

# 鞋促销活动方案 元旦节日促销活动策划方案(汇总5篇)

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。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 鞋促销活动方案篇一

结合20xx年度营销规划，制定并实施元旦活动营销方案，以增加超市聚客力和商品销售，增强市场控制能力和社会影响，获得经济效益和社会效益双丰收。

欢度元旦

制造惊喜给顾客以实惠，营造热烈的购物气氛。

1、活动时间

2、促销形式

3、促销主体

(1) 促销热点

散装大米1月1日、1月2日、1月3日，超低价销售，1.02元/斤（其余时间1.05元/斤），使活动掀起两个高潮。

(2) 促销陈列

(3) 厂方促销

采购部与营销部提前联系规划好供货商自办的促销活动，对于供货商举办的特殊的、力度大的`或较新颖的促销活动，给予积极配合和宣传（包括广场演出和dm宣传）。

#### （4）专题促销

心动商品惊喜价——优质低价想不到的实惠，活动期间，每天限量推出几十种超特惠商品回报给您，真正惊爆惊喜，物超所值。

有行动就有赠送——活动期间，每天购物超过80元的顾客，可凭当日购物小票（单张，不累计）到服务台领取贴心礼物一份。

生日同庆，有礼相送——生日为1月1日的顾客，凭身份证可在1月1日到服务台免费领取蛋糕一个。

触“电”有礼——为庆祝四周年店庆□xxx店、xxx店、xxx店、xx店联合推出家电促销，高品质低价位，惊喜多重奏，好运滚滚来。

dm幸运大抽奖——1月1日—1月3日，每天购物一定金额者，持店庆活动海报印制的抽奖卡（每人限填一张，以身份证号码为准，复印无效），可到各店服务台投卡参加店庆四周年幸运大抽奖活动，12月5日10时在xx店门前广场统一开奖，产生一等奖2名，各奖29寸彩电一台，二等奖10名，各奖微波炉一台，三等奖30名，各奖床品一件，甜蜜奖200名，各奖礼品一份。

### 3、分工

负责12月5日广场抽奖仪式布置，联系演出乐队；

（3）各店管理部在服务台设置dm投卡箱，张贴介绍dm抽奖

活动的大号海报（注明活动规则、员工不得参加、本活动由公证处公证等内容），12月5日9：00前将抽奖箱完整地送到服务台，中奖名单产生后立即通知分店。

（6）保安部维持好活动期间营业秩序；

（7）后勤部配合12月5日广场活动的舞台布置。

## 鞋促销活动方案篇二

### 一、活动背景：

相对于母亲，父亲羞于表达自己的爱。他们常把爱放在心底。母爱有声，父爱无声。中华民族作为礼仪之邦向来重视孝敬父母回报感恩，因此我们要充分利用这一机会开展互动的亲情文化营销。

### 二、活动主题：

礼赞父亲，孝行天下

### 三、活动时间：

6月\_日

### 四、活动内容：

#### 1、赠送生日蛋糕：

凡6月\_日出生的父亲凭有效证件可在\_\_店享受购生日蛋糕6折优惠。

2、喝啤酒的比赛在厦店换购处持本商场当日单张50元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛。

活动细则：每场次分两组，每组5人。由主持人下令，能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听啤酒。

### 3、五颜六色闯关中奖：

父亲节活动期间，商品全场88折，购买商品折后单票满128元以上者，可凭电脑小票参加“五颜六色闯关中奖，为父亲抽个父亲节礼物”活动，为父亲献上精美的父亲节礼物。

#### (1) 奖品设置：

特等奖：任选服饰一件；一等奖：送指定商品一个 二等奖：购买商品在打8折；三等奖：购买商品在打7折；(2) 活动细则：

a) 在商场收银台出入口处放一促销长桌，并铺上红布；于桌上放置两个抽奖箱，每个箱上都装着5种颜色的乒乓球共11，分别是白色4个、兰色3个、绿色2个、黄色、各1个。

b) 只要顾客连续两次从箱子里抓出来的乒乓球的颜色是一样的，即可获得相应的中奖奖品；球代表特等奖；黄色球代表一等奖；绿色球代表二等奖；兰色球代表三等奖；白色球代表四等奖。

4、为父亲父亲赢奖在商场门前搭建舞台，举行“为父亲父亲赢奖”趣味游戏，即让孩子戴上眼罩，去找找谁是自己的父亲父亲。口号：为父亲父亲赢奖！

#### (1) 活动细则：

a) 从现场围观的观众当中选择57对父子，小孩子的年龄应该在4---7岁之间。父亲父亲们套上商场提供的一模一样的衣罩站在一边，衣罩上应该有编号牌，号码与自己的孩子身上的号码相对应。

b)将孩子们蒙上眼睛，由主持人一个一个轮流引着他们去找自己的父亲，可以采取摸、闻方法，但不能说话和做其它暗示性动作。违者取消资格。孩子找到自己的父亲父亲后就站在其背后，但不能摘下眼罩。接着完成下面几个孩子的找父亲父亲的游戏。

c)当所有的人都找到自己的父亲父亲后，就摘下眼罩看结果。

d)如果能准确找到自己父亲父亲，孩子将获得一份肯德基或麦当劳餐饮券，父亲将得到衬衣一件。其他没有成功找到自己的父亲父亲的孩子也将获得精美食品或饮品一份(5元左右)。

五、广告宣传及预算：

3、纸质宣传单5000份。预算金额：500元

3、节日促销活动方案参考

## 鞋促销活动方案篇三

1. 生鲜食品促销的目的

(1)形成价格优势，向消费者不断传达价廉物美的信息，形成价格优势。

(2)吸引更多的顾客更频繁地光顾，增加其他部类商品的销售，提高超市的市场占有率。

(3)推广一些新的商品品种。

(4)有效地应对竞争者的降价行动。

2. 特价促销的要点

特价促销是超市最常见的一种促销手法，为了取得理想的促销效果，商品特价销售在实施中要注意以下几点：

(1) 价格要足够低。一般来说，特价销售要比市场价低20%—40%，比原订价要低10%以上，才能吸引消费者购买。根据经验，通常小数量大降价的效果比大数量小降价更能吸引消费者，而当减价只有6%—7%时，几乎不会有什么大效果，它只会吸引老顾客的注意。因此生鲜食品进行特卖促销时，要把有限的让利集中在特定的少量品种上，使促销商品有较大的价格优势。当然促销品种也不能太少，太少对消费者的吸引力也会下降，其数量以从生鲜食品每个中分类商品选出一两种商品进行促销为宜。

(2) 要选择顾客需求最旺的一些商品。实行特价销售的目的并不在于追求所有的顾客都来购买特价商品，而是力求吸引尽可能多的顾客来超市购物。因此特价商品的品种一般要选择顾客需求最旺的一些商品。有时使用新商品作为特价销售也能取得很好的效果。为了使顾客对特价销售保持新鲜度，持续推动客流量，特价商品品种每隔一定时间要定期更换，实行滚动促销。

(3) 特价商品应陈列于商场十分显眼的位置上。特价商品一般采取变化陈列方式，为了能更好地吸引消费者注意，应配合pop广告，在商品标价签上可采用旗形、锯形或其他有创意的设计，以有别于其他商品，在标价签上可更多地采用红、黄、蓝等色彩鲜艳的颜色，以突出特卖商品的价格。

(4) 特价商品的供应数量要充足。大部分特卖商品，特别是dm上载明的商品，数量要准备充足，以防止商品脱销影响商场信誉。当然，对小部分价格特别低的商品也可以实施限量供应，售完为止，但此策略的运用必须符合有关促销约束的法律条款。

## 1. 商品的摆放要求

(1) 商品的摆放整齐笔直、外观干净。

(2) 发现包装破损、包装膜松懈的商品应立即返工，重新包装(切记：注意包装日期)。

(3) 同类商品摆放在一起，牛、羊肉制品应与猪肉制品分开摆放。

(4) 要注意保持展柜商品量的充足，出现空档应立即补充。

(5) 冷冻、冷藏柜的商品应保证价签位置的准确性。

## 2. 价签□pop的要求

(1) 所有的标价必须正确，保证每个商品都有标价。

(2) 每个pop必须用pop袋套住，特惠pop必须标出原价。

(3) 所有价格牌□pop必须干净、整齐一致。

(4) 在蔬菜陈列处，如有特惠商品，可用特惠pop标出□pop在原价格牌下面。

## 3. 展柜的要求

(1) 展柜的照明应保持良好，灯具无损坏。

(2) 随时保证展柜的清洁。

(3) 主管对展柜的温度应定时进行追踪记录，出现异常应立即通知设备组(化霜时间除外)。

## 4. 果蔬的陈列要求

(1) 果蔬陈列要求讲究颜色的搭配，如：红、黄、绿相间等。

(2) 堆头陈列：促销时可运用堆头方式进行，通过量贩陈列吸引顾客；堆头可通过垫高的方法达到丰满；把毛利高、销售好的商品摆在堆头。

(3) 陈列标准：及时补货，覆盖陈列架，保持货架丰满。做好先进先出。变质的商品不能上架。所有的菌类、菇类商品应放冷柜。

## 5. 熟食的陈列要求

(1) 套餐柜：周一到周五，所有产品都用浅盘，这样看起来好看并可减少损耗。周六、周日、节假日，小炒除了包类都可用深盘，要根据当天的营业额来灵活调整。早班开店时水温要开到60%，没客人时要把玻璃门关上。有质量问题的商品不能出售。价格牌要与电子秤相符。

(2) 熟展柜：卤水产品只开灯即可，不能开温度。其他商品开温度到6℃。所有商品价格牌与电子秤一致。所有商品在开门和交接班时要保持丰满，但切片的商品为了减少损耗，可在周一到周五减少一些，在下面垫上成块的商品可达到同样丰富的效果。卤水要每15分钟翻动一次，并洒上香菜调色。有质量问题的商品不能出售和陈列。

## 6. 肉类的陈列要求

(1) 开店前玻璃要干净。

(2) 肉类商品可做关联陈列，陈列柜上可放相应的调味品。

(3) 包装内有血水时要及时收回，重新打包。

(4) 变质商品坚决不能上货架。

(5) 肉类商品应每小时整理一次货架。

(6) 肉类陈列区域要保证地面无积水。

## 7. 水产的陈列要求

(1) 陈列原则：要求视觉饱满，颜色搭配和谐，装饰有新意，有正确的货架标签□pop□商品摆放有利顾客拿取，不易掉落，损耗少。

(2) 冰台：冰台的冰不能太多太高，冰面要有倾斜度，让远处的顾客一眼看到冰鲜鱼。冰鲜鱼的颜色要搭配和谐，装饰有新意，每天有不同的花样。每种冰鲜鱼要有醒目的价格牌且一一对应。保持有干净的柠檬水，方便顾客洗手。冰鲜鱼陈列将要风干时，必须用盐冰水泡5分钟后再陈列，保证色泽光亮新鲜。

(3) 展示鱼池：淡水鱼和咸水鱼要分开陈列。鱼池内的鱼不能太少，保证每个品种在晚上8点前不少于陈列标准要求。不能有翻肚的鱼、死虾、死蟹在池内。价格牌正确无误，每一个鱼池至少有一个价格牌。保持鱼池、海鲜陈列台干净，鱼池玻璃清洁明亮。

(4) 冷冻陈列柜：陈列整齐有序，且饱满以方便顾客拿取。不能有包装破损、漏气的商品，或者商品结霜、结冰现象。有正确的价签。

## 鞋促销活动方案篇四

为完成年前库存换季清销工作，本次五一促销活动策划以向消费者让利为主要操作手段；为了展示xxxxxx品牌产品线的完整性，向消费者传达一线品牌的全面形象，所以此次促销活动将针对所有终端销售产品进行，根据产品的库存时间安排，库存产品折扣力度放大，以产生足够销量，新上市产品适当

让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销售量。

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

1、曾经买过，一定送!(第一重礼)如果您曾经买过xxxxxx产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

2、现在来买，立刻送!(第二重礼)五一4天，指定产品均享受五一快乐价!新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何xxxxxx产品满xxxx元送内裤一条，折上再送!

3、特款特价，特别送!(第三重礼)：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。

4、即使不买，还能送!(第四重礼)：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，创造线下传播及尝试性购买的可能性。

温馨提示：到xxxxxx专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的也可以参加抽奖游戏活动。

奖品设置：一等奖价值xxxxxx元的美容护肤品(也可用价值比较高的xxxxxx产品替代)

二等奖xxxxxx彩棉内裤一条或等值xxxxxx产品

三等奖xxxxxx袜子一双或等值xxxxxx产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商根据当地平时销售情况预估而设定名额，抽奖工具选择使用手机微信营销功能，这样，无需购买和制作抽奖游戏道具，就能够进行抽奖，同时商家在后台还能够查看抽奖数据，省去了管理的人工成本。再者，活动聚的手机微信营销功能其中的抽奖玩法有多种可以选择，成本最低也不过198元，可以说是有很高的性价比了。

## 鞋促销活动方案篇五

是单身人士的狂欢，但只有拥有健康才能更好享受智慧的成果。在这样的节日，某某某某更渴望表达她的报答之情！彰显我们品牌的价值！

二：活动主题

三：活动目的

1. 利用节日消费高峰，提高销量
2. 借势推广我们产品，促进认知
3. 回馈广大消费者，建立忠诚度
4. 加强与终端合作，改善彼此客情

四：活动时间和地点

某某某各药房及专卖店

五：活动产品

主推产品：某某某某三个规格(96粒、192粒、400粒)

辅推产品：48粒

## 六：活动规划

### (一)：活动内容

4. 活动的最终解释权归某某集团皖南分公司

### (二)：活动形式

1. 每一个专卖店设一个摸奖箱，摸奖箱用kt板制作(尺寸长30cm乘宽30cm乘40cm)摸奖箱四个面：两个面为某某某的logo;另两个面为《触摸“”赢幸运》字样。

2. 每个摸奖箱放五十一个乒乓球，乒乓球上标志设计为“五”“一”“”字样，用白板笔写。

3. 乒乓球上〈字样标志〉分配：10个球上写“五”;5个球上写“一”;一个球上写“”;另外35个球上写“幸运”

4. 乒乓球的形式可以用其他东西代替

### (三)：奖项设计

1. 一等奖的标志为“”，奖品为价值192元的某某某某远红内衣

2. 二等奖的标志为“一”，奖品为价值96元的某某某某靠枕

3. 三等奖的标志为“十”，奖品为价值48元的某某某某48粒装

4. 四等奖的标志为“双”，奖品为价值28元的某某某某护眼

(四)：补充说明

本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条

七：活动终端要求

(1) 现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒陈列

(2) 此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名

(3) 此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础

(4) 需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行

(5) 在此店要有重点产品的dm支持，同时在dm上告知活动内容，及抽奖地点和方式

终端的布置设计：

(1) 在店门口要有活动的告知(比如海报或kt板展示活动内容或易拉宝告知活动内容)

(2) 在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放

(3) 店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气氛

(4) 在店内堆头上要放上赠品进行展示，激发消费者购买欲望

(5) 店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅

在活动开始前三天，需要在目标终端附近的小区进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力。

## 八：控制点

1. 产品进场
2. 促销员进场、培训
3. 堆头的落实

## 九：效果预估

1. 促进现有产品的销售
2. 提升产品的知晓度
3. 树立彼此的信心