# 最新商品促销活动策划方案(通用14篇)

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2025-03-11

*方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案的格式和要求是什么样的呢？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。商品促销活动策划方案篇一定义：顾客购买产品时给...*

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

**商品促销活动策划方案篇一**

定义：顾客购买产品时给予一定优惠待遇的\'促销手段。

店内海报、横幅、社区海报;

硬广、夹报、拱门、背景板、展板、空飘、彩旗、样机pop、单页等根据活动规模适当选择。

所有赠品费用+宣传费用

不限

1、在活动前2天必须全部准备好赠品，提前1天将赠品放到终端;

3、需要提前1天以上培训促销人员，统一说辞，安排职责分工。

4、整个活动过程都需要安排人员监控活动，每日清点物料，维护活动现场陈列，处理突发事件。

1、在活动开始时一定要明确活动期限并按时停止，卖赠类促销活动不能长期连续进行，否则等同于降价。

2、活动范围应控制在主推产品类别中，如：只有购买冬冠180系列才享受此活动。

3、选择赠品时需要注意：季节性、实用性、和产品的关联性。赠品要保证品质并最好有一定品牌地位，以便与皇明第一品牌的形象相配合。

**商品促销活动策划方案篇二**

活动背景：农历五月初五，是中国传统的节日--端午节，为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到\"寓教于乐\"的目的;并回馈顾客，希望能提高商场知名度，吸引人潮，为顾客提供一个温馨的购物场所，以及提高活动日的营业额，让顾客感受一个难忘的端午佳节。

活动目的：增加人气，提高销售额

活动主题：端午飘香，粽是情

活动时间：20xx年6月20日--21日

活动主办方：xxx有限公司

活动承办方：xxx水东购物广场

活动内容一：包粽子比赛，获购物卷

具体操作：

一、活动分三天举行，初赛、复赛、决赛，进入复赛的都可以获得五十元的.购物卷，进入决赛的都可以获得一百元购物卷，夺冠军的可以获得三百元购物卷，并且可以把自己包的粽子带回家。

二、比赛规则，粽子的形状、大小要以主办方要求的为准，初赛每人包两条，复赛、决赛每人包三条，看谁包的又快又好。通过第一天的初赛选出五十人进入复赛，第二天的复赛选出十个人进入决赛，第三天(端午节)进行决赛，并选出冠军，给予颁奖。

三、活动准备，报名的前两百名获得参赛资格，包粽子材料由熟食部准备，场地的布置由市场部负责。场地的卫生由环保科随时跟进，场地的秩序由防损部维持。活动主持在店内选出。

活动内容二：购物送肇庆粽(肇庆裹蒸)具体操作：

1、凡活动期间在人人乐购物满200的就送肇庆粽五条，满300送八条，满500送十二条。

2、凭购物小票到服务台领取粽子，每天名额有限，先到先得，送完即止。

3、满200送的名额为50，满300送的名额为30，满500送的名额为25。

活动宣传：

1、店企划于6月3日将喷绘好的活动内容宣传板告示板摆在店正门口显眼位置和服务中心做前期宣传。

2、活动期间，店内广播准确、简洁播放活动内容，播放频率不得小于1次/30分钟。

3、活动期间，店收银员和员工积极主动告知顾客参加促销活动。

4、加强对促销员的促销意识培训，让其明白搞好商场的促销活动是互利的，积极主动地融入到商场的促销活动中来，做好促销活动的口头宣传。

**商品促销活动策划方案篇三**

定义：顾客购买产品时给予一定优惠待遇的促销手段。

店内海报、横幅、社区海报;

硬广、夹报、拱门、背景板、展板、空飘、彩旗、样机pop、单页等根据活动规模适当选择。

所有赠品费用+宣传费用

不限

1、在活动前2天必须全部准备好赠品，提前1天将赠品放到终端;

3、需要提前1天以上培训促销人员，统一说辞，安排职责分工。

4、整个活动过程都需要安排人员监控活动，每日清点物料，维护活动现场陈列，处理突发事件。

1、在活动开始时一定要明确活动期限并按时停止，卖赠类促销活动不能长期连续进行，否则等同于降价。

2、活动范围应控制在主推产品类别中，如：只有购买冬冠180系列才享受此活动。

3、选择赠品时需要注意：季节性、实用性、和产品的关联性。赠品要保证品质并最好有一定品牌地位，以便与皇明第一品牌的\'形象相配合。

**商品促销活动策划方案篇四**

xx年x月x日——xx年x月xx日

××珠宝全国各地专店/柜

恒久钻石见证美满婚姻

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的××钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大××珠宝的知名度和美誉度，提高××珠宝的品牌情感附加值。

（1）三年之约：

我们签约的形式担保凡购买××珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还（在钻饰无损情况下）。

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经××珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款（在购买前协议离婚者不在退款范围之内）。

（2）牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得××珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得××珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加××珠宝举办的各种联谊活动等等。

1、展架：65元×2=130元，条幅：150元。

2、宣传页（dm）：0.5元/张×1000份=500元。

3、婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元。

4、媒体宣传费：5000元左右（各地不同可根据当地情况重新预算）。

5、总计：8780元。

**商品促销活动策划方案篇五**

1、抓住国庆销售旺季机会，促进终端销售;

2、迎合公司批量新品上市，推广公司新品;

终端促销时间：x月x日(周六)x月x日(周日)

(含两个周末和x天国庆假期，共计x天)

全国各终端零售网点(含专卖店和散批客户)

1、感恩祖国、xx献礼

(2)礼品配备原则：原则上每一件产品，配备礼品一个，但礼品数量有限，先提先配，配完即止.

2、国庆促销、提货优惠

(1)终端凡是在x月x日x月x日期间的提货，满x万可享受全场x折。

1、所有的礼品赠送必须按标准执行，严禁截留礼品，严禁把礼品挪作它用，严禁售卖礼品。

2、敬请各位经销商提前积极、及时备货，已备满足在国庆活动期间活动需求，以免影响活动效果。

**商品促销活动策划方案篇六**

x年x月x日——x年x月xx日

××珠宝全国各地专店/柜

恒久钻石见证美满婚姻

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的.情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的××钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大××珠宝的知名度和美誉度，提高××珠宝的品牌情感附加值。

（1）三年之约：

我们签约的形式担保凡购买××珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还（在钻饰无损情况下）。

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经××珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款（在购买前协议离婚者不在退款范围之内）。

（2）牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得××珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得××珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加××珠宝举办的各种联谊活动等等。

1、展架：65元×2=130元，条幅：150元。

2、宣传页（dm）：0.5元/张×1000份=500元。

3、婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元。

4、媒体宣传费：5000元左右（各地不同可根据当地情况重新预算）。

5、总计：8780元。

**商品促销活动策划方案篇七**

进一步提升能率品牌在市面上的知名度；进行有效的客户拦截，刺激消费促进购买，进一步扩大市场占有率；利用本次活动强化终端与导购团队之间的协作能力，提升执行力。

xx年x月x---x月x日

xx.及市场部终端客户

双节总动员，省钱欢乐购———贺中秋，迎国庆暨能率热水器团buy惠

（做吊旗）

1）欢度中秋喜迎国庆

2）情满月圆举国同庆

3）中秋合家欢国庆大献礼

4）望月怀远花好月圆

【贺双节，聚划算——神秘大礼送给您！】

活动细则：

只要在活动时间内2位用户以上同行，即可获得神秘大礼各一份！

两位用户必须在店内成功消费3000元以上。

在结账时凭小票在店内指定地方领取礼品。

消费特价产品的除外。

1、只要达到2位用户以上即可享受神秘大礼，如果其中一位用户消费满3000元，其中有1500元是特价产品的，应扣起1500元，即实际该用户只消费1500元，因此两位用户则不可享受领取神秘大礼的优惠。

2、神秘大礼可选择一些贵一点的礼，一定要用礼物纸层层包起来，还在礼物纸上打一个蝴蝶结。把礼物包装得美观吸引又神秘。

**商品促销活动策划方案篇八**

促销不是市场问题“终结者”，而是一把“双刃剑”。促销既能带给店铺更多的利润，也会带给店铺很多的无奈，就像明知面前是个泥潭，但是不得不跳下去。接下来小编搜集了商品促销活动

策划方案

，欢迎查看，希望帮助到大家。

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

1、确定活动主题

2、包装活动主题

降价、价格折扣、赠品、抽奖、礼券、服务促销、演示促销、消费信用、还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。

这一部分是促销

活动方案

的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自已的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现;持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管””，无空白点，也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对

促销方案

的控制。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物 力、财力方面的准备。

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

“促销”是指短期的宣传行为，目的是鼓励购买的积极性，或宣传一种产品，提供一种服务。在零售业中促销活动是购物中心、广场、百货商场策划出的主动自我推销的一种方式，除用以吸引人流，还可以塑造企业、商场的形象。

1、企划部经理：本着扩大公司销售额的目的，负责协助和指导所有对于达成公司预期销售和毛利有帮助的促销工作。

2、宣传主管：负责本公司各种对外、对内宣传广告工作及种展览活动的计划和执行。

3、装饰主管：负责商场内外各橱窗和促销场地的装饰，制作sign和pop。

4、特别活动员：按照公司的促销策略、组织、计划、实施各种特别活动。

一月份;元旦迎新活动、新春大优惠、春节礼品展、除旧迎新活动、结婚用品、礼品展、年终奖金优惠购物计划、旅游商品展销。

二月份：年货展销、情人节活动、元宵节活动、欢乐寒假、寒假电脑产品展销、开学用品展销、玩具商品展销、家电产品展销。

三月份：春季服装展、春游烧烤商品展、春游用品展、换季商品清仓特价周、“三八妇女节”妇女商品展销。

四月份：清明节学生效游食品节、化妆品展销会、礼品展。

五月份：劳动节(5/1)活动、夏装上市、清凉夏季家电产品节、母亲节商品展销及活动、端午节商品展销及活动。

六月份;儿童节(6/1)服装、玩具、食品展销及活动、考前补品展销、考前用品展销、饮料类商品展销、夏季服装节、护肤防晒用品联展、热带水果节。

七月份：欢乐署假趣味竞赛、商品展销、暑假自助旅游用品展、父亲节礼品展销、cool在七月冰激凌联合促销、暑假电脑促销活动。

八月份：夏末服饰清货降价、升学用品展销。

九月份：中秋节礼品展销、教师节、敬老礼品展销、秋装上市、夏装清货。

十月份：运动服装、用品联合热卖、秋季美食街、大闸蟹促销活动、金秋水果礼品展、国庆节旅游产品展、重阳节登山商品展、入冬家庭用品展、羊绒制品展。

十一月份：冬季服装展、火锅节、护肤品促销活动、烤肉节。

十二月份：保暖御寒用品展销、冬令进补火锅节、圣诞节礼品饰品展销、岁末迎春商品展。

(一)主题活动：主题活动的目的主要是提升整个店铺的形象和气氛，或提高某种商品的短期销量。

(二)公益活动：公益活动一般在商场所在的社区参与社区的建设或其它活动。此活动一般是非盈利性的，但可增强商场的亲和力，保持商场在社区居民中良好的社会形象。

1、新品上架

2、限时特价销售

3、派送赠品

4、赠送包装

5、加量包装

6、抽奖活动

7、积分卡或积点兑换

8、返还和优惠券

9、系列商品展销

10、以旧换新

11、公司内部销售竞赛

促销的基本目的是要提升业绩，树立商场的价格形象，巩固老顾客对商场的忠诚度，开发新的顾客，增加市场的占有率。有效的宣传媒体通常有以下几种。

1、电视

优点：直接、快速、范围广、动态画面且色彩清楚。

缺点：广告制作耗时，顾客可选择的电视台较多，被顾客观看的概率较低。

广告费用高，出现的频率较少而且时间短。电视广告有一定的时段差异，除黄金时段外，其它时段效果差。

注意事项：区域性促销不宜做全国广告，可尝试在地方台做广告。若不是大型活动，不必做电视广告。

2、广播电台

优点：收听广播不受地点限制，广告到达率高。广告费用较低。广告内容更改容易，只须更改录音既可。制作主题明确，对象易掌握。广播电台大部分为地区性的，可以根据地区性顾客的实际情况作促销宣传。

缺点：广播电台广告被收听的几率相对较低。没有影像，无法把产品的包装或外观传给顾客。有区域性不能小满足大型活动的需要。

注意事项：事先了解节目收听的对象，找到合适的顾客群广告才有效果。可利用电台不同的区域功能，做不同的促销广告。

3、报纸

优点：包装版面可调整控制，可根据广告费用预算来选择报纸的种类及版面。广告内容、设计更改容易，机动性大、报纸普及率高而且报纸广告较为经济、文字的表达、描述弹性大有足够的空间。

缺点：报纸纸质较差，且彩色排版效果不佳，影响到刊登的品质及公司的形象。如没有安排到好的版面，很难引起阅报者的重视，广告效果差。

注意事项：报纸广告的商品内容或主题内容必须精挑细选，才能吸引顾客来店购买。报纸稿的审稿必须仔细。

4、杂志

杂志广告的保有期限长，广告延续效果好。杂志的分类和读者群的分类也很明确。除了刊登介绍公司形象的广告外，一般商场不适合在杂志上做广告。

5、户外广告

优点：字体显眼明了，图案简单鲜明。可装设霓虹灯或射灯，增加夜间的广告效果。

缺点：是到台风、暴雨需要检修，增加后期的维护费用。

注意事项：板材质量好坏，须事先考虑预计使用的年限。

6、交通车广告

定点定时出现，对某部分人接触率很高。车站人潮集中，广告效果好。可利用车内的椅套、灯箱、外车体做广告。交通车广告有一定的成效，但须注意字体要大，且较合开幕或大规模促销活动，小活动不必做此广告。

7、夹报

优点：可将信息有效的传递给订报者，可根据目标商圈搜作夹服，以达到掌握商圈顾客的目的。可依据报纸性质的不同，来选择夹报的报纸。

**商品促销活动策划方案篇九**

2025年x月x日——2025年x月xx日

××珠宝全国各地专店/柜

恒久钻石见证美满婚姻

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的××钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大××珠宝的知名度和美誉度，提高××珠宝的品牌情感附加值。

（1）三年之约：

我们签约的形式担保凡购买××珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还（在钻饰无损情况下）；

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经××珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款（在购买前协议离婚者不在退款范围之内）。

（2）牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得××珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得××珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加××珠宝举办的各种联谊活动等等。

1、展架：65元×2=130元，条幅：150元；

2、宣传页（dm）：0.5元/张×1000份=500元；

3、婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元；

3、媒体宣传费：5000元左右（各地不同可根据当地情况重新预算）；

4、总计：8780元。

**商品促销活动策划方案篇十**

(1)针对春季踏青郊游这一主题组织相关商品进行促销;

(2)针对全馆春季商品全面上市，以新品推介为主，组合相关业种，以特别周的形式作重点促销。在促销业绩的同时，辅以有关的pr活动来进行“先帅百货”的形象树立，陪养主客层。

(3)本期活动主打商品：百货部(服饰、化妆品、珠宝、鞋包)，家电部：(空调节第一波)，超市部：(踏青节活动继续延续，卖场氛围营造)。

让我们一起踏青去

4月1日一一5日

通州区人民商场及周边

(一)、百货：

扮靓自己新春新装扮

活动办法：

各区主题：

化妆品spring春妆密码春化妆品节

服饰类早春新装上市

中性休闲+户外运动改装特卖会

耍个性抢流行

珠宝类春媚炫动我的风采

鞋包类春色甜甜儿鞋包特卖会

(二)、超市

踏青郊游—寻找第一抹春光

主推商品:旅游装、家庭装洗化妆品、保湿护肤品、配饰、春季针纺织品、烧烤用品以及烧烤的关联商品等(户外帐篷、铁锹、水桶、烧烤架、烤肠、海鲜、饮料、零食、桌布、餐巾纸、湿巾、一次性用品、保鲜盒、储物桶等;)

(三)、家电

启动空调节(第一波)，以先帅家电我价最低，为活动口号，向大家电厂家要政策支持，家电部再配统一的活动，礼品赠送。

(四)主题抽奖活动

活动期间，当日单票购物满300元可参加电脑拍奖1次，满1000元可参加2次，满5000元可参加3次，单票最多参加3次，100%中奖。奖品待定。

(五)文化活动

1、春暖四月天购物扬纸鸢

形式一：采购一批样式新颖的风筝，顾客购物300元以上，即可加2元换购风筝1只，每人仅限换购1只，日限500只，换购完为止。(此活动对年轻人及儿童会有很大的吸引力)

形式二：事前征集手工风筝作品，在活动期间进行陈列展览，由顾客投票，在活动结束时，根据票数评出奖项，奖励风筝作者。此活动还可以为后续放活动举办风筝比赛提供铺垫。

2、感受自然从“心”呼吸——清明节徒步环湖赛。

从运河出发——环湖徒步。中途设立接待点，提供饮用水及盖章。根据用时排出名次。(此活动主要是倡导环保、接近自然，体现公益性。也可鼓励员工参加，提升士气。)

本期dm计划8版，超市4版(含中原店、百花店特色活动)、百货2版、家电2版。

dm商品：超市100—120种，百货全部参与，家电主推大家电小家电为辅。

dm印刷数量：

1、综合版25000份。

2、家电乡镇版0份(a4一张2版)

发放时间：

1、综合版活动前2天发放、3月29日发放。

2、家电乡镇版活动前4—5天发放，3月26日发放。

发放范围：

1、综合版主要发放城内生活小区

2、家电乡镇版主要发放

城东和城北5公里范围内。

发放负责部门：

1、综合版，企划部负责

2、家电乡镇版，家电部负责。

1、3月10日下午召开第一次活动草案讨论会议，16日上午召开第二次会议，确定各品牌商品具体促销方案，并明确责任和分工;22日递交确定后的活动商品，22日拍照，24日定稿。

4、dm、条幅、喷绘、写真等于3月31日之前制作完毕。企划部负责;

5、3月31日前，将各门店展板、pop、特价签统一制作完毕。企划部负责;

6、3月31日晚各门店将本次活动的`pop全部悬挂完毕。保安部负责;

7、电脑信息于3月31日晚将调整完毕。采购部负责;

9、保安部于3月31日将各门店条幅悬挂好;

10、电视台前期广告及活动中广告落实运营策划部负责;

a.场内：

1、分区域布置，使区域形象化、特色化，吸引顾客;

2、重要位置宣传一系列主题促销活动;

3、场内广播滚动宣传促销活动及特价信息，作为本次活动的重点：

4、现场统一制作特价牌或折价牌，力求精美、醒目;

5、店内悬挂导购pop、导示吊旗、各区域特色挂牌。

b.场外：

1、场外入口制作条幅，宣传主题促销活动;

2、利用送货车，采用车厢广告宣传活动主题;

3、入口放置大拱门，增加节日气氛，内容为店庆或节庆;

4、舞台搭建及相关商品展示(促销棚、拱形门等必需物品都要及时到位);

**商品促销活动策划方案篇十一**

       ××酒店圣诞狂欢节

       20xx年12月24日、25日（周六、周日）

       ××酒店

       一样的圣诞节 ，不一样的快乐

圣诞年年有，横店大不同，快乐横店为你制造不一样的快乐。

快乐一：与明星共度 圣诞节 ；

快乐二：巨型另类圣诞老人表演秀；

快乐三：激情奔放假面篝火狂欢；

快乐四：影视特技震撼体验；

快乐五：中西美味“平安夜自助大餐”；

快乐六：浓情浪漫圣诞party；

快乐七：大奖多多幸运圣诞。

（一）时间：12月24日

（二）地点：××××

1、环境营造：酒店重营造西方本位的、充满童话色彩、浪漫温馨的圣诞街景，顾客进入大门便进入了“酒店”的缤纷 圣诞节 ，美丽的欧式城堡，琳琅满目的圣诞礼品，装点缤纷的圣诞树，白雪皑皑的小木屋，挂满铃铛的游览车，人群中穿梭的圣诞老人，教堂里传来的圣诞颂歌„„香港街到处是欢乐的海洋、节日的色彩。

重点布置景区门口及街面；设置圣诞许愿树，让顾客“寄”卡祝愿；设置淘气堡气模，成为孩子们的欢乐场；设置圣诞市场，出售各式各样的圣诞小礼物；引进一些摊点饮食，融入各种葡萄酒、香槟酒、巧克力、鲜花、蜡烛和圣诞节大蛋糕（零售）；全景区播放圣诞音乐。

3、互动小游戏：小丑的表演（带着圣诞礼帽、身着华丽的礼服、脸上挂着“卓别林”笑容的两个小丑从游客中穿梭而过，嘻笑打闹声在游客中此起彼伏；）、童话故事短剧表演（七个造型不同的小矮人保护着纯情的白雪公主从美丽的城堡里跑出来，后面紧跟着手持皮鞭的恶毒皇后，游客们目瞪口呆的看着眼前不可思议的一切）、圣诞老人驾着有杉树枝点缀的红色雪橇沿街散发精美的圣诞礼品等。

4、浪漫圣诞婚礼：与××婚纱摄影机构和各市场部为各地的新人举办“浪漫圣诞婚礼”活动，新人漫步香港的皇后大道、踏入缤纷的圣诞乐园、参加精心准备的中式及西式婚礼活动、在酒店大堂聆听主的见证。

5、酒店圣诞超级购物市场：圣诞氛围浓厚的酒店卖场琳琅满目的摆设着圣诞礼品，有圣诞礼帽、圣诞服饰、圣诞西点及一些圣诞节的旅游工艺品，酒店卖场变成了一个圣诞节大型的超级购物市场， 如果你想购到酒店一年一度最价优物美的旅游产品，那圣诞节就一定要到××酒店。

**商品促销活动策划方案篇十二**

吧台实际分为两部分，距离收银台较近的为摆放及制作糕点的地方，而距离库房较近的为制作饮品的地方。

二、咖啡厅岗位责任制

(一)岗位体系

服务生：2名

(店内岗位实行两班倒政策)

(三)岗位工作职责

1、总经理：负责咖啡店的各项工作，包括制订咖啡店年度、季度、月度的经营计划，领导全体员工积极落实制定的各项任务和经营指标;分析并报告年度、季度和月度的经营情况;推广咖啡店产品，宣扬咖啡店经营理念和文化;负责本地促销计划的制订和销售过程的监督;妥善处理客人投诉，收集顾客的信息反馈;制定适合本店的各项考核制度;抓好员工队伍的基本建设，熟悉掌握员工的思想状况、工作表现和业务水平;定期收集处理各类数据，保持与投资人的良性沟通。

2、财务人员：收银员的主要工作是为顾客点单，收取顾客的付款;促销咖啡店的产品;准备充裕的零钱、发票;接听电话并做好记录与传达;目标顾客群的建立与培养，特别是积分卡的签发与管理。

3、办公室人员：必须很好的掌握市场信息，开拓新货源，优化进货渠道，降低采购费用。会同财务人员确定合理物资采购量，及时了解存货情况，进行合理采购。并且要详细对待购物品的待购数量进行预测记录,作出价格预算，并将所需款项向咖啡厅财务部汇报以取得采购经费。主要负责外出采购，包括进行市场调查，选择、评审、管理供应商，建立供应商档案，与供应商进行谈价，签订买卖合同并负责货品在运输过程中的安全，以及采购过程中的退、换货工作。负责记录采购部货物和资金的进出情况，必须详细记录货物的名称、规格、数量、进货日期、采购经费、支出数目、余额等，以便月末进行核查。

4、店长：店长是一个班的负责人，主要负责协助总经理安排日常工作，并对本班员工负责任。店长的具体工作职责包括：对销售的产品进行检查与及时补给，对服务进行监督， 工作岗位安排与缺位顶替; 人员与物品的调配，咖啡店卫生和安全的维护; 紧急事务的处理， 对咖啡店总体管理的总结和建议，顾客反馈意见的整理等。

三、咖啡厅商品促销活动方案

(一)活动主题 “恋人物语 缘定今生”

(二)活动背景

2月14日情人节来临之际

(三)活动对象 年轻的情侣

(四)活动时间 2月12日——2月14日

(五)主办单位 雕刻时光咖啡厅

(六)活动地点 雕刻时光咖啡厅店内

(七)活动步骤

1、召开会议

除自助咖啡类不参与促销外，其余产品均参加本次活动;并且推出情人节特价套餐。

(八)活动前准备

活动时间为2月12日——2月14日，所以宣传需要从2月5日起开始宣传，宣传方式有：传单、会员短信、网络宣传等。

(九)活动目标和宗旨

活动的主要目标是进一步提高咖啡厅的知名度及认识度，并且带动咖啡厅活动期间的营业额及活动后的销售额;活动的宗旨只要是让大家感受2月14日情人节的甜蜜感，并且让顾客感到放松，并且被人祝福、被人尊重的感觉。

(十)活动事项————促销的措施(方案)与实施

首先需要加大宣传力度，在活动期间参加本次活动的产品全部商品打8.5折;推出的情人节特价套餐，套餐内包含两杯巴西咖啡(或炭烧咖啡、哥伦比亚咖啡)，慕斯蛋糕两块(蓝莓、草莓、芒果)，蛋挞六个，套餐售价58元;并且单笔消费满188元者可以获得精美小礼品一份。

(十一)经营效果预测

由于加大了宣传力度，可以使更多的人知道这次活动，并且优惠套餐可以吸引很多的年轻情侣们，而“满消费送礼”活动则主要针对于除了情侣以外的群体，这样来的人多了，也可以加大咖啡厅在忠实客户的交际圈中的知名度。这样既可增加咖啡厅在活动期间的营业额，同时也可使咖啡厅在活动结束后的知名度上升，从而带动咖啡厅的日常营业额。

(十二)活动结果总结

此次活动在活动期间取得了重大的成果，，又增加了活动期间的营业额，同时也成功的起到了宣传作用，所以这次的主题活动取得了很大的成功。

**商品促销活动策划方案篇十三**

为迎合端午佳节，我们可以利用端午节来营造节日气氛，吸引顾客到来;促进销量，减少库存;提升品牌形象;使厂家.消费者.超市达到共赢;打击竞争对手。

一、促销主题

品味端午传统佳节，体验多彩品质生活

二、促销背景

三、促销目的

利用端午节来营造节日气氛，吸引顾客到来;促进销量，减少库存;提升品牌形象;使厂家.消费者.超市达到共赢;打击竞争对手。

四、促销产品

粽子和与包粽子相关的产品(如糯米.腌制的咸肉.红枣.红豆.花生等);熟食;酒水饮料;夏天家庭常用的生活用品(如驱蚊剂.凉席.风扇等);一些家电(如空调.冰箱等)。

五、促销对象

全体消费者

六、促销时间

\_月\_\_到\_月\_\_三天

七、促销内容

1.凭小票免费领艾草

活动时间：6月22到6月23号早上8点到11点

活动地点：苏果超市门口

2.射粽比赛

活动方式：凭小票每人可获得5枚飞镖，在活动指定地点(商场大门口有场地门店)，参加射粽子活动，射中的是标识为\"豆沙\"即获得该种粽子一个;射中的为\"肉粽\"，即获得该种粽子一个。

3.现场促销

活动方式：免费品尝、购物满多少送多少、特价商品、打折、优惠劵、捆绑销售等。

(1)像粽子一些熟食类的产品可以采用免费品尝的方式促销

(2)像家庭用的一些生活用品可以采用特价、优惠劵方式

(3)像酒水饮料类的可以采用捆绑销售

(4)像家电一些大型的商品可以采用满多少送多少、特价、打折等方式。

八、相关宣传

1.在促销前，发放促销单。

2.在超市外张贴门店海报。

3.在超市中，采用pop，广播宣传。

4.各种人员相关宣传。

九、费用预算

艾草500根

粽子六种口味每种500个

各种宣传费用(海报.宣传单.人员等)

活动的舞台搭建.零散的物品

十、事物流程

1.经销商.业务市场人员.其他渠道汇总意见。

2.确定此次活动负责部门及负责人以及相关合作部门人员。

3.研究讨论对经销商的折扣方式.促销活动的具体方式.主题等事务，正式启动促销，活动实施进程。

.货架.包装.其他宣传资料等设计。

5.内部人员培训(业务市场人员.促销员)：就产品知识.促销细节.铺货.货品陈列的具体要求等做详细说明。

6.经销商协商.沟通工作：.货架.宣传资料等细节。

**商品促销活动策划方案篇十四**

(1)针对春季踏青郊游这一主题组织相关商品进行促销;

(2)针对全馆春季商品全面上市，以新品推介为主，组合相关业种，以特别周的形式作重点促销。在促销业绩的同时，辅以有关的pr活动来进行“先帅百货”的形象树立，陪养主客层。

(3)本期活动主打商品：百货部(服饰、化妆品、珠宝、鞋包)，家电部：(空调节第一波)，超市部：(踏青节活动继续延续，卖场氛围营造)。

让我们一起踏青去

四月新情抢先报

4月1日到5日

通州区人民商场及周边

(一)百货：

扮靓自己新春新装扮

各区主题：化妆品spring春妆密码春化妆品节

服饰类早春新装上市

中性休闲+户外运动改装特卖会

耍个性抢流行

珠宝类春媚炫动我的风采

鞋包类春色甜甜儿鞋包特卖会

(二)超市

踏青郊游—寻找第一抹春光

主推商品:旅游装、家庭装洗化妆品、保湿护肤品、配饰、春季针纺织品、烧烤用品以及烧烤的关联商品等(户外帐篷、铁锹、水桶、烧烤架、烤肠、海鲜、饮料、零食、桌布、餐巾纸、湿巾、一次性用品、保鲜盒、储物桶等;)

(三)家电

启动空调节(第一波)，以先帅家电我价最低，为活动口号，向大家电厂家要政策支持，家电部再配统一的活动，礼品赠送。

注：先帅家电，今年根据公司领导安排，重点启动发掘乡镇的购买力，家电部派专人负责，以新城东面和北面5公里和10公里，两个层级来管理，先打开局面，按自然村逐个公关的政策找到自然村的关键人，如电工，以及在村里有威信的，有号召力的人，作为我们宣传的主要对象，把他们都发展成我们的\'营销员，把这些人员登记造册，定时定专人联系、管理，为下一步的广告发放做铺垫。

(四)主题抽奖活动

活动期间，当日单票购物满300元可参加电脑拍奖1次，满1000元可参加2次，满5000元可参加3次，单票最多参加3次，100%中奖。奖品待定。

(五)文化活动

1、春暖四月天购物扬纸鸢

形式一：采购一批样式新颖的风筝，顾客购物300元以上，即可加2元换购风筝1只，每人仅限换购1只，日限500只，换购完为止。(此活动对年轻人及儿童会有很大的吸引力)

形式二：事前征集手工风筝作品，在活动期间进行陈列展览，由顾客投票，在活动结束时，根据票数评出奖项，奖励风筝作者。此活动还可以为后续放活动举办风筝比赛提供铺垫。

2、感受自然从“心”呼吸——清明节徒步环湖赛。

从运河出发——环湖徒步。中途设立接待点，提供饮用水及盖章。根据用时排出名次。(此活动主要是倡导环保、接近自然，体现公益性。也可鼓励员工参加，提升士气。)

本期dm计划8版，超市4版(含中原店、百花店特色活动)、百货2版、家电2版。

dm商品：超市100—120种，百货全部参与，家电主推大家电小家电为辅。

dm印刷数量：

1、综合版25000份。

2、家电乡镇版0份(a4一张2版)

发放时间：

1、综合版活动前2天发放、3月29日发放。

2、家电乡镇版活动前4—5天发放，3月26日发放。

发放范围：

1、综合版主要发放城内生活小区。

2、家电乡镇版主要发放。

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