

东南西南东北西北教学反思(大全7篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

商场促销活动方案篇一

活动主题：

岁末完美风暴

活动时间：

2月1日——2月17日（共17个工作日）

活动内容：

一、全场商品2折起

活动期间，全场商品2——折销售（6楼百元街全场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。

注：

- 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。

活动情况说明：

- 1、活动期间，商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；
- 2、厂家或供应商要根据自己的实际情况自行确定折扣幅度，但严禁调高售价之后再打折；
- 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；

活动期间，凡折扣销售商品，在价签上需明确标示原价、现价，各楼层客务员要严格检查；

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。

篇二

一、活动背景

其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评.从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业.现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下:

二、活动目的:

1. 基本目标: 为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客.扩散商场知名度树立良好的企业形象.

2. 营销目标: 通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润.

3. 长期目标: 提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益

和社会效益的统一。

三、目前营销状况：

1. 市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者。
2. 产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全。
3. 宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大。

四、swot问题分析：

优势：沃尔玛具有很强的规模效应.在一定程度上具有很大的竞争力.而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营营销具有特色培训体系健全化等显著特点.

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多.

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮.

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多.

五、价格策略：

1. 以成本为基础以同类产品价格为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品。
2. 给予适当数量折扣鼓励多购。

六、促销策略：

1. 综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得的经济效益.
2. 保持本土化经营.

七、广告宣传：

- 1.“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客沃尔玛在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售.
2. 并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“天天低价”原则.
3. 在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价.
4. 注重卖点的广告宣传即pop广告.

八、公共关系：

1. 建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系.
2. 企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转.
3. 设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系.
4. 赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象.
5. 邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式.

九：营业推广：

1. 实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务.
2. 对消费者促销：赠送样品减价推销.
3. 把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额.

十、物流配送：在物流管理上采用配送中心在营业区域内最合适的地点保障促销期间商品的正常运转.

十一、策划方案各项费用预算：

促销总费用：

广告费用：

营业打折费用：

十二、分析预测：

感想

通过沃尔玛的促销策划书我们可以清楚的发现他的策划书写得非常好一般的策划书步骤是背景、目的、内容、时间、地点、名称、开展的方式、宣传方式、费用的预算、效果的评估. 而沃尔玛的促销策划书都体现了这些并且他还进行了swot的分析不仅分析了自己的优势、劣势、机会和威胁还进行价格的策略和广告的宣传. 也分析了市场的状况. 可以说是一份比较成功的策划书但并没有写搞促销的时间和地点也没有预算各项促销活动所需要的费用还有是那些人组织这项活动也没有写清楚只是从内容上来写. 这时我从沃尔玛的促销策划书上看到的.

一个企业要让自已的活动变得很成功要有一份较清晰的策划书才能让吸引顾客的眼光才能提高企业的形象和市场占有有力由此来获取更多的利润. 并且从这篇策划书中使我了解到怎样写策划书以前自已只是从书本上来知道策划书要从这几方面来写但根本没有亲身写过从这里我才终于了解到写策划书已不是象我想像的那么好写我已学会了写策划书. 而策划书对一个企业也是非常重要的企业活动的成功与否在于策划书写得好与否.