

2023年圣诞元旦活动策划案 元旦圣诞节 促销活动策划方案(大全5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。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

圣诞元旦活动策划案篇一

a□进一步消化前期未成交客户群，开盘后仍在犹豫客户；

c□宣传形象，维系已成交客户售后，增进知名度。

20xx.12.25 -----20xx.1.3

b□活动现场宣传，做好展示中心节日装饰，烘托节日气氛；

c□大门口摆放圣诞树旋挂彩灯，布置礼品台放置节日礼品；

d□制作展架等宣传物料，培训销售人员统一口径。

4、参与对象：老顾客、泛销售顾问、新客户、交付100元者

a□老顾客，前期已签订合同者，电话通知其活动，请其前来小坐（如有需要补充资料或领取合同者正好）。

b□泛销售顾问，持证前来盖章，参与抽奖领取精美礼品。

c□新客户，活动期间前来咨询人员，登记留下联系方式者。留下联系方式，便于后期跟踪，争取成交。

d□交付100元者，进店人员只需交付100元诚意金，便可参与后期抽奖获得精美小礼品。同时，还可以参与抽取优惠额度，9%或7%或5%，百分百优惠，可以自用可转让。但是，交付前必须告知不予退还，可以转让，并在一周内使用！

b□已签合同老客户，进店后由其置业顾问接待，拉家常套近乎，介绍工程进度公司目前政策等，旨在进一步增进情感，希望能进一步发挥其泛销售顾问作用，带来新客户！

c□活动期间买房人员需交付诚意金100元，填写奖票□20xx.1.2号上午11点统一抽取优惠额度，100元诚意金不予退还。具体优惠名额视活动期间交付诚意金数额确定，优惠额度抽取后可转赠转让，但需在一周内前来签订合同，否则作废！100元不多，某些客户可能冲着9%优惠额度来，但需提前告知相关详情，可做投资不予退还，需在一周内使用等。

d□抽奖统一在20xx.1.3号上午11点举行，前期抽奖人员将奖票投进抽奖箱，告知届时抽取，其可亲自来抽取，或者到时如若中奖，会通知其领取。参与对象包括：已签订合同者、泛销售顾问、新来咨询并登记人员、交付100元购房人员。

e□奖品设置，奖项共设置一等奖5个、二等奖15个、三等奖30个、参与奖50个，共100个。抽完为止，抽完后电话通知领取，有效期为一周，过期作废！

6、现有礼品：雨伞、电热毯、骨瓷餐具、巧克力、纸杯、蒸锅等！

一等奖：青花瓷21头餐具花之恋

二等奖：彩虹电热毯

三等奖：雨伞

参与奖：纸杯或

小孩子老人送：巧克力

圣诞元旦活动策划案篇二

圣诞活动策划方案——“相亲相爱一家人”业主联谊会

一、活动背景：

这是某某楼盘新春即将来临之际直面已入住业主和有意向优质客户的倾情回馈活动，借助节日带来的喜庆，巩固已购买或已入住业主的信心，从而形成以老带新的良好风气。良好的口碑宣传，是彰显公司实力、昭示项目优势的机会、也是打造项目品牌，扩大品牌传播的重要手段。

二、活动主题：

携手走过今朝，共同期待明天 —— 某某楼盘真情回馈

三、活动目的：

我们的目的在于通过本次活动，回馈已经入住的业主，巩固已认购客户、促成正式签约，同时制造新话题、坚定观望客户的购买信心，形成口碑传播，让老业主有带动新客户的激情，并为产品高价位寻找更多支撑点，增强产品竞争力，从而达到“最好价格、最快速度”的销售目标。

四、活动对象：

1、参加人员：某某楼盘的业主和部分有意向某某楼盘的优质客户，及部分新闻界和金融界等其他人士。

2、邀请方式：由置业公司发出邀请函，同时销售部电话通知，

其它特邀嘉宾由开发商发邀请函，销售部电话跟进。

五、活动时间：

2011年12月25日晚上18点——21点

六、活动地点：

某某楼盘中央园林景观中心——舞台初步考虑水池中心的广场。

七、活动内容：

某某楼盘的所有业主和部分有意向的优质客户等均可参加。可邀请地方电视台新闻记者进行跟踪采访，以扩大该活动的影响力。本活动包含的具体内容有：

前奏：在晚会正式开始之前燃放鞭炮，以积聚人气，营造气氛。

晚会致辞：

1、开发商感谢广大业主及优质客户和全体广大醴陵市民这一年多来的支持和厚爱。（这一部分是开发商表现自己证明自己的良好时机，重点讲述一下来年的计划和项目的规划特征，让业主对开发商有信心，并提出以老带新的奖励方法等）

（时间控制在：10——15分钟）

接着主持人欢迎业主代表上台讲话或问问题：

2、各请几位业主代表及优质客户代表讲述或回答主持人关于在某某楼盘一年多来的感受（入住业主讲述入住后的感觉和物业服务及其他方面好的感受，有意向的优质客户主要讲述自己的购买计划，这由主持人调侃不经意间的开玩笑中讲出）

（时间控制在：10—15分钟）

3、开发商和代表们一起切圣诞节蛋糕，共祝某某楼盘的所有入住业主和有意向的优质客户的圣诞快乐。（时间控制在：5—10分钟）

4、所有参加今天的圣诞某某楼盘“相亲相爱一家人”联谊会的所有业主和优质客户都可以拿到某某楼盘送出的圣诞礼物。（礼品开发商来定，可送新年挂历等来年吉祥如意、事事顺心的东西，送礼者可为开发商也可为售楼部人员，并带上节日祝福、新年祝福）

（时间控制在：10—15分钟）

5、文艺演出（请业主表演节目、做互动的游戏或请歌手演唱、以及其他的演艺活动）。在演出的过程中穿插某某楼盘的各方面优势的介绍，进行有奖问答，凡是答对的业主均可获得礼品一份。

（时间控制在：60—90分钟）

6、播放某某楼盘前段时间做的电视广告宣传片。

（时间控制在：5—10分钟）

7、音乐冷饮 业主交流互动（共度圣诞，展望新春）

这一部分是业主之间的互相交流，共同互相问候，探讨来年的想法，开发商这是应该在场与业主同乐，并嘘寒问暖的，听听业主的心声，看看业主对我们楼盘的看法，从而让我们能够做得更好，也让业主对开发商有信心，说明我们正在努力，是证明开发商从业主角度出发，让业主明白我们开发商的用心良苦的最好时机。

（时间控制在：25—30分钟）

8、最后主持人串台祝福开发商和业主，宣布今天的活动到此结束，开发商和全体人员恭送所有业主。（在主持人宣布晚会结束的时候燃放烟花）

（注：时间的控制可根据现场的情况和节目的进度进行适度的调整）

圣诞元旦活动策划案篇三

欢度圣诞，献美容大餐

xx年12月20日至12月26日

1、限时一元秒杀区。凡是进店消费的顾客，在美容院特定的时间里参加圣诞秒杀活动。这段时间内，所有的顾客只需要一元，就能够参加抽奖。活动的奖品有产品试用装、体验券、纪念品以及会员卡等，目的是为了汇聚人气，炒热美容院的气氛。

2、活动抽奖。凡是在活动期间中在美容院中消费达到68元，就能够获得一张抽奖券。消费者每满68元就能够获得一张抽奖券，满136元送两张，以此类推。多买多送。特定奖一名，奖品为港澳双人游一份；一等奖两名，美容院内冬季家庭护理消费券；二等奖四名，美容院特色产品一套；安慰奖50名，带有美容院logo的纪念品一份。

3、圣诞惊喜。凡是在圣诞节当天进店消费的顾客，有机会凭借号码牌赢取美容院提供的惊喜大奖。而进店消费的前100名顾客，都能够获得美容院内免费提供的圣诞礼品。礼品共只有100份，先到先得，送完即止。

1、渲染氛围。在西方圣诞节是一个盛大的节日，其重要性好

比我们国家的`春节一样。圣诞节有很多标志性的物件，比如说圣诞帽、圣诞树以及圣诞老人等。为了营造节日的气氛，大型的美容院可以在大门外放置较为高大的圣诞树，或者圣诞老人。对于小型的美容院，就室内添置小型的圣诞树即可。所有的员工在活动期间换圣诞装，佩戴圣诞帽。门口、门窗上做好圣诞喷绘，同时在美容院内划分出圣诞礼品的区域，搭配各种彩灯等装饰，以此来渲染节日的气氛，刺激顾客的消费。

2、活动宣传。在美容院的各个服务平台中，提前一周进行活动促销的方案发布。制作相关的海报、宣传单以及横幅。醒目的想大众展示这次活动。如果人员充足的情况下，比如说美容院生意较清淡的时候，可以安排员工去周边人流量较大街道去发宣传单和优惠券。

3、活动备注。在本次活动的优惠券印上一些节日祝福、活动最终解释权以及裁定权归本美容院所有。并且做好进店的前台登记，将顾客的资料详细记载好。

圣诞元旦活动策划案篇四

狂欢双dan节

12月8日至1月1日

二楼拉斯维加斯俱乐部、三楼体乐酒吧

(注：由酒商提供活动所需费用赞助)

b□策划部设计圣诞卡，由娱乐部派发。部分较为重要或与本酒店有长期消费协议的客户，(每张圣诞卡附送免ktv房租券或者2元现金代用券壹张、具体客人名单由罗总统计上缴总办批阅后由业务部负责派发。附送新年台历，圣诞、新年活动的具体内容)增加与客人的沟通和交流，增进客人来江都消费

的欲望。此券有效期为12月18至次年1月1日)(12月24、25、26、31、元月1日除外)。

c□12月24、25日平安夜收取门票(价格未定)元/人(圣诞礼品包一份)。

d□圣诞福星评选活动:

时间: 12月24日12: 00;

地点: 三楼体乐酒吧;

此次评选圣诞福星活动可促进客人购买啤酒的高潮, 建议设置大奖, 增加吸引力;

e□赠券: (23年12月18至24元月1日)(12月24、25、26、31、元月1日除外)。

凡客人在ktv消费满6元(含6元)以上赠指定啤酒半打+圣诞礼品包、新年台历一份;

凡客人在ktv消费满8元(含8元)以上赠指定啤酒一打+圣诞礼品包、新年台历一份;

f□2425日特邀圣诞嘉宾表演助兴, 现场派发圣诞礼品;

g□欢乐圣诞游艺活动。

时间: 12月24日

地点: 二楼美女吧

(3) 掷骰子擂台赛游戏: 由保安部选派保安一名, 穿戴圣诞服饰作为擂主, 摆放半打啤酒、圣诞礼品、彩喷、圣诞公仔等。

客人可用啤酒、或前往礼品售卖点买取圣诞礼品作为打播资本，上前与播主打播，赢者即可获相应的奖品、输者即输掉打播资本，即由后者补上。

h□圣诞倒记时：

日当晚12：00前5分钟由司仪主持现场倒记时；

倒记时1秒所有的服务员带动客人进入高潮，同司仪一起大声倒数1秒，挑动现场气氛；

倒记时1秒，所有的dj□舞蹈员手持圣诞公仔、圣诞礼品向四周的客人抛洒，准12：00向舞厅中间喷洒彩条。

i□圣诞大抽奖(指定啤酒公司赞助奖品)

时间：12月25日晚12：00。

地点：拉斯维加斯俱乐部大厅；

二楼咨客台处设抽奖箱一个，设凡客人购买指定啤酒一打即可获抽奖壹张(以次类推)。

奖品设置：(奖品未定)

k□元旦化妆舞会(最佳化妆、舞蹈奖评选活动)：

时间：12月31日；地点：二楼拉斯维加斯俱乐部；

在二楼门口设置面具售卖点：

12月31日晚，客人可自由化妆或前往面具售卖点购买晚会所需面具，参加本酒店举行的化妆舞会评选活动；评选奖项：

(1) 一等奖(最佳舞蹈) 卡拉ok大房免费券壹张+2元现金代用券壹张+啤酒一打

(2) 二等奖(最佳化妆) 卡拉ok中房免费券壹张+1元现金代用券+啤酒半打

(3) 三等奖(最佳搞笑) 2元现金代用券+啤酒半打

l□新年倒记时:

(1) 31日当晚12: 00前5分钟由司仪主持现场倒记时;

(3) 倒记时1秒, 所有的dj□舞蹈员手持公仔、礼品向四周的客人抛洒, 准12: 00向舞厅中间喷洒彩条。

m□节目部分:

(1) 三楼大厅节目编排圣诞节节目和舞蹈, 带动圣诞气氛;

(2) 圣诞当日二、三楼大厅背景音乐以圣诞音乐为主;

(3) 圣诞当日歌手以圣诞歌曲为主, 向客人抛洒圣诞礼品;

(4) 圣诞佳宾主要以圣诞祝福、搞笑为主。

(1) 停车场外围树上挂满漫天星, 酒店门口绿化带挂满漫天星(12月1日之前);

(2) 酒店正面外墙圣诞宣传喷绘两幅, 两边外墙悬挂酒店活动条幅8条:

(5) 电梯口摆放高1.8米高泡沫圣诞老人一个四周围满圣诞花;

(6) 一楼到二楼的楼梯口用圣诞草制作一个圣诞拱门, 楼梯扶

手上围满圣诞草；

(8) 门口小食档制作奶油圣诞饼屋风景图一组(西厨负责制作)；

(16) 员工娱乐室2米高圣诞树一棵，挂满漫天星，树下堆满圣诞礼品包，办公室墙上悬挂圣诞老人图片。

圣诞元旦活动策划案篇五

1. 会员(拥有会员卡的消费者)
2. 普通消费者(没有会员卡的消费者)
3. 公众(暂时对产品没有需求)

1. 以圣诞元旦两节为契机，提高公众对认知程度、品牌好感和口碑；

2. 提升会员对品牌忠诚度；

3. 提升普通消费者的x品牌的首选度；

4. 提高公众对x品牌的美誉度；

5. 新产品促销；

6. 清空过季产品。

7. 对竞争者起到一定的遏制作用。

12月25日-1月3日

1. 主题：，如家人拥抱般的温暖。

2. 主题阐述□x公司在圣诞节、元旦节之际，给新老会员和消费者提供温暖舒适而且价格比平时更加优惠的服装，回馈消费者对支持与厚爱，让消费者在这个寒冬像拥有家人拥抱般的温暖，不再寒冷。

促销让利+赠品+会员积分翻倍

1. 促销让利：

(1) 冬季产品一件9.5折，两件8.5折；

(2) 秋季产品一件8折，两件7折。

2. 赠品：

(1) 满100元，赠送精美袜子一双；

(2) 满200元，赠送精美腰带一条；

(3) 满500元，赠送精美背包一个；

(4) 满1000元，赠送以上所有礼品并附带会员卡一张。

3. 会员积分翻倍：

会员在活动期间购买商品可享受双倍积分。

1. 店门口两侧张贴主题：

“，如家人拥抱般的温暖。”颜色以暖色调为主，一定要彰显如家般的温馨，要在顾客看过一眼之后给顾客留下美好的印象。

2. 店内位置布局：

(1) 将主打的冬装摆放于黄金位置，以价格从高到低为摆放标准；

(2) 选择部分过季产品与冬装配搭，体现整体效果；

(3) 将大部分过季的产品摆放在过季产品促销区。

(4) 选择一些样式非常好的产品，摆放在店中间显眼处，看到这些产品要给顾客眼前一亮的感觉，争取顾客能一次性就看中其中一款或者更多。

3. 店内海报张贴：

(1) 冬装海报张贴于显眼位置和主打冬装摆放区域；

(2) 将过季产品促销海报张贴在过季产品摆放区处。

4. 在店内可用空间合理布置圣诞节小物件。

5. 店内工作人员统一佩戴具有圣诞节特色的圣诞帽，穿具有节日气息的服装。

6. 人员分工：

(1) 一人负责dm单发放；

(2) 一人负责收银；

(3) 一人负责赠品发放；

(4) 一人负责商品的补充；

(5) 三人负责导购和商品安全；

(6) 一名店长，负责全面协调工作。

1. 商城入口、外墙、电子大屏幕等显眼处设立促销活动广告。
2. 店内播音室滚动播出本次促销活动内容。
3. 分配人员负责发放dm单。

预算