# 2024年电商促销活动策划方案(大全8篇)

作者：影子牧羊人 更新时间：2024-03-09

*当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希*

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**电商促销活动策划方案篇一**

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节。

二、活动时间20xx年6月4日—6日

三、活动主题端午节靓粽，购物欢乐送

四、促销方式

商品促销

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动

活动内容：凡五月端午活动期间，在丹尼斯各连锁超市一次性购物满38元，即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只，每店限送200只，数量有限，送完即止。

2、商品陈列

1)采购部要求供应商或厂家，制作促销粽子的小龙舟，每店一个;

二)活动促销

1、《丹尼斯猜粽，超级价格平》

1)活动时间：6月4日—6日

2)活动内容：凡在

6月4日—6日促销时间内，在丹尼斯各连锁超市一次性购物满18元的顾客，凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动。

3)活动方式

在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽籽，让顾客进行粽籽品牌及价格竟猜;商品由采购部落实价格一定要相当低，以顾客意想不到的价格出售给顾客，使顾客感受到真下的实惠，为节后下一步的销售立下口啤打下基础。

2、《五月端午节，刺激包粽赛》

操作步骤：采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛;

参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。

五、相关宣传

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传;

3、场外海报和场内广播宣传。

六、相关支持

1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送;

2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行包粽比赛;

七、费用预算

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动：靓粽每店限送200只/22店=4400只;

2、《猜靓粽，超级价格平》活动：;

3、《五月端午节，包粽赛》活动：粽子散装米每店30斤/22店=660斤;

注：以上由采购部和供应商协商，材料由供应商提供

其他费用：

1、装饰布置，气球，横幅，主题陈列饰物，平均每店300元，费用约6600元;

2、吊旗费用：10000元

促销总费用：约16600元

以上为我们的策划方案，请老师审核。

20xx端午节促销活动方案三

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：

一年一度的传统佳节端午节即将来临，人们在此时会用“吃粽子，赛龙舟“等方式来怀念爱国诗人屈原。

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;熟食;酒水饮料;夏天家庭常用的生活用品;一些家电。

五、促销对象：

全体消费者

六、促销时间：

月22到6月24三天

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

活动内容：23号早上在苏果超市门口，消费者可以凭小票免费领取艾草，每张小票限领两根艾草。

2、射粽比赛

活动内容：6月22号到6月24下午4点到7点，在苏果超市门前，顾客凡一次性购物满100元可凭小票参加射粽比赛。

活动方式：凭小票每人可获得5枚飞镖，在活动指定地点，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。

像粽子一些熟食类的产品可以采用免费品尝的方式促销。

像家庭用的一些生活用品可以采用特价、优惠劵方式。

像酒水饮料类的可以采用捆绑销售。

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

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。

4、pop、货架、包装、其他宣传资料等设计。

5、内部人员培训：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：落实进货、铺货、陈列、pop、货架、宣传资料等细节。

**电商促销活动策划方案篇二**

9月5日，20xx年淘宝双11双12嘉年华活动正式启动。(提前两个月卖家开始就预热了起来)

9月15日—10月9日活动准备期

10月10日—10月11日淘宝在杭州举办了卖家动员大会，针对此次双11双12大促进行动员。

10月10日—10月31日商家报名

11月1日—11月30日商品报名

12月1日—12月11日活动预热期

12月12日正式售卖

二、20xx淘宝双十二活动主分会场报名条件：

淘宝双十二主分会场报名条件与今年双十一类似。相比双十一的签到送彩票，收藏送红包，设置无线端，淘金币抵扣，大促承接页，五折包邮。双十二少了两条必要条件。

1)全场五折版包邮：活动商品要求当前一口价的5折，且需要低于近期30天的最低拍下价格(非最终成交价)

2)1212购物卷全场通用：参加活动的商品设置可以使用双12购物卷(原双12红包)金额(5的倍数，200为上限)。而用户通过各类小游戏获得双12购物卷。在双12当天，商品活动价格可以再减去双12购物券的金额来购买该商品。

3)设置无线店铺及无线详情页：这点与双11的要求一致，从今年双十一42.6%的成交比例不难看出，无线端设置确实有很大必要。

4)大促承接页：主分会场链接到的页面，可以装修但不可以删除。

三、20xx淘宝双十二活动主分会场情况：

今年淘宝双十二pc端与无线端分会场有所区别。在pc端此次共将会有154个会场，其中1个主会场、23个分会场、130个行业分分会场。而无线端讲设置10个行业分会场。

其中pc段的分会场为：女装、男装、内衣、男女鞋、箱包/配件、美妆、珠宝配饰、母婴用品、童装童鞋玩具、百货宠物、家居、家装、数码、家电、手机、运动户外、汽车、食品、虚拟、全球购、淘金币、拍卖、聚划算。而无线端的10个分会场为：女装、男装、男女鞋、箱包配件、运动、食品、数码家电、家居百货、母婴及美妆。

四、20xx淘宝双十二活动主分会场卖家激励机制

双十二主分会场之间的轮播仍然采用的是双十一的赛马机制。不同会场间从低到高晋级，按会场从低到高晋级。其晋级顺序为：行业分分会场楼层—行业分会场楼层—行业分会场海景房—主会场楼层—主会场海景房。

其中，在预热期，以天为单位赛马，根据全店加购情况安排会场展示。而在双十二当天，以小时为单位赛马，根据全店成交情况，以及红包消耗总金额安排会场展示。

五、20xx淘宝双十二活动红包(购物券)用法简介：

今年的淘宝双十二红包改名为1212购物券(原1212红包)，主要玩法是，通过淘宝网官方派发，集市卖家在单个商品上设置，可在商品1212当天价基础上再使用的红包金额。

例子：a商家a商品(已报名参加双十二活动商品)双十二当天价格为200元，商家设置该商品可用1212红包的金额为10元，若用户有100元的\'1212红包，那么该用户可以花10元1212红包及190元现金购买该商品。当然，卖家最终收到的款项也是190元。如果用户只有8元的双十二红包，则卖家最终将收到200-8=192元的款项。

也就是说卖家参与双十二的每个商品都需要设置其能使用的双十二红包金额(淘宝官方推荐是商品的20%以下，红包金额只能是5元及5元的倍数，且是200元以下)。而买家则主要通过完成官方的任务随即获得不同面额的1212红包。

六、20xx淘宝双十二活动无线端玩法简介：

本次双十二无线玩法除了传统淘宝无线各种渠道之外(见下图)，其中值得一提的店铺宝箱互动游戏。当用户浏览卖家在手机淘宝店的首页或者店铺承接页时，有一定概率出现宝箱，用户点击宝箱后，即可在卖家设置的宝箱中抽奖。宝箱可中的奖品有优惠劵，手机流量包，彩票等。(手机流量包：卖家出钱购买的手机流量包，用户抽中后可以自己用也可以转赠他人。)

淘宝无线流量获取方式

七、20xx淘宝双十二活动大促承接页解析：

淘宝双十二大促承接与双十一的要求基本一致，所有报名双十二的商家均可且必须设置大促承接页。主分会场的着陆页均为相应店铺的着陆页。卖家可以在店铺首页设置大促承接页大图以及大促承接页的背景图(主要是烘托双十二活动氛围)。而大促承接页的可选模块为：店铺优惠模块、1212预售商品模块、1212促销宝贝模块以及自定义内容区。以上四个模块为商家可以选择是否展示的(即商家可以编辑，修改及删除的模块)。而大促承接页还有热卖商品模块，将自动提取店铺热卖的40个单品，卖家只可以调整顺序而无法编辑及修改(即买家看到此处为该店铺的实际情况)

值得注意的是大促承接页的pc端虽然将自动同步至无线端，但是自定义模块不会同步到无线端。

结语：

双十二双十一作为淘宝上市后第一年两场大促的第二场，阿里在准备时便已将二者作为一系列来宣传(主要针对卖家)与布置。所以其规则大部分是相近的。不仅如此，双十一的成绩更是作为双十二入选报名的重要考核因素。当然双十二也有其自己单独的玩法，关注本文，简明了解双十二。

**电商促销活动策划方案篇三**

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)

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。

**电商促销活动策划方案篇四**

促销时限；有促销时限是目前比较流行的做法，比如促销的第一天，节日的消费时段，限定消费时间来鼓动消费，在固定的时间里面满足促销的需求。

促销量化；把要销售的产品规定数量，这也是常规的做法，但在促销活动当中，这样的做法不是很好，容易被竞争掉。

促销特点；有自己的促销特点，比如民族特点，那么在赠送、包装、折扣、礼物、优惠上要鲜明地树立起特色的旗帜，把特色促销做到底，区别七夕的统一的格局。

促销目标；促销目标的要求是将促销规定在一定的范围内，便于消费者选择，同样也是对销售梳理的一个过程，找寻自己的，选择自己的，才是促销的最佳效果。

促销氛围；控制好促销的氛围是很重要的，一般在节日中间，氛围比较统一，以喜庆为代表，但在不同的场合或者不同的产品上可以有所区别，要表现出主动的促销氛围，主要展示促销氛围中的个性，比如重促销手段，而轻产品功能，重促销礼物，轻促销承诺等。

1、为网店只做主题logo

想必稍微细心的人都会发现，百度、谷歌每逢节日或大事都会制作专门的logo，即使你的网站充满了节日特色，也引起更多人关注，所以第一步，你可以像大网站一样，设计情人节的节日logo.

2、开设情人节专题

3、情人节的图片优化

百度、谷歌两大主流搜索的图片搜索都具有较大流量，可以在网站上多放些精致的、原创的情人节图片，最好能把图片都打上水印，即时被转载，也能看到你的网址。

4、网店推广

a.巧用自定义表情

这算是节日网络促销的一个小技巧，自定义表情做成gif的动画图片，留下自己的网站名称或者网址，同样也通过qq、msn等即时通讯软件传播。

b.贺卡来传情

情人节给你的客户发送贺卡是一件很有意思的事情，注意组织好贺卡内容，包括称呼、署名等非常重要，新颖的内容能给你带来意想不到的效果。

c.情人节祈愿传播网页

这是节日网络促销中最常用的一种形式，也是效果最快最直接的形式，需要注意的是网页需要生成别人的姓名及祝福语，效果很好，此网页可通过qq、msn等即时通讯软件传播。

5、论坛推广少不了

在国内比较知名的情感类社区，包括一些综合性娱乐社区，比如贴吧等等，找准目标群，制作好主题贴，并定能引起网友的共鸣，带来流量。

促销方案一：

降价。这是最实用，也最能吸引买家眼球的一种促销方案，当然降价也是有技巧的。首先，我们在自己的热卖产品中找出一款人气极高的产品，当然如果适合情侣用，那更好不过。定价技巧我们可以这样来展开。

2、如果你的单品价格在30元左右，可以按照情侣装来促销，也就是52.0元或者53.0元情侣装1份，代表我爱你，我想你的意思（注：1份情侣装包含2份单品哦），如果你的情侣装套餐在包装的时候能买一些彩带回来好好包装的话，我相信那就很完美了。

4、100元以上可选择131.4元的方案

**电商促销活动策划方案篇五**

活动时间：

11月1日

活动地点：

美容院各大直营店

活动对象：

所有的新老单身女性顾客

活动目的：

恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到美容院的温暖，并且还能够得到美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

活动宣传：

2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠卷等。

3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠卷和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够销售8折的优惠并且领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分及以上者，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受折的优惠。并且赠送会员卡一张，和美容院提供的护肤小样试用装一份。

注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

**电商促销活动策划方案篇六**

-->

一个新的商业神话在推出的双十二促销中诞生：单日交易额达到9.36亿元，超过购物天堂香港一天的零售总额，更是中国百货店单店日最高销量的2.6倍。在这样一场商业盛宴中，淘宝网实实在在展现了电子商务的人气。

双十二主要源于光棍节，是一种流传于年轻人的娱乐性节日，以庆祝自己仍是单身一族为傲(“光棍”的意思便是“单身”)。光棍节产生于校园，并通过网络等媒介传播，逐渐形成了一种双十二的文化。1月1日是小光棍节，1月11日和11月1日是中光棍节，而11月11日由于有4个1，所以被称为大光棍节。而一般光棍节则指11月11日。

国家统计局抽样调查显示，目前出生人口男女比例近120:100，全世界最高。据推算，到，中国处于婚龄的男性将比女性多出3000万到4000万。

一、关于双十二客户群的分析

1、双十二客户群细分：

大学生，办公室一族，多集中18岁~30岁之间。

双十二客户群特点：单身，时尚，娱乐

双十二客户需求：心理自嘲，娱乐，爱情

策划双十二公司资源现状

活动目的：多店资源整合，借助双十二为托管店铺引进流量

2、双十二资源支持

多店资源，产品线较丰富，具备主流渠道传播的推广执行团队

双十二活动的整体构思和部署

活动的卖点：

以店内折扣优惠为核心卖点

活动页面秒杀送礼为辅助

活动的整体引流构思

由于对付费推广的效果无法预估，各渠道也难以收集到数据(例如返利网，sns主流社区的合作方式及广告位数据需要和各平台沟通，调查)，所以整体采用免费的软文营销和微博营销。

流量入口分析：

推广流量以直接引流到活动页面和官方微博

(关于淘宝店铺流量跳转到微博的解释：由于淘宝网无法挂外网连接，所以利用关注进行跳转为活动页面引流。

引流方法：店铺通过悬挂双12活动预告的广告图，以给予优惠的形式吸引顾客关注微博)

为什么运用微博进行流量跳转

3、双十二活动策划方案

根据目前对双十二所掌握的资料和可以利用的推广资源提出方案

活动主题及其概念

光棍啦，时尚购物全场无理由3折。

传播概念，以时尚光棍(推广所用文案，图片，包括页面制作都围绕这个概念)为传播切入点，利用各渠道对活动页面进行传播。

二、策划案执行流程概括

1，\_\_月11号-16号

进行推广所需的资料收集准备(包括微博帐号，旺旺号，推广所需的文案及图片素材等)

活动期间店铺客服推荐活动的话术

2，\_\_月17号-31号

所有推广渠道开始推广微博，并且微博同步开始运营。

3，\_\_月1号-5号

微博开始新的有奖转发，参加活动的店铺开始上活动预告图，将流量跳转到微博。

上预告页面，进行分享有礼活动，分享本页面可获5元优惠卷

4，\_\_月6号-11号

经过17天的论坛推广反馈数据，挑选出优质论坛进行软文直接推广页面。

各渠道推广宣传首页

双十二活动产品规则

产品3折

11.1号开始悬挂活动banner

天猫双十二营销策划书

一、双十二之前的规划

这个阶段淘宝卖家主要就是需要做好活动目标设定。

二、双十二前的执行部署

1.安排、库存准备，避免出现人手不足，库存短缺;

2.本预算清楚，避免出现卖越多，亏越多的状况(往年很常见);

更多热门文章推荐：

1.天猫双十二店铺活动策划方案

**电商促销活动策划方案篇七**

制定对象促销：先购买者减价（前十购买者专享半价）；角色专享价（母亲特惠价）；老顾客优惠价（二次购买特惠）；新顾客优惠。

指定产品促销：赠送式促销（如，买a送b）；

附加式促销（如：加一元，多一件）。

捆绑式促销：赠送式促销（如，买a送b）；附加式促销（如，加一元，多一件）。

搭配促销：a+b优惠价（如：衣服配裤子一起买，减十元）

连贯式促销：首次购买正价，二次购买半价。

明星促销：如：某某星最爱、某某星挚爱款。

时事促销：如：泰国大水，硬盘涨价。

依附式促销：如：世界杯助商、奥运赞助商、某某活动赞助品牌。

口碑式促销：邀请有礼；邀请返利；好评有礼；好评返利。

榜单排名式促销：如某某产品，全网销售量第一。

故事性促销：某某产品背后的故事！

承诺式销售：买了不后悔！

品牌型促销：某某品牌，值得信赖！

抽奖式促销：购买抽奖；抽取幸运顾客。

互动式促销：收藏有礼；介绍新客户有礼；签到有礼。

优惠券促销：优惠券、抵价券、现金券、包邮券。

礼品促销：有买有赠；满额赠送。

惠赠式促销：买一赠一、买多赠一、买多送多、买送红包、买送积分。

类促销：换季、季末、反季促销。

季节性促销：季节性热卖促销。

满额促销：满就送；满立减。

特价式促销：一元拍、仅售某某价。

统一价促销：全场两元。

免费式促销：免费试用、免单。

回扣返利促销：满就减；返现。

拼单折扣促销：满几件赠送、团购价、满几件包邮。

产品卖点促销：质优产品、功能卖点。

引用举例式促销：网友推荐、某某用了都说好。

新品促销：新品折扣。

效果对比式促销：比某某产品效果更好的产品。

最高额促销：全场50封顶。

最低额促销：1折起；全场最低2折。

极端式促销：全网最低价。

限量促销：限量销售

阶梯式促销：早买早便宜；多买多便宜。

单品促销：孤款独售

限时促销：秒杀；今日有效；逢时促销（整点免单）。

公益性促销：买就捐款。

配合平台的“主体性”促销：比如“聚划算”“天猫新风尚”联合促销：互补式促销；同类目促销（t恤衫促销专场）。主题性促销：感恩节特卖。

首创式促销：平台自身自发的一个活动策划。

稀缺性促销：绝版；孤品；独家代理。

模糊式销售：全场促销。

纯视觉冲击促销：通过对电商网站平台的美化，让访客产生美感。

通告式促销：预售日促销。

反促销式促销：原价售卖，绝不打折。悬念式促销：价格竞猜。

会员促销：vip价；会员日特价；满额vip升级。节日促销：三八节促销、圣诞节促销。纪念日促销：生日特惠；店庆特惠。

特定周期促销：周二新品促销；每月半价日。

**电商促销活动策划方案篇八**

一、活动说明：本方案围绕元旦、春节、会员节等大节日展开，通过大力度的商品促销、文化营销、顾客参与互动活动及店内外的媒体宣传，实现客流和销售的`提升，确保月度经营指标的达成。

二、活动内容

第一档：元旦档

1、主题：20xx新年当头炮

2、时间：

3.1dm：8p140个sku48000份。

12月23日拍照，12月24日—26日设计，12月27日定稿，12月28—29日印刷，12月30—31日发放。

主推商品：新年商品、清洁用品、生鲜食品

3.2扮靓新家迎新年

活动期间，家居清洁用品、新年饰品集中陈列。

清洁系列：吸尘器、扫帚、垃圾袋、毛球刷、家具护理液、地板腊、洗衣液、油污净等。

新年饰品：鼠年玩具、福贴、剪纸、挂件等。

3.3锅碗瓢盆协奏曲

活动期间，锅具、各种规格碗、碟、盘、匙、筷、盆集中陈列，统一氛围装饰。

3.4冬装大出清

冬季棉服、外套、保暖内衣全场出清，超低折扣。

第二档：会员档

1、主题：会员岁末大回馈

2、时间：6月12日—1月25日(共14天)

3.1dm：8p140个sku48000份。

12月23日拍照，12月24日—26日设计，12月27日定稿，12月28—29日印刷，12月30—31日发放。

主推商品：新年商品、清洁用品、生鲜食品

3.2会员惊爆大抽奖

活动期间，凡在xx超市各门店一次性单票消费满68元即可电脑抽奖。

单人单票限参加一次。

单店奖项设置

特等奖：2名，各奖液晶电视一台；

一等奖：50名，各奖电饭煲一台；

二等奖：100名，各奖胶棉拖把一个；

三等奖：3000名，各奖纪念品一份。

3.3感恩1.16/17/18(23/24/25)会员岁末大回馈

活动期间，xx超市各门店同步推出全品类万种会员抄底价商品，high翻全场，引爆全城！一年一次的巨大优惠，优惠仅三天，不来要后悔哟！感谢会员朋友一年来的支持和厚爱。

第三档：春节档

1、主题：金羊红火年礼享xxx

2、时间：1月26日—2月18日(共24天)

3.1dm：24p480个sku48000份。

12月29日拍照，12月30日—1月3日日设计，1月4日定稿，1月5日—8日印刷，1月9日—10日发放。

主推商品：年货礼盒、春节家宴用品、新年用品

4、年货礼品一条街

团购最快乐，快来xxx。

精品年货，最实惠，

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