

# 2023年商场国庆节促销活动方案有哪些类型(通用5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 商场国庆节促销活动方案有哪些类型篇一

9月21日(周五)——10月7日(周日)

合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

中秋活动：【超市中秋档期dm海报9月5日—25日同步跟进】

华信店中秋同步跟进

月饼+红酒 x商场携您度中秋

(黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动)

9月21日(周五)——9月25日(周二)

因为商场现有品牌自行举行的折扣□x商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色，国庆节促销活动方案。) )

在所有品牌现有折扣上

当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。（单独包装，价值约8元）

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。（价值约40元）

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。（价值约80元）

各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

### “月圆中秋，情浓x商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

## 商场国庆节促销活动方案有哪些类型篇二

节假日

促销活动内容

1、活动期间，凡在本超市购物累计满\_\_\_\_\_元的顾客，即可凭当日购物小票到服务台抽取奖券一张，每张小票只能抽取一张奖券，抽奖后小票回收。

2、本次抽奖活动共设置6个等级的奖励，具体设置如下。

一等奖：\_\_\_\_\_洗衣机一台

二等奖：\_\_\_\_\_豆浆机一台

三等奖：\_\_\_\_\_挂烫机一台

四等奖：\_\_\_\_\_压榨花生油一壶

五等奖：\_\_\_\_\_洗衣液一瓶

纪念奖：\_\_\_\_\_保鲜盒一套

3、本次活动采用现场开奖方式，中奖者凭借中奖的奖券到服务台领取奖品，领奖最后期限为购物当天超市停止营业之前。

## 活动细则

### 1、活动的成本预算

商家在策划抽奖促销活动时，应根据自身店铺的可承受促销活动的规模制定抽奖促销时的奖品价值。同时，要预算好在整个活动期间进行的广告宣传费用以及其他辅助费用(活动处理费用、公证费、汇编人员费用等)。

### 2、奖品的选择

#### (1) 奖品要具有特色

商家在选择奖品时，不要以为奖品是额外送给顾客的，就随意选择应付了事。要知道，在某种程度上而言，奖品也代表了商家的形象，因此，应选择质量好、符合商家形象、具有时尚感的奖品。如果还能够考虑到当下顾客的需求，则更好不过。

#### (2) 奖品与产品的价位要相匹配

商家在选择奖品时，要注意奖品与产品的价位要相匹配。如果是售价低的产品，最好采用中奖率低，但中奖面广的方式；如果是售价高的产品，则可以采用适当设置大奖，但是中奖面小的方式。

### (3) 大、小奖的数量设置要适量

商家在奖品数量的设置上，大小奖品要适量。据调查，顾客最感兴趣的奖项就是最高奖，如果没有大奖，则无法引起顾客的参与欲望。因此，一定要设置适量的大奖。同时，要多设置小奖，这在很大程度上能够刺激顾客的购买欲望。

## 3、抽奖促销的方式

### (1) 回寄式抽奖

回寄式抽奖要求顾客将自己的姓名、地址等信息填写好放入信封内，邮寄到指定地点参与抽奖活动，有的商家还要求顾客提供购买商品的凭证。这种抽奖方式的优势在于，可以获取顾客的资料，便于今后继续开展促销活动。但是这种方式也有不可避免的劣势，邮寄的方式需要一定的时间，再加上还需要顾客自己承担邮费，难免会让许多顾客望而却步。在如今这个通讯业发达的时代，商家可以选择将邮寄到指定地点改成发短信到指定号码，或者是发邮件到指定邮箱。最后需要注意的一点是，商家要对顾客的真实信息保密，不要随意透露出去。

### (2) 当场兑现式抽奖

当场兑现式抽奖也叫“即开即中式抽奖”，一般商家将奖券或其他中奖凭据置于产品包装内，顾客在购买商品的同时就能够知道自己是否中奖，中小奖在当就能够领取到奖品，而中大奖则需要到指定地点领取。这种抽奖促销的方式符合现代人们追求方便快捷的心理，所以很受消费者欢迎。这种方

式对顾客刺激性大，有较强的吸引力，但是也存在不足之处，运用的次数多了，顾客就会渐渐失去兴趣，如若想一直保持顾客的新鲜感，就要在不改变其本质的基础上，创造出新的模式。

### (3) 多重机会式抽奖

参与多重机会式抽奖促销的顾客享有多次抽奖的机会，如果第一轮没有抽到奖，就会自动循环到下一轮的抽奖环节中。这种方式持续的时间较长，一般分多期进行，目的是为了提提高消费者中奖机率，从而激发顾客的购买积极性。这种抽奖式促销的优势在于，能够调动起那些觉得自己运气不好，或是因为奖品价值小而不愿参与的顾客的积极性。但是需要商家提前做好周密的计算和安排，避免同一个顾客多次中奖。

### (4) 定期兑奖式抽奖

定期兑奖式抽奖促销的方式是在顾客参与抽奖一段时间后才公开摇奖，而顾客粗腰等待一段时间才知道自己是否中奖。商家在使用这种方法时需要注意的是，兑奖之后要将顾客的奖券回收。

### (5) 无购物式抽奖

无购物式抽奖的主要目的在于对商家进行宣传，因此不需要顾客购买商品，只需要顾客从商家的宣传中取得奖券。填好个人信息后，即可参与抽奖。

## 4、活动策划的注意事项

商家在进行抽奖活动前，为了避免引起一些不必要的纠纷，有以下事项需要告知消费者：标明活动的开始和截止日期，一方面促使消费者把握机会踊跃参加，另一方面为商家减少不必要的纠纷；选用何种抽奖方法、什么时间在什么地点抽奖、

什么时间以什么方式公布中奖者名单，以及用什么方式通知中奖者领奖地点等，都要明确标示出来；制定抽奖资格，如：“消费满\_\_\_\_\_元，即可参与抽奖”；禁止主办企业、经销商和聘用的广告公司的工作人员及直系亲属参加抽奖，此举是为了向顾客证明抽奖活动的公正性；具体设立的奖项、奖品数量、开奖次数、开奖时间、中奖公布方法及时间要清楚明白地告诉顾客；说明顾客可以参与抽奖的次数，是每人仅限一次还是不限次数可循环参与；告知顾客对抽奖活动进行监督公证的具体公证机关名称；说明大奖得主是否需要自行缴纳个人所得税；告诉顾客领奖时必须携带证明材料，按照规定领奖时间和地点领取奖品；说明活动会请公证处公证，与举办方有关联的人员不在本活动参加范围内、所有参与者的资料将归举办方所有、举办方保留活动解释权等。

## 促销流程要求

### 1、公布中奖者名单要及时

商家如果没有采用即抽即中式的抽奖促销方式，就一定要及时公布中奖者的名单。通常是在当地的大众媒体上公布中奖者名单(包括身份证号码，但中间几位则需要隐藏，避免泄露顾客真实信息)，同时逐一打电话或者发短信告知中奖者本人。与此同时，要在卖场内设置一张展板，上面写明中奖者姓名和具体的中奖信息。这样就可以增强抽奖活动的可信度，便于下一次再举行抽奖活动时吸引更多的顾客参与进来。

### 2、抽奖形式要具有趣味性

商家如果能在抽奖活动中增加一些游戏环节，则能够很好调动起顾客参与的积极性，例如：将普通的抽奖箱变成大转盘、投飞镖、摇乒乓球等。在吸引顾客的同时，还能够起到宣传造势，扩大影响的作用。

### 3、扩大纪念奖的比例

顾客愿意参加抽奖促销的活动，很大程度上是希望能够获取一定利益，如果多次参加却分毫未获，难免会让他们对活动失去兴趣。如果偶尔能够得到一些纪念品，顾客的内心就会感到满足和快乐，从而增强对商家的好感。

4、抽奖促销方式要丰富多样

5、不要泄露顾客的个人信息

抽奖促销活动不仅要将在中奖信息对广大顾客如实公布，也要保证不泄露中奖者的个人信息。例如：在公布电话号码时，可以只公布前3位和后4位，隐藏中间4位数，则能够做到两者兼顾。

促销方案评估

抽奖促销活动虽然被商家广泛运用，但仍存在着一些不足之处：参与者不一定是目标顾客，有的仅仅是单纯为了抽奖而参加；无法预估参与人数，在成本控制上难以把握；活动过程需要经过精心的策划和准备，活动周期较长，后续工作也较多，实施起来需要格外严谨有些顾客会因为屡次未中奖而对商家产生不信任的心理。如此看来，商家在进行抽奖促销策划时，一定要量力而行，认真考虑以上问题，避免在活动中出现差错，甚至导致亏本。