# 最新春节促销策划方案(模板12篇)

作者：晨曦之光 更新时间：2024-04-01

*无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。春节促销策划方案篇一卖场销售的计划性很强，白酒厂家*

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**春节促销策划方案篇一**

卖场销售的计划性很强，白酒厂家要至少提前一个半月和卖场确定活动的内容和档期，因为每个卖场堆头和端架的黄金陈列位置是有限的（一般只有2—3个位置），堆头好的位置依次为酒类主通道、酒类货架中间区、商场堆头区、收银台堆头等四个位置。各个卖场在两节期间一般会把堆头和dm的档期分为三档或更多，第一档为圣诞期间（多为红酒），第二档春节期间、第三档春节期间，目的是以丰富的促销活动内容来吸引广大消费者的兴趣，也同时让厂家提供各种费用的支持。所以厂家应该提前做好相应的.各项准备，在11月份开始与商超展开谈判，把黄金位置的堆头和端架提前“占领”。因为11月份是白酒旺季里销售比较淡的时段，商家在这个时间一般会主动找厂家要一些支持，厂家可以利用这个机会要求签一些位置好的长期堆头保持到春节，一般商家会给予一定的折扣，从而形成双赢的局面，但只适于实力比较雄厚的厂家。

由于白酒的淡旺季比较明显考虑到投入产出的问题，所以白酒厂家一般在市场的淡季3—8月份只在商超渠道里保留很少的导购人员。而在市场的旺季9月份—次年的2月份特别是中秋、十一和春节、春节期间在商超增加导购人员，所以导购人员的队伍很不稳定。建议在两节促销期间多使用一些30岁左右的女士原因有三：

一是这个岁数的人有一定大生活压力比较珍惜工作达到的机会，哪怕是短期的。

二是白酒两节期间销售量较大上货需要一定的“体力”，在这方面年轻的都市女孩大多数吃不了这个苦。

春节期间的白酒促销活动方案，一般要提前一个半月与商超的相关部门开展谈判工作争取卖场的支持。全国性的促销活动要与大型连锁超市的全国采购经理进行协商。目前除了与大型全国连锁商超的统一协议外，其各个门店也有很大的权利，。比如：你和有的零售商在总部谈妥了促销活动，又交了各项的费用，可是无法在门店得到很好的执行，或者有的即使执行，你也占不到好的堆头位置和门店的主动配合（往往是店内为了应付总部的命令而勉强作个样子）。这就要去作各个门店的工作。因为你把钱交到了总部，店内没有得到好处，怎么会有积极性拿出最好的位置来配合你的促销活动呢？所以如果零售商允许的情况下可以与总部谈促销方案，与门店直接洽谈费用有时可以起到意想不到的效果。综上所述要明确了解零售商的内部情况，争取少走弯路才能起到事半功倍的效果。

在商超开展的促销活动要交纳一定的费用，如：导购员的管理费、堆头费、端架费等。这就要求我们要及时了解零售商的费用结构。很多时候采购等人员的费用是可以谈的，通过良好的沟通达成一个双方都可以接受的价格，才是各自的目的。但记住要把有限的钱花在刀刃上，要把销量和费用挂钩，把费用放在最好的卖场里，才能取得理想的销量。

总之在春节期间的卖场的销售工作是要求，认真执行促销方案和灵活运用各种谈判技巧才能达到预期的双赢目的。

**春节促销策划方案篇二**

卖场销售的计划性很强，白酒厂家要至少提前一个半月和卖场确定活动的内容和档期，因为每个卖场堆头和端架的黄金陈列位置是有限的（一般只有2―3个位置），堆头好的位置依次为酒类主通道、酒类货架中间区、商场堆头区、收银台堆头等四个位置。各个卖场在两节期间一般会把堆头和dm的档期分为三档或更多，第一档为圣诞期间（多为红酒），第二档春节期间、第三档春节期间，目的是以丰富的促销活动内容来吸引广大消费者的兴趣，也同时让厂家提供各种费用的支持。所以厂家应该提前做好相应的各项准备，在11月份开始与商超展开谈判，把黄金位置的堆头和端架提前“占领”。因为11月份是白酒旺季里销售比较淡的时段，商家在这个时间一般会主动找厂家要一些支持，厂家可以利用这个机会要求签一些位置好的长期堆头保持到春节，一般商家会给予一定的折扣，从而形成双赢的局面，但只适于实力比较雄厚的厂家。

由于白酒的淡旺季比较明显考虑到投入产出的问题，所以白酒厂家一般在市场的淡季3―8月份只在商超渠道里保留很少的导购人员。而在市场的旺季9月份―次年的2月份特别是中秋、十一和春节、春节期间在商超增加导购人员，所以导购人员的队伍很不稳定。建议在两节促销期间多使用一些30岁左右的女士原因有三：

一是这个岁数的人有一定大生活压力比较珍惜工作达到的机会，哪怕是短期的。

二是白酒两节期间销售量较大上货需要一定的“体力”，在这方面年轻的都市女孩大多数吃不了这个苦。

春节期间的白酒促销活动方案，一般要提前一个半月与商超的相关部门开展谈判工作争取卖场的支持。全国性的促销活动要与大型连锁超市的全国采购经理进行协商。目前除了与大型全国连锁商超的统一协议外，其各个门店也有很大的权利，。比如：你和有的零售商在总部谈妥了促销活动，又交了各项的费用，可是无法在门店得到很好的执行，或者有的即使执行，你也占不到好的堆头位置和门店的主动配合（往往是店内为了应付总部的命令而勉强作个样子）。这就要去作各个门店的工作。因为你把钱交到了总部，店内没有得到好处，怎么会有积极性拿出最好的位置来配合你的促销活动呢？所以如果零售商允许的情况下可以与总部谈促销方案，与门店直接洽谈费用有时可以起到意想不到的效果。综上所述要明确了解零售商的内部情况，争取少走弯路才能起到事半功倍的效果。

在商超开展的促销活动要交纳一定的费用，如：导购员的管理费、堆头费、端架费等。这就要求我们要及时了解零售商的费用结构。很多时候采购等人员的费用是可以谈的，通过良好的沟通达成一个双方都可以接受的价格，才是各自的目的。但记住要把有限的钱花在刀刃上，要把销量和费用挂钩，把费用放在最好的卖场里，才能取得理想的销量。

总之在春节期间的卖场的销售工作是要求，认真执行促销方案和灵活运用各种谈判技巧才能达到预期的双赢目的。

**春节促销策划方案篇三**

时!新的一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获!

1)春节贺岁礼送新春

2)元宵节情缘元宵节

3)情人节感受温馨浪漫

内外已暖色料为主(大红、橙色、黄色)

1.场外布置：

1)10家门店共制作10条大型巨副放于入口处(主题宣传和活动宣传)。

2)外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

3)门口处上方各挂大型灯笼(50cm)，要求美观。

4)10家门店各制作竖副8条，内容为七彩(各门店进行费用联系).

5)各门店门口处统一放置红地毯一条(6mxx2m)。

6)地贴春节专用地帖张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题(由营销科统一制作).

2.场内布置：

1)门店pop标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

2)门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

3)促销场地内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

4)一条街制作喷绘一张(材料为kt板)(由营销科统一制作)。

5)制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计。

通道：

1)挂春节专用吊旗(由营销部统一设计制作).

2)根据促销场地实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

1)区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

2)货陈列进行食品专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的pop，统一使用kt板进行制作到位。

3)专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以pop标注，建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1)可用kt板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

2)楼道墙壁上可喷绘海报张贴(活动内容及喜庆图案)，或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

3)有电梯的营销店进行电梯口气氛的布置，可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮.

3.员工布置及服务用语

1)统一制作春节员工帽子，每位员工必须佩带。

2)春节期间员工服务用语：你好!新年快乐!欢迎光临!

3)收银台的收银员穿戴塘装.

1)特价商品促销

具体的特价商品类型：以冬季商品年货、佳节礼品为主。主要包括营养保健品、啤酒、葡萄酒、补酒、南北货、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒等。其中增加生鲜处熟食、水果、海鲜干货等，以上商品均可重点陈列，并可做为一条街来陈列。

2)赠品促销

联系30种以上商品进行买赠活动，具体有买赠的商品有：保健品、补酒、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、厨房用品等。

赠品由厂商提供赞助。(由门店及营销科共同执行)

1)厂商大型文艺促销活动.

2)厂商做大型的文艺活动，进行轮回演出，提高客流量和销售。

3)联系厂商做大型的场外活动，需各门店提前准备。

报纸：晚报

年货dm海报、活动喷绘海报、条幅、电视台宣传、广播宣传等、宣传车、自行车宣传队

**春节促销策划方案篇四**

旺季抢量，同时强化xxx音乐手机，完美音质的\'形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。

主题：完美音质，随身畅响

xxxx年12月20日―xxxx年2月15日，凡购买×××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。

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。

赠品配送方式：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。

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，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

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12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。在春节三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

注意春节人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，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。

春节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。

附：

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

备注：是否有其他损耗，请在下面注明原因

**春节促销策划方案篇五**

零售业正面临激烈竞争，对xx超市来说，xx城区市场还是一个陌生的市场。根据xxx店地址及门前特点和开业时间又和邻近的xxx3周年店庆相近，开业活动的策划将直接关系到今后xx店的经营是否成功的关键。鉴于此，在开业促销活动的策划上，一是遵循xx简约精神的前提下，力求大气、新颖、热闹、轰动;二是找准新闻切入点;三是和今后总体营销策略对接。

通过开业活动的运作在短期内迅速提升xx超市在xx的品牌知名度和美誉度，为今后的经营打下坚实的基础。

“xx连锁超市”形象店隆重开幕

活动宣传：

1、媒体宣传：

主流媒体：xx电视台、xx各大新闻媒体(软文报道)

非主流媒体：短信40000条、dm邮报0份、花车、公交车广告、

主打广告语：“xx超市、便利为民”。

副题：寻找开业幸运金剪刀xx超市礼品大风暴

您想成为xx超市开业剪彩“幸运金剪刀”吗?

20号开始：生鲜早市大赶集、低价连连惊喜多(早上6.30分营业)

电视宣传：开业前3天选择当地收视率较高的“xx有线(或无线)电视台”，在黄金时段发布新店开业信息及xx的形象宣传。(预计费用：5000元)

2.新闻发布会：

借xx店开业之际(于新店开业前暂定12月15日)，以新闻发布会的形式请xxx市政府部门出面约请xx各大新闻媒体记者，各有关部门的领导召开“实施千镇连锁、建设新农村”为主题的座谈会。以xx店是xxx超市响应省政府“千镇连锁超市”的品牌形象工程为切入点。用软文或新闻报道的形式，整合宣传xx店和xxxx超市的品牌形象。

邀请相关领导和记者30名左右(预计费用：xxxx元、每人300元礼品，不含开业吃饭)

6、后门灯箱(由xx广告)

7.店外宣传

a.店门口庆贺条幅12条(600)(由xx广告公司制作)

b.有关单位庆贺花篮16只、盆花一盆(2大8对小800+100+600元)

c.开业巨幅1块(300元)

d.彩色气球装饰(专业公司装饰)(1000元)

e.小彩旗100元红地毯。39米x4米

f.拱形门(1个18米)(450元/——550元/只)立柱气摸一对。

(800元4天，由xx广告公司制作)

g.小彩灯(300元)

i.设三大活动专区：剪彩区、供应商活动区、开业活动区。

j.门口2个柱子用喷绘写真(开业活动内容+主打广告语包住)

门口黑柱头用金色发光布包边，用红色发光布装饰+红色丝带串接。

k.门口设品牌宣传窗1个

门口设开业活动信息、商品特价、店长推荐宣传窗1个。

注：再结合公司整体圣诞装饰方案(考虑圣诞节部分的氛围宣传)

8.店内宣传：

a.主通道悬挂pop及彩色气球

b.特价台布置

c.促销区布置

海报20000份

e.店出、入口布置

f.扶手梯及侧面墙壁：

g.价格形象牌

h.收银台悬挂彩色气球

i.店门口设dm海报信息栏

j.店门口设“店长推荐商品”(周末特价)信息栏

k.自动电梯中空挂饰

l.柱子装饰

四、开业时间：

暂定12月18日7.28分

7：00场景布置完毕

7：10调试音响(供应商提供)

7：12播放音乐

7：20开始迎宾4名礼仪小姐(由门店提供、营销部培训)

7：20员工门口列队(早例会、总经理宣布黄岩店正式开业)!

7：28施放礼筒60个(营销部、门店)

7：23舞狮队表演(南狮一对)(办公室)舞狮时间：7.30——10.30

五、促销活动：

1.主打促销活动

开业运作力求新颖、简约、热闹、轰动。

活动之一：寻找开业幸运金剪刀、xx超市礼品大风暴。

活动时间：12月18日——12月19日，

活动广告：xx省“千镇连锁超市”xxx形象店隆重登陆xx

xx超市xx店真诚寻找开业剪彩“幸运金剪刀”

您想成为xx超市开业剪彩“幸运金剪刀”吗?

808名幸运金剪刀机会等着您!8000份幸运礼品等着你

活动方式：凡在开业头三天活动期间光临xx超市的顾客朋友购物满25元的凭当天活动小票均可参加摸礼品一次;购物满50元的.可摸礼品2次;购物满80元以上的可摸礼品3次;购物满150元以上的摸礼品4次，280元以上的摸礼品5次。单张小票限摸礼品5次。

礼品设置：

幸运金剪刀8名：

华联红包：现金券1000元/人+价值30元的会员卡一张

幸运银剪刀200名：

金龙鱼油1瓶(价值42元)/名+价值30元的会员卡一张

幸运铜剪刀600名：

高级折伞一把(价值8元)+价值30元的会员卡一张

欢乐金剪刀1200名：

洗衣粉一袋(价值3元)+价值30元的会员卡一张

开心金剪刀6295名：

卷桶纸一只(价值1.4元)

具体操作：门店在活动现场设台派专人负责礼品发放、现场次序维护，活动抽奖箱、奖券等道具由营销部提供。

活动之二：

**春节促销策划方案篇六**

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。

**春节促销策划方案篇七**

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2000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2000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;

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。

**春节促销策划方案篇八**

中秋是酒类下半年

销售旺季的开始，淡季做市场，旺季做销量，因此，此次中秋节以“月圆家圆酒团圆”为主题，打开市场，拉动市场销量，为市场旺季的\'到来做一个良好的开端。

推动xx酒旺季销售

xxx

1、活动主题：月圆

家圆酒团圆。

此次中秋佳节，月圆、家圆之际，更应当酒团圆，当酒团圆之际，便是把酒畅欢得大礼之时。

2、活动方法

凡是在活动时间内消费本品，只要凑集本酒各大系列的其中一款，即可获得相应的奖品。

大家族系列：指定影楼家族全家福系列套餐

友情系列：指定影楼友情系列套餐

爱情系列：指定影楼爱情系列套餐

小家庭系列：指定影楼小家庭系列套餐

3、活动宣传：

此次促销活动，中奖额不高，但中奖率却很大，在中秋佳节这个阖家团圆的气氛中，刺激消费者进行消费活动，为旺季销售拉开序幕，奠定一个好的基础。

**春节促销策划方案篇九**

20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx日

二.活动地点：

珠宝全国各地专店/柜

三.活动主题：

恒久钻石见证美满婚姻

四.活动背景及目的：

随着珠宝形象代言人、影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的钻石以签约的\'形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大珠宝的知名度和美誉度，提高珠宝的品牌情感附加值。

五.活动形式：

活动内容：

（1）三年之约：

我们签约的形式担保凡购买珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还（在钻饰无损情况下）；

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款（在购买前协议离婚者不在退款范围之内）。

（2）牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加珠宝举办的各种联谊活动等等。

造势宣传：

（2）20xx年12月23日、20xx年1月1日（元旦）、20xx年1月15日（周六）、20xx年1月29日（周六）、20xx年2月5日（周六）在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告（1/8版-1/4版），扩大活动的覆盖面和影响力，主题是“珠宝恒久钻石保障婚姻”

（3）活动期间不定期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。

六.活动经费预算

展架：65元×2=130元，条幅：150元；

宣传页（dm）：元/张×1000份=500元；

婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元；

媒体宣传费：5000元左右（各地不同可根据当地情况重新预算）；

总计：8780元。

**春节促销策划方案篇十**

：春节期间

xx永辉超市

增加来客数，突破三百万营业额

（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。

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—名）。

3、购满168元，送猴子吉祥公仔一个。

4、隐藏奖项：在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。

1、购买特供商品满38元送精美玫瑰一支；

2、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、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、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、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（xxi）”：以各种百姓家庭为主。

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x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：

2、与入驻商家商谈活动细节：

3、安保工作：

4、应急预案与上报举行活动的备案：

5、联系舞台表演团队：

6、海报及展板的制作：

7、网络宣传标语、排版、设计、审核、上传：

8、宣传单制作：

9、宣传单发放：宣传海报张贴：宣传展板摆放：

10、购置奖品：

**春节促销策划方案篇十一**

思念随心而动，枣片传递真情

1、提高销售量，扩大销售。

2、吸引新顾客，巩固老顾客。

3、提高知名度，树立企业形象。

石家庄地区

腊月二十——元宵节，总共为期25天。

活动主题：“好想”唱歌——思念你来唱

活动时间：20xx年腊月二十九

活动地点：石家庄市内五家实体店

活动具体安排：

腊月二十九，在实体店门口举办“‘好想’唱歌——思念你来唱”活动，一首歌曲，各种演绎，唱的好听，赢得奖励!

活动步骤：

1.主持人现场挑选10名观众，在舞台上就座，担任大众评审;

2.凡购买xxx枣片的消费者，无论购买多少，均可现场报名、自愿上台演绎《xxxx》这首歌曲，演唱风格不限。

3.由台上10名大众评审打分评选出前6名。

奖项设置：

一等奖1名，获奖金200元及精装枣片一盒

二等奖2名，获奖金100元及精装枣片一盒

三等奖3名，获奖金50元及精装枣片一盒

参与投票的10名观众均获赠280g装枣片一盒

前期宣传媒介安排：

出租车led：循环播放活动相关信息。

时间安排：腊月二十六、二十七、二十八三天。

海报：在实体店内外张贴活动海报。

时间安排：腊月二十六、二十七、二十八三天。

dm单：在实体店附近路段安排发放人员随机发放。

时间安排：腊月二十八。

pop：在店内设置展牌、海报、dm单，供消费者阅读了解。

在店外设置展牌、搭建舞台、幕布背景、布置气球花束等。

活动预算：22300元

活动主题：“新年换新颜，喜气过大年”

活动时间：20xx年腊月二十五——腊月二十九，为期5天

活动地点：石家庄市内五家实体店

活动具体安排：

凡购买xxx枣片满200元，即可获赠价值88元的美容卡一张，到指定地点进行美容即可享受88元优惠，新年换新颜，喜气洋洋过大年!

前期宣传媒介安排：

海报：在实体店内外张贴海报广告。

时间安排：腊月二十——腊月二十五

dm单：在实体店附近路段安排发放人员随机发放给女士

时间安排：腊月二十——腊月二十五

pop：在实体店内设置展牌、海报，供消费者阅读了解

活动预算：12500元

活动主题：见面依然想念，爱你不怕说出口

活动时间：20xx年腊月二十九和大年初二，为期2天

活动地点：石家庄市内五家实体店

活动具体安排：

“即使天天见面，依然十分想念”，凡购买xxx枣片，无论购买多少，均有机会当众向你的爱人表白心声，爱ta不怕说出来，你就大声说出来!表白者均可获赠xxx枣片70g装2盒。

宣传媒介安排：

dm单：在五家实体店附近路段安排发放人员随机发放

时间安排：腊月二十九和大年初二，为期2天。

pop：在店内设置展牌、dm单，供消费者阅读了解。

在店外设置展牌、铺设地毯、幕布背景。

活动预算：6800元

综合石家庄地区各大实体店的一年的\'销售业绩和年终活动成效，对5家实体店进行业绩表彰：

设第一名1名，给予“销售金牌”和3万元奖金，

设第二名2名，给予“销售银牌”2万元奖金，

设第三名2名，给予“销售铜牌”1万元奖金。

活动预算：90000元

年底很多人因为各种原因回不了家，xxx将你的思念送回家，送到你的至亲身边。

由于网络的巨大连通性和广泛的覆盖范围，网上购物也逐渐成为了现代人消费的方式之一，因此，我们打算开展一个网络促销活动。

而仅局限于石家庄地区就略显狭小了，因此我们将范围限定在全国范围内。

活动主题：相隔千里，思念零距离

活动时间：20xx年腊月二十——元宵节，总共为期25天

活动范围：大陆地区。

活动方式：网络促销。

活动具体安排：

腊月二十——元宵节，凡在网上购xxx枣片满100元，即可享受全国包邮服务。xxx，带去你的想念，送上你的关怀。

宣传媒介安排：

手机：短信告知活动信息，群发给石家庄市消费者

网络：通过新浪、搜狐、百度、淘宝等全国知名网站发布网络广告

活动预算：50000元

以上是枣片春节促销方案的全部内容，希望这份红枣促销策划案例可以帮助到大家，如果您还需要其它促销方案请查看本栏目的其它内容。

**春节促销策划方案篇十二**

211=2+8=x+8=？

购物满2元，加8元可换购价值18元的商品；

购物满x元，加8元可换购价值88元的商品

（换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等）

操作说明：

凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

在商场内购物满2元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。

满4元扎两个，以此类推，单张小票限扎1个。

奖券设置：

（奖券为即刮即开型，1%中奖，奖品可以为实物商品或消费券）

一等奖：在奖券上标有5个大象，2名，奖品为价值x元的礼品或消费券；

二等奖：4个大象，5名，奖品价值为5元；

三等奖：3个大象，1名，奖品价值2元；

四等奖：2个大象，2名，奖品价值5元；

五等奖：1个大象，奖品为价值1元。

操作说明：

可以在商场内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

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3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。

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x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—2元，如台历、小型工艺品或印有x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1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1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。

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