# 中秋促销活动策划意外防范措施有哪些(优秀10篇)

作者：温暖如初 更新时间：2024-01-09

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇一**

xx年9月3日——9月13日

中秋促销

汇集省内外著名厂家、品牌的各式月饼近300多种，质优物美，是月饼的理想购买世界。

1、凡在9月3日—9月13点前在大厦购物满50元者即可参加抽奖。

2、抽奖凭有效购物凭证，每满50元抽一次，超过50元部分金额以50元的倍数计算抽奖次数（不足倍数部分不予计算），最多限抽10次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个（一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个），空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否（每次只能抽一个球，多抽作废并计入应抽次数）。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖价值50元的月饼购物券一张；

二等奖：奖价值30元的月饼购物券一张；

三等奖：奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本大厦购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

决赛：9月8日下午2：00

比赛地点：xx大厦一楼中庭

初赛按报名顺序分组，比赛分组淘汰制，每组取优胜者1名，进入复赛。

复赛在初赛决出的优胜者中以抽签方式决定分组，每组3—5人，比赛采取分组淘汰制，每组取优胜者1名进入决赛。

决赛以个人为单位分别进行，最后决出一、二、三等奖的.获得者。

比赛规则：由大厦统一提供同等大小、同等馅料的三个月饼，看谁在最短的时间内全部吃完（以吞咽下肚，张口后后口中无显著残留物为准），谁为优胜，如违规，比赛成绩无效。吃法不限。

比赛有裁判及裁判长，比赛结果由裁判当场判定。若有争议，裁判长为最终决定者（凡报名参赛者即自愿无条件服从本条规定）。

一等奖1名：奖xx寸彩电一台。

二等奖2名：各奖xx手机一部。

三等奖3名：各奖xxvcd一台。

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇二**

中秋节是我们中国传统的三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。其中，中秋篇紧密围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用富有人情味的活动来打动消费者的心。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又贏得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

xx年9月23日——xx年10月8日

7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的时间定为以上的时间。

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联”

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

（本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。）

“欢乐在华联，情浓意更浓”

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消費者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相當丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋補保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期間的销售。

中秋节本來就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售額的增长。（烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。）

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。（礼品建议为红酒、打火机等时尚物品）

-->[\_TAG\_h3]中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇三

主题：“景区中秋祭月仪式“特色民俗活动

活动时间：20xx年09月27日晚

活动介绍：中秋祭月会一直是景区的传统节日庆典，今年新增了荷花灯、烛舟、寺庙钟声的配饰，加上景区夜晚的蛙叫虫鸣，使得整个祭月仪式更具有复古的味道。仪式中除了汉服歌舞文化表演，仪式结束后还有祭月贡品分食的环节，不仅让人能感受到浓烈的汉风民俗文化，也能让部分幸运的参与者得到象征福泽的贡品吃食。

参与群体：广大市民、相亲活动男女、大学生、孤儿等

主题：慰问孤残儿童、看美景、做月饼、献爱心

主题口号：“月圆天上，情满人间“

活动时间：20xx年09月27日

活动介绍：中秋是个月圆人也团圆的日子，但是总有一群人在这个日子无法与家人团聚。这次景区邀请了扬州孤儿院的孤儿们来一起过这个节日，内容不再是简单的给孩子吃的、喝的、玩的，取而代之是教他们在中秋节自己动手做月饼，同时将做好的月饼献给一直以来关心和照顾他们的爱心人士。此外，在当晚的中秋祭月仪式上，他们中的一些小朋友也会为大家带来精彩的节目表演。

参与群体：社会各界爱心人士

主题：相亲会

主题口号：爱情的主旋律

活动时间：1期9月22日，2期10月中下旬

活动介绍：景区是第一个把交友类活动和户外旅游相结合的景点。

主题：“中秋夜·露营赏月会“

活动时间：20xx年xx月xx日

活动介绍：中秋是个团圆之夜，但仍有不少待在异乡不能回家团聚的人，或是想用别样的方式度过这样节日的人，景区特别策划了露营赏月会，除了能参加中秋祭月会，感受汉古文化，还可以看烟花、免费露营，如果足够幸运还能得到意外的惊喜。

参与群体：热心读者、电台听众、留洋的大学生代表。

主题：“景区大寻宝“

活动时间：中秋（xx—xx号）、国庆（1—7号）

活动介绍：大寻宝活动是景区的\'又一特色活动，以往一般只在五一、十一期间举办，今年的中秋节排在了国庆之前且靠得很近，景区将寻宝活动跨度拉长，让更多的市民游客可以参与其中，获得更多的乐趣和幸运。

参与群体：中秋国庆来景区的所有游客

主题：景区趣味表情大征集

主题口号：“我是主角我happy，定格快乐景区“

活动时间：9月20日—10月10日

活动介绍：只要在9月20日至10月10日期间，在景区迷人的背景下留下自己好玩的、搞笑的表情记录，快乐的、有趣的瞬间场景。摄影设备不限，不玩技术玩心情，不要专业要开心。相片发送至论坛、邮箱，或手机彩信发送xx，相片要求：景区游玩过程中表情特写，有趣的瞬间记录即可。

参与群体：中秋国庆期间在景区游玩的游客。

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇四**

中秋节燃情

花好、月圆、人长寿——礼品展卖!

自x月\_\_日起，各种精品月饼、烟酒、保健品等送礼佳品将在一楼大厅举行展卖活动，优惠的价格，精美的礼品，表达您一份浓浓的情谊!

二、促销活动

活动一、海底捞月大行动

活动时间：x月x日至x月\_\_日

活动办法：x月x日—\_\_日，凡在当日一般商品单张收银单满300元以上、特殊商品单张收银单满3000元以上，即可凭购物单到商场负一楼超市入口处参加游戏。

摸奖设置：设置一个透明玻璃摸奖箱，箱内装100个玻璃球。顾客单手手背向上，一次性摸出多少玻璃球即赠送相应金额的购物券。

摸奖方法：顾客凭购物单到海底捞月处摸取玻璃球，当日购物一般商品单张收银单满300元、特殊商品单张收银单满3000元，均可按摸球规则摸一次(每人仅可摸一次)，奖金以顾客抓出玻璃球的数量确定，每个球1元，抓多少，送多少。

奖券发放：每组设置3人，一人登记发票，确认抓球次数;一人组织活动的开展;一人发奖券。

预计奖金：预计三日销售\_\_万元，每笔300元，最多有\_\_人摸奖。按每人平均20元计算，合计约x万元(实际约为一半，费用约为实际销售的x%。

要求：

1、质管部作好促销活动的店内广播。

2、综合办负责活动的宣传和组织和摸球道具的准备，以及对摸球工作人员的培训。

3、保卫部负责活动现场的秩序维护。

4、业务部负责购物券的准备。

5、摸球人员要求认真负责，要耐心对顾客讲解

活动二、购物抽奖送月饼

1、凡在20\_\_年x月x日-x月\_\_日在本商场当日购物一般商品单张收银单满100元、特殊商品单张收银单满1000元即可参加抽奖一次。

2、抽奖凭有效购物单，最多限抽一次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废)。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖价值\_\_元的月饼购物券一张

二等奖：奖价值\_\_元的月饼购物券一张

三等奖：奖价值\_\_元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本商场购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

费用预算：

预计三日销售\_\_万元，每笔100元，最多有\_\_人次摸奖，设若一、二、三等奖命中率分别为x%(1/60)、x%(2/60)、x%(3/60)，相应奖金为\_\_元、\_\_元、\_\_元，共计x万元，占销售额的x%。

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇五**

团聚购划算

9月8日一9月11日

中秋节这一天人们都要吃月饼以示“团圆”。团聚是这一天中华民族共同的心愿。

中秋8重好礼

第一重一元秒杀

1款商品每天上午8点晚上20点进行1元秒杀

第二重全场包邮

活动期间，全场满150元包邮，港澳台及海外地区不在包邮范围。(默认快递：圆通，申通)

第三重五折秒杀

(建议这里出现的产品，是原价100多的，折扣后几十元的产品。是作为给顾客尝试的产品)

第四重满送

购物满200元，即送20元优惠券

购物满300元，即送40元优惠券

购物满500元，即送80元优惠券

下次即可使用

第五重新店特惠

甩货产品买一送二(送的产品，可以由指定产品区中任意挑选)

第六重中秋免单

特定产品第一件原价第二件5折第三瓶免单!

第七重好评返现

只要给予好评，并留言30字以上好评，进行“跟随购”的.顾客，切图给客服确认后，可以获得支付宝现金支付5元的返现。

第八重团圆照评选

谁和家人最亲热，来拍一张亲热的全家福吧!

笑的最开心的，经过群众评选后，可以免费活动价值500元的超值大礼哦!

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇六**

策划书是目标规划的文字书，是实现目标的指路灯。撰写策划书就是用现有的知识开发想象力，在可以得到的资源的现实中最可能最快的达到目标。如果你想写一份优秀的策划书，就不要犹豫，赶紧到本站来瞧瞧吧，下面是本站策划书频道提供的中秋促销活动策划书。

今年9月22日是中秋节，距离10月1日仅仅7天，又值9月28日商场五周年店庆，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10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：

活动时间：9月21日(周五)——10月7日(周日)

活动主题：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

活动范围：商场及各门店

活动内容：

中秋活动：【超市中秋档期dm海报9月5日—25日同步跟进】

各店中秋同步跟进

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)

活动时间：9月21日(周五)——9月25日(周二)

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。)

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。

国庆节、商场周年店庆：

活动时间：9月28日(周五)——10月7日(周日)

活动范围：某商场商城及各门店

活动内容：

(一)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，原则上参加品牌范围要广，各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)

(二)购物某商场，尽享意外惊喜—“国庆购物不花钱”

时间：2018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。

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。

(三)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，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22000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)。

详细规则另附

操作细则：

a、凡当日单店购物累计满1000元(包括超市)的顾客，均可参加，仅限单店办理，不得跨店。

b、顾客凭机打发票办理保险卡时，工作人员需在机打发票上加盖“l”(赠品已领)章。

c、保险卡由总部统一联系确定，费用由各门店按照实际赠送数量承担。

费用：

保险卡：4店10天共需约：20000张均价35元 = 约70万元

顾客加购可回收：20000张均价13元 = 约26万元

4店总费用约44万元，预计10天活动四店

保守销售1.2亿，活动成本率约0.4%

喷绘写真：约4000元

-->[\_TAG\_h3]中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇七

中秋节作为传统的节日，一直受到全社会的关注，虽然此时并非消费的高峰，但是却是“礼尚往来”比较集中的时期。这段时间，如果开展切实可行的促销活动，对于提高产品品牌知名度，提高市场占有率是非常重要的时间窗口。

基于此，我们提出此促销方案。

1、中秋节促销活动出台的优惠政策;

2、营销网络促销活动的配合程度;

3、产品终端铺货情况;

4、促销活动支持力度;

5、促销活动组织能力。

(一)促销主题

1、健康的渴望x饮品

2、举杯邀明月难忘x

(二)促销主题说明

1、健康的渴望，x饮品：

此主题目的是强调x饮料的保健功能，同时突出x品牌，可以作为促销活动辅助广告语，也可以在长期广告宣传时使用。

2、举杯邀明月，难忘x：

此主题旨在针对传统的佳节——中秋赏月，巧借古诗营造一种文化氛围，烘托“每逢佳节倍思亲”的场景，从而牵动人们睹物思人的情怀，以“难忘x”巧妙结尾，发人深思，便于流传。

(三)促销方式

社区促销：选择居民小区的仓买、食杂店进行买二赠一促销。

(四)促销时间

本次促销时间为中秋节前后一个星期，即20年9月7日-9月21日。

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇八**

优点：1.信息的传播可以限制在目标区域内。

2.广告制作速度快。

3.灵活、及时，区域市场覆盖面大，能广泛地被接受，可信赖性强。

缺点：1.杂乱，针对性差。

2.保存性差，复制质量低，传阅者少。

3.浪费发行量：信息可能被送给很多永远不在市场买公司产品的人。

4.一种高度易见的媒介，竞争对手可以很快获取我们促销活动的情报。

电视——

优点：1.综合视觉、听觉和动作富有感染力，能引起高度注意，触及面广。

2.能很好地建立形象的一种媒介。

缺点：1.制作成本高。

2.干扰多，瞬间即逝，观众选择性少。

3.大多数广告只有10到30 秒长，这就限制了我们可传送的信息量。

杂志——

优点：1.区域、人口可选择性，可信并有一定的权威性。

2.复制率高，保存期长，传阅者多。

缺点：1.广告购买前置时间长，有些发行量是浪费的，版面位置无保证。

2.篇幅成本和创意成本较高。

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇九**

随着中秋节这一中华民族传统节日的.到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

1.以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。

2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。

3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。

4、为顾客传达情感。

5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。

6、增加企业竞争手段，做出差异。(营销方案策划书)

(一)宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

1.人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。

2.经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。

3.社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

(二)“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

2.消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的的市场优势。满足需要提高服务水平。

3.消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其最大需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4.消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中最大限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

(三)现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1.竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。

2.竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。

3.竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广;劣势是手段单一，成本高，运输不便。

4.竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

(四)内部环境分析

1.资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。

2.竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。

3.物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。

4.生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

1.广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。

2.广告费用：1000元

3.广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。

4.广告媒体：报纸和宣传单

5.广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识;进一步宣传稻香村老字号企业文化!

1、时间：\*月\*日---中秋前一天

2、地点：活动仅限惠\*\*城区

3、活动准备：1、安排一定量的运输车与“中秋大使”。

2、驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。

3、对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

4、对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

超市20xx年中秋节月饼促销活动策划策划书策划方案

5、联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

4、活动推广：在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

1、顾客购买礼品后要按其要求进行包装，并询问并登记要求运送的详细地址和最佳运送时间段，最好能够让顾客提供其联系电话和收礼人的联系电话以方便赠送时有特殊情况可以取得联系。

2、“中秋大使”的言行代表着商场的荣誉，必须对“大使”进行严格挑选，形象和语言亲和力方面必须良好，而且对于可能遇到的问题必须对“大使”进行教育。

3、为避免一些问题，此活动的运送品只能限制在中秋礼品上，不能涉及现金，在包装时必须对礼品进行检查，不能存在现金。

4、由于可能会出现客户拒收等情况，在活动宣传时应予以说明，并说明出现此情况商场把原礼品联系退回与顾客。

5、出现拒收或客户不在等情况时，“大使”必须尽快与商场负责人取得联系，告知情况后继续进行下个任务，由商场有关人员联系顾客或受礼人进行询问解决。

6、所送礼品必须为商场所购产品，购买人必须留下真实联系号码和姓名，如因所留号码有误造成返还不到时，7日后商场有对货品进行处理的权利，这点应在宣传或者活动开展时说明。

7、卡片中的自写赠言是顾客对于受礼人最真挚的祝愿，是情感的坦然流露，因此卡片的挑选一定要注重其外观精美和里面的文字内涵。如果在月饼售价做调整，卡片也可改为台历等，当然里面要有商场的有关介绍啦。做宣传嘛。

**中秋促销活动策划意外防范措施有哪些篇十**

亲节将至，楼盘活动趁节起势，活动蜂拥而至。面对诸多活动的轰炸。网友带疑笑言“这是给父亲买房，还是给儿子买房”。更有网友希望陪父亲去游山玩水，“佛山有无去海边的看房团”等希望不时冒出。

五月以来大小节日不断，地产活动亦没停歇过。此外前几日央行三年来首降息，央行重提七折房贷，首套二套一视同仁，市场吹着如此多的暖风。很多人都在磨掌擦拳，欲在房贷优惠之际抄底存货。面对如此多的.楼盘活动，真叫人看花了眼。

“最好海边看房两日游”网友说道

据笔者了解，对楼盘的众多活动一些网友们觉得是好事“让我们有了更多了解楼盘的机会”。这次父亲节大多朋友打算携家带口去参加楼盘活动，看看心仪的房，也顺便增加亲子交流的时间。

但也有些网友表示再多的活动都是无用，开发商房价透明化，房价真正的降下来才是正道。

趁节起势活动蜂拥而至

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com