# 2024年国庆促销方案策划(优秀10篇)

作者：雨夜迷情 更新时间：2024-03-27

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。国庆促销方案策划篇一10月1号——10月7*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**国庆促销方案策划篇一**

10月1号——10月7号

所有热爱国关心祖国的人士

：xxx各大专卖店

从消费的角度看，元旦肯定是最关注的节日，但是从广大人民群众看，国庆节则是最重要的节日，所以从以住的节日各商家的活动看，都是则重于提升品牌的美誉度而展开的，但是随着一些商家一味的为了提高利润扩大知名度而策划的活动误导了广大消费者，导致在这个庄严而神圣的节日里，充满了怀疑与误解。然而这恰恰是发展我们品牌理念的大好时候。正如满是浑浊的污水冲突然出现一缕清泉一样。

针对以往各商家在国庆节所策划的各种活动的目的，和这几年节日期间所养成的独特氛围，我们所策划这次活动要本着向祖国xx岁生日致敬的目的，而提升我们品牌在消费者心目中的美誉度。

这次的活动由“全场88折另赠送总精美玉器”“两大惊喜”“永祝祖国强大”总共三部分组成。其中前两部分是以高调示人，而第三部分则低调悄悄的进行。

(一)、全场8.8折，送63款精美产品

本店宣布活动期间全场所有主品一律88折，并推出63款精美赠品，无论您购买什么样的产品，前63名消费者都有机会获得。

注：

1、活动期间总共推出63款精美赠品，分别赠与前63名消费者。

2、赠品的价格一般为所售产品的十分之一，

(二)、两大惊喜

自从建国以来，短短的63年中，我们有过两个最为值得铭记的时刻，就是76年恢复高考和78年改革开放政策。一个改变了无数学子的命运，为新中国的文化发展培养了一大批优秀人才;一个使新中国正式走了富国强民之路，从而为祖国的经济发展打下了坚实的物质基础。可以说我们现在所有的成就都得利于当时的两个政策。公司为了纪念当时的两个政策。针对对对当时两个政策关注比较高的两个群体，选择出比较适合他们的产品，而策划一个活动。

活动规定：分别针对所有的学生和78年以前出生的人，本公司仕途春风系列产品和财源滚滚系列产品在国庆当天，均以6.1折出售。

注：

1、学生只限购买仕途春风系列产品，且购买时必须出示学生证。

2、78年前出生的人只限购买财源滚滚系列产品，且购买时必须出示身份证。

3、由于活动让利太大，怕本店承受不住成本压力，尽限国庆当天举行

(三)、xxx永祝祖国强大

伟大的中华民族经过数千年日月的洗礼，经历了数十个朝代的兴亡，至今依然活跃在世界的各个角落，书写了一个不朽的传奇。然而是什么让我们至今屹立不倒?凭的就是我们的文化，中华民族曾被打败过，但是我们的文化却从未被打败，历史上满族曾经打败过我们，但是现在满族文化基本上成了我们中华民族文化一部分，蒙古族也是如此。所以只有将我们的博大万而精深地文化传承并发扬下去，才能让祖国永远的强大下去。

在这个特殊的日子我们将继往开来，向所有祖国伟大的历史致敬，同时坚定不移的做一个玉文化的传承者，为拥有7000年玉文化的国度做出我们的贡献。因此我们决定从每个县城中挑选出一名历史老师，赠与他xxx的一款精美产品，以示对祖国历史文化的献礼同时希望永远强大。

注：

1、本次活动本着向祖国生日致敬的心态底调进行，切不可浮躁、张扬。所以不应向外界透露出与此活动相关的任何信息，在活动未结束之前一切处于保密状态。

2、对于本次活动的目标对象，要从侧面听取消费者的意见，切不可私自甄选目标对象。

店内宣传:

店内主要以红色装饰为主,首先门头两边各放一个大红灯笼，里面挂一pop广告;其次必要的条幅、显示牌等摆在显眼的位置;最后如果条件允许的情况下可以放两个充气立柱。

店外宣传:

1、以电话或短信的方式通知本店的新老客户本次活动的优惠内容，以及获取顾客对本店的相关方面的宝贵意见及提议。

2、在当地报纸于9月28号—10月7号刊登有关本次活动的广告，广告形式最好以软文为主.内容可以用“玉文化的传播者”的口吻为大家送出节日祝福。

3、可以的话，邀请当地的电视台为自己的店做一个电视宣传篇，内容以祝福大家国庆佳节快乐顺便普及一下玉器知识。

4、印刷一定数量宣传单，在人口密集处发放给目标人群。

(一)、人员准备：活动举办前人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”无空白点，也无交叉点。谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责客户投诉?各个环节都要考虑清楚，以免顾此失彼。

(二)、物资准备：物资方面要事无巨细，大到车辆，小到纸张，都要罗列出来，然后逐个清点，确保万无一失，为活动的顺利进行打好坚实的基础。具体的准备如下：大红灯笼一对、吊旗20面、横幅条幅各一副、x展架二个、充气立柱一对或龙形拱门一个、宣传单2000张。

(三)、实验方案：为了尽量将理论符合与实际，因此有必要提前询问消费者，填调查表在特定的区域试行方案。发现问题后及时与公司反映，进行相应的修改。

1、因为中秋节刚刚结束，或许有一些产品没有及时得到妥善处理，建议将其充当本次活动的63款精美赠品。

2、做到店面整洁、漂亮时刻给顾客焕然一新的感觉，并及时为店员做好相关的动员和培训工作，以及时灵活的处理相关问题。

3、注重后促销时期，在促销期间应时刻注意培养潜在客户维护老客户，在活动结束后应尽量回访一下有希望的客户。一来加深与老顾客的关联性;二来可以了解本次促销活动后消费者的反映情况。

4、为防止场面过于火爆出现意外事件，最好将自己的亲人、朋友等请到现场维持秩序。

5、做好应对天气突变，交通堵塞等突发事件的等应急预案。

6、及时实况货源，由其是针对仕途春风系列和财源滚滚系列产品。

**国庆促销方案策划篇二**

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;

1、终端促销时间：9月24日(周六)—10月9日(周日)

(含两个周末和7天国庆假期，共计16天)

全国各终端零售网点(含专卖店和散批客户)

1、感恩祖国、东金献礼

(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9月24日—10月9日期间的提货，满2万可享受全场9.5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。

国庆促销方案：超市国庆节促销方案

活动主题：庆国庆感恩送真情(百货区买200送200礼券部分买200送100礼券超市区好礼大赠送)

活动目的：利用国庆黄金周促销吸引顾客，提升销售和公司品牌知名度。

第一部分：活动内容

活动时间：20xx.9.29周六——10.3周三(共五天)

一、百货区买200送200

超市区好礼大赠送感恩2+1卡免费办理

2、超市区活动：凡在超市区购物满一定金额的顾客凭购物小票可获赠好礼一份，小票不能累加，赠品不能兼得,数量有限，送完即止：

单张购物小票超市区满48元，送雕牌洗衣粉一袋(限清溪店/大朗店)

单张购物小票超市区满68元，送百事可乐2.5l一瓶(清溪店/大朗店/樟木头店/黄江店/大岭山店)

单张购物小票超市区满98元，送康元早餐饼1000克一盒(清溪店/大朗店/樟木头店/黄江店/大岭山店)

单张购物小票超市区满138元，送花庭卷纸115克一提(清溪店/大朗店/樟木头店/黄江店/大岭山店)

单张购物小票超市区满198元，送稼贾福丝苗米4公斤一袋(限樟木头店/黄江店/大岭山店/大朗店)

3、活动期间，凡购物不限金额，即可凭小票到服务中心免费办理2+1感恩卡

二、百货区买200送200商铺区靓装四折起感恩2+1卡免费办

1、百货区活动：活动期间，凡在百货区参与本次活动的专柜购物满200元即送200元礼券一张(部分专柜买200送100)，多买多送，零头不计。

当日电脑小票可累计，顾客可持礼券在参与本次活动的专柜直接消费(100元礼券可在送200元礼券的专柜进行消费，200元礼券不可在送100元礼券的专柜进行消费);不足部分补足现金，多出部分不找赎;参加不同买送级别活动的电脑小票只可按照最低级别累加送券;(圣伽步、爵根仕、欧莱雅、美宝莲、esprit促销活动期间接受礼券)

2、全场精品商铺靓装四折起。

2、二楼2500m2专业运动城10月1日惊喜登场，当日多家著名化妆品品牌、运动品牌接受礼券，仅此一天，绝对惊喜。(欧莱雅、美宝莲、耐克、阿迪、kappa10月1日当天接受礼券)

四、超市区、百货区好礼大赠送感恩2+1卡免费办

凡在超市区和百货区购物满一定金额的顾客凭购物小票可获赠好礼一份，小票不能累加，赠品不能兼得,数量有限，送完即止：

单张购物小票超市区满48元，送雕牌洗衣粉一袋

单张购物小票超市区满68元，送百事可乐2.5l一瓶

单张购物小票超市区满98元，康元早餐饼1000克一盒

单张购物小票超市区满138元，送花庭卷纸115克一提

百货区可享受以下实惠好礼赠送，数量有限，送完即止：

单张购物小票满98元，康元早餐饼1000克一盒

单张购物小票满138元，送花庭卷纸115克一提

单张购物小票满198元，送稼贾福丝苗米4公斤一袋

活动期间，凡购物不限金额，即可凭小票到服务中心免费办理2+1感恩卡

第二部分：活动操作细则

1、百货区活动细则：

1、活动期间：20xx.9.29周六——10.3周三，凡在各店百货区参与本次活动的专柜购物满200元即送200元礼券一张(部分专柜买200送100)，多买多送，零头不计。

当日电脑小票可累计，顾客可持礼券在参与本次活动的专柜直接消费。

2、买送活动礼券的使用方法为：各店百货区的礼券只可在店百货区使用，不可在超市区使用。

该券在本次促销活动期间有效，礼券消费不能再享受其他优惠。

100元的礼券可以在参加活动的任何专柜使用，200元的礼券只能在参加送200元的专柜使用，参加不同买送级别活动的电脑小票只可按照最低级别累加送券。

3、用礼券、现金或消费卡混合购物时，以现金或消费卡金额部分兑换礼券，礼券金额购物部分不再兑换礼券。

使用礼券消费时，金额不够用现金或消费卡补足，多余部分不找赎。

礼券必须在活动期间内使用，过期作废。

4、本次活动期间天和百货感恩2+1卡只积分不打折，其他与我司有合作协议的优惠卡在本次活动期间也暂停使用，不参加活动的专柜现场注明温馨提示。

2、超市区活动细则：

1、活动期间：20xx.9.29周六——10.3周三，凡在超市区购物满一定金额的顾客凭购物小票可获赠好礼一份，小票不能累加，赠品不能兼得;感恩2+1卡在本活动优惠不再与其它优惠同时使用，感恩2+1卡只积分不打折;超市区礼品可少换但不可多换(如购物小票价格为138元可以换两件68元的同样商品或138元的商品一件，而不能换两件不同的商品)，小票不可以累加，单张只能兑奖一次。

数量有限，送完即止：

a.单张购物小票超市区满48元，送雕牌洗衣粉一袋(限清溪店/大朗店)

b.单张购物小票超市区满68元，送百事可乐2.5l一瓶(清溪店/大朗店/樟木头店/黄江店/大岭山店)

c.单张购物小票超市区满98元，康元早餐饼1000克一盒(清溪店/大朗店/樟木头店/黄江店/大岭山店)

d.单张购物小票超市区满138元，送花庭卷纸115克一提(清溪店/大朗店/樟木头店/黄江店/大岭山店)

e.单张购物小票超市区满198元，送稼贾福丝苗米4公斤一袋(限大朗店/樟木头店/黄江店/大岭山店)

提前对个专柜货品价格进行摸底，并做好记录，活动期间检查是否有私抬售价再参加活动的情况。

对货源进行跟进，提前要求销售较好的专柜补充货源;检查是否有专柜故意不将新品上柜或谎称断码不进行销售。

活动期间监督各专柜的pop是否明显，保障清晰明确的提示顾客。

不参加活动的专柜现场要以pop写明温馨提示：“本专柜不参加买200送200活动或买200送100活动，××优惠也精彩”。

必须将活动细则在晨、晚会上做好宣传，做到每个导购员、收银员、清洁工、防损员清楚和熟悉本次活动方案。

导购与收银在给顾客推介商品时，应详细介绍公司促销方案。

不得误导顾客，以免引起不必要之纠纷。

导购在开具销售小票时，必须按公司规定注明本专柜或商品“参加”或“不参加”字样，私自注明参加或不参加一律无效，促销费用照扣。

参加的专柜在销售单上必须要写明“买200送200”或“买200送100”的字样。

导购员在开具销售小票时，必须使用正价条码,特价条码暂停使用。

活动期间，服务中心每小时不少于三遍促销信息广播;开收市时间视客流情况自定。

促销期间，若有专柜经公司批准参加或不参加，一律以财务部通知为准，经批准参加促销活动的专柜，执行时间为批准的当日当时;经批准不参加促销活动的专柜，执行时间为批准次日。

安排电脑部负责对各店兑券人员进行系统发券培训。

每店设1名系统维护员进行现场指导、维护工作(如没有编制，要提前安排发券负责人跟进)。

礼券/礼品兑换人员需保留顾客的电脑小票进行存底，不可私自向顾客赠送礼券/礼品。

安排兑券组人员的办公桌椅及相应印章文具(9月28日下午21：00点前必须到位)。

安排兑券人员。

兑券处一组2人，即1人兑券、1人审核。

每班指定一位负责人，对赠券的作废、重新发放、审核负责。

安排礼品堆头的摆放位置和摆放形式。

注：

为保证执行效果，防止竞争对手恶性竞争，本方案需严格保密

本方案活动内容经相关部门负责人审核并经主管领导审批后，各门店、各部门需遵照执行。

促销活动目的:

旺季抢量,同时强化

促销主题和内容:

主题:

xx年9月20日-10月31日,凡购买步步高音乐手机

(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款,均有便携式旅行小音箱赠送.

赠品介绍:该赠品为便携式旅行小音箱,主要的用户利益点在于手机音乐的共享,可以在郊游,聚会等时刻,随时随地播放手机中存储的音乐.

促销活动的开展方式:

此次促销活动,全国统一开展,赠品全部由工厂采购,公司根据各地音乐手机完成

率核销各地礼品货款.礼品采用先冲帐后核销的办法.

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定,原则上是针对消费者的促销,不考虑补通路库存.

配合本次促销活动,公司将专门制作陈列,形象展示,现场活动用pop物料.

除不可抗力影响外,本次促销的所有赠品,户外促销活动以及形象布置的宣传物料,须在9月10日之前到达各一级仓库.

终端的赠品配送方式:

派驻促销员的铺货型的卖场:赠品必须由促销员控制,赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应.

无派驻促销员的铺货售点:最好能借助促销活动转成现金进货;否则,不必在此类售点开展促销活动.

现金进货的售点:由于促销礼品主要是对于实销活动的促销,原则上不补通路库

存.建议根据促销开始之前的零售商音乐手机库存的实际情况,按照1/3或者1/4(比例可自定)的数量补部分赠品,后续发货则按一比一配发;而且,这种补库存的情况,必须来自于该售点有新的订单下达.

促销活动注意事项:

从全国来看,音乐手机80%以上的`销售来自于促销员;另外,还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推.因此,我们的促销活动重点在此类售点开展.

招聘临促.旺季临促是拦截客流,留驻顾客的最重要力量,并且能加大活动范围,加大成交面.各地要从暑假开始招募培养临促队伍,才能在旺季产生巨大作用.明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客,协助试机以及替顾客排队交款.

促销员演示样机配备.k098,k028,k128必须配真机.

陈列和形象更新.为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象,在促销开展之前,各地务必在大卖场,核心售点,专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列.工厂届时有专门的陈列示意图,各地务必按照示意图执行.

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点.尤其是人流量大的核心售点.

本次促销赠品,很好地和音乐手机

演示,进一步突出

抢占销售卖场的关键陈列位置.陈列位置越好,越多,越大,销量就会成倍提升.因此,各地在9月15日前,要设法拿下关键陈列位(人流大,留驻率高).

注意资源的投放和集中优势兵力.旺季的时候,其他品牌也是重兵投入,参照五一联想在长沙市投放的的临促数量(300名临促),估计十一各品牌的投入力度会更大.因此,各地要注意借力打力和集中优势兵力,必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节.

业务团队销售竞赛和短信互动.在国庆三天高频度互动.其余时间每天短信通报省内各地销售.

10,注意国庆七天的人流特点.对历次节假日旺季的观察表明,第1,2天,省会城市,二级地市的人流量会大,第1天的销量会达到平时7-10倍,第2天达到平时的3—4倍;第3,4,5天,人流回落到地市,县城,乡镇,销量为平时的1.5—2倍;第6,7天,一级城市又有所上市,但总量增长不大,和平时周末类似.各地注意根据此人流特点,安排促销活动开展和资源调配.

11,国庆当天要准备低价格机器冲量.比如:k218等.

预防问题:

赠品的流失问题,必须有严格的流程控制,促销员必须填写《赠品发放登记表》.每发放一个赠品,都必须在表上做相应填写.

活动效果延续性的问题.要设定促销目标,开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推.

终端赠品发放登记表

售点名称: 填表人:

编号

顾客姓名

联系电话

手机型号

手机imei码

赠品名称/数量

赠品库存表

期初库存

实销数量

送出赠品

期间补货

期末库存

-->[\_TAG\_h3]国庆促销方案策划篇三

国庆黄金周，是促销活动推广的最佳时机，借助前期中秋促销活动市

场实践及推广经验，综合网上商城现有招商及采购商品，继续适时适量的开展趣一派网上商城促销活动，进一步扩大客户群，打响品牌。

1)前期通过推广和促销活动已产生的个人网代及已注册会员；2)上述个人网代、已注册会员周边人群；3)热衷假日消费及淘便宜的长期网购一族。

“趣一派：国庆抢购好礼送不停！！！”

根据前期中秋节网上商城促销活动统计及经验，结合现有库存上架商

品，进一步夯实和打造趣一派网购品牌，并结合推广趣一派网店经营新模式，大力发展个人网代，扩大网购市场占比。

a)自9月29日起，每天凡在趣一派网上商城购得全场任意一款商品

第一件的用户，即可享受直降20%优惠（类似于秒杀）；

b)秋冬装团购额达500元订单，可享受直降5%优惠并赠送折扣券

（作为下次消费优惠措施）；

c)国庆活动期间，个人消费达200元，即赠送顶级域名个人网代资

格，并可获得抵价折扣券一张；

d)凡具有趣客论坛趣宝的注册会员，每人可享受一定额度网上商城

购物现金抵价，购物享折扣；

e)全场消费满200元以上免运费。

20xx年9月29日至20xx年10月10日

各部门配合：由商品部提供详实秋冬装库存数据；企划部随即确

定具体促销折扣活动的促销价格、促销数量，预算促销费用及市场预期；信息部及客服部、推广部、物流部根据企划部提交的促销商品折扣、数量方案，配合网上商城商品调整及促销活动信息投放推广、补发货等。

1、网上商城首页广告位促销活动滚动介绍；

2、通过短信或消息平台向已注册个人网代及会员投放国庆促销活动内容，吸引消费；

4、企划部相关小软文网络媒体投放；

5、中秋促销活动结束前即开始国庆活动预告，与中秋活动开展前的预热一样，开始与物流配送企业洽谈合作意向，派发活动介绍小媒体。

因无需增加活动特需人力，故人力成本折算为零；

1、12天的中秋活动，前期3则网络软文及广告推放，预计费用约为；

**国庆促销方案策划篇四**

庆国庆七天乐xxx最快乐

活动一：欢乐国庆现金篇——满200送30(现金)

活动期间，购穿着类、百货类商品当日满200元送30元现金券，满400元送60元现金券。多买多送，依次类推。

活动二：欢乐国庆好运篇——国庆七天乐大奖属于我

活动期间，超市单票满30元参加摸奖，60元摸奖二次，多买多摸，以此类推。

奖品设置：

特等奖1名：彩电一台

一等奖10名：电磁炉一台

二等奖100名：2.5升可口可乐一瓶

三等奖1000名：恰恰瓜子一袋

四等奖10000名：

活动三：欢乐国庆特价篇——特价最快乐

活动期间，每天不定时推出十几款超低惊爆价商品限时抢购。生活用品类：炒锅8元/个，拖把9元/把，雕牌洗衣粉3元/袋，舒肤佳香皂1元/块、佳洁士牙膏1元/盒，、调味品、等商品，限时抢购!主推季节服装出清以及库存大商品的限时抢购。

活动四：欢乐国庆故事篇——国庆《故事会》大行动

活动期间，顾客在我商厦购物折后满2000元以上即可获赠2008年度全年《故事会》，每天限赠100份，赠完即止。

活动五：欢乐国庆生日篇——与您生日同庆

活动期间，凡10月1日生日年满1周岁的婴儿，家长可凭户口薄(复印件)在国庆节当日获赠价值101元的生肖玉坠一个(数量有限，赠完为止)，凡10月1日生日的顾客(不限年龄)凭身份证复印件获赠精美礼品一份。

活动六：欢乐国庆激情篇——精彩演出秀不停

活动期间，特邀著名演出歌舞团现场进行歌舞、京剧、吕剧、二人转等系列演出活动。每天1场，好机会不容错过。

(以上活动团购、明示商品不参加)

广告宣传：

1.宣传彩页50000份

2.手机短信150000条

3.电视台广告

4.气象局广告

5.莒州文艺、莒州宣传刊登

6.大型文艺演出：京剧、吕剧

7.卖场活动看板

8.卖场

**国庆促销方案策划篇五**

活动时间：

9月28日(周五)――10月7日(周日)

活动范围：

x商场商城及八一店、x商场购物广场、北园店及华信店

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，至少济南五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x商场，尽享意外惊喜―“国庆购物不花钱”

时间：20xx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，x商场送安康

此活动旨在通过购物加购的方式，经历过7.18暴雨事件后，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x商场以人为本，关心顾客，为树立x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x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220xx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：20xx0张×均价35元=约70万元

顾客加购可回收：20xx0张×均价13元=约26万元

保守销售1.2亿，活动成本率约0.4%

喷绘写真：约4000元

(四)真情相伴5周年，缤纷好礼喜相送(仅限x商场八一店)

活动时间：9月26日(周三)――9月30日(周日)

(1)7折以上商品再送大礼

当日累计满300元(包含300元)至500元，赠价值32元礼品一份，单张发票限赠1份，每日限赠150份。

当日累计满500元(包含500元)至800元，赠价值65元礼品一份，单张发票限赠1份。每日限赠80份。

当日累计满800元(包含800元)以上，赠价值102元礼品一份，单张发票限赠1个，每日限赠40份。

1、超市、特价及特例品牌除外，

2、退换货时，要求退回赠品或等额现金。

3、赠礼活动费用原则上供货商承担5个点

**国庆促销方案策划篇六**

20xx年10月1日至10月8日

喜迎国庆，xx美容院大派送

1、利用举国同庆的日子带动市场整体经济，让更多的人走进美容院。

2、通过十一火爆的人气氛围，扩大消费群体，进而提高美容院的销售业绩。

3、通过特色的十一促销活动，引导新老顾客消费高附加值项目，提高美容院的客单价和整体利润。

4、火爆的促销产品是建立美容院品牌形象的关键利器，让顾客快速建立对美容院的好感度。

5、通过国庆节促销活动，维护店内老顾客，拓展新客户，稳定客源。

1、价格折扣与折让这种方式通常体现在会员制美容院上，不少美容院通过积分制来实行价格折让。

2、赠送护理和礼品消费积分是美容院为回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费一定的金额后，就可以得到美容院赠送的一些礼品，礼物、疗程等，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

3、免费课程试听举行一些沙龙，开一些美容课程等，传授顾客更多的美容健康护理知识。

4、有奖促销在顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后，美容院可使用的一种激励顾客消费的促销手段。

5、会员促销主要是采用赠送会员卡促销方式，区别于销售会员卡。

该会员卡一定期限内消费达到一定金额后，即可被赠于会员卡，获得会员资格。(这个会员卡也有消费时间限制)

1、赠品、奖品、产品的设置有使用，应时应季应需。

2、制定时间表，控制好活动节奏。

3、安排好人员分工，即不交叉，又不要出现人员的空档。会后做好人员的`奖励。

4、制定有序制度防止出现分抢顾客等不利美容院形象的事件。

**国庆促销方案策划篇七**

普天同庆 玉满人间

10月1号——10月7号

所有热爱国关心祖国的人士

xxx各大专卖店

从消费的角度看，元旦肯定是最关注的节日，但是从广大人民群众看，国庆节则是最重要的节日，所以从以住的节日各商家的活动看，都是则重于提升品牌的美誉度而展开的，但是随着一些商家一味的为了提高利润扩大知名度而策划的活动误导了广大消费者，导致在这个庄严而神圣的节日里，充满了怀疑与误解。然而这恰恰是发展我们品牌理念的大好时候。正如满是浑浊的污水冲突然出现一缕清泉一样。

针对以往各商家在国庆节所策划的各种活动的目的，和这几年节日期间所养成的独特氛围，我们所策划这次活动要本着向祖国xx岁生日致敬的目的，而提升我们品牌在消费者心目中的美誉度。

这次的活动由 “全场88折另赠送总精美玉器”“两大惊喜”“永祝祖国强大”总共三部分组成。其中前两部分是以高调示人，而第三部分则低调悄悄的进行。

(一)、全场8.8折，送63款精美产品

本店宣布活动期间全场所有主品一律88折，并推出63款精美赠品，无论您购买什么样的产品，前63名消费者都有机会获得。

注：

1、活动期间总共推出63款精美赠品，分别赠与前63名消费者。

2、赠品的价格一般为所售产品的十分之一，

(二)、两大惊喜

自从建国以来，短短的63年中，我们有过两个最为值得铭记的时刻，就是76年恢复高考和78年改革开放政策。一个改变了无数学子的命运，为新中国的文化发展培养了一大批优秀人才;一个使新中国正式走了富国强民之路，从而为祖国的经济发展打下了坚实的物质基础。可以说我们现在所有的成就都得利于当时的两个政策。公司为了纪念当时的两个政策。针对对对当时两个政策关注比较高的两个群体，选择出比较适合他们的产品，而策划一个活动。

活动规定：分别针对所有的学生和78年以前出生的人，本公司仕途春风系列产品和财源滚滚系列产品在国庆当天，均以6.1折出售。

注：

1、学生只限购买仕途春风系列产品，且购买时必须出示学生证。

2、78年前出生的人只限购买财源滚滚系列产品，且购买时必须出示身份证。

3、由于活动让利太大，怕本店承受不住成本压力，尽限国庆当天举行

(三)、xxx永祝祖国强大

伟大的中华民族经过数千年日月的洗礼，经历了数十个朝代的兴亡，至今依然活跃在世界的各个角落，书写了一个不朽的传奇。然而是什么让我们至今屹立不倒?凭的就是我们的文化，中华民族曾被打败过，但是我们的文化却从未被打败，历史上满族曾经打败过我们，但是现在满族文化基本上成了我们中华民族文化一部分，蒙古族也是如此。所以只有将我们的博大万而精深地文化传承并发扬下去，才能让祖国永远的强大下去。

在这个特殊的日子我们将继往开来，向所有祖国伟大的历史致敬，同时坚定不移的做一个玉文化的传承者，为拥有7000年玉文化的国度做出我们的贡献。因此我们决定从每个县城中挑选出一名历史老师，赠与他xxx的一款精美产品，以示对祖国历史文化的献礼同时希望永远强大。

注：

1、本次活动本着向祖国生日致敬的心态底调进行，切不可浮躁、张扬。所以不应向外界透露出与此活动相关的任何信息，在活动未结束之前一切处于保密状态。

2、对于本次活动的目标对象，要从侧面听取消费者的意见，切不可私自甄选目标对象。

店内宣传:

店内主要以红色装饰为主,首先门头两边各放一个大红灯笼，里面挂一pop广告;其次必要的条幅、显示牌等摆在显眼的位置;最后如果条件允许的情况下可以放两个充气立柱。

店外宣传:

1、以电话或短信的方式通知本店的新老客户本次活动的优惠内容，以及获取顾客对本店的相关方面的宝贵意见及提议。

2、在当地报纸于9月28号—10月7号刊登有关本次活动的广告，广告形式最好以软文为主.内容可以用“玉文化的传播者”的口吻为大家送出节日祝福。

3、可以的话，邀请当地的电视台为自己的店做一个电视宣传篇，内容以祝福大家国庆佳节快乐顺便普及一下玉器知识。

4、印刷一定数量宣传单，在人口密集处发放给目标人群。

(一)、人员准备：活动举办前人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”无空白点，也无交叉点。谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责客户投诉?各个环节都要考虑清楚，以免顾此失彼。

(二)、物资准备：物资方面要事无巨细，大到车辆，小到纸张，都要罗列出来，然后逐个清点，确保万无一失，为活动的顺利进行打好坚实的基础。具体的准备如下：

大红灯笼一对、吊旗20面、横幅条幅各一副、x展架二个、充气立柱一对或龙形拱门一个、宣传单2000张。

(三)、实验方案：为了尽量将理论符合与实际，因此有必要提前询问消费者，填调查表在特定的区域试行方案。发现问题后及时与公司反映，进行相应的修改。

1、因为中秋节刚刚结束，或许有一些产品没有及时得到妥善处理，建议将其充当本次活动的63款精美赠品。

2、做到店面整洁、漂亮时刻给顾客焕然一新的感觉，并及时为店员做好相关的动员和培训工作，以及时灵活的处理相关问题。

3、注重后促销时期，在促销期间应时刻注意培养潜在客户维护老客户，在活动结束后应尽量回访一下有希望的客户。一来加深与老顾客的关联性;二来可以了解本次促销活动后消费者的反映情况。

4、为防止场面过于火爆出现意外事件，最好将自己的亲人、朋友等请到现场维持秩序。

5、做好应对天气突变，交通堵塞等突发事件的等应急预案。

6、及时实况货源，由其是针对仕途春风系列和财源滚滚系列产品。

7 、由于各地加盟商的情况不一样，本方案不可能都一一顾及到，所以具体执行的情况要看执行本人的实际情况如何，如对本方案有什么意见及建议请及时联系公司。

**国庆促销方案策划篇八**

国庆是举国欢庆的大节日，更逢xx各业种大调整完毕，形象和档次再次提升。这三大热点必将掀起一阵销售热潮，各业种把握时机，甄选商品再掀销售新高。

同比提升30%，提升商场美誉度、增加店堂活动气氛，突出家文化带给消费者的温馨感觉。

十一国庆节欢庆、xx耀眼xx

庆国庆、走亲朋、送好礼、到x

中秋国庆喜连连、x商品好又全

中秋国庆双联欢、超低折扣大惠战

甜蜜婚庆购物周9月24日(周五)——30日(周日)6天

十一国庆主题活动10月1日(周五)——7日(周日)7天

1、奢华秋品、时尚绽放

穿品业种：包括靴鞋、女装、男装、4楼运动休闲、针纺，本次活动集中推出展示国内外知名品牌的秋款新品，并结合中秋节给予全场深情价，部分商品再降1——2折的适度折扣。针纺业种为即将到来的旺季作好铺垫，重点推出羊绒、羊毛等知名品牌火爆上市的宣传，针对调整升级推出华丽转身、荣耀升级——大升级、转惊喜活动(活动期间到二楼预购羊绒羊毛商品可转转盘一次，领取指定的立减金额，可设置50—200 元的立减金额。每日限前100名)同时各业种最后库存夏季商品开始1-2折的超低价折扣。

营销部将在dm广告重点宣传。

2、20xx金秋婚庆月：珠宝、化妆、家居床品、家电形成互动，相互给予立减x 元的折扣。(立减金额有业种拟定，但须报营销部)食品业种、超市酒水、糖果、干果类商品全市。免费送到指定位置。开展公司级的大套购，联购满50000、30000、20000等金额赠送不同婚庆大礼。(本活动初期即开始宣传，24—30日开展力度)

3、会员活动：

(1)会员购物即赠购物袋一个

(2)会员购物满300 元赠送月饼礼盒

(3)会员购物满500 元送大闸蟹。

(4)新人免费办理会员卡、信用卡并赠送双卡好礼。

(5)会员持会员卡购物在原有折扣上再优惠0.5—1折，各专柜的商品都要有会员优惠。不参加商品上报营销部个别明示，营业员要将会员卡卡号标明在购物小票上。无会员卡消费不予打折。

4、特别活动：购xx满500 元以上可免费邮寄及全国各地，为您的亲人送去浓浓的思念。

**国庆促销方案策划篇九**

由于今年天气的因素，夏季时间比往年提前，入秋以后天气也一直比较炎热，从终端消费上看，消费者在入秋后仍然以消费夏装为主，到目前为止除了秋前款已经销售一段时间外，其他的秋装才刚刚开始销售，十一之后很多地区的气候将会变冷，将进入卖冬装的季节，所以今年秋装的销售时间将比较短，对于销售非常不利。为在十一期间促进秋装销售，配合市场部各项促销活动，制定此推广方案，以期在十一期间在终端营造出促销的氛围，为销售推波助澜。

秋收

语出《千字文》“寒来暑往，秋收冬藏”

1．礼品一：衣架（见图）

以衣架作为本次促销赠品，主要目的是体现播牌人性化的一面，播牌设想周到，因为你新（转载自，请保留此标记。）添了一些衣服，所以送你衣架，让你没有后顾之忧地可以去买自己的喜欢的衣服。另一个说辞就是：有了漂亮的衣服，你还要有漂亮的衣架才行。

2．礼品二：围裙（见图）

本次推广主题为“秋收”，“收”其实包含收衣服和收礼品的含义，“秋收”的第一联想就是收获季节的劳动，但消费者均为都市女性，因为意义已经转换，但秋收时要用的围裙却仍有具有标志性，所以，为凸显“秋收”的主题概念，本次推广活动定制了一批围裙作为促销礼品。因为围裙是能够渗透到消费者生活里面去的生活用品，所以，对于品牌的长期推广具有一定的渗透性意义。

1.通过优惠促销活动的现场举办拉动消费；

2.通过广告宣传及媒体（电视广告及报纸杂志）进行新产品的宣传；

秋收

背景布前挂着许多衣架，衣架上挂着几件衣服。

活动期间，店员均穿上围裙。

喜庆。

初步规划如此，希望各部门多提宝贵建议，详细设计待具体市施工时依具体情况而定。

**国庆促销方案策划篇十**

金秋十月礼惠全城

20xx年9月20日——10月10日

1、以国庆节为契机，通过策划一系列活动，提高知名度。

2、挖掘潜在客户，尽力留住浏览过xx店的客户，提高店铺知名度。

3、利用国庆节流量大优势进行促销，留住大客户，实现老顾客营销。

1、全场耗材5折疯抢。

新风机高效过滤器、粗效滤芯、净化机耗材活性碳片、初效滤芯。(sc125、sc250、sc500)

2、满200元包邮。

单笔订单满200元，即可享受包邮优惠。

3、每日前5名

每单赠送远大鼠标垫一个，3m防霾口罩一只。

4.购机五重豪礼：

礼包1：购机有惊喜，凡购买远大空气净化机、远大新风机任一型号，都有惊喜大礼包，请详询客服。

礼包2：凡购买远大任何型号净化机，每台赠送1年相应型号的活性碳片。

礼包3：凡购买远大任何型号净化机，赠送会员卡一张，内含300元购机现金。

礼包4：凡购买远大任何型号净化机，赠空气宝一台。

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