# 春节促销策划方案前言 春节超市促销策划书春节超市促销策划方案(实用17篇)

作者：美好的回忆 更新时间：2024-04-01

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。春节促销策划方案前言篇一*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

**春节促销策划方案前言篇一**

一、元旦后应立即进入年节氛围的布置，第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

二、1/25-2/2 腊八节喜庆年货 早买早实惠

1月27日腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让顾客产生此处可买到便宜年货的感觉。

3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

pr活动：

甜蜜换购 省钱新一季

1月25日-2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止!

加1元 换购价值3元xx商品一个

加5元 换购价值8元xx商品一个

加10元 换购价值15元xx商品一个

加15元 换购价值25元xx商品一个

加20元 换购价值40元xx商品一个

具体换购商品待定!

三、2/3-2/11 除旧迎新 欢欢喜喜过大年

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间，对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打，礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销（），团购提示随处可见。

pr活动：

新年好礼满额送 (2月3日-2月14日)

一次性购物满398元，送15元新年贺礼一份;

一次性购物满698元，送20元新年贺礼一份;

一次性购物满998元，送30元新年贺礼一份;

一次性购物满1598元，送50元新年贺礼一份;

四、2/12-2/18新年好礼 精彩亮相

此时间段是年前采购的最佳也是最后的时间，公司福利和年节走亲访友的礼品筹备高峰期，所以本阶段以食品类主打，尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。

大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售，到现在变为主推期开始大量走货，价格性占比在小年后要比前期更显惊爆，直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度，到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期，同时处理一下年前的库存。

此时间段中包含情人节，情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

pr活动：

1、情人节互动活动：2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与，增加人气。

(1)爱让我们相识：n位参赛者每人代表一个1-n的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的数字加减乘除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2)爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3)爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4)爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止!

五、2/19-2/24羊年最炫礼 福多运多财更多

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的顾客在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动顾客的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下很手，同时主推一下春季新品。

pr活动：

1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位顾客进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得!

2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动。

春节超市促销策划书(二)

**春节促销策划方案前言篇二**

春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确。因此，在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息，抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个口彩 ，张贴

春联

等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣。春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动(也是超市销售新特商品的好时机)。

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。 2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。20xx年超市春节促销

策划方案

--

策划书

20xx年超市春节促销策划方案--策划书。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1、属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3、春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各分店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和

春节style衣食住行玩

原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等;此外，还要安排随时检查、随时培训。

四、简洁明快的pop

空白海报和各类价格标签是最有效的传送信息工具。 卖场内直接展现促销信息的 pop 中。但尽量不要过多打折，空白海报上促销价与原价同时标出。尽量以买赠捆绑的形式来促销)以示区别;尽可能减少文字，使消费者在 3 秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容;但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以防止消费者误解。价格随时变化后要及时更换价签，价格标签要醒目、简洁。不能新老价签同时使用，造成价格混乱;一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中发觉促销信息，促成购买。

五、专业导购的口头推荐

1 、严格筛选促销人员

春节这种特定的节日气氛自身就是一个很好的条件，消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的直接面对消费者的促销人员的士气也是如此 鼓舞士气的方式多种多样。卖场内热闹非凡的购物局面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高;反之，士气低落，销量停滞。后一种情况下，促销人员要表示得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定水平上会引起消费者好奇进而抚慰消费。

或许会遇到大大小小的意外，整个春节超市促销过程中。如促销方式的变卦、各个促销环节连结得不够顺畅、其他部门工作脱节和竞争对手加大促销力度等等，随时坚持与消费者沟通并认真地管理好整个沟通的过程，才干有效保证促销活动的顺利进行及促销效果的圆满达成奇进而抚慰消费。

优惠活动

时间：20xx年1月 主题：春节

一、活动持续时间：20xx年1月8日 2月17日 二、活动主题：温暖送万家 三、活动方式：

活动期间，凡在永辉超市，一次性购物满80员的顾客朋友可凭单天单张电脑小票可兑换刮刮卡一张，即有机会获得以下礼品：

1.送惊喜(1)五酒店团圆龙虾大餐一桌《共八桌》;

(2)团圆蛇王大餐一桌《共八桌》;

2.平安送(1)全年意外伤害保额18000元及全年意外医疗险保额20xx元一份

《共199份》

3.送爱心(1)送爱心礼品一份《共999份》

4.送温暖(1)环保内衣一套《共99套》

(2)肯德基儿童套餐一份《共40份》

5.送彩头(1)送福利彩票一张《共599张》

6.送吉祥(1) 年年有余 火锅一份《共99份》

7.健康送(1)健康秤一台《共39台》 (2)年糕一份《共399份》

注：1月23日至2月12日凭刮刮卡可到各门店领取神秘礼品一份，送完为止。

-->[\_TAG\_h3]春节促销策划方案前言篇三

春节是中国民间最隆重最富有特色的传统节日，在这一天人们举家团圆、共贺新春，迎禧接福、祈求丰年。也是在这一天，人们走亲访友、礼尚往来！我们的春节促销活动就是在这样一种浓浓的节日氛围下热闹开场，本次的促销主题是――“新春派好礼，红运喜当头”，满额即送新年利是封1个（内附特惠券），除特惠券券可以继续吸引顾客前来再次消费外，还推出一款有浓浓新春特色的xx套餐，买套餐即送卡通公仔一个，卡通公仔采用了虎年最热的虎造型形象，憨态可掬，可爱十足！活动现场气氛喜庆热闹，不仅烘托出了春节浓郁的传统文化特色，同时也表达了派乐对顾客新一年的美好祝愿！

1、节日期间营业额较上年同期有大幅提升；

2、营造店内欢乐的节日气氛；

3、全面提升派乐品牌形象。

新春派好礼，红运喜当头

活动细则：

1、凡购买新年“xx套餐”，即可得“宝贝虎”卡通玩具一个（已含在套餐内）；

2、新年美食，低价劲享！

凡一次性现金消费满xx元即送“新年利是封”一个，更有20xx派乐汉堡新年限量版劲爆劲享特惠券1张，即可以全年最底价劲享多款美食！数量有限，赠完即止！

3、劲爆劲享特惠券内容（每种优惠有两张券，共12张）：

（1）正面：香脆鸡腿汉堡仅4元

凡正价购买任意汉堡可免费得柚子茶一杯

购买任意套餐+1元得劲爆鸡米花1份

购买任意套餐+2元得骨肉相连2串

购买任意套餐+3元得黄金蝴蝶虾1份

（2）反面：使用细则

4、劲爆劲享特惠券的使用细则为：

（1）此卡仅在本店使用，每张仅限使用一次；

（2）请在点餐前出示此卡，此卡不兑换现金；

（3）此卡有效期为即日起至20xx年2月28日；

（4）在中国法律允许的前提下，派乐汉堡保留此次活动的最终解释权！

活动时间：即日起――2月28日

参加活动产品：全线产品；

**春节促销策划方案前言篇四**

策划书是每个公司都会做的文案，要写好策划书也是需要一定技巧的，本站将为您奉献很多策划书的范文，包括活动策划书汇总精选、2018策划书格式大全汇总。以下提供的策划书是酒店春节促销策划方案。

这里为大家准备了一份春节促销方案，给大家做个参考。

一、活动背景

年底是婚庆的高潮，酒店可以利用这样的环境来做促销。

二、活动时间

三、活动主题

与国同庆，共谱天伦

四、活动内容

1、活动期间，推出黄金套餐

良朋相聚宴：699元/桌

金玉满堂宴：799元/桌

富贵吉祥宴：899元/桌

2、中秋之夜推出团圆饭：

588元/桌 、688元/桌、888元/桌 ;提前预定，赠送礼品一份。

3、活动期间，婚庆宴消费达万元以上，赠送价值达千元的蜜月礼物。

4、活动期间，凡是外地到本店就餐者，凭身份证就可获得中秋小点一份。

5、与旅游团联合促销，指定旅游点，发赠就餐券，同时，到本站消费的客人，可以获得xx旅游景区门票一张。

五、促销宣传

1、背景音乐：

以国庆，中秋为主要音乐风格。

2、门厅装饰：

酒店用气球做彩门装饰，营造热闹氛围。

3、媒体宣传：

电视台，无线电，网站，报纸。

4、视觉宣传：

提前三天开始宣传，主要以条幅、易拉宝、彩页菜单、口碑传播、向新老客户介绍等多种形式推广，以达到最佳的效。

六、人员培训

1、促销内容及目的要与工作人员介绍清楚，以达到促销的目的。

2、加强工作人员的服务意识及操作规则培训。

七、预算：(略)

策划书频道精选推荐

2018策划书格式大全汇总

活动策划书汇总精选

-->[\_TAG\_h3]春节促销策划方案前言篇五

再过不久就是春节，许多公司都在开展促销活动，该如何去策划这些活动?下面本站小编为您提供一篇策划方案，供您参考。

活动主题:岁末完美风暴

活动时间:x月1日——x月x日(共17个工作日)

一、全场商品2折起

活动期间,全场商品2——8.5折销售(xx楼xxxxx全场8折)

(金银珠宝饰品、名表、化妆品详细折扣请见柜内明示)

二、购物一小时 幸运5分钟

2月8日——2月17日,在每天正常营业时间,每小时抽出5分钟,凡在此5分钟购物的顾客,将获得所购商品金额的半额返款。

1、返款全部以赠券(a券)形式体现

2、抽奖方法:10:10分抽取9:00——10:00时间段,11:10分抽取10:01分——11:00时间段,以此类推,晚间20:00——21:00时间段获奖结果于当日21:10分抽取,清场时间顺延,请物业公司电工、保安做好相应准备。

3、抽奖地点:6楼促销服务台抽奖现场;

4、返款地点:6楼促销服务台;

5、返款时间:当日营业时间;

6、单笔最高返款金额以5000元为限,5000元以上视同5000元档;

7、对奖时间以收银机制小票上打印的交易时间为准;

8、幸运中奖顾客务必凭完整购物凭证当日领取返券,过期视同自动放弃;

9、本活动所返赠券使用期限限定在2月18日——3月30日使用,过期作废;

10、抽奖结果及时在现场及广播中公布。

1、活动期间,商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担;

4、各客务员要严格监督供应商,严禁用残次商品应付本次活动;

5、商场管理部应严把商品质量关,严防假冒或伪劣商品进场销售;

6、活动期间,赠券(a券)在6楼使用不再享受折扣;

9、专场特卖品牌要求必须在长春主要媒体做特卖广告宣传。

活动期间,vip卡折扣功能暂停,积分累计功能正常使用;

各厂家或供应商进行折扣销售,在卖场悬挂条幅、促销导购等必须经营销策划部审核通过,营销策划部和商场管理部将对擅自悬挂条幅或摆设促销导购行为进行严格检查。

-->[\_TAG\_h3]春节促销策划方案前言篇六

xx

为新春的情人节画上o（一个元宵的图样）满的印记

春节20xx年2月05日—20xx年2月11日

情人节20xx年2月12日—20xx年2月14日

元宵节20xx年2月20日—20xx年2月22日

xx超市

增加来客数，突破三百万营业额

金猴献礼，低价的惊喜好礼送不停，赢取隐藏的“秘密”，我等你你是我心中永远的爱，我沐浴着光辉羞涩的等待金猴贺岁守新年，家家户户共团圆。

（一）鼠年到，福运来：以普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物；走亲访友而准备的烟酒副食类礼品为主。（20xx年2月5日—2月11日）

1、选取部分商品降以活动价格。

2、购满68元的消费者，可凭借购物清单到客服处领取一张价值10元的精美“福”字或庆贺新春对联一张（限额1000—20xx名）。

3、购满168元，送猴子吉祥公仔一个。

4、隐藏奖项：在大商场超市显眼的地方设定一个公告板，公告板里设定一个价格数目掩盖，第一个消费者购物价格与设定价格相差在一元以内则免单或减半（以设定价格衡量奖项标准）；第一个中奖之后，加以现场宣传（喷花以及广播），随后立即推出第二个隐藏的价格，促动消费者前往购买次数。

5、购买满100元送价值10元的情人节活动专享抵用券一张，以此类推。

（二）情人节特别献礼：以年轻浪漫者为主，争对性推出巧克力、情侣服饰套装、精美礼品、鲜花等为特供商品（20xx年2月12日—2月14日）

1、在商场购买特供商品满38元送精美玫瑰一支；

2、在商场满99元送情人节特制精美礼品一个（多设几种选择，针对小女生的各种喜好）

3、在商场购买情侣服饰套装满500元送一份价值60元以内的巧克力一盒和一支玫瑰花。

4、在商场第九十九名购买任何一种盒装巧克力的顾客赠送一套情侣体恤衫；

5、在商场购买任何商品满100元送价值10元的元宵节活动专享抵用券一张，以此类推。

（三）元宵喜乐“惠（you）汇（jing）会（xi）”：以各种百姓家庭为主。（20xx年2月20日—20xx年2月22日）

1、选取部分商品降以活动价格。

2、超市内部随机隐藏放置五个新年祝福贺卡，写上“你终于发现我了，恭喜您中奖（落款超市名称）”字样。发现者可获赠一张价值两百元的\'提货卡（或礼券）。

3、于22日开展元宵节舞台表演，表演之后定点举行抽奖活动，凡在20日—22日某时期间购买商品满500元以上的顾客都可以凭小票进行抽奖（统计500元以上名额，设置抽奖奖票数量）。一等奖：价值1000元左右的数码产品（1名）；二等奖：价值500元的提货卡（3名）；三等奖：价值200元的提货卡（5名）；四等奖：价值100元的提货卡（8名）；五等奖：银饰项链一根（15名）；参与奖：一根中国结或吊坠等精美礼品。

1、活动主要负责人：xx

2、与入驻商家商谈活动细节：xx

3、安保工作：xx

4、应急预案与上报举行活动的备案：xx

5、联系舞台表演团队：xx

6、海报及展板的制作：xx

7、网络宣传标语、排版、设计、审核、上传：xx

8、宣传单制作：xx

9、宣传单发放：xx，宣传海报张贴：xx，宣传展板摆放：xx

10、购置奖品：xx

**春节促销策划方案前言篇七**

-->

春节是每年销售的顶峰时期，也是超市全年最繁忙的.时间，为了能使门店在今年春节集中精力打好销售战，本次春节，我们将以商品组合销售为主要促销 方式，同时配以适当的促销活动，以引导消费，挖掘潜在消费为提升途径，同时注重团购促销，希望于正常销售途径之外尽量挖掘市场潜力，迎合顾客购物心理(大 批量购物、一站购物)，体现我们的经营特色，从而提高客单价，提升销售。

本阶段的活动以突出团购特色的商品和其他特价商品相结合的形式，以商品为活动主要角色，挖掘节日前期的消费力量。

活动以团购特价商品为主，以dm为主要体现形式，先期吸引单位集体购买，会员卡赠送主要针对市外门店新客户的吸纳，挖掘和培养05年的新消费群体，同时也希望籍此活动，吸引对我们的会员身份有兴趣的潜在消费群。

主题：福多春意浓

1. 特价团购商品dm

a) 规格：小8k，4p，共计80个商品;

食品：40个

百货：30个

生鲜：10个

b) 要求所有团购版商品价格平均下降幅度在25%;

c) 商品选择要求历年春节团购需求量大的单品或品类。

2、享受团购价前提：一次性团购满500元，即可以dm团购专版上的特价购买;

3、辅助装饰：制作团购商品标识插卡，醒目标识，提示购买

6、要求参与团购版商品的供应商提供大批量购买的赠送措施，整合供应商活动，体现团购专版的特惠性质。

主题：新春 联华抢购第一站

时间：1.28—2.15 (2.9年初一，2.14情人节) 共计19天

由于春节的特殊性，零售活动的策划侧重于通过dm商品的组合推荐，形象生动具体的\'诉求商品销售点，通过提醒顾客的购买需要、诱发购买欲望等多个手段的结合拉动销售。

适当配合刺激性的活动，结合卖场宣传、装饰等途径，渲染年末浓重的购物氛围。同时综合考虑节后效应以及情人节活动的配合，达到档期活动策划的完整性和全面性。

1、商品组合以及dm要求

a) dm规格：小8k，20个p，400余件商品

b) 礼品主题：祝福心意表一表

主要商品为滋补品(含南北货)、礼品酒类、玩具、家居用品套件、小电器……

此部分商品要求供应商促销活动的支持

c) 食品主题：佳肴美食齐送到

d) 百货：开门迎新

床上用品、服装、服饰配件、家用杂件……

e) 生鲜：鲜美啧啧过大年

调味品、生鲜中的日配、冷盘、熟食、蔬菜……

f) 分类版面主题：这个冬天不太冷

ii. 火系列：火锅，火锅料，调味料

iii. 暖系列：床上用品，内衣，取暖类电器

g)情人节主题：简单爱

h)长假消耗补给，联华为您考虑——民生用品大集合

此活动主要希望推动节后的民生用品销售，刺激人们长假后的新一轮购买需要，可以通过将可推荐商品进行简单的文字组合的方式，提醒购买，以温馨提示的方法推动需求和购买，同时也加强卖场“为你所想”的亲民形象。

2、 一元风暴 快速抢购

事实证明，价格竞争尽管是最低层次的竞争，确实打击和弱化其他超市最行之有效的手段，也是提高市场份额最直接，最有力的竞争手段，在春节这个特 殊的节日，人们对各方面商品的需求都达到了一个鼎盛的时期，因此设计活动以买大赠小(买礼品类商品送调味品)为主要手段，刺激消费。

时间上的考虑主要是由于，在年夜前后是卖场相对非常繁忙的时间，也是希望通过此活动能在时间上分流客源，达到销售平衡，并有效避免销售的流失。

此活动需商管部支持20万元左右的供应商扣点，作为活动费用。

a) 时间：1.28-2.2

凭当日满足参与条件的单张购物小票到门店“特卖场”以一元价格自由选购以下任意一种商品：

1瓶酱油、1袋味精、2瓶香醋、4袋盐、2听可口可乐;

c) 操作细则：

ii.赠品事先要货，并打包，以免活动开始造成混乱;

iii.请顾客依次排队购买特卖场商品，每张购物小票限购其中任意3种商品;

iv.所有参与活动的购物小票应为当日单张购物小票，隔日无效，小票不可累加;

vi.所有赠送要求剪小票操作，并做好每日台帐;

vii.本活动解释权归本超市所有。

d)宣传文案：一元钱能买什么?一瓶酱油?一袋味精或是四袋盐?能!只要您来联华超市购物，这样的梦想也能变成现实!

2月1日起，如果您在联华超市购买保健品、酒品礼盒类商品达一定数额，您就可以花一元钱，捧回一瓶酱油或一袋味精或其它指定的商品，这样的优惠看得见，这样的真情感受到。

一元风暴快速抢购，心动吗?那就快快行动!

3、 装饰

a)卖场入口处采用大如意结装饰，部分旗舰店利用氦气球加大气氛渲染效果;

b)收银台采用大红绸和福字装饰;

c)卖场入口主通道的采用大型梅花盆景+对联的组合装饰形式;

d)货架笑脸设计;

e)井道特殊装饰：春满联华——广告公司出方案

f)常规装饰：横幅、吊旗、竖幅、活动海报、dm喷汇等

**春节促销策划方案前言篇八**

2月15日，是中国农历新年的日子，称为春节。随着节日的来临，春节的气氛在中国逐渐浓烈起来，新一波的`消费热潮即将来临。

春节是全国性的节日，是中国一年的伊始，在人们心中是非常愉悦、欢庆、盛大的节日。节日期间人们一家团聚、到商场购物、亲友间互送礼物等活动，各品牌竞相促销以提高销售业绩。

春节对于爱就推门品牌来说都是一个表现品牌玩具活力、品牌玩具特色的重要节日！通过本活动刺激消费，促进销售，提高品牌知名度，增加老顾客的大好机会。希望通过促销方案给大家的营业额带来新高，让大家更有信心面对以后的经营。

爱就推门会员客户，爱就推门新顾客。

爱就推门迎兔年送大礼

1、春节前7―15天与顾客的联系

在2月1日春节前，各加盟店主通过发送短信对爱就推门会员顾客发送祝福，加强品牌与顾客的沟通联系！

圣诞祝福短信（例）：

例一：如期而至的不仅是新年，还有幸福和快乐，日渐增长的不仅仅是年龄还有友情和健康，爱就推门玩具一如既往深深的祝福：兔年万事如意！

例二：总有起风的清晨，总有温暖的午后，总有灿烂的黄昏，总有流星的夜晚，总有一个人在祈祷世界上所有的美好全部属于你！爱就推门祝你兔年快乐，心想事成！

促销时间：20xx年2月1日――20xx年2月28日

促销地点：全国各城市自营店及特许加盟店

方法一：

1、活动期间，全场部分特价商品七―八折酬宾。

2、活动期间，爱就推门会员顾客凭卡到原发卡店领取精美新年礼物一份，每卡仅限使用一次。

备注：建议迪士尼小球，沙画等，或者礼物可以是福字，糖果加盟商自己购买。数量有限，送完即止。（加盟商自选）

3、新客户购满200元加1元送爱就推门书包一个。（数量有限，送完即止。）

4、每天由店主对来店里的`小朋友进行糖果大派送。

方法二：

1、购买玩具满49元均可获赠爱就推门精美福字一张。

2、凡在我店购物满98元的顾客，即有机会店门口处参加一次抽奖游戏活动，188元以上两次，我们的奖项设置有：

3、最高幸运奖：全场任选价值50块玩具礼品一份。

4、幸运奖：获得书包一个。

5、参与奖：奖纪念品一份，每日限量，先到先得，送完即止。（气球等礼品）

备注：抽奖箱可以找一个纸箱来美化一下即可，里面的纸条需要按照店里实际奖品数量比例设计）

广告以海报与pop形式配合。店铺的海报、pop同样以红色主色调和兔子吉祥物为主打，装饰整个卖场。

1、促销活动现场节日气氛的渲染

春节的主色调：春节以红、白、黄三色为春节色，春节来临时家家户户都要用红色来装饰

a、卖场氛围

整个促销活动期间，以“春节歌”为音乐背景。长期以来，一直流行的春节歌主要有：《恭喜你》《恭喜恭喜》、《恭喜发财》《迎春花》，还有其他一些，用这些喜庆音乐营造一种春节的氛围！

b、货架布置

以春节元素为主，辅以其他元素。

2、店主的糖果派发。（糖果自行购买）

在操作过程中，所有顾客会员卡领取礼品一份，不可多领；新顾客购满200元加1元，送书包一份。如顾客对本次活动有任何疑惑，终端店主因详细说明。礼品赠送只在活动期间执行。

**春节促销策划方案前言篇九**

春节作为中国的传统节日，一向受到重感情的华夏民族子孙的重视。古往今来，每年除夕夜之时，年夜饭则成为人们表达情感的必要载体，而今年的春节日趋临近，一年一度的“春节营销大战”随之即将拉开帷幕。

而策划作为无形资产，是酒店产品高质量的代名同，好的策划既是酒店整体形象的体现，又是酒店最佳经济效益的载体。因此酒店必须将策划这一工作贯穿与整个销售过程中。

火红的灯笼,洁白的雪花,浓浓的除夕气息…船舶丽湾大酒店将为您营造独特的除夕文化氛围，风云明星的集聚，精彩绝伦的表演，回味无穷的比赛………一切由您作主。相信您会因为喜欢而选择，更会因为选择而喜欢！

正文

火红的灯笼,洁白的雪花,浓浓的除夕气息…船舶丽湾大酒店将为您营造独特的除夕文化氛围，在这儿，您可以和亲人度过一个安静、祥和的除夕夜；也可以体验一个缤纷、欢腾的不眠夜；还可以享受一个浪漫、温馨的团圆夜…喜庆的年味颂歌回荡在上空……一切由您作主。相信您会因为喜欢而选择，更会因为选择而喜欢！

初拟策划及布置方案如下：

通过春节的策划活动，扩大酒店的知名度，加强与商务客户的感情联系，引导周边地区居民的消费，打消顾客对消费档次的各种顾虑，从而取得一定的经济效益和社会效益。凝聚酒店的销售合力，调动全员积极性，营造和谐发展和积极进取的工作氛围。

2.1目标定位：春节期间的散客、家人、亲朋好友、商务客人、企业团体。

2.2活动主题：银鼠辞旧岁,金牛迎新春。

2.3活动广告语：“暖暖除夕，有你真好”。

2.4活动广告文案：

一家三代围坐在春节餐桌旁，暖暖的亲情荡漾在每个人的心头，在一种温馨的家庭氛围下，每颗疲惫的心灵都找到了停泊的港湾，彼此眷恋地对望着，深情地发出内心最柔软的声音：“暖暖除夕，有你真好”。

2.5广告定位：

2.5.1宣传广告：

在《大连晚报》《辽沈晚报》上做一些宣传报道和广告。

悬挂宣传横幅，条幅。

媒体：《xxx》、《大连新商报》、《人民日报》、辽宁电视台、大连电视台一、二套频道、大连体育频道、大连人民广播电台、大连音乐之声。

宣传方式：活动介绍，节目花絮，新闻报道，会场图片。

宣传时间：20xx年1月1日--20xx年1月24日

宣传频率：报纸《人民日报》公告三次，各项活动介绍三次。《大连新商报》公告五次，现场图片刊登共五次。《xxx》：公告五次，节目花絮刊登五次。辽宁电视台将“暖暖除夕，有你真好”的广告，每三天播放一次。大连电视台：以“银鼠辞旧岁,金牛迎新春”为主题，宣传船舶丽湾酒店春节活动，每天两次（分别定在19：00中央新闻前和20：00大连新闻后各一次）每次限五分钟。大连体育频道：以“银鼠辞旧岁,金牛迎新春”为主题，宣传活动安排，穿插少量节目花絮。每天播放一次（定在体育新闻前），每次三分钟。大连人民广播电台、大连音乐之声：以“银鼠辞旧岁,金牛迎新春”为主题，宣传船舶丽湾酒店春节活动，每天三次，每次限五分钟。船舶丽湾大酒店酒店网站全天不间断滚动播出相关新闻，总体情况，并配合宣传图片和活动花絮（请注意网站背景一定要有过年的氛围）。在酒店外围拉横幅宣传，在大堂外用滚动大屏幕，滚动播放活动时间和内容及电梯广告宣传。

2.5.2宣传册：宣传画册将分为以下几本分册：

分册三：集中、全面地展示“银鼠辞旧岁,金牛迎新春”20xx春节活动。介绍节目内容与安排并给每张宣传画册编号，在活动中抽奖时用。并在小册子内注明票价、适用的范围、节目活动的种类、时间的安排以及抽奖的规定；中英文对照，精美印刷，由销售人员和各部门促销人员大力向外界派发。

2.5.3春节贺卡：

贺卡具有收藏价值，并且自制的贺卡是酒店文化符号的\'重要表现形式，能渗透酒店对老客户的人文关怀和对新客户的热情期待。贺卡请于十二月二十五日前印刷完毕，用门实施派发，邮寄工作。派发、邮寄对象以在店消费的大户、常客为主，将酒店对他们节日的问候和祝福与酒店的节日促销活动内容结合在一起。

2.5.4印制宣传单:

利用宣传单对活动进行宣传，其长处在于直观、快捷、受众广泛，对扩大知名度、引起关注有着举足轻重的作用。

2.5.5礼品制作：

提前打好预算，确定所要订购的礼品种类、数量。由营销部货比三家后，将最后的选择和价位以书面的形式递交给财务部，由财务部协商后呈领导审批，审批通过，方可由营销部继续实施。

2.5.6内部宣传：

各部门下属员工进行节日期间的语言规范、礼仪礼貌方面的培训（一月十日前完成）

由人事部挑选一对服务员扮演小金牛，并进行适当的培训（一月十五日前完成）；

总机负责在春节期间播放背景音乐，以烘托整个酒店的节日气氛。

3.1酒店外围：

3.1.1在正门口立放金童玉女一对，延用至元宵节,酒店提供照相留影服务(客人洗相费用自理)。

3.1.2在酒店外围植物上绕挂满天星，在酒店正门两侧分别立一大盆金桔，顶棚挂大红灯笼。外围草坪上斜拉彩旗。

3.1.3大门口悬挂“船舶丽湾大酒店恭祝全市人民新春快乐”横幅。

3.1.4大门口两侧玄武岩贴对联“金牛奔盛世”“紫燕舞新春”横批为“恭贺新禧”。

3.1.5酒店大堂两侧玻璃门贴牛年生肖剪纸图案

3.1.6酒店正门口安排两位工作人员（人事部选好的那对员工）,穿小牛服装戴小牛头套,负责为前来酒店用餐年纪大约在10岁以下的孩子发放气球(一支),水果糖(2粒).

3.1.7三楼、四楼阳台栏杆插彩旗。

3.2酒店大堂：

3.2.1大堂顶棚每两角为一组拉上细铁丝,在细铁丝上缠绕拉花(注意尽量让铁丝被拉花覆盖,不要露出铁丝),并在每组绕有拉花的铁丝上挂上宫灯和中国结(注意穿插的要有顺,数量要得当,间隙要匀称).

3.2.2在总台收银的接待桌上用红灯笼架一个坐立的拱门，拱门两边分别安放在接待桌的左右角接近尽头处。

3.2.3总台两边立两棵大金桔盆栽，上面绕满天星，挂红包袋作装饰，总台两边大柱子上各挂一大号中国结。

3.2.4总台接待桌上摆放元宝塔，其他植物均绕上满天星、拉花装饰.

3.2.5大堂吧在原有的绿植上缠绕上丝带，墙上贴一两幅抽象的生肖剪纸图案。

3.2.6后院通道门玻璃贴类似大门装饰图案。

3.2.7循环播放春节背景音乐，从大年二十八开始。

3.3酒店餐厅：

3.3.1包厢通道吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间挂一中国结或宫灯(注意穿插的要有顺,数量要得当,间隙要匀称)。

3.3.2宴会台背景墙装饰一春节图案。

3.3.3餐厅收银台上方吊顶挂小灯笼装饰，所有植物暂时改成金桔盆栽。

3.3.4中餐厅背景按婚宴设计（底铺绒布，顶和旁边用窗帘装饰），中间挂一春节装饰图案。顶棚用红、黄两色彩带做弧形波浪装饰、中间挂一塑料宫灯，所有大株植物上挂红包袋、洒彩花和小元宝。

3.3.5迎宾处通道门贴财神图案。

3.3.6播放春节背景音乐，大年二十八开始播放。

3.4酒店夜总会：

3.4.1大厅舞台背景用春节图案喷绘。

3.4.2夜总会通道挂塑料灯笼，吧台装饰些拉花。

3.5酒店楼层：

3.5.1各楼层通道口吊顶挂中号塑料宫灯。

3.5.2各楼层电梯口挂红灯笼,电梯口正面墙贴春节装饰图案。

3.5.3电梯内部暂时全部换成带福字的红地毯,迎面梯壁倒贴大红福字,将两侧宣传报暂换成酒店春节期间优惠活动及价位.

3.5.4各楼层写字间和办公室贴福字和对联至正月十五(正月十六取下)。

3.5.5播放春节背景音乐，大年二十八开始播放。

**春节促销策划方案前言篇十**

大吉大利开门红，志邦开门送现金

20xx年1月30日——2月6日

（备注：1月30日和2月4.5日为活动的爆发期，活动地点可设置主场（如合肥的形象店），主场活动时间可以延长至当天晚上9：00）

志邦厨柜全市各大连锁专卖店

（各销售单元可自行设置）

1、开门送红包：600元现金红包等你来抢

活动期间预定并交纳1000元定金，即赠送600元开门红现金红包。

2、欧州风情：仅售x元/套

活动期间，原价x元/套欧州风情套餐，现仅售x元/套

配置：3m地柜+3m台面+1.2m吊柜+zbom烟机+zbom灶具（配置：a类吸塑+法兰石台面）

3、加200抢20xx

活动期间，定单加200元现金即可获赠20xx元新年购物券，可用于购买zbom电器、水槽或功能用具。

4、全场疯狂折扣：

活动期间美厨/名仕系列和人造石，国产石英石折御庭系列和进口石英石折

1、活动时间：仅限20xx年1月30日至2月6日，预交1000元定金有效；

3、参与本次活动的用户，预定金不退；

4、套餐每米加x元可换哥德堡石英石，超出套餐尺寸按正价折核算；

5、通过志邦官方网站报名活动的客户，可免费抢得20xx元新年购物券；

6、本活动最终解释权在法律允许范围内归志邦厨柜所有；

（特别说明：

2、本次活动的20xx元购物券不可和其他政策同时享受，例如：不可在3、15的政策之上再使用此券。

3、各地可设置客户的进店有礼奖，不论订单与否均可获赠价值50元左右的订单礼品。）

1、活动时间规划：

活动阶段活动规划

时间内容

2、宣传安排：

形式信息传达方式发布时间负责人内容

意向客户跟踪短信1月19日各地总负责人人人短信群发：官方提醒春节期间注意安全

短信1月20日各客户负责人私人提醒春节回老家注意安全

短信除夕夜1月22日各客户负责人拜年短信私人祝福

短信年初一1月23日各客户负责人志邦官方拜年短信祝福

短信年初二1月24日各客户负责人私人祝福回娘家

短信年初六1月28日各客户负责人私人提醒春节返程祝福，并告知活动内容

电话年初六1月28日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

短信年初七1月29日各客户负责人私人提醒上班工作顺利，并告知活动内容

电话年初七1月29日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

电话年初八1月30日各客户负责人电话确认客户是否来？何时来？哪天来？来？

店面包装年初六1月28日各地市场负责人包装氛围+活动信息发布

备注：

1、意向抓取每日分解，每人均有日指标。

2、过程维护全员营销，全国各销售单元全体同仁，均需上下同心，确保执行力！

3、物料安排

**春节促销策划方案前言篇十一**

：2月10日—3月10日

一、“年货大采购”—春节年货大抢购(2月5日—2月24日)

活动期间，进店抢购年货展台产品全场85%优惠。

二、”购物送礼”—春节期间进店购物满10元送环保袋(2月18日—2月24日)

活动期间，进店购物满10元送新知精美环保布袋一个。

三、“会员大优惠”—全场劲爆优惠迎春节。(2月18日-2月24日)

活动期间，会员享图书、文体全场8.5折优惠(特价产品、考试用书及爱书卡刷卡除外)。

四、“新年新惊喜”—抽奖活动。(2月18日—2月24日)

凡在大年三十至初六消费满100元的顾客，凭小票均可参与抽奖一次。(注：所有奖品抽完即止，未抽完奖项截止2月24日作废)

一等奖：1名(价值319元爱华仕背包(黑色))

二等奖：3名(面值100元爱书卡)

三等奖：5名(价值50元一星会员卡或面值50元爱书卡)

参与奖：多名(价值5元心情故事口袋笔记本)

五、“岁岁有惊喜”—生日有惊喜：

生日是2月18日、19日、20日的顾客凭身份证购书赠送一星会员卡一张并享生日特价)

六、“中国梦文化年货”—礼品图书促销。(2月10日—3月10日)

精选礼品图书88%优惠促销。

七、“我们爱过年”—少儿类图书买一赠一、买二赠一。(2月1日—12月31日)

少儿类图书“注音版小学生语文新课标必读读本系列”、“必读经典伴我成长系列”买一赠一;“小宝贝学画系列”、“小宝贝国学经典天天读系列”、“全优儿童培养丛书系列”、“小海豚早教圈圈书系列”、“小宝贝智力手工大全系列”、“幼儿启蒙必读全书系列”、“名牌小学学前训练营100分系列”、“宝宝益智翻翻乐系列”、“名家推荐世界名著系列”买二赠一。

八、“天下尽收眼底”—地球仪打折促销。(1月28日—3月31日)

活动期间，地球仪全场8.8折优惠促销。

九、“压岁包去哪儿”—预存书卡大优惠。(2月1日—3月10日)

活动期间，预存书卡充100送10，充200送30，充500送80，充1000送200……团购更优惠!!!

**春节促销策划方案前言篇十二**

一.活动时间：

20xx年12月25日——20xx年2月16日每周六

二.活动地点：

珠宝全国各地专店/柜

三.活动主题

“大声说sorry”美丽心灵假面秀

四.活动背景

夫妻和情侣间的隔阂来自于猜疑和不能坦诚相见，加上中国人在情感表达上的含蓄，导致了更多的猜疑和隔阂，我们的“善美”和“信守”两款系列钻饰的诉求都在情感上，我们要从情感上消除这种猜疑和隔阂，达到“善美”和“信守”的目的，同时为了更好的提供给人们一个消除这种猜疑和隔阂的机会，我们策划了这次“大声说soryy”美丽心灵假面秀，使人们勇敢地对自己的爱人说出“sorry”来，同时又通过假面不暴露隐私，从而使夫妻或情侣之间隔阂全消和坦诚相待，突出“善美”和“信守”的情感诉求。

五.活动内容:

造势宣传：

（2）在电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

活动程序：

（3）9：30-9：55向观众散发选票（一半是选票，一半是珠宝的宣传页）；

（5）接着2号、3号……参赛者类似1号参赛者进行现场秀；

（7）11：50主持人公布获奖者，奖项设置如下：

最深情情侣奖：1名奖信守系列首饰一套及圣诞礼物一份；

（8）以《明天更美好》或《同一首歌》谢幕。

六.活动经费预算

珠宝模特秀：300元×5=1500元；

艺人现场演唱费：6000元；

奖品（信守系列钻饰）费用：4000元左右；

展架：65元×2=160元，条幅：150元，假面：10元×20=200元；

场地布置费：1000元左右；

选票：元×500份=250元；

媒体宣传费：5000元左右；

总计：18260元。

另：活动控制与推广问题说明：

在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录；

活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、顾客反馈意见等收集至珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟商。

印制50元或100元的现金优惠券，同时在后期通过与其他强势非珠宝类品牌经销商、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

**春节促销策划方案前言篇十三**

年底是婚庆的高潮，酒店可以利用这样的\'环境来做促销。

与国同庆，共谱天伦

1、活动期间，推出黄金套餐

良朋相聚宴：699元/桌

金玉满堂宴：799元/桌

富贵吉祥宴：899元/桌

2、中秋之夜推出团圆饭：

588元/桌、688元/桌、888元/桌;提前预定，赠送礼品一份。

3、活动期间，婚庆宴消费达万元以上，赠送价值达千元的蜜月礼物。

4、活动期间，凡是外地到本店就餐者，凭身份证就可获得中秋小点一份。

5、与旅游团联合促销，指定旅游点，发赠就餐券，同时，到本站消费的客人，可以获得xx旅游景区门票一张。

1、背景音乐：

以国庆，中秋为主要音乐风格。

2、门厅装饰：

酒店用气球做彩门装饰，营造热闹氛围。

3、媒体宣传：

电视台，无线电，网站，报纸。

4、视觉宣传：

提前三天开始宣传，主要以条幅、易拉宝、彩页菜单、口碑传播、向新老客户介绍等多种形式推广，以达到最佳的效。

1、促销内容及目的要与工作人员介绍清楚，以达到促销的目的。

2、加强工作人员的服务意识及操作规则培训。

(略)

**春节促销策划方案前言篇十四**

1、通过对重点药店驻点促销并强化管理、培训，开展对重点药店的集中攻坚，推出限期建设“百盒店”“万元店”终端工作。

2、分别把握两个方面的消费者需求：

1)体面、精致礼盒装，迎合社会节日送礼需求;

2)实在、功效，为解决身体某些问题而买保健品，用有说服力的实例、承诺打动消费者的心。

3、充分消化现有药品保健品库存。

二、活动时间

1、造势时间：20xx年x月x日

2、活动时间：20xx年x月x日

三、活动地点：大商场

四、主推产品：保健品

五、活动形式

形式一：购xx1盒送xx或xxx1盒

购xx2盒送xx或xx1盒

六、促销策略

1、紧抓药店，强化终端促销力度及助销效果，活动前期在终端点以pop、kt展板、货架贴等多种形式大力宣传：“xxxxxx，特别适宜免疫低下、易疲劳者”“xxxx粉——中国驰名商标产品”。

2、用大的陈列面、好的陈列位置配合、承接平面媒体宣传，赠品要求插有赠品标识，让顾客一目了然。地堆陈列统一为：产品+赠品+手绘pop。

3、活动前组织导购员明确活动内容、任务，进一步熟悉公司保健品成份、功效，统一输出口径。

为推动各地连锁事业的发展，为更多的零售企业提供相互交流的机会，希望全国各零售连锁超市采购总监、采购经理、企划经理、企划主管等都能够涌要参加，把我们最具新颖、独特，可操作性强的金点子方案都展现给大家以便互相交流，互相学习。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**春节促销策划方案前言篇十五**

春节是每年销售的顶峰时期，也是超市全年最繁忙的.时间，为了能使门店在今年春节集中精力打好销售战，本次春节，我们将以商品组合销售为主要促销方式，同时配以适当的促销活动，以引导消费，挖掘潜在消费为提升途径，同时注重团购促销，希望于正常销售途径之外尽量挖掘市场潜力，迎合顾客购物心理(大批量购物、一站购物)，体现我们的经营特色，从而提高客单价，提升销售。

本阶段的活动以突出团购特色的商品和其他特价商品相结合的形式，以商品为活动主要角色，挖掘节日前期的消费力量。

活动以团购特价商品为主，以dm为主要体现形式，先期吸引单位集体购买，会员卡赠送主要针对市外门店新客户的吸纳，挖掘和培养05年的新消费群体，同时也希望籍此活动，吸引对我们的会员身份有兴趣的潜在消费群。

主题：福多春意浓

1.特价团购商品dm

a)规格：小8k，4p，共计80个商品;

食品：40个

百货：30个

生鲜：10个

b)要求所有团购版商品价格平均下降幅度在25%;

c)商品选择要求历年春节团购需求量大的单品或品类。

2、享受团购价前提：一次性团购满500元，即可以dm团购专版上的特价购买;

3、辅助装饰：制作团购商品标识插卡，醒目标识，提示购买

6、要求参与团购版商品的供应商提供大批量购买的赠送措施，整合供应商活动，体现团购专版的特惠性质。

主题：新春联华抢购第一站

时间：1.28—2.15(2.9年初一，2.14情人节)共计19天

由于春节的特殊性，零售活动的策划侧重于通过dm商品的组合推荐，形象生动具体的\'诉求商品销售点，通过提醒顾客的购买需要、诱发购买欲望等多个手段的结合拉动销售。

适当配合刺激性的活动，结合卖场宣传、装饰等途径，渲染年末浓重的购物氛围。同时综合考虑节后效应以及情人节活动的配合，达到档期活动策划的完整性和全面性。

1、商品组合以及dm要求

a)dm规格：小8k，20个p，400余件商品

b)礼品主题：祝福心意表一表

主要商品为滋补品(含南北货)、礼品酒类、玩具、家居用品套件、小电器……

此部分商品要求供应商促销活动的支持

c)食品主题：佳肴美食齐送到

d)百货：开门迎新

床上用品、服装、服饰配件、家用杂件……

e)生鲜：鲜美啧啧过大年

调味品、生鲜中的日配、冷盘、熟食、蔬菜……

f)分类版面主题：这个冬天不太冷

ii.火系列：火锅，火锅料，调味料

iii.暖系列：床上用品，内衣，取暖类电器

g)情人节主题：简单爱

h)长假消耗补给，联华为您考虑——民生用品大集合

此活动主要希望推动节后的民生用品销售，刺激人们长假后的新一轮购买需要，可以通过将可推荐商品进行简单的文字组合的方式，提醒购买，以温馨提示的方法推动需求和购买，同时也加强卖场“为你所想”的亲民形象。

2、一元风暴快速抢购

事实证明，价格竞争尽管是最低层次的竞争，确实打击和弱化其他超市最行之有效的手段，也是提高市场份额最直接，最有力的竞争手段，在春节这个特殊的节日，人们对各方面商品的需求都达到了一个鼎盛的时期，因此设计活动以买大赠小(买礼品类商品送调味品)为主要手段，刺激消费。

时间上的考虑主要是由于，在年夜前后是卖场相对非常繁忙的时间，也是希望通过此活动能在时间上分流客源，达到销售平衡，并有效避免销售的流失。

此活动需商管部支持20万元左右的供应商扣点，作为活动费用。

a)时间：1.28-2.2

凭当日满足参与条件的单张购物小票到门店“特卖场”以一元价格自由选购以下任意一种商品：

1瓶酱油、1袋味精、2瓶香醋、4袋盐、2听可口可乐;

c)操作细则：

ii.赠品事先要货，并打包，以免活动开始造成混乱;

iii.请顾客依次排队购买特卖场商品，每张购物小票限购其中任意3种商品;

iv.所有参与活动的购物小票应为当日单张购物小票，隔日无效，小票不可累加;

vi.所有赠送要求剪小票操作，并做好每日台帐;

vii.本活动解释权归本超市所有。

d)宣传文案：一元钱能买什么?一瓶酱油?一袋味精或是四袋盐?能!只要您来联华超市购物，这样的梦想也能变成现实!

2月1日起，如果您在联华超市购买保健品、酒品礼盒类商品达一定数额，您就可以花一元钱，捧回一瓶酱油或一袋味精或其它指定的商品，这样的优惠看得见，这样的真情感受到。

一元风暴快速抢购，心动吗?那就快快行动!

3、装饰

a)卖场入口处采用大如意结装饰，部分旗舰店利用氦气球加大气氛渲染效果;

b)收银台采用大红绸和福字装饰;

c)卖场入口主通道的采用大型梅花盆景+对联的组合装饰形式;

d)货架笑脸设计;

e)井道特殊装饰：春满联华——广告公司出方案

f)常规装饰：横幅、吊旗、竖幅、活动海报、dm喷汇等

**春节促销策划方案前言篇十六**

春节是中国传统节日，消费对象主要呈现朋友聚会消费的特点，对于这些消费者来说已经逐渐摆脱了传统的过年方式，选择在酒店过除夕和旅游过年的人越来越多。除夕夜对于这些人来说不再是空间上的限制，只要有团圆、相聚、亲情以及喜庆的氛围，在哪里都是过大年。我们的活动策划目的就是要让顾客在酒店能够感受到纯正浓郁的春节氛围，力求在顾客心目中形成在\_\_\_\_过除夕是最好的选择的印象。

一、活动主题：

\_\_\_\_新春嘉年华会

广告词：吉犬献瑞旺新春，桃花坞中桃花年

二、活动构思：

充分利用新年喜庆气氛，向消费者传达新春气息，巧妙利用中国传统新年的场景布置，及丰富多彩的喜庆节目安排，吸引消费者，以加深消费者对\_\_\_\_的良好认知。

三、活动目的：

1、利用春节喜庆气氛，提升山庄品牌的含金量

2、提高\_\_\_\_销售额度

四、主题活动：

1、贺岁倒计时，与您同欢庆

2、参与互动游戏，赢取新年大奖

五、具体活动安排：

1、贺岁倒计时，与您同欢庆

时间：20\_\_年1月28日

地点：\_\_\_\_

节目部编排极富新春气息的歌舞表演，游戏、小品等节目；艺员服装的安排；除夕夜12：00时，与客人一起倒计时，财神、金童玉女一起上台与客人一起迎接新年的到来，并派发新春利是。

2、参与互动游戏，赢取新年大奖（具体游戏内容由节目部负责提供）

地点：\_\_\_\_

时间：20\_年1月28日晚11：00

节目部编排三款新年游戏与客人互动参与，（金童玉女可邀请客房客人来夜总会参与游戏），游戏设三级奖项：

一等奖：每一个游戏各一名，奖豪华客房一间/晚；

二等奖：每一个游戏各两名，奖啤酒一打；

三等奖：新年礼物一份，参与者每人一份；

六、场景布置：

酒店整体布置风格以红色为主，以着重突出节日的喜庆。

1、进门两侧大道用灯笼串进行装饰，让人一进\_\_\_\_就能感到节日的喜庆气氛。（大门口18串×6=108个，进门到停车处112个）

2、

3、大门口两柱挂横幅一条，“\_\_\_\_恭祝大家新春愉快！”山庄古建筑大门口做一个春节的景观，两侧制作花柱各一个，（制作：用金布围住，后托kt板，在金布外面再插上花，）两个花柱中间放一棵4-5米高桃树，用一个大花瓶作底座，下面铺红色地毯，在桃树的下面放四只金狗，和一些金元宝（用泡沫做），在桃树上再挂一些红包（内置一毛硬币），和一些金色包装的圆形朱古力。外围一圈圣诞红。内侧摆15盆高1.2米高桔树，围成弧形，作为背景，在桔树上用泡沫制作“20\_\_”，在泡沫上再插上花，形成花字。在屋檐下悬挂一条横幅“恭贺新春”，两侧悬挂直径1米灯笼6个。

4、山庄内所有路灯，每一盏路灯两边各挂灯笼一串。（共63盏×3=189个）

5、\_\_\_\_古建筑大门对面树，挂灯笼30×6=180个，此与门口景观相对映；另在体育路入口，一眼就能看到此景。

6、桑拿区布置：

a、spa正面，挂高1米横幅一条，内容为“\_\_\_\_恭祝大家新年快乐，身体健康！”

b、大门两侧各放一棵高2米桔树，上挂一些红包（内置一毛硬币），下围菊花；

c、在进门口两侧各挂2.5米长爆竹，玻璃门上张贴年画；

d、大堂放1.2米高桔树一棵，围菊花，西餐挂纸灯笼；

7、\_\_\_\_布置：

b、后门天花板四周悬挂纸灯笼，后玻璃上悬挂一个中国结；

c、前门两侧各挂7米长爆竹（自制），放置高3米高金桔

盆景两盆，下围菊花盆景，玻璃门上张贴年画，两侧大玻璃上用kt板，做两个“招财进宝”字样，进门处横梁上喷画一幅，上方悬挂立体“春”字一个，两侧各悬挂一组灯笼（共12个）。

d、一、二、三楼楼梯处悬挂纸灯笼，一楼对正门玻璃贴中国传统过年剪纸。（共七块）

e、大厅布置：

（1）大厅清吧中间舞台放置桃树一棵，演员可在树下演唱，顶部上方悬挂纸灯笼一圈。

（2）t形演艺台，以玻璃圆柱为主题背景，用尼龙绳作为树枝和树干，外包一层即时贴，上面插上桃花枝柳条，四周挂鞭炮、立体春字、灯笼进行装饰。

（3）t形演艺台后门墙上，挂一个直径1.5米中国结一个。

（4）靠吧台的三面玻璃上贴中国传统剪纸，（共15块）。

七、活动安排

3、工程部负责在活动期间节目道具的制作，安装及用光、用电安排，活动布场安排，

6、财务部，保证春节物品采购及时到位及活动过程奖品的发放、跟踪，准备硬币100元（1角）

7、总办，整个活动进程的监督和控制，八、广告表现形式1、短信息传递

投放时间：1月20日—1月30日

投放时间：1月10日—1月30日

特点：能最直接的把酒店的消息传达给目标客户端。预计投放金额：2000元

九、经费预算：

**春节促销策划方案前言篇十七**

一、活动时间：

20\_\_年春节前夕

二、活动地点：

\_\_珠宝全国各地专店/柜

三、活动主题

“大声说sorry”美丽心灵假面秀

四、活动背景

夫妻和情侣间的隔阂来自于猜疑和不能坦诚相见，加上中国人在情感表达上的含蓄，导致了更多的猜疑和隔阂，我们的“善美”和“信守”两款系列钻饰的诉求都在情感上，我们要从情感上消除这种猜疑和隔阂，达到“善美”和“信守”的目的，同时为了更好的提供给人们一个消除这种猜疑和隔阂的机会，我们策划了这次“大声说soryy”美丽心灵假面秀，使人们勇敢地对自己的爱人说出“sorry”来，同时又通过假面不暴露隐私，从而使夫妻或情侣之间隔阂全消和坦诚相待，突出“善美”和“信守”的情感诉求。

五、活动内容：

1、造势宣传：

(2)在电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

2、活动程序：

(5)接着2号、3号……参赛者类似1号参赛者进行现场秀;

(8)以《明天更美好》或《同一首歌》谢幕。

六、活动经费预算

1、珠宝模特秀：300元x5=1500元;

2、艺人现场演唱费：6000元;

3、奖品(信守系列钻饰)费用：4000元左右;

4、x展架：65元x2=160元，条幅：150元，假面：10元x20=200元;

5、场地布置费：1000元左右;

6、选票：0、5元x500份=250元;

7、媒体宣传费：5000元左右;

8、总计：18260元。

另：

活动控制与推广问题说明：

5、活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、顾客反馈意见等收集至\_\_珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟商。

6、印制50元或100元的现金优惠券，同时在后期通过与其他强势非珠宝类品牌经销商、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

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