

# 提高人气商场活动策划(模板9篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 提高人气商场活动策划篇一

商场520活动方案怎么样策划?看看下面的商场520活动方案范文哦!

### 一、 活动主题

激情绽放 时代有爱

### 二、 活动时间

月 日—— 月 日

### 三、 活动内容:

#### (一)情歌对唱 真情表白

2月13日10:00——20:00，在6楼儿童区一侧开辟出专门区域，现场麦克于商场广播室相连，情侣可以通过情歌对唱或者真情表白的形式，对他(她)唱出或者说出心里话。

并通过商场广播即时播放。

同时为每对情侣准备了精美礼品。

#### (二)浪漫情人 玫瑰芬芳(2.14)

2月13日正常营业时间内，顾客可到6楼促销服务台免费领取玫瑰鲜花一枝(限送300枝)。

当日现金购物满200元，加送精美巧克力一盒。

提示说明:消费金额不累计，单张收银机制小票(现金购物满200元)限送一份巧克力，超出部分不在重复赠送。

#### 四、 媒体宣传

- 1、 媒体选择:《\*\*晚报》
- 2、 版面规格:《\*\*晚报》1/3版套红
- 3、 投放日期: 月 日
- 4、 费用支出:13920.00元

#### 五、 费用支出

- 1、 展板2块:100.00×2, 200.00元
- 2、 门楣2块:700.00×2, 1400.00元
- 3、 平面广告:13920.00元
- 4、 礼品(玫瑰花、巧克力)由资产运营部负责
- 5、 音响费用:400.00元
- 6、 其他杂项支出:1000.00元

合计:约19020.00元(玫瑰花及巧克力费用未计算在内)

#### 六、 提示

本档活动vip卡可以使用折扣功能。

## 一、促销口号

浓情仲春 hold我所爱

## 二、促销时间

\*\*\* 年 月 日-- 月 日

## 三、宣传档期

\*\*\* 年 月 日-- 月 日

## 四、促销主题

- 1 . 示爱有道 降价有理
- 2 . 备足礼物 让爱情公告全世界

## 五、商品促销

“情人节”是一个特殊的节日，是有情人赠予礼品的节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

### 1 、 商品特价

情人节期间，对于店内积存商品整理回类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2、主题陈列：2月 8日-- 2月 14日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用橱窗摆放，如没有橱窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a □情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象

b □各店必须包装至少 11份以上的“饰品套系”用于主题陈列

## 六、“浓情头饰花束”

推广时间：2月 8日-- 2月 14日

1、以头饰为主，现价按原有价位 6-7折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品 80元以上的顾客均赠鲜花一支。

2、制作“浓情头饰花束”售价表

名称	数目	原价	现价
----	----	----	----

只有你	饰品一个送鲜花一支	元	元
-----	-----------	---	---

一心一意	套系 +送鲜花一支	元	元
------	-----------	---	---

提前预备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3、免费送货服务，要求饰品超过 100元，送货范围不超过 2公里。

## 七、活动促销

1、情人气球对对碰

用度：0.155元 /套。

## 2、会员卡赠予

凡购买情人节系列商品(不限金额)，即可赠予会员卡一张。

(时间：2月 10- 14日)

留意做好会员卡资料登记工作。

## 八、宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。

加盟店可在当地自由选择媒体。

例：晚报、电视台字幕□ dm投递等等。

### 1、宣传广告语

色彩跳跃的haface饰品

鲜艳的色彩，精致的做工，来自韩国的设计。

情人节期间，这样的饰物会不会再兴起一股流行风?快来看看这些高贵、可爱漂亮的饰品吧!

与众不同的情人节

送什么才是与众不同的，送什么礼物才能博美女一笑?又省钱又体面的礼物，请看haface推荐的宝贝饰品吧.....

## 九、店内布置

- 1、备足礼物 让爱情公告全世界 门前写真招帖。
  - a. 店门口美术笔手写招贴(含优惠策略的具体内容);
  - b. 彩色横幅一条:内容为“示爱有道!降价有理之降价风暴”;
  - c. 购买或租专心形气球做店面装饰;
- 2、柜台和店面内外的卫生:要整洁,门窗玻璃一定要干净,一尘不染。
- 3、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实进步。

## 十、联合经营

与当地鲜花店达成合作协议,相互提供商品,以增加双方销售量。

如购买\*\*\*元鲜花,赠由haface提供的饰品一份或会员卡;

在haface购\*\*\*元饰品,赠由\*\*\*鲜花店提供的鲜花或优惠卡。

### 1、 情人气球对对碰

用度:0.155元/套。

情人节期间,对于店内积存商品整理回类,设立特价区,此部分产品可借此次活动之势,保本销售,让销费者感到真正实惠。

“情

情人节”是一个特殊的节日,是有情人赠予礼品的节日,因此商品促销应以“情物礼品”为主题,饰物礼品、定情信物、

鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

情人节快到了，商家们的情人节活动已经把周边的气氛调和成像玫瑰般热烈而浪漫，各种各样的情人节，充斥着人们的视线，激荡着人们的心灵，让人们更彻底的体验着情人节的高调。

情人节属于情人的，同时也为商家们带来了一块发挥的空间，因此商家们使出各种促销方式，展示出各种别开生面的舞台，我们就一起来看一下这些多种多样的方式。

促销方式有很多种，我们简单列出来，让大家有一个大致的了解。

### 1、降价式促销。

降价式促销就是将商品低于正常的'定价出售。

情人节中使用，吸引消费者，处理库存等。

### 2、有奖式促销。

情人节促销采用本种方式，在于激起消费者参加活动的爱好，但要事先把各种留意都标示清楚，且抽奖过程需公然化，以增强消费者的参与热情和信心。

### 3、打折式优惠。

在情人节期间使用，也是为了吸引消费者的购买，同时打折对于产品市场价格体系的影响要比降价小的多。

### 4、竞赛式促销。

竞赛式促销是融动感性与参与性为一体的促销活动，由比赛来突显主题或先容商品，除了可打响商品的着名度以外，更可以增加量，如喝啤酒比赛等。

此外，还可举办一些有竞赛性质的活动，如卡拉ok比赛等，除了可热闹卖场之外，也可借此增加顾客对零售店的话题，加深顾客对零售店的印象。

#### 5、免费品尝和试用式促销。

情人节期间，假如推出新产品或新服务的话，采用本种促销方式比较好一些。

#### 6、焦点赠予式促销。

情人节期间，想吸引顾客持续购买，并进步品牌忠诚度，焦点赠予是一个种非常理想的促销方式。

这一促销活动的特色是消费者要连续购买某商品或连续光顾某零售店数次后，累积到一定积分的点券，可兑换赠品或折价购买。

这一促销方式更多的是针对老客户。

#### 7、赠予式促销。

情人节采用赠予式促销，一是为了激起消费者的购买欲，同时也是迅速向顾客先容和推广商品，争取消费者的认同的好方法。

#### 8、展览和联合展销式促销。

这是说在促销之时，商家可以邀请多家同类商品厂家，在所属分店内共同举办商品展销会，形成一定声势和规模，让消



费者有更多的选择机会;也可以组织商品的展销,比如多种节日套餐销售等等。

在这种活动中,通过各厂商之间相互竞争,促进商品的销售。

## 提高人气商场活动策划篇二

一、活动目的1、把握520促销网店策划商机,让顾客有新鲜感,刺激其消费欲望;

2018年5月10日(提前十天)——2018年5月20日(5.20日结束)

三、活动主题 我爱你,丝丝心动 四、活动对象

针对20到30岁的女性客户。五、活动内容

“我爱你,丝丝心动”特惠活动 买家真人秀,分享美丽赢好礼!

1分享即有奖:上传宝贝试穿的真人图,写下内心的感受,秀出你的美腿来。

(人人有奖)

2、宣传手段:目标对象确定了,再用通过合适的途径传播,比如淘宝旺旺消息,签名档,宝贝题目,公告□qq□博客,微博,贴吧,帮派,论坛,微信等等。

七、促销前工作

1、货源问题:确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品要采取不同的促销方式,再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间,货品销售会比平时快,

因此，充足的备货就是保障。

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案。

一、活动背景：

xxx由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”，并逐步发展成为零售企业的龙头老大。从xx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最佳的经济效益。

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。

5月18日（星期五）—5月21日（星期一）【活动内容】

一、甜蜜情人节满50减30

分少淑女装，少数品牌及特例品不参加活动。相同满减规则不跨楼层、专厅累计，详见各专厅告示。

二、520甜蜜幸福礼

不重复赠送，数量有限，赠完为止，礼品以实物为准。赠礼地点：三楼商场达衣岩专厅旁。

活动期间，顾客购镶嵌类实付现金满1000元加赠怡口莲一盒。单票限赠一次，不累计不重复赠送，数量有限，赠完为止，

礼品以实物为准。赠礼地点：一楼商场办公室。

三、甜蜜喜刷刷 活动期间，顾客持建行信用卡购穿着类、化妆品当日单卡累计消费满500元（含）送50元百大储值卡1张，珠宝玉器、家电当日单卡满1000元送50元百大储值卡1张，单卡当日限送2张，数量有限，先到先得，送完即止。赠送地点：一楼总服务台。

活动期间，顾客持工行信用卡购穿着类、化妆品当日单卡累计消费满800元（含）送洗护三件套1份，礼品以实物为准，数量有限，送完即止。赠送地点：一楼总服务台。

四、满200减40

4. 购冰箱洗衣机两件满12000元以上送常州恐龙园两日游一个。

### 提高人气商场活动策划篇三

沃尔玛由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”，并逐步发展成为零售企业的龙头老大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：

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。

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。

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。

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。

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最佳的经济效益。

2、保持本土化经营。

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。

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。

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。

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。

促销总费用:

广告费用:

营业打折费用：

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。

## 提高人气商场活动策划篇四

二、促销时间：20\_\_年9月28日-10月7日

三、活动目的：

2、通过\_\_周年策划一系列与爱国有关的宣传活动，大力弘扬以爱国主义精神，扩大企业知名度，进一步树立商场“热爱祖国，关心教育”的社会形象。

四、活动地点：各店

五、活动企划：

活动一：迎双节，惠不停，

9月29日——10月3日活动期在本商场推出系列“迎中秋、国



庆、优惠大酬宾”活动，天天惊爆价，天天会员独享价，让你疯狂购到底！

要求：

- 1、各店必须提前五天向总部作出每日惊爆限时抢购价、会员独享价书面申请。
- 2、各店要做好充分的活动准备与宣传，确保天天惊爆价，天天会员独享价达到聚集人气，制造轻松效应，提升销售额的目的。
- 3、主题装饰另附效果图

活动二：购物送国旗

20\_\_年10月1日到我商场消费者消费满63元以上，均可以服务台领取小国旗一面，凭电脑小票到服务台领取，每张小票限送一面，限量300面，送完即止。

活动三：爱国主义宣传画展

注：宣传画布置商场、大门口(附图)。

活动四：“迎中秋，庆国庆”大型文艺晚会演出。

20\_\_年9月29日-10月7日期间各店联合企事业单位、厂商、供应商在商场大门口大舞台举行精彩演出，要求期间穿插宣扬爱国爱企业这主题的互动游戏。

六、活动宣传

1)dm海报宣传单：

a□dm活动时间：20\_\_年9月28日—10月7日

b□印量10000张□a3纸4p□105g铜版纸.

2) 大门口海报宣传。

3) 商场广播滚动广播。

4) 卖场内用喇叭充分营造购物节庆气氛。

七、全场形象布置(另附彩图)