

2023年大班开店教案(实用10篇)

作为一名教职工，总归要编写教案，教案是教学蓝图，可以有效提高教学效率。那么问题来了，教案应该怎么写？这里我给大家分享一些最新的教案范文，方便大家学习。

大班开店教案篇一

：12月1日(周五)—12月3日(周日)

：相约圣诞之夜(圣诞狂欢夜、欢乐优惠在圣诞)

策划风格独特的节日促销，引发市民对金义百货的强烈关注，为冬季旺销铺垫人气。

：门前广场

一、卖场圣诞氛围营造

a□门前广场可设置这样一个场景造型：在雪地上矗立着一座别墅市的房子，房子周围是浓郁的圣诞树，并有着一个美丽的花园，整个房屋透着黄色的温暖的灯光，透过窗户可看到一家人的身影，正在欢快忙碌着准备圣诞晚会，精心布置圣诞树，圣诞老人正悄悄爬上烟囱，悠扬的音乐从圣诞屋飘出来。整个场景静谧而欢快，有动有静，栩栩如生、充满情趣。注：音乐必不可缺少的，给整个场景增加动感，可以播放一些经典的曲子。

b□营业员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

c□划出圣诞商品区域，陈列各种圣诞礼品，圣诞树排成一排，配以各种彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来渲染圣诞氛

围，将商场变成圣诞晚会的天堂。

二、主持人节目促销活动

(1)狂欢帽子节!展出款式新颖、色彩鲜丽的各款男女老少帽子!部分帽子、手套半价销售!让您在享受暖冬的同时，增添一抹靓丽的风采!操作说明：在寒冷的冬天，帽子是不可少的御寒用品，也越来越成为时尚年轻人着装的一大点缀。在帽子展出陈列上，可以突出红色的圣诞帽，一方面渲染节日氛围，另一方面也通过圣诞帽带动其他帽子的销售。

(2)购物送手套，还有连环大惊喜商场购物满1xxx元，凭购物小票，赠送一双手套(手套价值5-10元左右)，在手套里还藏有奖券。同期可开展“手套节”，展出销售不同款式的各类手套。

奖券奖项设置(可根据实际情况定夺)：

一等奖：1名，29寸彩电一台

二等奖：3名□vcd一台

三等奖：20名，圣诞音乐cd一张

四等奖：100名，圣诞贺卡一张所有奖券上都应该写上祝福语：圣诞快乐、新年快乐。

操作说明：手套也是人们不可少的防寒用品，购物送手套，对顾客来说比较实在，将奖券藏在手套里又是一个新颖的.促销方式，跟西方的小孩在过圣诞节时在长袜子里得到礼物有异曲同工之妙。作为赠品的手套可为同一价位不同款式不同颜色的手套，顾客在选定一副手套后，不可再次挑选更换。奖券制作尺寸大小不宜太大，以方便藏在手套里不致掉出来。注：购物赠品还可为一些时尚台历、圣诞礼品、平安符(平安

夜赠送平安符)等。

(3) 圣诞大蛋糕

定制一个圣诞大蛋糕，直径可长达几米，上面写“圣诞快乐”几个字，并插满蜡烛，在晚上八点，大家一起许愿，然后一起吹灭蜡烛，整个场景周围用圣诞树、彩灯等装饰，并配以音乐营造氛围，凡25日当晚6点至8点在商场购物满1000元的顾客，凭购物小票即可分得一块蛋糕，分完为止。

活动说明：在国外，为圣诞节添姿增色的往往还有美味圣诞蛋糕。人们常常把圣诞蛋糕做得新奇漂亮。上面用奶油或果酱浇“圣诞快乐”的字样，四周插上特制的圣诞蜡烛。蜡烛形状小巧，只有三四寸长，但用料精致，五颜六色，有的还做成螺旋形。点燃之后，由主人吹熄，然后大家分吃蛋糕。人们有时还在蛋糕里放进三粒豆子，以此代表圣经故事中的三个东方贤士，谁吃着豆子谁就当上了“三王”，令人感到十分有趣。

操作注意事项：可在中央大厅划出一专区摆放蛋糕，注意维持现场秩序，以免阻塞客流；蛋糕可以做得尽量大，也可以分为几个大蛋糕，准备切蛋糕之用具。在圣诞夜晚八点，顾客凭规定时间内的购物小票领取一份蛋糕。同时准备好盛放蛋糕之用品，如塑料盘和塑料叉，同时放置垃圾桶，以免顾客乱扔垃圾破坏环境。

(4) 购物送c打

cider(c打)是一种不含酒精的，从苹果汁当中提取出来的饮料，有点像香槟，国外人过圣诞的时候，晚上习惯将2升的c打和2根桂皮枝，还有黄糖一起放在锅里煮15分钟，于是整个房间里都充满了圣诞的味道联合厂家共同举行此促销活动，购物满500元送一瓶c打，满1000送2瓶，以此类推。

操作说明：可以事先通过报纸广告、海报□dm等来宣传西方庆祝圣诞的这一方式，将西方圣诞习俗介绍给顾客，通过增强顾客的文化意识来引导顾客的消费习惯，从而促进商品销售。

(5) 购物送免费餐券!

兑换地点：总服务台商场消费满1000元，可获甲天下免费券一张100元，满xxx0送两张，限单张小票，不可累计。操作说明：对于年轻顾客和小孩来说，过圣诞节总是免不了吃的，餐券倍受欢迎，还能在邀约进餐的好友中进一步传播金义。

(6) 其他促销活动

圣诞服装大特卖：冬季休闲服装、西装、风衣、羽绒服、保暖内衣等

圣诞玩具节：玩具对与年轻消费群体特别是小孩总是最具吸引力的商品之一，展出销售不同类别、各种款式的玩具，对于促进圣诞销售会有很大帮助。

三、特别企划——公益活动(主持人煽情串词)

每年的圣诞之夜，你是否会想起那个卖火柴的小女孩，是否会想起那个慈祥的老奶奶，其实在我们城市中，也还存着需要我们去关心的孩子，伸出您热情的双手，献出您的爱心，让我们共同给他们点亮“希望的火柴”。

您只要将自己的购物小票投在募捐箱内，我们就会将顾客投票金额的1%作为爱心公益捐献给这些孩子们，并中征集十名公益热心者，在圣诞节当天，扮成圣诞老人去看望全市各大孤儿院、福利院儿童，给孩子们送去礼物，并与孩子一同嬉戏游乐。礼物设置：冬衣、帽子袜子等保暖用品、玩具、食品等。

操作说明：邀请相关媒体对此活动进行报道，并邀请公证单位对此活动进行公证，此公关活动有助于引导市民来关心和爱护这些弱势群体，提倡公益爱心，也有助于提升金义百货的美誉度。

商店圣诞节活动策划方案2

大班开店教案篇二

二、活动时间：七夕

三、活动内容：

【活动一】： 我的情人——我做主

浪漫七夕，款款深情，穿着类全场4折起，精品皮鞋、旅游鞋全场8折，羊毛衫全场5折起，七夕热销，甜蜜放送，扮靓您的她(他)。(明示、特价商品除外。)

凡7月7日出生的顾客，凭身份证均可免费获赠情人节玫瑰一支。

凡购物满77元的顾客，均赠送甜蜜情人卡一张、玫瑰花一支。

订花、送花服务。

活动期间，鲜花专柜将接受顾客订购与送鲜花服务(限城区)，代您传达烈火浓情。

活动期间，凡需礼品包装的顾客均可凭购物小票到一楼总服务台进行免费包装。

【活动二】： 浓情七夕，浪漫送礼——巧克力

活动期间，穿着类商品当日累计满177元(超市不打折单票满77元)送精美巧克力一盒或玫瑰一支。(凭购物小票，到1f总服务台领取。)

【活动三】：七夕情意重，信物寄深情

1. 珠宝类：足黄金180元/克，铂金pt950□385元/克。银饰全场75折，玉器专柜5折起，香港好运钻饰全场5折，老凤翔品牌黄金208元/克，钻饰8折。

2. 名表类：活动期间高档手表全场85折，并赠送格雅系列女表一款(价值98元)。卡通手表、头饰品全场7折。

3. 化妆品类：玉兰油、美宝莲、全场9折(特价商品除外)。雅芳防晒系列全场85折，凝白系列全场8折，羽西、李医生、高丝全场9折热卖。

4、开学助跑，亲情学生篇……

5、欢乐七夕情人节，超市特价抢购风

散称花生油68元/桶，面包部分半价，口口香、金篮子等熟食部分7折，面食天推出4种商品7折让利，鸡蛋不定时特价热卖!

6、羽绒服反季热卖(4f羽绒服大卖场)

四楼羽绒服大卖场千款羽绒服反季销售，冰点热卖88元起!为爱情保暖，您还等什么?

四、广告宣传

1. 彩虹门：浪漫七夕节，甜蜜大放送。

2. 16开彩页：10000张。
3. 电视台宣传。
4. 气象局宣传。
5. 城市信报。
6. 卖场活动看板。
7. 卖场活动氛围装饰。

大班开店教案篇三

我班幼儿经常爱买小食品，但是不会辨别食品质量和生产日期，针对这种现象组织本次教学活动。

活动目标

- 1、理解故事内容，学习表演故事情节。
- 2、知道过期的食品与身体健康的关系。

重点难点

教学重点：学说故事中的角色对话。

教学难点：理解过期食品会给身体带来伤害。

活动准备

故事录音，幼儿用书《小狐狸的百货商店》。

活动过程

1、出示狐狸的图片，激发幼儿听故事的兴趣。“这是谁呀？我们以前听过很多关于狐狸的故事，小狐狸是一个怎样的小动物？”

2、完整听故事，理解故事大概内容。听后提问：“你听到了什么？小狐狸为什么要到食品场的垃圾箱里找罐头食品？”

3、看看讲讲，了解故事的主要内容。

(2) 出示大象图片，教师提问：

“大象警察对狐狸怎么说？小狐狸明白了一个什么道理？”

“为什么过了期的食品不能吃？”

(3) 引导幼儿表演大象警察与小狐狸的对话。

4、完整欣赏，大胆质疑。

(1) 教师与幼儿共同有表情的讲述一遍故事。

大班开店教案篇四

活动内容：

1、店庆期间通过在商厦一层共享大厅内设置6个顾客接待处，每个接待处分别根据自己的工作职责，接待顾客来访及回答顾客提出的疑问。6个接待处分别是：总经理办公室、招商处、招聘处、促销活动咨询处、温馨卡发放处、顾客意见接待处。每个接待处各有商厦职能部门的领导负责接待。

活动要求：

1、接待咨询时间内，各接待处不允许出现空位的现象。如遇

特殊情况，须自行安排人员替代。

2、各接待处准备好相关的资料。如招商手册、人事报名登记表等。

3、接待中要认真作好登记。

4、接待人员要求统一着装。（男5人、女5人）

5、行政部负责对各种资料的印制和桌椅的准备。

布置：

1、两椰树间挂一红布条幅，内容突出主题。

2、活动现场准备两块明示板。

3、摆放6张圆形谈判桌，每桌配4把椅子。

接待处的设置：

序号接待处名称负责人准备资料

1总经理办公室无

2招商处招商手册、厂商提供资信明细、商厦布局图

3招聘处招聘岗位、招聘登记表

4促销活动咨询处店庆期间商厦的各项促销活动

5会员卡发放咨询处会员卡的登记表、联网电脑、会员卡、会员卡使用手册

6顾客意见接待处顾客留言簿、处理退货簿等

大班开店教案篇五

为了确保自己的饮品加盟店在市场上的经营效益是比较诱人的！那么创业者在开店的时候，正确的促销一定值得创业者的关注！随着市场上的饮品加盟店的竞争压力在不断增大的原因，这个方面的问题更是需要投资者关注的一个重点！接下来，我们就针对于饮品加盟店促销方案的制定做出了介绍！

方案一：赠品促销的要求。赠品促销要符合不同年龄接受者的心理要求。为了使礼品达到最佳效果，应有必要针对不同赠送对象选择不同的礼品和赠送场合。要注意礼品的外包装。包装漂亮能够让顾客觉得礼品比较高档。现代社会常利用包装点缀产品，直到推销产品的作用。赠品的包装一定要精致、漂亮、独特。

方案二：优惠促销是指饮品加盟店为鼓励客人反复光顾和在营业的淡季时间里进行消费而采取的一系列折扣办法。优惠促销包括即时优惠和延期优惠两大类。前者是伴随饮品加盟店的购买行为而自动生效的各种优惠，如现场摸奖、现场打折、赠送礼品等；而后者则是消费者在下次购买饮品加盟店的产品时才能使用和享受的各种优惠。

方案三：饮品加盟店在以正常价格供应食品饮料给顾客后，另外再加送其他一些小礼品，包括餐后的水果拼盘、带有饮品加盟店标志的打火机、儿童玩具、菜单日历等，如果遇到当天过生日的顾客，可免费赠送蛋糕；对某些特殊的消费者在特殊的节日给予节日优惠，如母亲节给母亲的优惠，重阳节给老人的优惠，儿童节让儿童免费参加各类游艺活动等。

没错！以上三个方面的内容就是针对于创业者在开饮品加盟店的时候，为了确保加盟店在市场上是能收获盈利而要掌握的制定促销方案的技巧做出的分析！大家在通过以上内容的详细阅读以后，对于如何开一家赚钱的饮品加盟店而要掌握的技巧在通过本文的阅读以后一定有了自己的见解吧！

大班开店教案篇六

2. 金秋送爽谢亲朋
3. 狂卖一夏，惊喜天
4. 新形象，新布局
5. 嘉荣店庆十周年，嘉荣大礼送十年
6. 天天惊爆低价
7. 十年同路，携手辉煌
8. 项呱呱！笑哈哈！
9. 郊外旅游好心情
10. 超低价格，超乎想象
11. 嘉荣价格，平到尖叫
12. 嘉荣购物，放心之选
13. 幸福有情人，玫瑰温馨送
14. 天天价格超低，日日奉献好礼
15. 田园风光式购物体验
16. 缤纷嘉年华，欢乐圣诞节
17. 惊喜换购，实惠你我
18. 爆喜迎春，共贺佳节

19. 浪漫情人节，欢乐元宵夜

20. 华润万佳，健康购物文化节；早教亲子节；家居生活节；

大班开店教案篇七

x年x月x日--x日开展了七周年大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对家庭及主妇为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，限时抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的七周年广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

七周年大型文艺晚会把整个七周年庆推上高潮，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然

存在着许多不足之处：在本次七周年活动中，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

- 1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。
- 2、监督表格没执行，是本次七周年的一个遗憾。
- 3、门店的现场执行力度不够，
- 4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。
- 5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。
- 6、新商品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次七周年最大的遗憾。
- 7、门店在七周年活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。
- 8、门店在七周年商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。
- 9、门店在七周年活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。
- 10、在七周年活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思!总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的快讯工作作好。我们希望以后能够把整个快讯营销的方案作得更好、落实得更好。

商店促销活动总结范文

1. 买化妆品送玫瑰花

是情人节，玫瑰花就是最好的礼物。在节，很多企业就选择用玫瑰花最为附加礼物送出去，这样不但可以让女性消费者喜欢，更能帮男士节省买玫瑰花的钱，也能让男士有面子，一举多得!该促销方法，大多在化妆品专卖店进行，消费者更容易接受，同时很多玫瑰花放在店外还能吸引不少的顾客。

2. 化妆品情人节打折

这种促销方法大多在商场进行，凡是情侣购买化妆品均享受8折优惠，这也是能吸引很多情侣的参与，还能烘托情人节的氛围。

其实这种方法也是在各大节日进行过的，只不过在情人节更加具有目的性，目标人群也明确了。

3. 买化妆品送巧克力一盒

这对品牌化妆品成套销售是非常有效的，送巧克力也是情人节的一大特色。你可能会问，送巧克力会不会让企业亏，不会的，品牌化妆品成套大概会都卖到上千元，送巧克力不但能促进消费者的好感还能实现促销的效果。

上述三种情人节促销方案都是常用的，也是常见的，不过每年效果都是很不错的。今年如果你没有更好的方法的话，不如就试试上面的方案吧!

商店护肤品促销活动总结

小促销周周上，大促销月月有，节日促销更是频繁。但促销的路却越走越显得力不从心、步履艰难。顾客对促销冷漠，

什么都促销，价格胡乱搞。企业面对促销困惑，不促销痛心，上促销伤心，利润空间越来越小，再加上各个品牌的无序竞争，已经形成了恶性循环。形式趋于同质、费用越来越高、效果越来越差促销作为化妆品营销系统中的重要一环，主要是面向顾客传递产品、服务、品牌信息，使顾客对企业的产品与服务产生兴趣、好感与信任，实现沟通互动，促进购买与消费，并对日化品牌形成满意与忠诚，但基于目前的营销趋势、基于产品多元化与同质化的激烈竞争，促销之风愈演愈烈，形式与内容越来越难以推陈出新，效果越来越难如人意，促销已步入困局、风光不再。无论是从现代的营销理论来讲，还是从一线的营销实践来看，作为日化企业，产品与消费者实现沟通互动的一个良好平台，促销是必不可少的，仍将是产品在市场上推广的主要手段与竞争武器。目前平淡促销必然被淹没，没有基于消费者的情感诉求制定有效沟通策略，更没有从促销环节上去寻求创新亮点，单一价格战让消费者厌倦、销售人员疲惫。要突围，要创新，促销必须升级为环节的创新，广告、形象、形式、人员与系统价值的整合之战，使促销产生艺术性与互动销售结合的良好效果。

一、走出跟风促销的误区

周六、周日各化妆品店门口一家一家的路演接踵而至，费用不低，但真正的目标受众有多少？品牌、产品信息传递了多少？对现场销售提升了多少？促销推广处于乱、散状态，更多的促销在效仿跟风，还有脱衣露点的哗众取宠，缺乏基于产品特性、销售周期、营销策略的连续科学性促销，缺乏针对企业、品牌的独特性创意促销，使更多促销资源浪费、效果不佳。化妆品促销系统的整合创新应注重促销方法和促销方式的一体化跟进，而不是盲目的跟风促销；应注重促销系统的全面推进，而不是灵光一现的单点突破，应注重互相模仿中的亮点创新，而不是单纯的“拿来主义”，将创新落实到促销系统中的每个环节，发动所有营销人员进行促销创新，而不是策划人员“闭门造车”，以全员促销创新来研究竞争对手的促销策略，来捕捉消费者心理，以打破陈规推陈出新，

推出更有创意的促销活动，以实施差异化促销来推进与消费者的沟通互动营造氛围，以新的促销形式将品牌置入消费者心里，才能在促销海洋中彰显出企业、产品、品牌的恒久魅力，走向促销最高境界。

二、做好系统组成是成功促销的基础

促销不是简单的一场路演、摆上台子户外叫卖、搞搞特价、抽奖就是一个成功促销了，而是要建立一个产品与消费者之间沟通互动的有效平台，不仅要保证与消费者形成科学、连续的互动，更要针对消费者接触点进行艺术化设计，最大化的让顾客了解产品、提升品牌，使顾客产生兴趣购买，掌握系统环节是策划细分寻找创新点、是成功促销的基础。明确需求是基础：是针对新品上市推广、还是成熟市场淡季预热，是大型节假日促销提升、还是常规小型促销、还是针对竞争对手的促销回击，明确需求有助于保证短期促销与长期策略的一致吻合，使促销方案的目的性与针对性更强。策划方案是关键：明确需求的基础上了解竞争对手、关注顾客，确定独特活动主题与主体思路，结合产品销售现状、库存状况确定主推产品、次推产品及捆绑赠品，制定针对性促销方案，活动时间要抢占先机、活动渠道要确定重点、活动形式要新颖富有亲和性、活动流程要层层引导、活动责任要明确到人、活动预算要精打细算、活动目标要制定详细分解。创意表现是形象：充分掌握活动传播载体形式(报纸、电台、夹报、录象)，产品终端陈列形式、可用资源，基于活动方案、终端资源进行创意表现、物料设计，对促销终端进行形象冲击与氛围影响，如日化产品展台出样、户外巨幅、展区吊旗、地贴、堆码；快速消费品异形陈列、跳跳贴、海报、地堆、吊旗、拱门、卡通气模等。有效执行是保障：从与现场成员、卖场终端的有效沟通，到载体传播预热、到日化产品排面、到促销赠品到位、到促销人员培训，将活动流程细化到相关环节责任到人，并对促销现场进行及时指导调整，以保证促销畅通有效。

三、细分中寻找创新

1、主题推陈出新好的促销主题可以给消费者一个购买的理由，有效回避价格战带来的品牌损害，所以主题一定要与促销需求相结合，以简洁、大气、亲和力强的语言来表达，在不偏离品牌形象的基础上做到易传播、易识别、时代感强、冲击力强，而不是普通的“买一送一、震撼热卖、特价酬宾、真情回馈”等字样。

悬念型：以悬念抓人，吸引顾客关注，以产品特性、活动内容形成悬念，适用于产品上市期或淡季驱动。如我们今年夏季搞的几场大型的会议营销就是反常规在淡季促销，做到了淡季不淡，赢取消费者与广大经销商的关注与参与。

事件型：紧扣住品牌事件行销、社会新闻焦点、企业热点、国家政策，借势搞促销创意，适用于淡季驱动与旺季提升。如蒙牛借助神州六号升天推出“中国航天员专用牛奶、强壮中国人”促销主题，使销售借势节节升高，类似这种形式我们化妆品的促销完全可以拿来一用。

节日型：与节日文化内涵相结合，如：红红火火闹元宵、五一七天乐翻天、十一长假欢乐购物、中秋节团圆相聚、元旦、春节送福送礼，用节日主调的词语来创新。如：我省xx市的搞的元宵佳节猜灯谜、内衣商场搞的“五一购物乐翻天”、与“庆十一腕级摇奖”就是紧紧抓住了节日这个主题来搞的活动且效果极佳。

区域型：结合促销内容借助区域古名称来扣主题，用、用、用、用等字眼，用于区域市场成熟期刺激消费，如xx市场可用“珀莱情、美丽你我他”的日化促销主题，亲和力极强。

联合型：用强强联合、异业结盟形式，将双方品牌或产品名称有效嵌入，活动内容有机结合，便于传播记忆，双方的有效资源合理的利用，如《与美丽牵手，冬季恋歌》日化与婚

纱摄影强强联合。促销主题。

2、内容创新：创造打动消费者的独特形式促销活动主要支撑点在于促销内容设计，能不能引导消费者产生兴趣，能不能战胜竞争对手、能不能有效传递产品与品牌信息，独特的内容形式，易于满足消费者求新求异求实惠的心理需求，并产生情感共鸣，应从促销形式、主题、工具、手段上来寻找创意空间，将买赠、套餐、抽奖等形式优化组合、推陈出新。

纳入区域特色：将当地文化特色，有效融入促销推广，为活动增加亮点，有助于提升品牌形象，形成良好互动。在日化产品路演活动中，将流行歌与劲舞抛弃，推出脍炙人口的山东快书及围绕产品的趣味比赛等进行有效信息传递，取得了良好的人气聚拢与销量提升。

利用产品属性：利用日化产品特色来设计促销活动，以独特形式与促销策略吸引消费者、并产生冲动购买。如珀莱祛痘产品“免费体验、限时抢购”为内容，以免费体验来吸引人、以时间紧迫来督促购买，使消费者产生冲动购买，以此吸引了大批青年消费者。

实施优化组合：将传统买一送一的套餐、抽奖、返券、积分等传统促销工具进行优化组合创新，让传统工具焕发新意，以新颖形式实现有效诱导购买，如将买一送一(低附加值赠品)换为买一加1元送××(高附加值赠品)，实惠而乐意；将传统的抽奖改为现场的飞标中奖或扎气球中奖，吉利好运等方式。

自造节日促销：根据产品特性来自行造节，通过节日规模气势来形成强势品牌传播与促销，加深产品、品牌记忆点，如20xx年夏季珀莱品牌邯郸武安市鑫龙日化承办的《武安市首届彩妆文化艺术节》。就采用自造节日的形式。

拓展异业结盟：将产品属性具有相关性、品牌形象具有匹配性的异业产品捆绑进行产品推介、促销，有助于提高品牌权威性、打击对手。如美容器具、美容医疗器械与相关日化产品的结合。

选择特色赠品：目前促销赠品质量低、实用性不强，特色赠品将成为消费者追逐的热点，一是要求奇、特，如婷美赠台历的促销，量大而奇；二是要求相关、实用，日化产品上市促销配增的“小丸子玩偶”无异是品牌相关性强，更符合儿童玩耍心理。

3、物料创新：营造影响顾客群体的靓丽终端好的主题、好的方案，更要通过创意物料让终端亮起来，让日化产品借助物料在竞争中脱颖而出、率先冲击消费者的眼球，以营造良好氛围来影响消费者购买，形成更多从众购买，立体化的户内外形象有助于提升促销效果。视觉规范化：创意出促销主题的视觉形象，要求整体冲击力第一、美感第二，色调与季节、活动相协调，陈列最大化：根据促销活动内容形式及时进行卖场产品的陈列调整，将促销主推产品按照产品陈列规则进行最大化展示，并争取人流量大和便于拿取的位置陈列，借助彩条、鲜花、爆炸贴、气球的小点缀营造欢乐气氛，无形中推介影响。物料异形化：突破传统物料的形状单一，方形吊旗、堆头、箭头地贴□pop宣传纸……，同样的促销物料，形象很难跳出来，必须结合促销主题、品牌形象来设计异形化物料区隔竞争品牌促销，如在秦皇岛市场，我们将产品模型喷绘做成吊牌取代吊旗。把有着良好造型的珀莱产品的瓶装形象做成不同材质的模型，以提高产品的形象。

4、人员创新：培养高水平感动消费者的促销团队优秀促销人员是完成产品销售、实现临门一脚，实效促销的最佳前锋，也是促销活动的最终落实者，应在对消费者心理、企业产品、销售技巧的把握、了解的基础上，从言语、行动、细节处来创新，来感动消费者。形象品牌化：在活动现场、人员服饰一致的基础上，推出“金牌导购”评选，挂牌上岗，有效激励促销员的同时体现企业文化、品牌形象，在无形中增加促销威力，便于消费者接受。用语差异化：将传统一致的问候语、促销语结合企业品牌、产品来进行创新，使语言更加亲情化，以主动服务意识来接近消费者，给予消费者不同的购物感受。演示生动化：对于大型、功能的产品利用简单实例来进行现场生动化演示，让消费者更易于理解、有助于促销成交率，如：诚征现场体验者若干名，经过我们对铂金彩妆免费体验的应用，不仅提高了日化店内的人气而且还提高了销量。

人气聚拢化：成功促销必须借助人气来营造现场气氛，促销

员被动工作应变为主动创造条件吸引人气来提高促销效果，如在情人节，某化妆品导购自己购买玫瑰花，实现免费赠送来聚人气。

四、执行力是促销的关键

促销是一个完整的系统，在追求促销环节进行创新时，更要注意促销执行中的关键环节，以保证促销的有效性与良好效果，追求表面创新而执行不到位的促销只是绣花枕头——好看不中用，促销更要在创新的基础上为销量、盈利来服务。

培训到位：成功的促销应针对促销中的环节、流程进行重点培训讲解，使执行人员了解程序、流程，保证执行工作中不本末倒置，使创新的促销落实到位。

预热到位：促销开展前，必须借助资源(报纸媒体、电视字幕、宣传单页等)进行大范围的活动提前传播预热，让更多得消费者了解信息，采取有效折券、纪念品来吸引消费者参与，保证促销效果。

物资到位：根据活动安排流程，应在促销活动开展前将物料落实到促销地点，按照配赠比例或选购赠品提前发到经销商店内，以避免物料、赠品不到位而造成促销损失。

人气到位：促销活动关键在于一种人气互动氛围的营造，以激发更多消费者的购买欲望与从众心里，可以结合产品、活动人为聚人气，如通过产品区的特殊表演、巡游展示，现金抓奖小游戏等等。好的促销主题犹如明亮的双眼，好的方案犹如迷人的身躯，好的物料犹如性感的外衣，好的促销员犹如能言善辩的名嘴，借助各个环节的创新配合，相信企业形象、品牌形象的整体魅力会赢得消费者关注、购买、信任，将促销真正成为日化品牌地面推广中的利器，将促销的作用发挥到极致。

促销不是过度，但是更多的化妆品促销只是在做表面文章，而没有深入促销系统各个环节的细微处去创新，创新无大小，有就是亮点，希望众多公司同仁在促销困惑中进行反思，发动全员促销创新，互相借鉴学习，为消费者奉献美味可口的

促销大餐，在促销竞争中突围胜出。

大班开店教案篇八

活动背景：

小班幼儿活动范围，知识经验相对中大班幼儿要窄和贫乏，所在数学活动中材料的选择上要贴近他们平时的生活，应是幼儿所熟悉的，也是他们所理解的。《逛商店》，就是取材于他们现有的生活经验，和他们的生活紧密联系的一个社会性活动。在逛商店的过程中，通过让孩子买相同款式的服装，和买相同色彩的天线宝宝活动，将数学知识里的图形对应、颜色对应巧妙地融合其中。小班幼儿注意力不够稳定，活动中情绪波动大，所以活动“逛商店”的过程采用游戏化的方式，创造宽松的学习氛围，利于调动他们学习的积极性，保持有意注意，并在游戏过程中潜移默化成一定的数学概念。

活动目标：

- 1、能从众多图案中找到与指定目标对应的图形、物体，发展幼儿的观察、比较能力。（重点）
- 2、体验数学活动的快乐，喜欢数学活动。
- 3、培养幼儿比较和判断的能力。
- 4、乐意参与活动，体验成功后的乐趣。
- 5、发展幼儿逻辑思维能力。

活动准备：

- 1、将活动室布置成小形的服装店，服装小卡片若干。

2、天线宝宝和其他小玩具若干。

活动过程：

（情景的创设，是吸引小班幼儿有意注意的有效办法。也是让活动更显生活化，更具生动性的手段）

主要提问：商店里有些什么？它们一样吗？都是什么样的？
（从类型和颜色上来回答）

2、集体操作活动：选衣服，裤子，帽子

a□买帽子：教师拿出一顶帽子，请幼儿去商店里寻找同样款式的.帽子。（个别操作）

b□买衣服：请一幼儿在商店里买一件衣服，其他幼儿按照这个款式在商店里找相同的衣服。（小组操作）

c□买裤子：征求幼儿的意见，教师买来一条裤子，请全体去商店里寻找同样款式的裤子。（集体操作）

（数学知识是从动作本身产生出来的，在数学活动中，让幼儿实际操作物体，让他们对物体施加动作，对他们学习数学具有极其重要的意义，尤其是小班幼儿通过外部动作可以感知到数学的概念属性。也符合他们适合在活动中学习的特点。）

主要提问：这件衣服（帽子、裤子）是怎么样样的？小朋友到商店里找出来好吗？

3、和天线宝宝玩游戏

a□请幼儿按照身上的颜色标志去寻找颜色相对应的天线宝宝，并排除其他物品的干扰。（排除形状、颜色的干扰，找到和

自己身上颜色相对应的物品，发展幼儿的观察，比较、判断能力)

主要提问：天线宝宝在哪里呢？抱一个和自己身上的图形一样的天线宝宝玩。

4、请客人老师检验孩子们拿的天线宝宝是否和幼儿身上的颜色相对应。

活动反思：

1、内容贴近幼儿生活，并创设情景贯穿活动始终，游戏化教学，生动，有趣；

2、活动中幼儿充分“动“起来，人人有操作的机会，满足幼儿探索的需要。

大班开店教案篇九

1、理解散文的内容，初步学习朗诵散文。

2、根据已有经验，大胆表达自己的想法。

游戏目标学习并正确使用量词。

游戏准备

四个瓶子、五顶帽子、三双袜子、桌子一张、椅子两把。

游戏玩法

2. 请小朋友上来买东西，说出我想买什么，要求说清楚要买物品的数量，说准量词，如有不对停下来引导幼儿纠正。

3. 让幼儿想一想都有什么东西被买走了。

4. 再进货，引导幼儿观察又进来了哪些货物，鼓励幼儿正确运用量词来买货物。

教学反思：

通过这一节课的教学，我充分感受到了教师不只是一要备教案，还要备学生，应该从学生的角度出发，斟酌每一个教学环节后预想的教学后果，让幼儿更好地学习儿歌。

大班开店教案篇十

1、初步学会朗读儿歌，并能以游戏的方式停止扮演。

2、能正确控制儿歌中呈现的一些量词，并在游戏中学习接触新的量词，练习完好讲述。

重点难点会说儿歌。

能说准量词。

教案准备

1、售货厅，儿歌中所需的用品以及其他一些物品

2、兔子头饰一个猴子头饰五个3、儿歌录音磁带一份

教员活动

一、情形扮演，幼儿熟习儿歌内容

二、一、情形扮演，幼儿熟习儿歌内容

三、四、白：在一座大森林里，小熊开了一家商店。（边说边拉开帷幕，幼儿看见的是小熊在铺子里。）小熊：小朋友们好，我是小熊，今天新开了一家铺子，欢送大家莅临。

七、小班言语：做礼貌宝宝八、让孩子晓得在何种状况下要用什么礼貌用语。

九、活动目的：

十、能晓得在哪些状况下要运用“请，谢谢，对不起”，奠定团体中互动的根本礼节，领会更丰厚的感情分化，树立积极调和的个性。

十一、活动准备：

十二、图片，分组十三、活动过程：

十四、

1、引导者先和幼儿讨论在生活中许多的礼节，如早上到幼儿园问候教师，与幼儿打招呼，道早安，拿东西时用双手接，并会说谢谢，不当心撞到他人时要说对不起，拿东西给他人时，要说请，放学回家时会和教师、幼儿道别说再见等。

十五、

2、接下来，引导者能够提问，让幼儿来答复，如踩到他人时要说什么，幼儿就答复“对不起”，以此方式来练习生活中常用的礼节及礼貌用语，同时在这一周内提示幼儿要留意礼貌十六、留意事项：

十七、除了课程上的教学外，引导者应和幼儿将这些礼节融入日常生活中。

十八、失败的处置：

十九、幼儿最记得或常用的词汇可能较少的缘由是由于不晓得在何种状况下要用什么礼貌用语，因而讨论时晓得，实践上不会运用，因而需增强日常生活练习。

二十、活动完毕：

二十一、小朋友互一同回教室。

这个是一篇不错的托班语身教案，触及到幼儿、活动、儿歌、什么、礼貌、东西、练习、礼节等，希望网友能有所收获。