# 2024年促销策划方案(优质10篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-03-01

*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，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以...*

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，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**促销策划方案篇一**

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。

**促销策划方案篇二**

商场新年促销策划方案一：新年惊喜换购价

20xx年促销策划方案二：噼里啪啦迎新年

在商场内购物满 20xx年促销策划方案三：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。

商场新年促销策划方案四：一谏值千金——我们倾听您的心声

在旧的一年将逝去、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 xx 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“xx”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。

a.地点可以选择在商场中央大厅一、二楼电梯旁或服务台一侧，准备好建议单(上面标有建议内容、建议人、联系地址或电话等选项)，同时准备好笔、椅子、桌子等。

b.具体奖励金额也可以视商场自身实力而定，不过当然是金额越高，吸引力也越大，正所谓“重赏之下，必有谏夫。”

c.选择商场老总坐堂值班，是体现商场的诚恳，可以是老总和副总轮流值班。

商场新年促销策划方案五：其他活动

跟奥运有关的礼品和商品，有奥运吉祥物图案的商品。 新年公益活动：

在社区，捐资建造社区公共设施，另外可以重点围绕老人和小孩展示公益活动。

冷冷的冬天，为心爱的人编织一条暖暖的围巾，你知道如何编织围巾吗?邀请专业人士在商场现场讲解示范如何编织围巾，并提供材料供顾客购买。

**促销策划方案篇三**

长夜传祝福写比速度(因为是初步的想法，写的是我的思路，并不是完全的方案)

每晚7：309：30

每个手机专卖店内

为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量，因为现在天气热，所以白天很少有人去逛商店的，一般是在晚上，和朋友或者和亲人一起逛街的，所以我们利用晚上的时间，进行促销活动，为了吸引路人的眼光，为了提高晚上专卖店里的人气，为了利用活动宣传自己，为了让更多的顾客晚上来浏览专卖店。

手机专卖店，先准备好各种款式和功能以及各个品牌的手机个一部，然后请各位有兴趣参加的顾客进行写比赛!在规定的时间里，看谁写的最多，并且要发给自己的朋友或者亲人等，专卖店先规定每位顾客写的是：亲爱的朋友，夜月清明，我在某某手机专卖店参加写速大活动，借此机会，我给你带去一份我的祝福，原你天天快乐!

比赛时，顾客可以选择自己喜欢的手机或者自己比较熟悉的手机进行比赛，

在每晚上，可以进行多轮的比赛

第一名是?第二名是?第三名是?

活动前期宣传策略：在某某地方性电视台做宣传，时间的选择等，或者什么地铁报以及某某娱乐报纸。

第四：充分调动了顾客的积极性，给顾客晚上休闲和娱乐等目的!

**促销策划方案篇四**

1.煽情的广告语是很有杀伤力的，广告、海报、横幅宣传必不可少

2.会员制促销，会员积分礼品兑换

3.有奖促销抽奖

5.激情happy夜:以ktv的开业活动为机会，我们可以邀请一些歌手现场演唱，激发消费者k歌的欲望。

开业活动策划营销方法

1.提高公司知名度

(1)利用新闻媒体，报刊载体进行大肆宣传。

(2)派发宣传单

(3)向企业，公司发邀请函

(4)利用巴士广播网，的士广播网进行前期宣传。

(5)利用气球，彩幅，墙体进行广告宣传。

(6)在广场举行文艺表演宣传

(7)活动期间制定各种优惠措施，吸引客人来消费。

(8)利用会员卡优惠锁定消费群体以上宣传手段

ktv娱乐场所活动策划要抓住主题重点，圣诞宣传单、情人节宣传单、春节宣传单、万圣节宣传单……每个不同的节日都应有不同的特色的宣传形式。

对于新开业的场所，前期的宣传营销就显得尤为重要了，因为那是给消费者的第一感觉，所以必须让对方留下深刻的印象.

ktv宣传海报:

宣传海报规格、尺寸会比较大，通常在开业、喜庆节日、明星代言、活动策划上会进行的宣传手法，同时也可以做为场所的形象宣传表达方式!

ktv广告宣传:

2.提高公司效益

开业或重新装修开张时

在ktv开业或活动期间，应动用所有广告媒体，而此时广告宣传的任务就是招待预定消费者。所以应利用各种关系，寄发开业通知、邀请函、优惠券给亲朋好友和目标消费者。

举办活动时举办周年店庆、圣诞活动、情人节以及其它特殊活动，如歌星见面会、名人联谊活动等时，运用宣传可以以有效地传递信息。

推出新项目、新服务时当ktv有所创新时，先知策划提醒例如酒吧推出新品味的鸡尾酒或增加了新的娱乐服务项目，有必要采用快捷的方式告知消费者，这也是运用宣传的好时机。

向消费者问候时春夏秋冬的时令问候、节日的祝贺，对联络和稳定常客，可以起到非常好的效果。在其它的时候也可以寄发问候卡，或借助“本月问候”等名目，设计不同凡响的广告宣传单，以达到招徕和维护消费者的效果。

e.向消费者致谢时对参加活动的消费者，应于一周后寄发dm表示致谢。当事过境迁，消费者几乎要忘记的时候，忽然接到ktv追踪而来的请函，消费者一定会对这个ktv留下较深的印象。

f.相应折扣：开业或活动时所有项目进行打折，但特殊情况下可根据当天顾客多少及老板经济实力情况进行打折。

g.经济组合：在开业或活动之际，组合多种经济、实惠快捷的服务套餐，明码标价。

h.发放ktv会员优惠卡，有卡的会员适量打折。

l.增开ktv超市，物品尽量齐全，且价格适中。

开业活动策划技巧

1.活动策划、因地制宜

这期间的一切活动要有个整体的策划安排，首先看各酒商给的赞助或专场费用情况，要计算节日期间的投入分配和回报计划，因费用问题，要注意小场玩特色、大场耍场面。诸多节日期间，各ktv门店都会有大大小小的投入，基本都会在暗中和同行的竞争对手拼装扮特色和活动推广，相互侦查对方的策划内容和相关营业价格。

2.环境布置

a.在门口以及大堂内布置相应节日主题风格的装饰;

b.服务员统一换成节日主题风格的服饰，尽可能加入场所特色;

d.在等候区，或者其他地方准备整人小道具，被整蛊的顾客成为幸运顾客，将有福利发送。

3.前期宣传

、dm宣传：提前2周，利用店内的pop等宣传活动主题，做到让消费者都能初步了解活动。

b.营销：利用门店的公众平台释放活动讯息(提前1-2周，且讯息每2-3日一次)。例如：“万圣节大趴，够胆你就来!”、“某某ktv圣诞节大型party，让我们一起释放所有的压力，尽情狂欢吧!”、“狂欢迎新年，到店赢好礼”等主题活动。

4.活动内容设定

c.购买一些具有节日特色的小道具或玩具，送给在超市消费的客人作为纪念;

d.可将部分节日玩具等物品，摆放在超市货架上售卖;

e.节日当天，只要开房消费的客人每间房可赠送相关代金券及赠券，为而后提升批次做铺垫。

**促销策划方案篇五**

以节造市、以市促销、扩大内需、拉动消费，营造欢乐祥和的节日氛围，充分展示\_商贸流通业繁荣活跃、优质服务的`良好形象，满足广大消费者消费需求，推进商贸服务业平稳较快增长。

\_年11月10日―11月12日

20\_\_购物节

主办单位：\_市人民政府

承办单位：\_市商务局、\_市财政局、\_银行\_分行营业管理部、华商报社、\_银联\_分公司、\_连锁经营协会。

协办单位：各区县商务主管部门、各在陕商业银行、各行业协会、各大中型商贸服务企业。

本次活动涵盖百货、超市、便利店、餐饮、家电、家居、通讯、汽车、婚庆、电子商务等行业，开展各种促销活动。通过财政资金、金融行业、商贸企业、媒体平台等多方联手促销，针对刷卡消费者采取多重优惠和抽奖相结合的方式，活跃消费市场，拉动企业销售增长，同时以优质的服务满足大众的多样化需求，拉动销售再创新高。

(一)启动仪式

1.时间：9月19日

2.地点：\_\_购物中心广场

3.活动内容：组织企业方阵参加开幕式，邀请市政府相关领导出席开幕式并讲话，市商务局宣布20\_x购物节活动方案，企业代表发言;在华商报、\_晚报上进行整版宣传，并以企业为主体，统一标识，统一宣传。

**促销策划方案篇六**

随着生活水平的\'提高，咖啡厅已经成为人们沟通交流和自我享受的重要场所，对于校园而言，它是学习，聚会，交流，休闲的理想之地。

咖啡不仅仅是一种饮料，而是一种氛围文化和生活追求。校园咖啡厅不不单丰富了校园生活，还可以有着高文化素质的师生来较高的品味和精神享受。

大学校园是人口极为密集的场所，有着稳定的消费市场，且需求旺盛，也因此导致咖啡厅竞争激烈易于效仿。

作为校园生活的补充与丰富，学校师生需要一个便利的休闲娱乐及学习交流的场所。

通常大学周边周边都分布有咖啡厅，奶茶厅，ktv等众多餐饮娱乐场所，以西安外事学院为例，外事学院周边就有很多奶茶店和ktv，市场竞争非常激烈。想要在激烈的竞争中胜出，则必须发挥自己的优势，树立独特的形象和品牌文化，为顾客创造差异化价值。

1、校园咖啡厅的优势

（1）便利，场所就设立在学校周边，节省顾客的时间成本。

（2）环境较为简单，适合学生，不复杂。

（3）易于结队消费，使师生口口相传，形成口碑效应。

2、校园咖啡厅的劣势

（1）实力不及专业咖啡厅，影响力较弱。

（2）消费群体单一，而且消费时间集中在中午和晚上，增加了运营费用。

（3）经营面积有限，难以扩大发展。

3、校园咖啡厅的机会

（1）消费群体集中，消费潜力巨大。

（2）学生都是年轻人，一旦形成习惯和消费偏好，易形成顾客忠诚。

（3）学校缺乏新颖有特色咖啡厅。

4、校园咖啡厅的威胁

（1）市场进入成本较低，容易出现模仿和跟进的竞争者。

（2）学校周边其他的餐饮场所竞争激烈。

5、消费者分析

校园市场潜在顾客年龄，收入，消费习惯较为单一，主要为学生和教师两个大的群体，其中学生数量最大，教职工较少，则外事学院又以专科生生最多，本科其次。在学校中，寝室，教室，食堂三点一线的生活迫切需要丰富。咖啡厅等休闲娱乐场所迫切需要丰富，咖啡厅等休闲场所为师生们提供了别样的选择。而还有一个被忽略的人群，那就是情侣。这个需要安静的两人世界，谈情说爱，交流感情的的场所，校园的咖啡厅最合适不过。

1、咖啡厅环境

环境优雅，整洁舒适，这些都是在咖啡厅必须享受到的感觉，环境，气氛，服务等也是吸引消费者的重要原因。随着校园生活越来越丰富，学生消费的水平越来越高，而他们对于消费环境的要求也是越来越高，除了整洁干净卫生之外，同时也希望进入校园咖啡厅的时候会给他们一种很有创意的感觉，给学生消费者深刻的感官印象。

（1）咖啡厅要给人新鲜感，不需要做过多的装饰，但是整体气氛还是要与咖啡厅的文化想结合，体现出咖啡的历史文化。

（2）既然做的是咖啡厅，那么咖啡制造工艺就要地道，味道纯正，可以在显眼的地方制作咖啡，呈现给消费者。

(3)保证咖啡厅的内外整洁，卫生间的情节。

（4）保证服务人员的素质，最好是能做到服饰统一和独特设计。在开始服务工作之前可以对其进行咖啡的培训，了解咖啡的历史和知识。

（5）实时的对校内进行广告宣传，传播咖啡文化。

2、产品策略

以经营咖啡为主，其次可以经营一些别的饮料，小点心，简餐，也可以定制一些小礼品，促进品牌形象的树立，同时定期举办主题活动。

学生经济收入有限，推出基本款饮品搭配点心小吃，单品饮料，特色推荐，套餐等从低到高档次系列，并采取限时折扣和积分制度。

3、广告

在校门，食堂，图书馆等人流量大的地方张贴或者发放宣传单。也可以在校园贴吧发布消息。

觉得要在我们学校内培养一种来咖啡厅坐坐的文化，喝咖啡的习惯，来咖啡厅谈事情的习惯等，让咖啡厅有自己的故事。

这样一个咖啡品牌，所要发展的方向当然不会局限于销售咖啡，我们努力的方向是为消费者提供更多的体验，将咖啡厅打造成大众文化的一部分。

**促销策划方案篇七**

1、家家乐电器有限公司成立19周年，为更好的证明了家家乐的实力，传达家家乐的.经营理念，提升企业品牌形象，开展全方位的推广活动势在必行。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金（无论是在电视广告、报纸、单张上）全力反搏；国美电器欲于国庆前后在新塘开业；大环境上，国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场，家电行业激战越演越烈。

3、为了减少家家乐电器有限公司挂绿店的搬迁造成的负面影响，强势宣传博罗店的成功签约。

4、中国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。

综上所述，我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

1、活动主题

司庆期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到；（具体时间：9月24日——9月30日）

国庆期间活动口号：贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。（具体时间：9月28日——10月9日）

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现家家乐辉煌历史。

3、活动时间：9月24——10月9日

家家乐各连锁店（包括河源店）

总监督：总负责部门：销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人：

各分店店长（监督人：销售管理部、采购部）

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80以上，特价商品主要定位在

a、库存量较大、急需处理商品

b、其它商家主推商品及公众敏感性机型

c、我司主推商品

d、厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）

活动主要针对司庆期间光临家家乐电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送（购物送麦当劳券）

活动主要针对国庆期间在家家乐电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由负责联系券，新塘店由负责联系，河源店由负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

主要根据厂家在我司活动期间所推出的优惠政策配送的赠品及日常所配送的赠品，要求在活动前由采购部根据厂家赠品配送政策及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、9日（星期六、日）开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。（具体内容根椐采购部提供的资源再来安排）

6、一元超低价活动

a、活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b、超低价商品明细表（仅供参考，具体由采购部确定）

价位商品数量单价合计亏损

1元风筒5台20元100元95元

1元烫斗5台30元150元145元

1元电话机5台30元150元145元

1元风扇5台40元200元195元

1元微波炉1台280元280元279元

1元dvd1台280元280元279元

1元彩电1台600元600元599元

总计1760元1737元

3店共5280元5202元

两天共10560元10404元

c、超低价抽号券2种领取途径：

（a）、每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。（凭单张排队）

购物最多送出550张

d、方法：9月24日—26日；10月1日—3日各分店每天上午9：30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“xx商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序（廖总事先安排），派发人员：文员、财务人员。

g、所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分店负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h、当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i、活动开始的前一天晚上（营业结束时），各店把超低特价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j、在派发超低价购物券前由现场负责人通过咪头或大声公讲解超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由售后中心安排维修师傅（4人）维持现场秩序。

7、购物抓现金活动

a、活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b、活动地点：家家乐各连锁店

c、活动方式：购物抓现金

d、方法规则：

（a）、活动期间凭本公司购物满1000元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次；购物满10000元以上可抓三次，最多三次。

（b）、抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

（c）、顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。（须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等）

e、美工在活动前书写抓现奖明细海报（活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f、各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾

a、活动时间：9月24日—25日、10月1日—2日、10月8日——9日（活动期间星期六、日，具体情况也调整）

b、活动地点：家家乐各连锁店店门外

c、活动形式：根据厂家提供的文艺资源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系活动。

d、场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响（调试）、产品展示为主。

e、采购部根据厂家回复情况与市场部做统一调整和安排表演具体时间、内容、具体厂家。

f、司仪、文艺节目、互动游戏、现场赠送礼品（糖果火为主）要提前由市场部审核，尽量做到最好最有影响力。

9、放心服务全方位体验

a、活动目的：目的是在消费者心中提升我司的服务形象，本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

b、活动时间：9月24日——10月9日（如消费者反应强烈可继续实施）

c、活动主题：家家乐电器放心服务全方位体验；

d、活动内容：

（a）、售前服务体验；

（b）、售中服务体验；

（c）、售后服务体验。

e、活动详解及分：

a、售前服务：主要是指免费接送消费者，目前在家电零售行业免费接送在广州还未曾见过，在超市行业已早实施，推出此项业务主要基于：创造增城首家，制造舆论效果，从侧面提升家家乐的影响力；费用不是很大；突出家家乐的服务质量；为以后的服务提供借鉴依据。

实施措施：

（a）时间：9月24日—10月9日，24日前通过广告宣传，渐渐把顾客注意力注意到家家乐，国庆前再通过广告宣传活动内容以此把活动推向高潮。

（b）是以打电话预约形式完成（未形成惯性，避免无目的性），我司通过广告形式向顾客说明预约电话号码，一般情况下是提前1天预约，次日根据顾客的购买时间定时到顾客家中接人。

（c）各片区、

**促销策划方案篇八**

中秋节的活动已经结束，由于人们在节日期间走亲串友，家中的礼品类商品比较充足，因此在国庆节期间，我商场的销售思路应在日常消费品上，因此我们在十一期间，可以再次组织，“超低商品、重拳出击”，推出十一超低商品的抢购大潮，再次吸引人气，带动商场的人流及销售高峰。

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)

1、国庆节里乐无边，精彩大戏随您看

9.31.1-7日活动期间，在惠万家西门口，惠万家为您在南阳邀请来了精彩的文艺演出，高雅的演出风格，多种多样的文艺形式，让您在国庆节里大饱眼福！

2、我是中国人，国旗大派送：

国庆节当天，凡在我超市二楼一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。(限500面，送完为止)

3、秋装上市，名品服饰展示会

10月1日起，惠万家三楼时尚服饰馆，名品秋装隆重上市，休闲装、商务装、职业套装等新款名装靓丽登场，上百款服饰总有一款适合您的品位，敬请光临锦上花200\*秋装展示会。

4、名品夏装、换季打折，超低特价、最后清仓

活动时间：10月1日——7日(7天)

10月1日起，在惠万家广场举办三楼名品男女夏装，换季打折活动，超低的价位，让您心动到家，带上您的家人，到锦上花西门名品服饰特卖场来淘宝吧！

由百货部安排三四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

5、国庆七天乐 欢乐实惠颂：

6、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天：

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！

7、黄金周，结婚季、浪漫而甜蜜！

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。

8、您来购物我送礼：

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)

序项 目位 置备 注

1、电台广告、飞字广告电视台媒体播放时间：9月27日至10月6日

2、气象局广告电视台媒体播放时间：9月27日至10月6日

3、dm(5万份)活动内容大度16开8张16页码

4、宣传贴10000张张贴卖场各厅精彩华诞 举国同庆

5、喷绘中厅及店外活动信息、

6、喷绘5米\*12米晚会演出背景

7、播音服务台全楼播音内容为：促销信息

8、卖场看板全楼主要通道活动看板、吊挂等

9、地贴全楼卖场主要通道

10、门外看板东门、圆门、南门大看板写真看板

11、吊挂装饰卖场通道喷绘

**促销策划方案篇九**

图片已关闭显示，点此查看

图片已关闭显示，点此查看

图片已关闭显示，点此查看

图片已关闭显示，点此查看

前期准备及相关负责人： a已有资源：

1、 大良及容桂各楼盘资讯；（负责人：谭姐、阿源） 2、 场地基本信息；（负责人：韦青欣） 3、 移动展示区室内产品；（负责人：贺楚华） b需要资源：

1、 锁定楼盘的主推户型图；（负责人：谭姐、阿源） 2、 各个户型效果图；（联系外援）

3、 移动展示区设计及产品陈列布置方案；（负责人：贺楚华） 4、 移动展示区电器准备；（待商讨；是否用真实电器，自行购买还是合作？用电、保管等处理方案。） 5、 现场活动灯光、音响准备；（负责人：谁有资源谁负责，公司是否有现场资源？） 6、 宣传主题及方式确定；（负责人：罗嘉妍、韦青欣） 7、 宣传单设计及派送区域；（设计方案负责人：韦青欣，派送及区域负责人：谭姐、阿源） 8、 广告公司的洽谈；（负责人：韦青欣） 9、 公司优惠权限；（负责人：梁培根） 10、 实物奖品确定；（负责人：梁培根、罗嘉妍） 活动流程： a宣传阶段：

1、时间：7月5号到7月20号；

活动后期： 1、 2、

经费预算： 注意事项：

活动负责人及参加人员： 一、 附录一 二、 附录二 三、 四、

**促销策划方案篇十**

商场的主要组成要素就是各品牌各产品的业主，作为商品的主要经营者、促销活动一线管理者，他们对本次活动的态度和了解至关重要。再好的方案，如果不能获得业主的赞同和协同实施，都不可能转化成功。这一点一定要放在开头来写，因为很多商场物业与业务之间都存在各种矛盾，包括业主与业主之间也有矛盾，如果策划人只偏重与促销活动的发起方（大部分是商场物业）进行沟通，而忽略了与各个业主之间的沟通，整体促销活动失败的可能性非常高。我认为在促销活动实施之前，策划人最好要有一周的时间是专门与各业主进行沟通了解，包括讲解促销方案，同时也需要对业主进行一些激励的工作，各个业主对参与促销的意愿也千差万别，不能想当然的认为他们会100%参与其中。

发起方在与策划人沟通的时候，也包括其他项目方，都普遍存在一个问题就是要么片面夸大项目成绩，要么片面放大存在问题。甲方都是主观的，从甲方采集到的情况一般只具备30%-50%的参考价值，更多的信息需要策划人向同行业其他经营者、业主和消费者多方进行沟通，做到心中有数，制定方案的时候才能对症下药，解决关键问题。

简单就是力量。策划人要有将纷繁复杂的问题一刀而解的能力，为了加强促销效果而实行多重优惠反复加码的形式基本会把消费者搞晕，从而降低吸引力，策划方案中亮点要绝对亮，辅助性的方案要简单扼要，不能与主题分庭抗礼。在这一点上还有一个问题就是业主和商场的意愿，如果业主意愿不高，投资力度不大，确实很难形成较为有力的主题亮点，这就需要策划人跟业主和甲方进行沟通，在目前市场竞争激烈态势下，消费者或许盲目但并不傻，只有把促销的核心价值呈现出来，才能打动大部分的目标消费者。

“我播下的是龙种，收获的却是跳蚤。”德国诗人海涅的一句话恐怕也是很多策划人的心声，很多时候甲方为了成本控制，会将一个完整促销方案分成几个部分分包给不同的公司和个人还实施，包括方案、庆典、人员、道具和广告推广等，这就造成策划主体需要对各个部分进行监管控制，随时进行纠正，不仅让工作量大大提升，而且由于甲方的干涉，往往最后其他单位负责的部分都与策划初衷大相径庭，导致整个活动向着预料之外倾斜，最后不了了之。

商场促销一般都有一个明确的实施时间，不容更改。从一个项目初步沟通产生意向开始，策划人应该将时间利用阶段化、规范化、文本化，节省时间尽早完成各项工作。保证这一点的除了策划人严格的时间观念外，人员准备尤其重要，作为全包项目的实施方，沟通、设计、制作、促销员培训等等工作都需要有一批熟悉方案的人来负责执行，而且最好专人专项，分工清晰责任明确，切忌一人多工和权责混乱。

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