# 最新春节年货策划方案(通用14篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-09-07

*“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。春节年货策划方案篇一佳美精品年货节欢乐佳美中国年，购物惊喜不...*

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

**春节年货策划方案篇一**

佳美精品年货节

欢乐佳美中国年，购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

(一)新春到，“福”送到!活动时间：

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断!

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个(共20\_\_个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条!

(三)特别企划情人节专版活动时间：

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少!

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

(四)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。

一等奖：1000元礼券2名(1名)

二等奖：500元礼券5名(2名)

三等奖：100元礼券(3名)

四等奖：50元礼券20名(10名)

五等奖：20元礼券50名(30名)

(五)团购价低更有礼，财运吉祥送到家!

活动时间：

团购满20xx元送价值50元的一件

团购满3000元送价值99元的酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼盒

**春节年货策划方案篇二**

佳美精品年货节

欢乐佳美中国年，购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

(一)新春到，“福”送到!活动时间：

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断!

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个(共20\_\_个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条!

(三)特别企划情人节专版活动时间：

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少!

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

(四)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。

一等奖：1000元礼券2名(1名)

二等奖：500元礼券5名(2名)

三等奖：100元礼券(3名)

四等奖：50元礼券20名(10名)

五等奖：20元礼券50名(30名)

(五)团购价低更有礼，财运吉祥送到家!

活动时间：

团购满20xx元送价值50元的一件

团购满3000元送价值99元的`酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼盒

**春节年货策划方案篇三**

春节是每年销售的顶峰时期，也是超市全年最繁忙的.时间，为了能使门店在今年春节集中精力打好销售战，本次春节，我们将以商品组合销售为主要促销 方式，同时配以适当的促销活动，以引导消费，挖掘潜在消费为提升途径，同时注重团购促销，希望于正常销售途径之外尽量挖掘市场潜力，迎合顾客购物心理(大 批量购物、一站购物)，体现我们的经营特色，从而提高客单价，提升销售。

本阶段的活动以突出团购特色的商品和其他特价商品相结合的形式，以商品为活动主要角色，挖掘节日前期的消费力量。

活动以团购特价商品为主，以dm为主要体现形式，先期吸引单位集体购买，会员卡赠送主要针对市外门店新客户的吸纳，挖掘和培养05年的新消费群体，同时也希望籍此活动，吸引对我们的会员身份有兴趣的潜在消费群。

主题：福多春意浓

1. 特价团购商品dm

a) 规格：小8k，4p，共计80个商品;

食品：40个

百货：30个

生鲜：10个

b) 要求所有团购版商品价格平均下降幅度在25%;

c) 商品选择要求历年春节团购需求量大的单品或品类。

2、享受团购价前提：一次性团购满500元，即可以dm团购专版上的特价购买;

3、辅助装饰：制作团购商品标识插卡，醒目标识，提示购买

6、要求参与团购版商品的供应商提供大批量购买的赠送措施，整合供应商活动，体现团购专版的特惠性质。

主题：新春 联华抢购第一站

时间：1.28—2.15 (2.9年初一，2.14情人节) 共计19天

由于春节的特殊性，零售活动的策划侧重于通过dm商品的组合推荐，形象生动具体的\'诉求商品销售点，通过提醒顾客的购买需要、诱发购买欲望等多个手段的结合拉动销售。

适当配合刺激性的活动，结合卖场宣传、装饰等途径，渲染年末浓重的购物氛围。同时综合考虑节后效应以及情人节活动的配合，达到档期活动策划的完整性和全面性。

1、商品组合以及dm要求

a) dm规格：小8k，20个p，400余件商品

b) 礼品主题：祝福心意表一表

主要商品为滋补品(含南北货)、礼品酒类、玩具、家居用品套件、小电器……

此部分商品要求供应商促销活动的支持

c) 食品主题：佳肴美食齐送到

d) 百货：开门迎新

床上用品、服装、服饰配件、家用杂件……

e) 生鲜：鲜美啧啧过大年

调味品、生鲜中的日配、冷盘、熟食、蔬菜……

f) 分类版面主题：这个冬天不太冷

ii. 火系列：火锅，火锅料，调味料

iii. 暖系列：床上用品，内衣，取暖类电器

g)情人节主题：简单爱

h)长假消耗补给，联华为您考虑——民生用品大集合

此活动主要希望推动节后的民生用品销售，刺激人们长假后的新一轮购买需要，可以通过将可推荐商品进行简单的文字组合的方式，提醒购买，以温馨提示的方法推动需求和购买，同时也加强卖场“为你所想”的亲民形象。

2、 一元风暴 快速抢购

事实证明，价格竞争尽管是最低层次的竞争，确实打击和弱化其他超市最行之有效的手段，也是提高市场份额最直接，最有力的竞争手段，在春节这个特 殊的节日，人们对各方面商品的需求都达到了一个鼎盛的时期，因此设计活动以买大赠小(买礼品类商品送调味品)为主要手段，刺激消费。

时间上的考虑主要是由于，在年夜前后是卖场相对非常繁忙的时间，也是希望通过此活动能在时间上分流客源，达到销售平衡，并有效避免销售的流失。

此活动需商管部支持20万元左右的供应商扣点，作为活动费用。

a) 时间：1.28-2.2

凭当日满足参与条件的单张购物小票到门店“特卖场”以一元价格自由选购以下任意一种商品：

1瓶酱油、1袋味精、2瓶香醋、4袋盐、2听可口可乐;

c) 操作细则：

ii.赠品事先要货，并打包，以免活动开始造成混乱;

iii.请顾客依次排队购买特卖场商品，每张购物小票限购其中任意3种商品;

iv.所有参与活动的购物小票应为当日单张购物小票，隔日无效，小票不可累加;

vi.所有赠送要求剪小票操作，并做好每日台帐;

vii.本活动解释权归本超市所有。

d)宣传文案：一元钱能买什么?一瓶酱油?一袋味精或是四袋盐?能!只要您来联华超市购物，这样的梦想也能变成现实!

2月1日起，如果您在联华超市购买保健品、酒品礼盒类商品达一定数额，您就可以花一元钱，捧回一瓶酱油或一袋味精或其它指定的商品，这样的优惠看得见，这样的真情感受到。

一元风暴快速抢购，心动吗?那就快快行动!

3、 装饰

a)卖场入口处采用大如意结装饰，部分旗舰店利用氦气球加大气氛渲染效果;

b)收银台采用大红绸和福字装饰;

c)卖场入口主通道的采用大型梅花盆景+对联的组合装饰形式;

d)货架笑脸设计;

e)井道特殊装饰：春满联华——广告公司出方案

f)常规装饰：横幅、吊旗、竖幅、活动海报、dm喷汇等

**春节年货策划方案篇四**

线下活动进社区+微信端推广

线下：

1、在小区里面人流量比较大的道路上挂横幅，宣传农场与物业合作，为社区居民准备绿色健康有机的年货产品，要求横幅必须要能够吸引注视并且数目够多，形成持续性的影响，横幅悬挂至少一个月（需要物业和街道委员会的资源）。

2、在人群集中点设置简易展示柜（不需要售卖功能）或者易拉宝展示农场情况以及部分年货产品，有物业资源的情况下可以在小区的地下停车场的电梯门口，生鲜柜或者外卖柜旁边摆放，能配合其他平台的合作参与一些节日的活动（淘宝，京东，唯品会，饿了么等平台）能形成比较好得效果。

3、在小区设立固定点，早上九点到下午五点左右在有娱乐健身设施或者人群相对集中地的地方进行海报放置或者人员宣传招募试吃的活动，并且有年货产品的展示，宣传年货节活动提示扫码关注有新的优惠活动和试吃活动（非销售目的），活动时应该提示微信商城有更多的产品，提示关注。

4、小区电梯内的广告投放，要求能够长时间持续进行展示，主要是为了能够让平时开车上班直走电梯的人能够看到，主打企业年货和买年货送朋友的标语。

线上：

1、主播直播农场少儿的露天的活动，进行农场微信和直播平台的活动宣传，网上报名过程和活动内容由主播后期提出优化。（报名方式采取微信公众号关注，添加微信或者qq的方式进行，可以形成相对集中地社群积累资料，方便后期进行社区活动宣传时精准的活动通知）

2、线下门店进行销售时需要宣传微信商城上面有优惠和会员招募试吃的.活动通知，对有兴趣的顾客进行演示或者在店里播放做好的演示视频（如何关注，如何购买以及如何成为农场的微店长，微店长收益情况以及微店长怎么收益的过程），为微信公众号进行粉丝累计产生uv和曝光度的过程。同时做海报或者易拉宝在店里方便扫码。

3、软文推送提示年货节产品的提供和微信公众号宣传活动（寻找萌娃主播活动的报名）

4、商城接入多客服功能，在进入公众号的时候是会自动的提示购买渠道，支付方式进行优化，简化交易流程。

5、地推进小区做展示的时候可以进入社区的微信或者qq群，在社群里进行相关的话题推动。配合线下的活动，进行的线上和线下的两个方面的宣传，形成农场在小区多次出现引发好奇关注了解的过程，增加农场在社区中的被信任度。

活动规则：

2、在进行固定点宣传和试吃活动的现场，提供部分产品试吃和部分商品售卖之外，不同规格和标准的年货产品需要进行展示。但是展示的年货产品概不提供销售或者只提供少量售卖，遇到需要购买可以提示在网上商城购买，保证质量和品质的前提下网上的产品价钱低于或者和展示的商品价钱相同。

3、在优化微信端微信商城的基础上，线下展示活动在进行试吃和销售的过程中提示扫码关注可以看到更多的优惠和健康的农场商品，可以进行客户转变成微店老板的流程和收益的宣传。

4、主播在进行小区萌娃的选拔和直播活动中应该提示萌娃选拔活动的流程和报名方式是通过关注微信公众号进行报名。

宣传投放：

1、社区内的店铺投放可以和社区店铺协商看看能否进行（通过农场产品的赠送，优惠或者帮助售卖给予提成的方式），食品店，小型超市，减肥美容店等。

2、小区内的横幅，海报，易拉宝和展示柜等需要相关的物业资源，以及投放时与物业进行协商，同时管理和查看需要进行。

3、公司门店内的农场宣传需要做相关的培训，形成销售，关注，重复购买，成为微店长的闭环流程。

4、活动进行时，需要苏州市民卡，建设银行等公司已经具备的资源进行配合宣传，文案方面也需要进行投放，激活老用户。

监测指标：

1、完成微信商城30000的访问量和产品180000的曝光度指标。

2，覆盖选定的小区，在活动结束后有持续的访问量和曝光度。

前期保障：

1、产品规格，种类，活动小区，条幅以及易拉宝海报个数。

2、活动时间长，物业需要进行协商。

**春节年货策划方案篇五**

共七天(20日—26日大年夜)

二、活动主题

千僖迎新，半价返还

三、活动内容

(一)主要活动：千僖迎新半价返还。

2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元;

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定(可选择营业额最低的一天);

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效;

6、家电、电讯等商品除外(商场海报明示);

(二)可行性：

七天中抽取一天100%返还，相当于全场8。6折;50%返还，相当于全场9。3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

(三)辅助活动

1、男女装特卖场;

2、儿童商场购物送图书;

3、厂方促销活动。

四、活动推广

1、报纸广告：

2、电台广告：

3、现场横幅

4、现场彩灯

五、费用预算(略)

**春节年货策划方案篇六**

1、印制1300面吊旗，3000面小吊旗，悬挂在中厅，及各连锁店内容为“新年欢乐送”“九礼贺新春”颜色以红色为主，突出节日欢乐的气氛。

2、共享空间借用圣诞布置，再点缀一些汽球礼包等。

1、门头玻璃幕墙，换上“新年欢乐送”“九礼贺新春”主题。

2、南、北、墙体悬挂两条巨幅

3、东墙楼顶、灯箱换上喷绘。

1、dm广告配合，元旦——春节，做两期dm海报配合，以“年货大采购”为主题，以食品、生鲜、酒类、糖果、干货、礼品、保健品为主。

2、锅、碗、筷子、厨房用品，清洁用品，家用电器为辅，并配一期：新年换新衣“为主题的服饰类、鞋类广告。

1、采购部——提前做出年货备货计划。

2、日用采购部---把过年锅、碗、筷子、盘子、清洁用品，厨房用品等商品，提前采购到位，外调商品保证库存量。

3、家电采购部——提前做好家用电器的采购计划，并针对郊县区居民做好配送计划，保证春节前销售不断货。

4、营运部——规划商品区域摆放，黄金海岸线堆头端头以年货陈列为主，并规划出“年货一条街”主题陈列，仔细核对商品与标签是否一致，细致过滤每一件商品，如发现问题及时通知采购，电脑部及时修改，确保商品销售的顺利进行。

5、人力资源部：组织一批临时工，并组织后勤人员在销售高峰期及时协助一线，确保一线销售顺利。

6、电脑部：根据客流、人流、合理、安排、收款机，不定时派人员巡场，及时维修pos机，确保销售顺利。

良友广场“新年欢乐颂”“九礼贺新春”。

超市：——首届“糖果、干货美食节”并配合“甜蜜一把抓”——黄金免费送活动。

超市拾宝城——精明眼——慧眼拾宝——特价活动。每天推出不同特价---滚动降价。周一蔬菜日;蔬菜特价周二熟食日;熟食特价周三粮食日;特价周四面包日;特价凡当日购物30元以上抓糖果一把，抓多少送多少，并设有黄金戒指两枚，包好放进箱内，抓中18、28、30块，另有礼品赠送。

2、碰碰乐——碰出无限欢乐凡当日在超市购物50元即可参加，设立一游戏看板，从顶部，投放小球，小球经过多种碰撞，落到下面奖品盒中，奖品设有饮料、牛奶、可乐、香皂、花生油等，让顾客在购物的同时，享受一片购物的欢乐。

3、年货大采购：推出年货一条街，在食品商场主题陈列，(以酒类、食品、礼盒、干货、花生油、肉礼盒等为主)

一、新年欢乐颂——喜包、福包、大派送。 20xx年1月1日。2日购物20元以上送喜包一个(内装糖果)会员持卡购物20元以上送福包一个(台历，礼品)

二、新年送福大行动凡当日购物10元以上送福字一对，为您新春添福。

三、新年送“财”大惊喜凡当日在超市购物50元以上送“财”包一个(内装配菜或无公害蔬菜，同搭配送)

四、新年送“鲤”——年年有“鱼”

凡当日在超市购物50元以上。送鲤鱼一条(1.5——2斤)祝您年年有鱼整体促销活动;促销的目的是配合商品销售，而不是主流方式，不能用促销活动为主流，而应以商品及价格吸引顾客。如以促销活动为吸引顾客的主流，那么会走入一个销售的误区。

促销本是：薄利多销——是指超市以低价位，平价吸引客流走量，薄利多销。

厚利促销——是指百货、服饰类，毛利高用促销活动加以辅助，促进销售。

元旦，春节、整体促销活动：

方案一;“新年欢乐送”点“十”成金。点“十”成金——积点换礼大惊喜。

积点制是良友广场推出的新举措，顾客可根据购物金额，按点数换取相应的礼品，点数从10点、30点、50点、100点、8000点，礼品从日用品、礼品、微波炉、手机等，应有尽有。

购物金额超市以20元为一个点，服饰类为10元为一点家电以100元为一个点(累计)

方案二;新年红运照——百万红包大赠送红色摇钱树——红包任您选设立一个发财树，上面挂满各种红包凡顾客当日购物50元——300元任选一个红包300元以上限二个，内设各种礼品及礼券。

**春节年货策划方案篇七**

春节是一年当中最重要的节日，对于客流量较大的超市业态，即是不做活动生意也不会淡，但是在有竞争的情况下，好的企划方案不仅是提高客单价的有效途径，同时也是增强顾客好感度，提升企业美誉度的良好契机。

在做方案之前，我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类————

第一类：普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从腊月二十三开始到腊月三十。一般消费金额在50、100或200不等，所购商品主要是柴米油盐和特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以100为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应该在正月十五之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠，例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=?钱或牛奶+桶油=?钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入腊月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以尝试把不同金额的团购优惠在dm单上详细的进行宣传，明码标示，刺激销费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题：

佳美精品年货节

二、活动时间：

三、整体活动广告语：

欢乐佳美中国年购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

四、活动内容

(一)新春到，“福”送到!活动时间：

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断!

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个(共2024个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条!

(三)特别企划情人节专版活动时间：

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少!

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

(四)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。一等奖：1000元礼券2名(1名)二等奖：500元礼券5名(2名)三等奖：100元礼券(3名)四等奖：50元礼券20名(10名)五等奖：20元礼券50名(30名)

(五)团购价低更有礼，财运吉祥送到家!

活动时间：

团购满2024元送价值50元的一件

团购满3000元送价值99元的酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼

**春节年货策划方案篇八**

通过春节期间的促销活动，提高商场销售额，预计在活动期间提高平均销售额达20%以上，提升百货商场在消费者心中的地位。

魅力龙年，惊喜连连

20xx年1月16日——20xx年1月25日(农历腊月23——正月初3)

百货商场及商场门口的广场区域

全场糖酒类、烟茶、保健品、金银饰品、服装、家电等类。

第一重惊喜：全场满100送20

1、凡于活动期间，在本商场一次性购买满100元即可在交款时立即减去20元

2、减免现金以单张小票为准，即单张电脑小票满100元或超过100元都以200元计，每张小票不论金额只能减免20元。

2、顾客在交款时，直接按小票金额减免20元;

4、收银员在收款后，在电脑小票上加盖“买100送20”印章，以便售后服务时核对;

5、不参加活动专柜在销售小票上注明“不参加活动”印章，以便收银员正确收银。

2、各楼层督导及收银主管对导购员及收银员进行活动细则培训，避免活动中顾客投诉;

3、企划部对活动信息进行综合整合，便于活动的宣传包装。

第二重惊喜：超值礼品疯狂送

第三重惊喜：折扣盛宴3折起

第四重惊喜：全场满100送10元购物券

商场附近的居住人群

1、dm单、报纸广告

活动开始前两天(20xx年1月14——15日)开始在报纸上刊登百货商场“魅力龙年，惊喜连连”活动的宣传，同时在各人流量大的路口分发dm单，把活动宣传出去。此外，在dm单和报纸上附赠优惠券，并刊明哪些商品是促销商品。

2、电视广告

活动前将所有有记录的客户资料(手机、小灵通)进行短信通知。在活动前一周内，以短信形式告知，发三次(防止收不到、防止忘记)，隔天发一次，在午休时间，有时间来看这个短信内容，周一、三、五发，周六、日现场活动。手机短信已成为几大媒体中使用最频繁的一个，费用也是最低的，到达率、阅读率都是很高的。

3、其他的媒体形式有户外、车身广告等，在二、三级城市可以启用宣传车宣传。采用面包车、货物运输车等喷绘活动的宣传画做广告宣传促销活动。

pop广告主要包括：

产品标签pop设计(产品外盒促销pop设计、指示性产品pop设计等)

促销pop设计(如吊旗pop设计、立牌pop设计等)

卖场pop设计(促销打折牌pop设计、x展架设计等)

优势：pop广告具有很高的广告价值，而且其成本不高;对于任何经营形式的商业场所，都具有招揽顾客、促销商品的作用。同时，对于企业又具有提高商品形象和企业形象知名度的作用。

2、公关

在活动过程中，邀请媒体进行报道，扩大活动的影响，提升企业的形象，吸引更多的消费者前来。

3、整合营销传播

整个活动，包括促销、广告、公关都要突出“福虎迎春”这个主题，强调喜迎新春，与消费者同庆，而不要强调销售产品。

1、操作相关部门：

活动操作总指挥：总经办

促销部：负责活动整体策划、宣传，场内外布置和整体协调工作

前台部：负责奖品的兑换、奖券的发放、舞台的搭建、活动的解释工作

工程部：负责落实舞台的搭建、音响灯光的设备配置到位

保安部：负责维持活动现场秩序

采购中心：联系供货商赞助活动的奖、赠品。

其他部门积极配合各项活动的开展、执行和落实。

2、费用预算：

a活动费用：小计2200元

b美陈费用：(见附表1)

c媒体费用：

内容尺寸面积单价折扣数量折后价

短信，10000条，600元

电视广告新闻60分，5—7天3000元，小计3600元

促销活动费用总计：9825元

1，卖场布置

a场内

1、分区域布置，使区域形象化、特色化，吸引顾客。

2、更换卖场内的装饰材料，增加顾客对我商场的新鲜感，不断的提升商场形象

3、制作一批购物温馨提示语，增加顾客消费信心。

4、重要位置宣传一系列主题促销活动。

5、场内广播滚动宣传促销活动及特价信息

6、卖场配有音乐。各个卖点的音乐要尽量为顾客提供舒适之感，防止吵杂的音乐导致消费者的烦躁感。

b场外

1、场外入口制作巨型条幅，宣传主题促销活动(悬挂时不要阻碍消费者进入商场)

2、入口放置大拱门，增加节日气氛，内容为节庆

3、三角旗：布置美食入口、大门入口

4、在正门上方外墙体上垂挂成串的红色小灯笼，增加商场节日的喜庆气氛(内部有灯，晚上可给人以灯火辉煌、喜庆之感)。

5、在商场前的广场区域搭建路演舞台。舞台以红色为主色调，配以鲜艳的黄色，凸显喜庆的气氛。舞台规格为：高1—1.2米，长3米，宽2米。

路演(20xx年2月10日—2月14日，即农历腊月27—正月初一)

从腊月27开始，准备年货的消费者已经纷纷开始行动，此时在商场前搭台进行路演可以吸引消费者前来观看。在路演期间，让穿着“福虎”戏服的宣传人员在路演现场招揽消费者，起到吸引消费者和宣传此次“福虎迎春”的主题活动，与此同时，可以让路人同“福虎”拍照留念，增加与消费之间的情感沟通。此外，在路演现场摆出部分促销商品(如服装、部分礼品、部分食品、部分家电等)，在路演期间，每天一个专场，如2月10——11日为年货食品专场;2月12——13日为服装、家电专场;2月14日为年货礼品专场，通过路演来宣传此次促销活动，并促进产品销售。

1.活动宣传：

媒体宣传：店内宣传：由美工书写赠送活动pop提前一天送至门店。门店自行书写并张贴第二天将要进行抢购的商品，要求pop书写醒目、位置显眼。基本内容为：特卖商品、惊爆价格、特卖时间。有音响设备的门店要充分利用广播或小喇叭营造出抢购气氛。同时由营销管理部组织制作巨型竖幅在门前悬挂。

2.对门店具体工作要求：

门店店长对活动效果负主要责任。必须读懂方案，分解工作并明确职责，加强对全员营销的发动工作，加强员工的主动推介。通过自查和营销管理部监督检查同时进行。

补货：除抢购商品由采购主动配送外，其余商品全部由门店自行补货;畅销品、20商品为促销商品的，要求门店尽量一次性要货，防止断货。

商品陈列：门店对当日的特卖商品要作充分的展示陈列、要求商品丰满、量足，能调动起顾客的购买欲望，上方悬挂pop。同时将关联性商品书面列出并就近做出关联性陈列。

对抢购活动的组织：门店根据各自客流情况组织。客流大的门店，可在人流较多时，预测现有人流抢购的商品数量进行，伴有员工喊卖，烘托气氛和效果(抢购商品数量的把握：满足15—30%顾客的抢购需求，太少不出气氛，太多则会出现冷场);，并书写显眼pop提示。抢购商品的陈列道具可选择临时性的周转箱或购物车。

对于力度较大的敏感商品，精选出品种，分类别集中陈列，形成门店促销活动的亮点。

买赠商品的展示和赠送活动：要求专人负责并单独在入口显眼处分奖次大量陈列赠品，起到刺激消费并参与活动的作用。门店特别关注负毛利不限量销售的商品：给门店利润造成损失的，及时给予解决。

由现场人员组织趣味活动，同时店长组织现场人员作好活动的自查工作。

3.对采购的要求

活动期间，必须保证货源，特别是特价品的货源，采购应与供应商签订货源保证协议。

跟踪落实好供应商货源的准备和送货情况。

5.工作时间配档(见附表2)

活动结束后4天内(5月19日前)门店传活动评估，包括：

活动期间的销售分析、毛利分析、竞争店状况，消费者的接受程度和变化;

活动商品表现好的和表现不好的做重点例举并分析原因;

供应商及其他一些环节配合情况

门店宣传和具体操作情况

活动延续

对家电产品等耐用品，要实施优质的售后服务，提高顾客的忠诚度。

通过促销活动，能否达到预期的销售额，通过促销、广告和售点陈列的结合，销售量是否增加了24%或以上。

意外防范：保证活动的顺利进行，宣传要到位，现场要保证安全，防止因人群拥挤发生踩踏事件等。

**春节年货策划方案篇九**

传承中华传统年俗文化，刺激拉动春节经济消费。

提升市民采购年货的环境和质量，满足市民一站式购物需求。集中展示全国各地名优商品，推广企业产品和品牌。

丰富新地城周边社区生活内容，为居民带来便利。

为新地城售楼和招商奠定基础，聚集人气。

展会时间：待定

展会地点：华茂1958广场

20xx新地城年货淘宝美食节

主办单位：新地城

承办单位：安徽神话广告传媒有限公司

各展位商家年货促销。组委会组织现场春联赠写、千元礼包大抽奖、财神到发红包、汤圆品年味等活动。

4、礼品类：各类礼品盒、花艺盆栽、剪纸字画、奇石玉器等；

5、服饰类：床上用品、服饰、鞋帽等；

1、千元礼包大抽奖：顾客购物满50元，可免费从商家处获得抽奖券一张。一张抽奖券可参与一次抽奖活动。买满100元可获得两张抽奖券，以此类推，多买多得。

2、免费送春联：邀请书法家协会的书法家现场写春联送春联。购物满xx元即送。

3、财神到发红包：每天来到年货展会的前两百名顾客可免费获得一个红包。备注：每人只限拿一个红包，红包中可能有福字一张、对联一副、也可能是一元钱、或者是贺卡一张。

4、你购物我买单：主办单位随机找一位正在买单的顾客，只要这位顾客在30秒之内回答出关于本届年货节的一个简单问题，即可免单。

5、大型团购：制作年货商品目录，直接发送至单位和企业，在推广商品的同时，拉动团购。

6、文艺演出：舞狮、古筝演奏、琵琶演奏、歌唱春节有代表性的歌曲。

7、剪窗花：现场教授剪窗花技艺。

8、免费品尝汤圆、春卷等新年特色小吃。

本届年货购物节将注重事前宣传和炒作、联动同城媒体资源，最大限度吸引新地城周边，甚至是全城的潜在消费者。

宣传方式：活动硬广、动态报道、话题炒作。

1、网络：各大论坛网站发帖，扩大宣传的力度。

2、平面纸媒：可在安庆晚报、新安晚报、安庆广播电视报投放广告或大量投放dm单页

3、汽车载体：公交车、出租车放广告信息

4、社区海报张贴：将为本届年货购物节量身设置宣传海报，为本届年货购物节提高市场关注度及积累人气。

6、空中滑翔机。

**春节年货策划方案篇十**

活动重点说明：

20\_\_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：

一、新年惊喜换购价

20\_\_=200+8=\_\_+8=?

购物满200元，加8元可换购价值18元的商品;

购物满\_\_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。

二、噼里啪啦迎新年

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\_\_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。

三、购物送马克杯——感受时刻温馨

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

在旧的一年马上就过去了、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\_\_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“\_\_” 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。

**春节年货策划方案篇十一**

xx商场春节大放送

1、买家电送年货吃、喝、玩乐尽分享

活动期间单件消费299以上送年货：瓜子、花生、糖果、饮料、啤酒等；

单件消费299元以上限购瓜子或花生1斤，1元/斤；

599元以上限购瓜子或花生2斤，1元/斤；

999元以上限购瓜子或花生3斤，1元/斤；

1999元以上限购糖果1斤，1元/斤；

2999元以上限购糖果2，1元/斤；

4999元以上限购糖果3，1元/斤；

堆头展示地点：北门入口处；

堆头展示物料：年货架子2个、年货大集拱门3个（双面）由企划负责完成此项工作；

赠品展示：活动期间xx部、行政、保安负责此项工作的堆头、展示及保管；

要求各年货展架上将年货赠品实体出样并展示，保安负责早晚运送。

2、新年大礼超值\"惠\"

活动期间单件消费满：

1999元以上送恒源祥高档枕芯一对

2999元以上送数码dv

5999元以上送千针纺防寒被

6999元以上送高档新年餐具1套

赠品数量有限送完为止。

3、新年套购满额即送苹果iphone手机一部；活动期间套购满额送

xx99元赠高档不锈钢餐具五件套

xxx98元赠高档足疗机一台

xx998元赠水星家纺毛毯被一套

xx98元赠32寸液晶电视一台

xxx998元送iphone手机

以上赠品特价机、报版机、工程机除外，单品与套购不可兼得。

**春节年货策划方案篇十二**

春节是我国节庆活动中最为隆重、最为喜庆的传统节日，中国人素有集中购置年货的习俗。新春年货是每家每户自用和走亲访友的必备品，有着极大的商机。春节前夕，更是众多单位和广大市民在忙碌了一年后消费量最大、消费最为集中的时节，为满足众多单位节前统一采购、市民集中购置年货的需求，促进我市新春年货产业的健康发展，由淄博电视台主办的“20xx淄博新春年货展销会”将于20xx年1月29日—2月3日在淄博国际会展中心隆重举办。

二、展会优势

本届展会由淄博电视台主办，拥有无与伦比的宣传优势和社会影响力，现场活动精彩纷呈，产品档次高、品种全，展会总面积2万多平方米，共有展位300余个，预计将有10几个行业，上千家商户参展，涉及糖果副食品、酒水饮料、绿色食品、喜庆用品、调味品、土特产、日用品、家居服饰、家用电器、手机通信、艺术鉴赏等行业，将形成一个完整的产业链，为广大市民提供更全面、更完善的“一站式”年货采购服务和平台。

三、活动形式：

一站式分区域优化服务

活动名称：20xx淄博新春年货展销会

活动时间：20xx年1月29日—2月3日

活动地点：淄博国际会展中心

主办单位：淄博电视台

参展行业：糖果食品、酒水、喜庆用品、调味品、土特产、日用品、家居服饰、家用电器、手机通信、艺术鉴赏等行业。

四、展会区域划分

1、酒水饮品区：全国各地葡萄酒、白酒、黄酒、果酒、保健饮料、果汁饮料、乳品、乳酸菌饮料等。

2、副食、土特产食品区：各种酱油、食醋、酱制品、粮油、茶叶、水产品、干果炒货、休闲食品、肉禽食品、烘培食品、保健食品、绿色食品、有机食品、纯天然食品、名优土特产等。

3、综合展区：服装、鞋帽、围巾、头饰、床上用品、家居用品、各种婴童用品、家用电器、装饰品、工艺品、古玩字画、珠宝玉器、奇石根雕、花卉等各种喜庆用品等。

4、特装展区：各知名品牌企业、厂家进行品牌推广，适用于各种节日商品，根据需求客户可自行搭建展位。

五、现场活动

1、淄博电视台各频道、中心主持人到现场帮消费者砍价。

2、淄博电视台主持人现场与消费者互动，发放对联。

3、现场精彩节目表演，参展商上台促销，直接让利广大消费者。

六、展会冠名

独家冠名费用：30万元回报方式如下：

1、自20xx年1月1日开始，带有冠名企业名称的“”20xx淄博新春年货展销会的30秒宣传片，将在淄博电视台新闻频道、都市频道、影视频道、生活频道、科教频道同步播出30天，每个频道每天播出至少8次，其中晚间黄金段至少4次。

2、在30秒活动宣传片后面加冠名企业10秒广告片同步播出，为期30天。

3、《第一消费》栏目宣传回报

《第一消费》栏目不少于3次宣传，以专题采访、跟踪报道为主，其中均带有冠名企业名称及logo。主要分为展销会前筹备阶段的预热阶段宣传、展销会进行中集中报道两次。

4、各频道民生栏目新闻软性宣传

淄博电视台新闻频道《今晚18点》、科教频道《新视窗》、生活频道《生活法眼》等相关栏目将对活动动态和详细情况进行预告和报道，其中均带有“”20xx年淄博市新春年货展销会的冠名企业名称及logo，在活动现场还可根据情况采访独家冠名单位负责人。

5、游动字幕形式宣传回报

自冠名单位确定之日起，带有冠名企业名称及logo的活动宣传语将在淄博电视台五个频道游动字幕中，以每个频道每天12遍的播出频次同步播出30天。

6、回报特装展位1个，面积为36平方米。

7、邀请冠名单位领导参加20xx淄博新春年货展销会开幕式，并代表冠名企业致辞。

七、招商政策

1、标准展位：9平方米展位费：3000元/个

18平方米展位费：5000元/个

2、特装展位：36平方米展位费：8000元/个

54平方米展位费：10000元/个

**春节年货策划方案篇十三**

本次活动主要依托“云上施秉”主办的官方平台。

结合“施秉电子商务公共服务中心”的线下服务平台优势及“贵州电商云”“淘宝网”“京东网”等的网络人气。

共同打造一个以“年货送下乡，品质有保障”为主题的线上线下推广活动。活动以现场实物展销，和线上商品购买为主。

标语：“年货送下乡，品质有保障；特产卖出城，我们来帮忙。”特色万物任你选，名山圣水陪你走！

1、以宣传“云上施秉”平台为主，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、赠与书签似的宣传册、现场工作人员细心指导操作）

5、利用本次活动从新树立“云上施秉”这个品牌的功能性。

施秉县各乡镇年货消费群体；施秉县各产品经销商；

20xx年12月12日至20xx年1月12日（为期一个月循环各个乡镇推广宣传）

施秉县各个乡镇服务站

展示区设置：

1、年货商品及土特产产品展示

在活动中规划有产品展示区，展示主办方及其他加盟商的周边产品。（该活动主要由贵州云台商务有限公司协助各乡镇具体落地执行）

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、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优先服务对象等）

3、针对电子商务培训学员及商家，在当天可以给予一定的活动优惠。

（一）推广时间

活动开展时间：20xx年12月12日至20xx年1月12日

（二）宣传方式

1、施秉新闻联播

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）

（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、3x6规格广告帐篷若干（按具体商家数定）。

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4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，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）。

**春节年货策划方案篇十四**

大吉大利开门红，志邦开门送现金

20xx年1月30日——2月6日

志邦厨柜全市各大连锁专卖店

(各销售单元可自行设置)

1、开门送红包：600元现金红包等你来抢

活动期间预定并交纳1000元定金，即赠送600元开门红现金红包。

2、欧州风情：仅售x元/套

活动期间，原价x元/套欧州风情套餐，现仅售x元/套

配置：3m地柜+3m台面+1.2m吊柜+zbom烟机+zbom灶具(配置：a类吸塑+法兰石台面)

3、加200抢20xx

活动期间，定单加200元现金即可获赠20xx元新年购物券，可用于购买zbom电器、水槽或功能用具。

4、全场疯狂折扣：

活动期间美厨/名仕系列和人造石，国产石英石折御庭系列和进口石英石折

1、活动时间：仅限20xx年1月30日至2月6日，预交1000元定金有效;

3、参与本次活动的用户，预定金不退;

4、套餐每米加x元可换哥德堡石英石，超出套餐尺寸按正价折核算;

5、通过志邦官方网站报名活动的客户，可免费抢得20xx元新年购物券;

6、本活动最终解释权在法律允许范围内归志邦厨柜所有;

特别说明：

2、本次活动的20xx元购物券不可和其他政策同时享受，例如：不可在3.15的政策之上再使用此券。

3、各地可设置客户的进店有礼奖，不论订单与否均可获赠价值50元左右的订单礼品。

1、活动时间规划：

活动阶段活动规划

时间内容

抢抓意向阶段20xx年1月12日—20xx年1月29日各渠道和店面抢抓一切可以购买的客户信息，并对意向客户高度关注。

预定阶段20xx年1月30日-2月6日

2、宣传安排：

形式信息传达方式发布时间负责人内容

意向客户跟踪短信1月19日各地总负责人人人短信群发：官方提醒春节期间注意安全

短信1月20日各客户负责人私人提醒春节回老家注意安全

短信除夕夜1月22日各客户负责人拜年短信私人祝福

短信年初一1月23日各客户负责人志邦官方拜年短信祝福

短信年初二1月24日各客户负责人私人祝福回娘家

短信年初六1月28日各客户负责人私人提醒春节返程祝福，并告知活动内容

电话年初六1月28日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

短信年初七1月29日各客户负责人私人提醒上班工作顺利，并告知活动内容

电话年初七1月29日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

电话年初八1月30日各客户负责人电话确认客户是否来?何时来?哪天来?来?

店面包装年初六1月28日各地市场负责人包装氛围+活动信息发布

备注：

1、意向抓取每日分解，每人均有日指标。

2、过程维护全员营销，全国各销售单元全体同仁，均需上下同心，确保执行力!

3、物料安排

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