

最新商场元旦促销活动 元旦促销活动策划方案(通用6篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

商场元旦促销活动篇一

活动内容：

一、新年惊喜换购价

20__=200+8=__+8=?

购物满200元，加8元可换购价值18元的商品

购物满__元，加8元可换购价值88元的商品

(换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等)

操作说明：

凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

二、噼里啪啦迎新年

在商场内购物满200元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。

满400元扎两个，以此类推，单张小票限扎10个。

奖券设置：

(奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券)

一等奖：在奖券上标有5个大象，2名，奖品为价值__元的礼品或消费券；

二等奖：4个大象，5名，奖品价值为500元；

三等奖：3个大象，10名，奖品价值200元；

四等奖：2个大象，20名，奖品价值50元；

五等奖：1个大象，奖品为价值10元。

操作说明：

可以在商场内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

三、购物送马克杯——感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时，随着流行时尚的不断变化，人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上，又称马克杯，天天相伴，时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

购物满300元，即可赠送一个马克杯，顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上，每个马克杯成本在5元左右。立拍立显，立等可取，体现个性魅力，

可作为自己的专用杯，也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

四、一谏值千金——我们倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际，听听顾客的意见，是十分有必要的，有助于商场对过去一年进行更好的总结和反思，也有助于商场在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到__的真诚。

选择周末两天，李总、谢总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物(价值5-20元，如台历、小型工艺品或印有“__”的实用商品等)，而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予1000元的奖励，并予次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予1000元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，商场还可以聘为兼职监督员。

商场元旦促销活动篇二

旺季抢量，同时强化×××音乐手机，完美音质的.形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。

促销主题和内容：

完美音质，随身畅响

20xx年12月20日-20xx年2月15日，凡购买×××音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

该赠品为便携式旅行小音箱，主要的用户利益点在于手机音

乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻，随时随地播放手机中存储的音乐。

此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员；另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备□k098□k028□k128必须配真机。

专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。

尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在xx市投放的临促数量(300名临促)，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

*注意元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，第1，2天，省会城市，二级地市的人流量会大，第1天的销量会达到平时7-10倍，第2天达到平时的3—4倍;第3，4，5天，人流回落到地市，县城，乡镇，销量为平时的1.5—2倍;第6，7天，一级城市又有所上市，但总量增长不大，和平时周末类似。各地注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

*元旦当天要准备低价格机器冲量。比如□k218等。

预防问题：赠品的流失问题，必须有严格的流程控制，促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品，都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。要设定促销目标，开展分组竞赛;促

销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

终端赠品发放登记表

售点名称:

填表人:

编号 顾客姓名 联系电话 手机型号 手机imei码 赠品名称/数量 赠品库存表期初库存 实销数量 送出赠品期间补货 期末库存 备注:
是否有其他损耗,请在下面注明原因。

商场元旦促销活动篇三

20xx到了新年好

xx月xx日——xx月xx日

20xx到了新年好□xx本台历倾情送

活动期间,凡在商城累计购物满xx元(大家电等贵重品满500元)即可获赠精美台历一本,单张信誉卡仅限领1本,每天1500本,发完为止!

发放地点:三楼羽绒世界

xx商城全体员工祝您新快快乐万事如意

各商场活动:

食品商场:美食升级贺新年

1、烟酒、滋补——精品文化大餐庆新年

2、常规食品——大升级

名品商场：

1□20xx年春节金条全新上市、

2、黄金“钱”兔似锦，吊坠纳福新春

3、新年特别企划

1)黄金饰品免费换

2)黄金加工费兑换大升级

3)黄金身份证当钱花

4)黄金屋会员购金双倍积分

4、明牌首饰新年送惊喜

1)明牌黄铂金每克优惠价

2)明牌钻石全场8折，赠送精美礼品一份

3)明牌_钻成本价销售。

4)明牌铂金免费换(只须递增30%-40%)

5、欧瑞德银饰、你我银饰□ss8银饰、七好银饰、嘉缘银饰全场6.8折

6、元旦开门红，戴新表走正点7、化妆元旦惊喜接连不断选份礼物送给心中的“她”

鞋帽商场

1、元旦开门红兴隆鞋城旧鞋换新鞋

活动细则：在12月31日—1月3日活动期间，顾客凭在鞋城购鞋的‘信誉卡可在品牌正价折扣的基础上再优惠80元，特价商品可优惠20元。（单张信誉卡只可购买一双鞋，不可累积使用）

2、兴隆鞋城精品男鞋展皮尔卡丹金利来卡帝乐沙驰花花公子啄木鸟等。

家电商场：

1、元旦开门红以旧换新大行动国家财政补贴10%厂商再补贴10%

双重补贴更省钱

电视、冰洗、数码全面参与以旧换新

2、苹果店迎新开业

3、精品电器展

百货商场：

1、兴隆床品，元旦开门礼，以旧换新大行动

2、新年换新锅，越“锅”越红火，炊具贺新年，拿锅就抵钱，苏泊尔、爱仕达以旧换新大行动。

3、时尚炊具新春首选——韩国炊具大联展

4、送礼送健康，健身器材大推广

5、健康三部曲：

(1)、健康送父母——足浴盆推广

(2)、健康送朋友——足疗机、按摩垫套购献礼

(3)、健康送领导——按摩椅推广

6、应季新品全新上市：

(1)兔年送祝福——兔子大会

(2)新年换新衣，喜庆又吉祥——儿童唐装展

(3)红红火火过新年——鸿运专柜全新上市

(4)欢欢“洗洗”过新年——洗涤用品大联展

(5)“瓷”旧迎新——陶瓷用品大联展

(6)冬季商品全面清仓：儿童棉服、羽绒服、儿童靴鞋

服装商场：

1、冬季商品大清仓。

2、极品服饰推荐。

3、贺岁款服饰推荐

针纺商场：

1、红运专柜，休闲春款抢先上市

2、新年贺新春羊绒首选礼

商场元旦促销活动篇四

充分利用元旦假期，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达宝利汇商场的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：百款名品一元秒杀

活动口号：天冷了, 来宝利汇吧!

充分利用圣诞节和元旦, 两大契机, 通过一元秒杀、现场微信抽奖, 发动所有商户通过微信营销发放电子代金券等促销手法, 直接让利于消费者, 从而提高产品销量及扩展宝利汇的品牌影响及商铺招租情况。

20xx年12月24日—20xx年12月26日

20xx年1月1日--20xx年1月3日

宝利汇购物广场

- 1、百款名品一元“秒杀”更劲爆!
- 2、活动当天, 凭电子优惠券, 到各商铺购商量即享受最低折扣!
- 3、活动当天, 凭电子优惠券, 商场即可送抽奖两次!

商场元旦促销活动篇五

充分利用元旦假期，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达宝利汇商场的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产

品销量的同步提升。

活动主题：百款名品一元秒杀

活动口号：天冷了，来xx汇吧！

充分利用圣诞节和元旦，两大契机，通过一元秒杀、现场微信抽奖，发动所有商户通过微信营销发放电子代金券等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展保利汇的品牌影响及商铺招租情况。

四、活动时间：

20xx年1月12日—20xx年1月14日

20xx年1月1日——20xx年1月3日

xx汇购物广场

1、百款名品一元“秒杀”更劲爆！

2、活动当天，凭电子优惠券，到各商铺购商量即享受最低折扣！

3、活动当天，凭电子优惠券，商场即可送抽奖两次！

活动一

“xx汇百款名品·一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，

一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，增强活动公信力，__传媒信息报及网络营销的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

20xx年12月24日晚5点，开始暖场，6点正式开始1元秒杀（根据商户提供商品的情况，建议每件产品安排3—5分钟，当晚拍30件）

20xx年12月25日下午4点开始演出节目，6点开始1元秒杀，约8点开始抽奖。

商场元旦促销活动篇六

佳威元旦惊喜多，恭贺新年送大礼

、1 1购物，实惠加实惠

活动期间，如顾客与其亲友(至少两人，最多限三人)在活动期间同一天一起购物，凭两人以上的购物小票，可享受团购优惠，优惠办法是都可享受“满1000元即送100元现金”的特大优惠(可两人的购物小票加起来享受团购待遇)。可促使顾客拉亲友来商城购物。

、喜逢20xx[]六六大顺

活动期间，购物满66元以上的顾客，凭小票可摸取幸运数字20xx[]摸全20xx的顾客，奖励现金66元，摸到20xx数字中的三个数字的顾客，奖励现金26元，摸到其中两个数字的顾客，奖励现金12元，摸到其中一个数字，奖励现金6元。参与的顾客奖励精美礼品一份。

、购物喜上喜 香港七日游

- 1、 在活动期间，顾客在一次性消费500元以上，可以在收银台免费领取抽奖券参加抽奖。
- 2、 领取奖券时，每满500元领取一张，超过500元部分金额以500元的倍数计算(不足倍数部分不予计算，例如：1000元-1499元可领取两张)，以此类推，最多限领5张。
- 3、 抽奖方式为公开抽奖，其奖项设置为：香港七日游(只负担旅游公司正常收取的费用，其他费用自负)。
- 4、 此活动将在活动结束后公布，旅游时间另行安排。
- 5、 最终产生幸运顾客3名

以上三个活动消费者可同时参与。

、好东西，便宜卖，天天特价送给您！

针对不同人群，不同时间，不同特点进行商品特卖，以小带大。逢星期六、星期天可以将学生服装进行特卖，逢星期一至星期五可以将男装、女装、老年装、内衣及婴儿服装进行轮流特卖。

参加此活动不可参加一至三活动。

场内外要精心布置，做到能烘托出，喜庆、热闹、传统、民俗的节日氛围，充分突显元旦与春节浓烈的节日气氛。

场外搭置古典式门楼，并制作大红对联，门脸上方要制作巨型喷绘，中央有红底黄字“恭贺新年”，左右两侧要有金童玉女恭贺新禧的图样，门内正中央制作一个大型“福”字。

场内制作两个大型菱形的方盒，上边有黑色的“恭贺新年”字样，方盒下边有坠穗。购置大型的卡通狗两只，悬挂于二楼演艺台，另需印刷吊旗，吊旗的颜色字样等与场内外一致，

做到从上到下，从里到外，统一形象，整个商城形成一片祥和、繁华的景象。

方案二：春节消费高潮期将至，促销方案迫切需要出台，定案。今年春节是个“特别”的节日，特别之处就在于情人节放在了春节前夕，将“元旦”、“情人节”、“春节”三个节日做为一个节日促销链，整体宣传，整体促销，主题新颖，独具创新，对商家促销资源的节约、促销机会的把握及促销宣传的预期效果都会有一个较好的改善。

元旦不比春节，但在相对淡季的1月份作为有三天假期的节日也不失为一个较好的商机，这里就元旦期间的促销文案整理归纳为以下内容。