品。比如vcd、电饭堡、煤气灶、录音机等价值在二、三百元的商品。

凡进商场超市购物的顾客，凭购物小票可领取玫瑰一支，共20xx支，赠完为止。

操作说明：

xx此活动也可以采取顾客来就送的方式，无论是否购物，均赠送玫瑰一支，但要重点注意防止造成拥挤哄抢现象。

xx活动时间可以为1——2天，具体视商家实力和第一天赠送效果而定。赠送时间按营业时间开始。

在新的一年里，人们往往会喜欢添置一些花草植物等观赏性物品。在商场门口举办不同种类花草植物的展览，并配以文字说明和讲解员现场介绍解释，必定会吸引一大批人观看；同时也可以组织一批花草植物进行现场销售。

活动地点：门前广场或中央大厅

操作说明：

1、活动以展览为主，销售为副。展览在一定程度上是提高商场的品位，在给消费者提供一个观赏的机会的同时，也是引导消费者趣味，并传达一定知识的活动。

2、展览内容：除了花草植物，也可以展出金鱼等。在操作上，展出花草相对来说更方便容易一点，搬运和摆放上不必花太多心思。

3、展出所需要的花草植物可以联系植物园或花鸟市场等单位协助。

活动方式：挑战体力和速度比赛，在现场设立跑步机，比谁在跑步机上一分钟内能跑出多少路程，按比赛成绩设立奖项和奖品。

奖项设置：

一等奖1名运动鞋价值300元左右；

二等奖2名运动鞋价值200元左右；

三等奖5名运动鞋、羽毛球拍、乒乓球拍等价值100元左右。

操作说明

xx报名方式：采取前期报名和现场报名两种形式，前期报名是20xx年x月25日——31日，在商场门口贴出报名启事，到商场企划部报名。报名不受条件限制。报名人数约30——50人左右。

xx为加快比赛进度，可以设立2——3台跑步机。

xx活动地点：门前广场

活动方式：开辟义卖专区，每卖出一样东西，商场就捐助一元钱。

义卖商品：背包、玩具、书籍等价值10——100元的商品

操作说明：

xx元旦是新的一年的开始，良好的开端是成功的一半，在新年的开端举行义卖活动有利于大大提升商场的良好形象。

xx商场捐助方式：可以是卖出一样商品捐助一元钱的方式，也可以是义卖所得全部销售额的百分比提成；同时，也可以在一旁设立捐助箱，让顾客自行捐助。

xx邀请公证人员现场公证。

xx联合希望工程有关部门联合举行，也可以与希望小学结成对子，形成长期帮助关系。

xx邀请有关新闻媒体到场采访。

活动时间：20xx年x月20日——20xx月1月10日，时间为20天

旧的一年过去了，新的一年又来临了，为了感谢会员顾客在过去一年中的长期回顾和新的一年中的继续光临，特开展会员特别促销活动。

1。会员大抽奖或积点兑奖活动。

2。会员特价商品：列出一些只有会员才能享受特价的商品，商品涵盖面可以广一点，包括不同部门类商品，并用现场pop海报标明是会员特价。

3。开展新卡换旧卡活动和优惠。

**大型商场活动策划方案篇三**

活动方案具有很高的技术含量，一个成功的活动方案不仅要求写作者掌握熟练的文字技巧，同时也要对活动的创意和执行有相当的经验。不妨看看相关内容！

一、活动主题

相濡以沫，最爱七夕

二、活动时间

8月10日——8月20日

三、策划主旨

1、七夕节要区别情人节，从传播的口径到活动的组织，落脚于夫妻间的情份。

2、整个策划的主题围绕“情感、爱、家庭”，实现活动与营销活动的融合。

四、活动内容

1、相濡以沫，最爱七夕——“我与我的爱人”大型征集活动(8月10日——8月17日)

还记得您们的第一张合影照片么?还记得你们面对亲朋好友时许下的`诺言么?xxx“我与我的爱人”大型征集活动拉开帷幕，即日起征集最早的结婚照片、最早的婚礼诺言……，活动结束后，按照照片拍摄日期，结婚时间早晚排定。

最早的结婚照片5张，每张照片的主人奖励xxx价值200元的精美礼品;

最早的婚礼诺言5个，每个诺言的主人奖励xxx价值200元的精美礼品。

照片(征集完成后，做成展架，照片原稿将返还本人)/诺言由顾客手写，签名，制作成展架放置在中兴广场活动现场展示。

负责人：

2、相濡以沫，最爱七夕——xxx步行街穿着类现价基础上限时77折。(8月18日——20日，限时折扣，现场广播公布)

步行街负责谈判，执行。

对接人：

3、相濡以沫，最爱七夕——xxx大型文艺演出，精彩现场活动。

8月17日——19日，xxx六合广场婚礼秀;

8月17日——19日，xxx中兴广场婚纱秀;

8月12日，8月19日，xxx中兴广场鸢都流韵——世纪泰华文化年系列活动;

负责人：

4、相濡以沫，最爱七夕——万千纸鹤表真心

工作人员的指引下，自己折叠千纸鹤，表示对爱情和幸福生活的祈祷，最后统一悬挂在步行街——中兴广场的范围。

8月7日下午开始下发通知，要求步行街员工先行折叠千纸鹤，

负责人：

第一阶段：报名阶段8月10日到8月26日

有意向的人员可以到xxx总服务台、世纪泰华广场总服务台、赛诺超市服务台报名;

第二阶段：相亲阶段

9月2日，在xxx举行大型的乡亲大会，由公司人员将报名人员名单进行制作。

负责人：

6.相濡以沫，最爱七夕——拿什么送给我的爱人!

8月17-8月20日，在xxx购物满100元，送潍坊著名花店—芝兰花府特别优惠卡一张。共计1000张，送完为止，同时享受免费送花到家的特别企划服务。

负责人：

7.相濡以沫，最爱七夕——夫妻恩爱大比拼活动(8月18日晚19：00)

夫妻恩爱大比拼，七夕晚会，中兴广场举行：提前通过媒体发布，邀请10对顾客，参加夫妻恩爱大比拼活动，比默契，比才艺，比手艺。

**大型商场活动策划方案篇四**

将迎来xx年感恩节，也将迎来本商城第四个感恩日。四年来，本商城心怀感恩，一直以最真诚的活动回报广大顾客。值此感恩节到来之际，本商城将进一步加大活动力度，送上7天大感恩精彩促销活动，以此感谢沈城市民对本商城的支持和鼓励，并为广大顾客准备了精美的感恩卡等礼品，为父亲、母亲、妻子、丈夫、孩子、朋友等献上一份感恩的心!

11月17日-11月23日

11月17日，早6：0021：00

11月18日22日，9：3021：00

11月23日，9：3024：00

11月23日，全球感恩节，本商城感恩日

4年情，7天大感恩，7天感恩日，7天感恩价，7天感恩礼

活动一：1000万卡，感恩大放送，3人即有1人中感恩卡

11月17日-23日期间，本商城准备了价值1000万元的\'感恩大礼感恩卡，凡顾客在本商城现金累计购物满300元，部分商品满500元，大家电、电脑、手机、黄金、铂金等商品满1000元(餐饮、娱乐、明示商品及特殊部位除外)，即可抽取刮刮卡一张，可中得100元的感恩卡一张或精美感恩礼一份(四季彩骨质瓷螺口杯或餐饮娱乐卡任选其一)，百分百中奖。满300参加活动的商品与满500参加活动和满1000参加活动的商品，不相互累计赠卡。

感恩卡六大优势，无法阻挡

时效性可长期使用，不受活动时间限制;

更经济每分钱都能有效利用，余额不浪费;

一卡通吃喝玩购一卡通行，真正的全场通用，使用无障碍;

真实惠能积分，可循环参加促销活动;

好便捷面值多样，任您选择，携带方便、安全;

走四方百货集团麾下八大连锁商场均可使用;

活动二：7天大感恩，全场名品5折起

活动期间各大楼层纷纷推出名品打折让利活动，同时为顾客献上感恩大礼：

家居生活馆：多样屋送好礼，全场8折，三重感恩礼，超级大放送;

乐扣乐扣全场7.5折;凌丰全场8折。

时尚流行馆：皮具商场七大品牌限时七天，全场5-6折;

伊人明星会(兰蔻、碧欧泉、伊莉莎白、雅顿等国际护肤品及cd等知名香水)持明星会会员卡可享受7-9.5折优惠，明星会会员卡有积分的顾客免费送30元小香水一瓶;化妆商场玉兰油、欧珀莱、欧莱雅等品牌及名表商场购物送好礼。

棉毛商场：“顺时针”品牌十年大感恩，买内衣，中钻戒购物单张小票满100元即得刮刮卡1张，有幸获得价值4999元品牌白金钻戒，感恩7天每天1枚。

鞋城：百丽5折;森达5-5.5折;百思图6折;接吻猫6折;哈森5折;

路伴秋冬新款7.5折，再送感恩大礼，限时7折;

儿童天地：玩具城全场7-8折;儿童棉靴棉鞋大感恩4-7.5折

抱被、睡袋感恩大展销5-7折;孕装感恩大行动，孕服全场7.5折

羽绒世界：雅鹿/自由自在品牌感恩热卖周

11月18日-19日，06冬季新款全场5.5折，06反季新款全场6.5折

11月17日、20日23日，06冬季新款全场6.8折，06反季新款全场7.5折

活动期间购买雅鹿、自由自在羽绒服，赠送陈坤cd光盘一张;

其他各大品牌6.88折;

**大型商场活动策划方案篇五**

促销活动这类线下活动还有一个活动前的很重要的一个环节是模拟演示，一般用于一个极具创意性活动。下面是有大型商场活动

策划方案

，欢迎参阅。

今年9月25日是中秋节，距离10月1日仅仅5天，又值9月28日某商场八一店五周年店庆，这种扎堆效应，潜在消费群体相对于单个节日来说要多很多，同时为了应对某某10周年大庆，提前引爆并释放消费高潮，因此对于我们来说，这是一次很好的提高门店销售额、提升某商场品牌形象和应对某某20xx年大庆的好机会。

此次促销，应该做到参与促销的商品面广、数量多，力度大，利用节日的双重性，促进商品的连带销售。

具体内容如下：

一、活动时间：9月21日(周五)——10月7日(周日)

二、活动主题：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

三、活动范围：某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店

四、活动内容：

1.中秋活动：【超市中秋档期dm海报9月5日—25日同步跟进】

华信店中秋同步跟进

2.活动主题：月饼+红酒某商场携您度中秋

(黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动)

3.活动时间：9月21日(周五)——9月25日(周二)

4.活动简述：因为商场现有品牌自行举行的折扣，某商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色。)

5.活动内容：

在所有品牌现有折扣上当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。(单独包装，价值约8元)

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。(价值约40元)

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。(价值约80元)

各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

“月圆中秋，情浓某商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

五、国庆节、某商场八一店五周年店庆：

1.活动时间：9月28日(周五)——10月7日(周日)

2.活动范围：某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店及华信店

3.活动内容：

穿着类、床品、箱包新品7折起

活动期间，凡单店当日购买穿着类、床品、箱包商品新品7折起，原上参加品牌范围要广，至少济南五店相同品牌要保证相同力度。(超市及特例品牌除外，活动期间，会员积分卡只积分不打折)

购物某商场，尽享意外惊喜—“国庆购物不花钱”

4.时间：20xx年10月1日—7日

凡当日单店购物满300元的顾客,可凭购物发票参加抽奖,有机会获得该票全额和半额消费返还。

5.操作细则：

各店设置一个抽奖箱,内有20个乒乓球(其中全额返还1个,半额返还2个，17个纪念奖，可选择超市商品)，工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“l”章，即时开奖。

国庆同欢乐，某商场送安康

此活动旨在通过购物加购的方式，经历过7.18暴雨事件后，人们在面对意外事故、灾难时候的无助和彷徨，更加突出了保险的重要性，拟通过购物赠送人身意外保险的方式，体现出某商场以人为本，关心顾客，为树立某商场关注顾客健康的形象，起到一定的积极作用。因国庆主题促销已经推出全场7折起，为控制成本，此活动采用加购的方式，作为主活动的附加活动，淡化商业气息，突出某商场送安康的营销思路，能引起顾客的关注。

活动期间，凡当日单店购物累计满1000元(含超市)的顾客，均可加一定金额的现金到各店总服务台办理“保险卡”一张，每日每店500个，保险卡设置为：

a系列：加5元赠送保额为220xx元的意外伤害保险(成本15元)。

b1系列：加10元赠送办理保额为63020元的意外伤害保险(成本30元)。

b2系列：加10元赠送办理保额为281000元的交通意外伤害保险(成本30元)。

c1系列：加20元赠送办理保额为155030元的意外伤害保险(成本50元)。

c2系列：加20元赠送办理保额为540000元的交通意外伤害保险(成本50元)。

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.

2.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.

十、物流配送：在物流管理上采用配送中心在营业区域内最合适的地点保障促销期间商品的正常运转.

十一、策划方案各项费用预算：

促销总费用：

广告费用：

营业打折费用：

十二、分析预测：

感想

通过沃尔玛的促销

策划书

我们可以清楚的发现他的策划书写得非常好一般的策划书步骤是背景、目的、内容、时间、地点、名称、开展的方式、宣传方式、费用的预算、效果的评估.而沃尔玛的促销策划书都体现了这些并且他还进行了swot的分析不仅分析了自己的优势、劣势、机会和威胁还进行价格的策略和广告的宣传.也分析了市场的状况.可以说是一份比较成功的策划书但并没有写搞促销的时间和地点也没有预算各项促销活动所需要的费用还有是那些人来组织这项活动也没有写清楚只是从内容上来写.这时我从沃尔玛的促销策划书上看到的.

一个企业要让自己的活动变得很成功要有一份较清晰的策划书才能让吸引顾客的眼光才能提高企业的形象和市场占有力由此来获取更多的利润.并且从这篇策划书中使我了解到怎样写策划书以前自己只是从书本上来知道策划书要从这几方面来写但根本没有亲身写过从这里我才终于了解到写策划书已不是象我想像的那么好写我已学会了写策划书.而策划书对一个企业也是非常重要的企业活动的成功与否在于策划书写得好与否.

万圣节活动策划方案——活动背景

万圣节是西方人的三大节日之一，也是俗称的西洋鬼节，依照西方人的传统，不少孩子喜欢把番瓜挖空，做成「杰克灯笼」，这个习俗是源自于爱尔兰的民间传说。

目前，百货业市场，各百货、购物中心的购物节、周年庆、活动已进入起跑状态，大家都试图通过各种活动提升各自的品牌形象和商品销售。

万圣节活动策划方案——活动主题

找个理由乐乐——疯狂万圣节搞怪大行动

万圣节活动策划方案——活动时间

10月28日——10月31日

万圣节活动策划方案——活动内容

万圣节活动策划方案活动一：

主题：找个理由乐乐 感受疯狂万圣节

时间：xx年10月28日—10月31日晚间：18：00至闭店

内容：活动期间，当日单张小票累计购物满300元以上即送万圣节鬼鬼礼品一份(价值30元万圣节礼品);当日单张小票累计购物满500元以上即送万圣节特级礼品一份(价值50元万圣节礼品)，每张单张小票限送一份。

分工：

1、企划部：负责整体活动的广告宣导、活动的协调执行与监督;

2、总务课：负责采购万圣节礼品各100个交给企划部(礼品可为：羽毛鬼面具、鬼蜘蛛)

3、财务股：活动期间，向收银员传达活动内容，监督收银员掌握活动内容并及时向顾客介绍活动信息。

5、各楼层：向营业员传达活动细则，并及时检查，确保向顾各正确的传达活动内容。

**大型商场活动策划方案篇六**

在119即将来临之际，商场特意举行消防演习活动，进行消防安全知识教育。

为了在遇到紧急情况时，能正确进行处理，特制定此方案。

适用购物中心应急疏散或演练活动。

3.1. 接警处理阶段

3.1.1. 中控室收到来自员工报警或消防控制中心的报警电话，立即通知该楼层现场管理员前往报警点，予以确认，火势情况，燃烧物质(如误报查清原因，登记备案，报中控系统恢复)，并迅速反馈信息，以备确定报警。

3.1.2. 消防控制室报主控室，发布第一遍火警预警信号(警铃鸣响一分钟)通知各部门进入准备及检查状态，各部门消防小组长至现场部集合接受指令(2分钟内到达)。

3.1.3.总经理、现场部经理、总务部经理立即到火警区域检查了解情况，并视火情决定是否拨打119报警，是否进行楼层人员疏散。

3.1.4.火警楼层的全体管理人员立即到达各自区域，进行人员及财务疏散的准备工作，各部门经理检查。

3.2.组织成立阶段

3.2.1.消防委员会成员到中控室集合成立救灾指挥中心。

3.2.2.各部门经理接到火警确认电话后，立即通知各部门消防小组长到指定地点，集合义务消防人员立即从就近出口到达中控室待命。

3.2.3.现场部立即召集现场部义务消防人员及各部门消防小组长，迅速成立灭火组、救护组、疏散组、通讯组。

3.3.火灾区域救援

3.3.1.义务消防队员着战斗服从(通道、内场、消防梯)前往着火楼层进行火灾扑救(使用1211灭火器，消防水喉、消防水带)。

3.3.2.救护组携带担架和应急救生药箱到着火现场对烧伤人员紧急救护，将伤员抬到安全地带。

3.3.3.疏散组将火灾现场的员工及顾客就近从各安全出口疏散出去，护送收银员将钱款送返财务部，对火灾现场的物资进行抢运转移。

3.3.4.通讯组随时传达指挥部指令，确保通讯畅通。

3.3.5.救灾指挥中心派专人至1楼门外，等候消防车到来。

3.4.全体人员疏散

3.4.1.由总经理决定是否进行全体人员的疏散，通讯人员负责疏散指令的传达。

3.4.2.中控室接到疏散指令后联系主控室发出火警疏散信号、广播，并做好记录。

3.4.3.各部门经理接到疏散指令后，安排各区域主管带领人员就近迅速有序向一楼外围撤离。

3.4.4.各部门人员到达一楼外围广场后，按部门集合并清点人数及物资。

3.4.4.1.财务部

接到火警警报后继续工作，提高警惕，并立即做好如下准备工作：

a.收藏好所有的重要文件及现钞、支票、印鉴章等

b.切断各种电器电源，电脑内主要信息立即存盘后由操作者携带

c.密切注意收听疏散指令，并立即电话通知各收银台做好准备工作

d.财务总监负责落实上述工作的实施

e.以上工作完成15分钟

3.4.4.2.信息部

接到火警报警后继续工作，提高警惕，并立即做如下准备工作：

a.收藏好所有的主要文件

b.对重要的信息资料立即存盘由操作者随身携带

c.切断各种电器电源，密切注意收听疏散指令

d.信息部经理负责落实上述工作实施

e.以上工作完成15分钟(30分钟)

3.4.4.3.营销部及后台各部

接到火警警报后继续工作，提高警惕，并立即做如下准备工作：

a.各部管理人员立即前往各自区域，检查疏散准备工作

b.切断各种电器电源，收藏好钱款和贵重物品

c.将重要帐册电脑软盘进行整理，随身携带

d.密切注意收听疏散撤离指令

e.以上工作完成15分钟

3.4.4.4.总务部(管理处)

接到火警警报后，立即与物业公司联系或立即安排人员：

a.切断新风系统电源

b.切断煤气总开关

c.切断着火层电源

d.启动所有排烟系统风机

e.其他人员至总指挥部门口集合待命

f.如果电梯中的乘客被困，立即派人前往电梯机房协助解决救乘客

g.完成上述任务指令后，应立即向火场指挥部报告

h.以上工作完成时间为15分钟

3.5.火警疏散阶段：

3.5.1.财务部

接到火警疏散信号后：

a.关闭所有电器，电脑内资料存盘后，随身携带

b.保管好所有重要文件、现钞、支票、印鉴等

c.库管人员锁好门窗，携带好库存帐目

d.由办公区域消防通道安全出口撤离到1楼广场

e.到达集合地点后，立即清点本部人员，报总指挥部

3.5.2.信息部

接到火警疏散信号后：

a.关闭所有电器开关，电脑资料由操作者随身携带

b.关好各机房的门窗

c.由办公区域至消防通道安全出口撤离到1楼广场

d.到达集合地点后，立即清点本部人员，报总指挥部

3.5.3.营销部及后台各部

接到火警疏散信号后：

a.首先对着火层的员工及顾客从就近安全通道进行疏散，其次是其他楼层

c.部门经理确认本楼层已无任何人员后，带领本楼层管理人员疏散到1楼集 合点

d.部门秘书携带当日各柜组员工考勤名单

e.到达疏散点后，对人员进行清点，报总指挥部

3.5.4.总务部(管理处)

接到火警疏散信号后，确认以下工作是否完成：

a.切断新风系统电源

b.切断着火层电源

c.切断煤气总开关

d.解救电梯中被困的顾客

e.启动所有排烟系统风机

f.有专人携带各机房钥匙前往集合地点完成上述工作后，向总指挥报告，并立即疏散到安全地点。

**大型商场活动策划方案篇七**

20\_\_年以来，随着信誉楼在零售业终端品牌运营的巨大成功，全市的百货流通业迅猛发展，大型商尝商场连锁、专卖店百花争艳般相继涌现。

20\_\_年底，开业后的运营状况，证明消费者对零售商的认知标准倾向于“诚信、服务和低价”，商场购物热潮日益高涨。

\_\_商场由小到大，是百姓“小本经营走向成功”的典范，在原商圈内有一定的影响力和较大的支持群体。\_\_开业是\_\_商场发展途中的一次跳跃，值此之际，借庆典活动不仅能进一步吸引消费者注意力，还将为树立\_\_形象，宣传\_\_经营理念奠定基础。

二、庆典活动内容

(1)剪彩。

(2)文艺演出。

(3)商场优惠酬宾。

(4)联合供货商开展促销活动

三、会场布置

1、商厦门前搭建6米×4.5米主席台一座，背景为3米高×6米长，台上铺红色地毯。

2、商场门口摆放拱门一座。

3、商场门廊、外墙等显眼处用小气球结装饰。

4、商场门前留有空地做燃放红鞭炮场地。

5、条幅、彩旗、pop、展牌等由商场自行安排布置。

6、建议：为达到庆典活动的预期目的，建议在商场门前设有各大品牌商品的或促销展台，以烘托庆典气氛。

四、开业庆典仪式(议程)

20\_\_年\_\_月\_\_日

(一)庆典开始。

(1)7：30前，完成现场布置，主席台穿插播放轻音乐或欢快喜庆的歌曲。

(2)8：30之前，剪彩服务、演职人员到位，并做好准备工作。

(3)9点(或9点半，或客户选定时点)文艺演出开始，目的是吸引人潮。

歌曲必选：《好日子》、《好运来》、《红红的日子》、《欢天喜地》、《恭喜发财》(男)等喜庆歌曲。

(二)剪彩仪式。

(4)\_\_点\_\_分(由客户决定剪彩开始)

主持人宣布剪彩仪式正式开始。文艺演出暂停，播放迎宾典，礼仪小姐引领来宾走上主席台。

(5)主持人(司仪)介绍贵宾，宣读祝贺单位名单。(注：主持人的主持词，提前一天根据实际安排撰写)。

(6)主持人：首先由\_\_商场老总致辞。

(7)主持人：请来宾代表致贺词。

(8)主持人：宣布由\_\_共同为\_\_商场开业剪彩;礼仪小姐携剪彩用品列队上台，嘉宾剪彩。剪彩同时放气球、鞭炮，播放进行曲或欢快乐曲。

(9)主持人：宣布\_\_商场开业剪彩仪式结束，演出继续进行，由民歌手演唱《好日子》歌曲。

(10)至\_\_点\_\_时，主持人：宣布\_\_商场开业仪式圆满结束，同时上午的文艺演出也告一段落，晚场演出将在\_\_点\_\_分开始(考虑开始时间7：30左右)。

注：演出过程中，为活跃现场气氛，可发放一些小礼品、纪念品。

(11)晚场文艺演出按计划进行。

五、备选项目

(1)来宾胸花、花篮等。

(2)舞台背景布(3米高，6米长)、彩旗、条幅、横幅。

(3)花篮\_\_个、炮车。

(4)空飘气球。

(5)或客户自提要求。

策划案说明：

(1)本策划案以“节俭”为原则，以效果未目标，但整场活动“精简而不失大气、节俭而不失档次”。费用控制在\_\_元，在此基础上可根据客户具体要求进行相应调整。

(2)庆典活动的主题、目的具体由客户决定。

(3)后续活动，可考虑从开业第二天与供货商联合进行促销演出，时间以晚7点—9点为宜。我们可设计方案，亦可协助联系相关厂家。策划案另行拟定，从客户成本考量，费用可控制在每场\_\_元。

**大型商场活动策划方案篇八**

1、提高卖场人气，达到活动期间销售额的大幅提高；

2、提高x珠宝品牌在当地知名度，达到抢占市场份额的目的；

3、塑造x珠宝的品牌形象和提高美誉度，达到长期销售的目的。

以“喜从天降”、“拍档射箭”、“婚礼进行时”、“数字柜台”等活动丰富国庆的文化生活，活跃市民文化氛围。

x月x日-x月x日（以国庆期间为重点）

活动一：“喜从天降”活动

3、气球中在空中爆出彩色花瓣和彩纸，装点活动气氛，观众从气球中取出中奖卡（每个气球都有奖），之后到x店的x专柜兑换奖品。

奖品设置：

每日x枚价值x元的女式手提包，法国香水，翡翠吊坠或手镯。

活动二：“拍挡射箭”活动

凡购买x珠宝专柜任一款首饰者即可参加“拍挡射箭”活动，活动现场布置如下图所示，操作方式为一男一女为一组拍档射箭，女握弓，男射箭，每日可分数组先后游戏（如顾客只有一个人购买则可以一个人独自射箭），每组共射10箭。

返利说明：

射中红心几次者即返还百分之几的现金，例如：某顾客购买x首饰3000元，参加射箭返还结果如下：

射中红心10次者即返还3000x10%=300元；

射中红心4次者即返还3000x4%=120元；

依次类推……

（注：本次活动首饰为亲情一口价，真情返利回馈消费者）

活动三：“婚礼进行时”抽奖

凡在x珠宝专柜购买首饰x元以上的新人凭购物发票即可参加“婚礼进行时”抽奖活动，本次抽奖活动的奖品是现场展示的流行婚纱和新娘中式礼服各一套，x月x日由参与活动新人现场抽取，后由中奖的幸运新人现场展示婚纱，扩大活动的宣传效果。

活动四：“数字柜台”促销

1、活动举办和宣传可联合商场一起举办和进行，但不能联合本商场的其他珠宝专柜一起进行（如本商场无其他珠宝专柜则更佳）。

2、在报纸、电视、广播等媒体详细介绍本次活动参与细则和奖励、奖品，提起消费者的参与热情；推荐的广告宣传媒介为当地日报或发行量的报纸上做广告及电视广告，电视广告以多个频道每晚黄金时段8：00-10：00在屏幕下方同时播发移动字幕的广告形式进行，详述活动细则，因为移动字幕的广告费比其他广告便宜且效果较好。

3、在店前做好活动宣传海报，在柜台安排咨询活动咨询员（如有条件可设立咨询电话）。

4、在活动前印制活动宣传单页在店前派发（有条件还可在人流汇集区及社区派发），扩大活动影响力和宣传力度。

5、后期印制50元或100元的现金优惠券，通过与其他强势非珠宝类品牌经销商（比如同商场的家电销售商）、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

6、宣传器材及内容：

（1）x展架

主题：x珠宝国庆“x珠宝国庆有礼”

内容：本次促销活动奖品设置、报名参与办法及x珠宝logo、咨询电 话等内容。

（2）宣传页dm：

主题：x珠宝国庆“三大活动三重惊喜”

内容：本次促销活动细则及奖品设置、报名参与办法（配“拍挡射箭”场地图片）、x珠宝logo、x珠宝专柜位置图、地址、电话等。

2、活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至x珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟商。

1、“喜从天降”活动奖品费用：x元；

2、“婚姻进行时”抽奖婚纱及礼服：x元；

3、易拉宝：x元，pop：x元，条幅：x元；

4、宣传页（dm）：x元；

5、总计：x元。

（广告宣传费要根据当地媒体实际情况来定，故现暂不作预算）。

**大型商场活动策划方案篇九**

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xx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。

国庆佳节，相约xx，惊喜不断

负一层超市、一楼洗化超市特价时间：x1日-7日

二楼以上穿戴类商品打折时间：x月x日-x日

活动总负责：xxx

执行负责：xxx

1、超市抢购风

负责人：xxx

每天推出10余种超低价商品，从12点开始限量抢购至售完为止。

每天在商场门前用pop标出超低价商品的品种价格，负一层设有告示牌，告知顾客具体内容。

2、洗化特价潮

负责人：xxx

主要以买赠方式为主，在门前以商品图例展示，标出原价和特价。（费用商户承担）

3、穿戴类商品打折促销

负责人：各楼层经理

1）活动时间：（9月28日---10月7日）

2）凡参加活动的商户结算时扣13个点，不含税。具体商品及折扣幅度：鞋帽类商品5-5.5折，箱包类商品5.8折，二、三楼男装5.5折，三楼休闲装6.5折，4楼女装6折，5楼针织6.5折。

3）不参加此次活动的商户在原扣点的基础上加扣3个点。

4）原合同中有1%广告费的商户不另加扣点。

5）要求各楼层在26日前将具体商户参加此次活动的情况及不参加此次活动的情况报业务部。

4、寻找幸运顾客：你的幸运，我的快乐

负责部门：业务部

礼品提供：洗化超市，负一层超市

礼品发送分为三个时段：

11：00---1：00，

3：00---5：00，

7：00---9：00。

顾客凭有效证件在总台登记领取。有限证件包括：身份证、户口、警官证、士官证。

如果是10月出生的顾客送价值2元的礼品。

如果是10月1日出生的顾客送价值5元的礼品。

如果是49年出生的顾客送价值30元的代金券。

如果顾客名字中包括“国庆”两个字，送价值50元的代金券。

如果是49年10月1日出生，名字中包括“国庆”两个字的顾客，送价值1000元的代金券。（限每天一位）

1、x日前各部门上报厂家宣传促销活动的具体情况，以便企划部统一安排，保证商场门前每天都有促销活动，以达到营造气氛，带动人气的效果。

2、建议举办一至二场服装展示会，以秋冬男女装或保暖内衣为主，详细后附节目流程单。

3、10月1日早上举行隆重的升国旗仪式，当天早班的全体员工务必参加，9：30分准时到岗，9：45各部门组织员工方队着工装在门前参加升旗仪式，升旗仪式由保安部具体负责。

主要以站姿，定岗，定位，三声服务为切入点，统一迎声“你好，欢迎光临xx百货！”送声“欢迎下次光临”，具体方案由业务部制定后下发。

1、报纸广告

9月26日都市报：四分之一黑白版6500元

9月30日晚报头版：二分之一彩版5250元左右

建议投放广告时间跨度相应增加。

1、店外

巨幅布标20m-10m约1800元。

大型喷绘3.6m-2.4m130元。

门头悬挂灯笼4个，内容为“祖国万岁或庆祝国庆”，布标1条，内容以庆祝国庆为主。

拱门、气球、演出由商户提供。

2、店内

1）中厅以气球彩链编织为主。费用约：3000元

4）各楼层中厅悬挂相应商品折扣幅度为内容的喷绘。费用约：4条350元（可长期使用）

1、巨幅布标1800元；（含制作和发布费）

2、楼层喷绘350元；

3、大型喷绘130元；

4、气球彩链3000元；

5、时装展示4000元；（一场）

6、媒体20000元

9月30日晚报二分之一彩版6500元；

9月27日都市报1/4黑白版2750元；

因考虑到10月1日至10月7日各大报纸休报，为不使广告宣传出现断档，以至影响销售，建议在9月27日至10月7日期间通过广播电台xx或xxx滚动播出，每天20次15天15000元。

7、超市广告画：190元；

8、一、五楼购物导示牌：50元；

**大型商场活动策划方案篇十**

         开业优惠服务

      1、主题阐述。

突出商场“天天有新品，件件是低价”（天天新品登场，件件平价销售）的服务心愿。

2、备选主题。

为顾客服务，让心与心更接近！

用优惠和真诚赢得感动！

用优惠和真诚服务到永久！承诺到永久，服务到永久！男人的世界，女人的天堂。

        树立形象，推进服务

目标一：树立服饰大卖场第一品牌形象。

目标二：通过本次活动，使之与相关活动形成持续呼应，运用形象的传播效应和活动的连动效应，促进销售。

目标三：力争使本卖场在我县的市场认知率达到%以上，购买率达xx%以上。

         20xx年xx月xx日---xx月xx日进行试营业。xx月xx日开业，xx月xx日—xx月xx日举办“试穿有礼，买了还赠，购物满100送贵宾卡”活动，至xx月份逐步形成价格巩固。

人民商场及周边区域，县城及周边乡镇。

1.周边街区。

商场邻近街和主干道路

       灯杆主干线公交车布标宣传

商场邻近街口指示牌宣传？

商业集中区重点街区宣传单发放（10000份）

2.商场外。

门前铜器班，夕阳红腰鼓队街头宣传，工作人员发传单，打横幅（人民商场服饰大卖场）

门前设置升空气球（带竖标2个）门外设置大型拱门1个。门口用气球及花束装饰。

商场前设立大型主题展版一块，发布活动主题及相关优惠活动。

楼体悬挂巨型彩色竖标（xx个）

3.商场内。

商场门口设立迎宾接待处，向入场者赠送活动宣传单及纪念品。

商场内设立导购小姐及导购明显标示指示牌（xx个）

商场顶部及货架处用气球及花束装饰。

商场顶端悬挂吊旗（xx份）及指示牌（xx份）。

商场内主题海报宣传（xx份）。

商场内相关位置设立业务宣传台，摆设相关礼品、宣传品展示品、纪念品，并提供咨询服务。

1.试穿有礼：开业前三天进卖场着可获得礼品一份（圆珠笔一只）。

2.品牌买赠：购物送赠品，具体内容见各区：

绿如兰区送

乔治小子区送

夕阳红区送毛巾一条

男装区送

五楼羽绒服区送洗涤剂一瓶

3.积分送卡：三日内当天在卖场消费满100元---送贵宾卡一张，多买多送。

（贵宾卡限三次，购物50元以上者抵现金10元，100元以上者抵现金20元。不可累计使用，在本活动结束后方可使用。）

4.购物送礼品：三日内当天在卖场消费满200元-，送清凉水杯一个（本活动和积分送卡不得重复享受）

5.购物送礼品：三日内当天在卖场消费满300元-，送呼噜猪杂物桶一个（本活动和积分送卡，送清凉水杯不得重复享受）

6.特大惊喜：xx月xx日上午xx点在人民商场门前放鞭炮时，设置气球若干个，内装彩纸和100张价值不等的现金卷，气球开花后顾客捡到可持卷购物（当日有效）。

**大型商场活动策划方案篇十一**

开业优惠服务

1、主题阐述。

突出商场“天天有新品，件件是低价”(天天新品登场，件件平价销售)的服务心愿。

2、备选主题。

为顾客服务，让心与心更接近!

用优惠和真诚赢得感动!

用优惠和真诚服务到永久!到永久，服务到永久!男人的世界，女人的天堂。

二、活动目的

树立形象，推进服务

三、活动目标

目标一：树立服饰大卖场第一品牌形象。

目标二：通过本次活动，使之与相关活动形成持续呼应，运用形象的传播效应和活动的连动效应，促进销售。

目标三：力争使本卖场在我县的市场认知率达到%以上，购买率达\_\_%以上。

四、活动时间

20\_\_年\_\_月\_\_日---\_\_月\_\_日进行试营业。\_\_月\_\_日开业，\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日举办“试穿有礼，买了还赠，购物满100送贵宾卡”活动，至\_\_月份逐步形成价格巩固。

五、活动地点及活动范围

人民商场及周边区域，县城及周边乡镇。

六、现场布置

1.周边街区。

商场邻近街和主干道路

灯杆主干线公交车布标宣传

商场邻近街口指示牌宣传?

商业集中区重点街区宣传单发放(10000份)

2.商场外。

门前铜器班，夕阳红腰鼓队街头宣传，工作人员发传单，打横幅(人民商场服饰大卖场)

门前设置升空气球(带竖标2个)门外设置大型拱门1个。门口用气球及花束装饰。

商场前设立大型主题展版一块，发布活动主题及相关优惠活动。

楼体悬挂巨型彩色竖标(\_\_个)

3.商场内。

商场门口设立迎宾接待处，向入场者赠送活动宣传单及纪念品。

商场内设立导购小姐及导购明显标示指示牌(\_\_个)

商场顶部及货架处用气球及花束装饰。

商场顶端悬挂吊旗(\_\_份)及指示牌(\_\_份)。

商场内主题海报宣传(\_\_份)。

商场内相关位置设立业务宣传台，摆设相关礼品、宣传品展示品、纪念品，并提供咨询服务。

七、活动内容

1.试穿有礼：开业前三天进卖场着可获得礼品一份(圆珠笔一只)。

2.品牌买赠：购物送赠品，具体内容见各区：

绿如兰区送

乔治小子区送

夕阳红区送毛巾一条

男装区送

五楼羽绒服区送洗涤剂一瓶

3.积分送卡：三日内当天在卖场消费满100元---送贵宾卡一张，多买多送。

(贵宾卡限三次，购物50元以上者抵现金10元，100元以上者抵现金20元。不可累计使用，在本活动结束后方可使用。)

4.购物送礼品：三日内当天在卖场消费满200元-，送清凉水杯一个(本活动和积分送卡不得重复享受)

5.购物送礼品：三日内当天在卖场消费满300元-，送呼噜猪杂物桶一个(本活动和积分送卡，送清凉水杯不得重复享受)

6.特大惊喜：\_\_月\_\_日上午\_\_点在人民商场门前放鞭炮时，设置气球若干个，内装彩纸和100张价值不等的现金卷，气球开花后顾客捡到可持卷购物(当日有效)。

**大型商场活动策划方案篇十二**

xx由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”。并逐步发展成为零售企业的龙头老大。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。

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。

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非常大。

优势：xx具有非常强的规模效应。在一定程度上具有非常大的竞争力。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非常好市场机率非常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。

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。

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。

1、“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客xx在xx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xx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。

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。

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。

在物流管理上采用配送中心在营业区域内最合适的＇地点保障促销期间商品的正常运转。

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