

2023年中秋营销活动方案策划(精选7篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

中秋营销活动方案策划篇一

1、项目背景：中国历来有”民以食为天的传统”，餐饮业作为我国第三产业中的一个支柱产业，一直在社会发展中。过去人们的生活水平比较低，对饮食的要求只不过是温饱，然而，随着经济的不断发展，人们对饮食的要求也不断的在提高，尤其是崇尚美丽的女性，当今女性最时尚的话题也就是减肥.美容养颜，滋补等，然而由内而外，吃出来的美丽，才是最动人最恒久的美，健康餐饮将引领女性时尚潮流。

2、项目宗旨：

3、项目介绍：

(2)、 餐饮形式：为女士们提供有营养师制定限量(分量)的健康 美容饮食套餐，情侣套餐，主题套餐(以季节、天气、以及顾客的身体情况为主题)

(3)、 餐饮理念：健康 美容 养生 减肥滋补

(4)服务人员：青年男性(五官端正，身高1.70cm以上,接受训练)

(5) 地区选择：中国台湾

(6) 面向人群：以女性为主(可以带小孩，节假日男性客人需

携女友方能入内)

(7) 爱心之约：每结算一份单，向慈善机构爱心捐助1元

1、市场前景分析

社会的进步，也伴随着许多问题的出现，人们生活的提高，饮食的讲究对人们越来越重要，健康，保健，养颜，美容这都是女性特别关注的话题!市场经济竞争日趋激烈的今天，性别经济逐渐火爆，这种以女性为主题的餐饮理念，它摆脱了传统的餐饮业就餐时不分男女千人一面的现象，从菜谱到环境都符合女子的生理，心理定位，同时以贴心的服务将赢得她们的喜爱，产品的逐步发展，为将来的连锁产业奠定基础。

2、 目标市场

面向全体女性，可以领小孩;男性需携带女友方可入内，禁止单身男性入内。

3、 顾客消费准则

舒心，放心，健康，美容 养颜、 减肥等。

4、 市场竞争分析

中国台湾餐厅，各式的茶艺馆，西餐厅，普遍大众化，没有突出特色的方面，个性时尚的分性别的餐厅还一直是个空白，女性永远是时尚的代言，她们追求一系列美容。

5、 中国台湾餐饮市场分析

根据慧典市场研究报告 近年来中国台湾餐饮业呈良性发展态势，中国台湾餐饮市场蕴藏的巨大商机也被许多餐饮投资者所看中，因此，中国台湾餐饮业的未来发展趋势也被投资者所关注。

6□swot分析行业与企业的情况

s□(优势): 1、我们的餐厅具有一定的特色,符合中国台湾市场的需求。

2、我们开始中央厨房的应用,将大大减少了我们的成本,提高我们的竞争力。

3大陆和中国台湾合资的模式使得双方可以各取其长,互补共赢。

w(劣势): 1、刚进入中国台湾市场,我们的品牌知名度还不足。

2、对于餐饮业经营的经验不足。

o(机会): 1、平价奢华的潮流已成为发展趋势。

2、餐饮产业是中国台湾重要的服务产业,尤其在面临全球不景气的压力下,餐饮是民众最基本的内需产业,近年来两岸推展观光交流,对中国台湾餐饮是利多机会,美食已成为一项重要的时尚产业。 3、中国台湾市场已慢慢向大陆开放,政治方面的优惠政策也比以前好很多。

t(威胁): 1、中国台湾餐饮店数多,同业又同类店面竞争十分激烈。中国台湾人比较注重吃。同时中西餐饮文化在中国台湾汇聚,不仅加剧了竞争,也将消费者挑剔的习惯培养起来。

2、中国台湾餐饮企业为了能在激烈的市场竞争中脱颖而出,都拥有完备的企业体系认证. 3、中国台湾的政局不稳定,针对大陆来的投资政策也不稳定。

我们选择投资进入模式的合资方式,与中国台湾当地的企业按一定比例共同投资开办企业。这样一来,大大减少了政治

风险，享有更多政策上的优惠。其次，可以利用合营伙伴熟悉中国台湾政治法律，社会文化经济状况的优势，比较容易取得当地的资源并打开市场。

1、产品策略

第一，菜色。在这方面我们采取的是多元产品策略。消费者的需求是个性化和多样性的，单一产品存在消费者满意度局限性，同时有的品牌现有产品缺乏竞争优势，需要开发新的产品。我们实行多元产品策略主要体现在我们的菜品上，除了养颜美容的产品外，我们还根据季节和每天的天气状况推出相对应的健康食品和饮品以满足女性顾客的多元化要求。我们思考的不是引入最正宗的料理，而是侧重于考虑消费者的口味。

第二，服务。招聘服务员的原则就是这个服务员是不是喜欢和人相处，喜欢和别人打交道的特质，我们提供的服务不是有距离的服务，强调的是永远的亲切、温馨，像家人般的服务概念。

我们服务分三个阶段，第一是标准化的服务，餐饮业的服务员流动率比其他的行业大，要有标准化的教育，并附案例说明。当顾客来餐厅庆生，服务人员特别为准备生日蛋糕，为其唱生日快乐歌。他的桌面的布置和一般的桌子不一样，这些只需在预定的时候提前说明即可。第二是要让顾客满意。尤其节假日绝不涨价。既然她在这样的特别日子记得我们，就要特别为他们准备更多的活动，形成良好的口碑。第三是要让顾客感动。

我们的整个服务流程，主要围绕一个概念，就是让顾客成为我们一辈子的好朋友。站在顾客的角度思考每一件事情，尽管有损失，但顾客会成为我们一辈子的好朋友。只有这样才能让企业走向成功。

2、价格策略

(1)、我们的价格策略主要以平价奢华为主。中国台湾餐饮行业由于受到西方餐饮和日式餐饮的渗透和影响，使其成分和风格丰富复杂。在激烈的竞争中，人们对于就餐环境以及价格都提出了更高的要求。市场细分之后，中国台湾餐饮更倾向从服务业本身内涵中挖掘出竞争优势。而食品精致化、品牌定位于“平价奢华”就是许多中国台湾餐饮企业新的路线。在餐饮细分市场，除了各种不同风格和口味以外，高档餐饮、商务餐饮将服务做到极致，而快餐则将价格做到了极致。我们认为中间可走的路线就是平价奢华，所谓奢华，就是店面装潢和就餐环境与高档商务餐饮相当，而且有细致亲切的桌边服务。

但单价则保持在50~80元钱。既要平价，还要奢华，又要亲切的桌边服务。那么成本怎么控制?利润怎么保证?我们的想法是建立中央厨房，也就是在一个地区如果有三个餐厅开业，就设立一个中央厨房。中央厨房的职能是由公司研发人员即主厨研发出来的菜品进行一次加工，并配送到其辖区的餐厅，餐厅只需要二厨根据规定动作烹制食品即可。这样对于每个餐厅来说，不需要配备薪水较高的主厨和大厨，只需要配备二厨即可。中央厨房统一配送，既能使食品保持口味一致，二次加工流程减化，又能减少顾客等待的时间。增加餐厅的翻台率。

(2)、折扣价格策略。主要是为了促进消费者的消费，除了法定节假日的折扣优惠外，我们还推出白银、金卡、白钻的会员等级制度，会员的等级越高享受的折扣也越多。

(3)、参照竞争对手价格策略。为了使自己的产品在价格方面比竞争对手更具优势，企业在认真研究竞争对手价格的基础上，参照竞争对手的价格制订自己的相应价格。

3、促销策略。

促销对于提升当期销量、提升品牌形象都具有非常重要的作用，因而促销是营销最重要的营销方式之一，促销活动要体现：形式多样性、针对性、的原则。

(1)、 价格促销。价格促销主要是降价促销，为了提高竞争优势，我们会做一些折扣价格优惠等促销以提高消费者的消费积极性。如每天推出一个降价套餐。

(2)、 赠品促销。赠品可分为两种：一种是赠送优惠券，一种是赠礼品。赠送礼品，可采用消费不同数量奖励不同价值礼品的方式，在礼品的制作和选择上，其主要特点新异、奇特、艺术性等，突出企业文化内涵。

(3)、 节日促销。利用圣诞、元旦节、情人节、愚人节、母亲节等节日在餐厅举办相关主题的促销活动，尤其是情人节和圣诞节是最重要的促销节日。如情人节可采取消费指定套餐赠玫瑰，女士携男士消费，免费赠送女士玫瑰。

4、 品牌生动化传播策略。

女性消费者一般具有较强的品牌意识，对品牌有较高的忠诚度和偏好性，故加强餐厅的品牌生动化传播是非常重要的。

(1)、 我们采取多品牌战略

多品牌战略在企业经营中可能是老生常谈，多品牌战略与特许经营结合在一起最大限度地降低了成本，增加了市场份额。由于每个品牌定位不同，在一条竞争激烈的商业街上，可以出现多个品牌最大限度占有市场份额，这对于盟主的直营店，还是对于加盟商都不会出现自己打自己的情况。

成熟的加盟管理体系的形成需要多年摸索，但是多品牌可以使加盟体系在企业内部快速复制。对于盟主来说，多品牌在招商过程优势也是非常明显的——给加盟者提供更多可选择

的空间。加盟者主要看中的是盟主的经营理念和特许体系，如果给加盟商提供更多定位和价位的加盟品牌，则会优化招商效果。

(2)、视频广告投放。主要是在广场、电视等大众媒体上进行传播，以提高企业知名度。

(3)、人员传播。我们公司的所有店面人员统一为年轻男性，统一黑色宴会装。服务人员造型美观大方、色彩搭配合理醒目的服装也会起到良好的品牌传播；服务人员热情周到的服务和对企业文化的宣传都是对品牌良好形象的塑造和传播；要重视口碑传播，通过第三方的口碑宣传，提高品牌可信度和忠诚度。

(4)、礼品展示。放置在展示架或展示橱窗里放在夜场大厅明显位置广泛地展示给消费者，刺激消费者的消费欲望。

5、分销渠道策略

我们采用中宽度分销策略，既具有控制性、服务、质量的优势，又具有较大覆盖面。

采用直营和加盟商的渠道建设方式，尽可能占领市场。直营连锁的方式有利于加强控制力，树立企业良好的品牌形象，但是也存在建设成本过高的问题；加盟的方式就能有效解决成本问题，而且还能加速企业的资金周转速度。

以下是我公司设想几个主题餐饮店：

芭比粉红舍(别名□the pink room)

芭比粉红舍是全球首个完全以芭比品牌为主题的餐厅，完全是为喜欢芭比娃娃的女性度身订做的。

餐厅以粉红色作为主色调，一走进去有如在梦幻般芭比世界一般；餐厅主打经典英式下午茶，新派甜点及手工巧克力品种繁多，制作精致可爱，甚至连蛋糕上面都印有芭比娃娃的头像。

餐厅还有专门让小朋友穿芭比装走秀的小t台，可谓是把芭比主题发挥到极致，绝对是闺蜜小聚的最佳地点。

宝贝豆 baby doll(来福士店)

baby doll的定位就是“针对女性打造”的餐厅，自然处处透露出梦幻与童真。

餐厅色调以紫色、红色、橙色为主，珠帘、流苏、帷幔、轻纱装饰其间，如同女孩子的闺房般温馨；不过最吸引人的还是这里超有噱头的菜式，“宝贝豆”“黄金甲”“会说话的鸭子”，这么有意思的名字让人一看就想点。

6、公共关系策略

(1)、是要建立与客户的良好关系，首先要坚持“以人为本”、“用心服务”的原则，要充分地了解顾客的需求，认真听取顾客的意见；比如可以在餐厅里留下顾客的意见本，以便及时了解顾客需求，改进服务，建立与顾客的良好关系。

(4)、是根据公司的财力和物力，适当地开展一些社会公益活动，比如建立“希望小学”，帮助贫困学生完成学业、救助孤寡老人等慈善行为树立企业形象。

中秋营销活动方案策划篇二

活动目的：

一、加强企业文化气氛

二、了解美容师的心声

三、拓宽新拓客

活动主题：

520，向美容师问候！

活动时刻：

20__年5月20日

活动内容：

美容店在5月20日当天可以举办520美容师节你最喜爱的美容师评选活动，关于每一位被邀约进店的客户给予必定的奖品以及美容店优惠卡。

环节一：优异美容师讲演大赛(美容师可以叙述自己对美业的喜爱，自己的生活作业，以及对将来的展望，以及身边感人的小故事都可以)

环节二：游戏环节(这是美容师与客户都要玩的小游戏，比方接龙游戏，你画我猜等游戏)

环节三：美容师拉票环节(美容师关于自己的`亲友团停止拉票选出最优异的美容师)

环节四：颁奖环节(优异美容师宣布获奖感言，获得520最美天使的称谓，由美容店店长颁发奖状和奖品等。)

中秋营销活动方案策划篇三

今年x月xx日是中秋节，距离xx月x日仅仅3天，又值x月xx日x

商场八一店五周年店庆，这种扎堆效应，潜在消费群体相对于单个节日来说要多很多，同时为了应对xx周年大庆，提前引爆并释放消费高潮，因此对于我们来说，这是一次很好的提高门店销售额、提升x商场品牌形象和应对xx年大庆的好机会。此次促销，应该做到参与促销的商品面广、数量多，力度大，利用节日的双重性，促进商品的连带销售。具体内容如下：

- 1、活动主题：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆。
- 2、活动范围□x商场商城及八一店□x商场购物广场、北园店。
- 3、活动主题：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）

活动简述：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。

4、活动内容：

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%。

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。

5、活动时间□x月xx日（周五□——xx月x日（周日）。

6、活动范围□x商场商城及八一店□x商场购物广场、北园店及华信店。

活动期间，凡单店当日购买穿着类、床品、箱包商品新品7折起，原则上参加品牌范围要广，至少济南五店相同品牌要保证相同力度。（超市及特例品牌除外，活动期间，会员积分卡只积分不打折）

时间□20xx年xx月x日—x日

凡当日单店购物满300元的顾客，可凭购物发票参加抽奖，有机会获得该票全额和半额消费返还。

具体操作如下：

各店设置一个抽奖箱，内有20个乒乓球（其中全额返还1个，半额返还2个，17个纪念奖，可选择超市商品），工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“1”章，即时开奖。

此活动旨在通过购物加购的方式，经历过暴雨事件后，人们在面对意外事故、灾难时候的无助和彷徨，更加突出了保险的重要性，拟通过购物赠送人身意外保险的方式，体现出x商

场以人为本，关心顾客，为树立x商场关注顾客健康的形象，起到一定的积极作用。因国庆主题促销已经推出全场7折起，为控制成本，此活动采用加购的方式，作为主活动的附加活动，淡化商业气息，突出x商场送安康的营销思路，能引起顾客的关注。

活动期间，凡当日单店购物累计满1000元（含超市）的顾客，均可加一定金额的现金到各店总服务台办理“保险卡”一张，每日每店500个，保险卡设置为：

a系列：加5元赠送保额为22000元的意外伤害保险（成本15元）。

b1系列：加10元赠送办理保额为63020元的意外伤害保险（成本30元）。

b2系列：加10元赠送办理保额为281000元的交通意外伤害保险（成本30元）。

c1系列：加20元赠送办理保额为155030元的意外伤害保险（成本50元）。

c2系列：加20元赠送办理保额为540000元的交通意外伤害保险（成本50元）。

中秋营销活动方案策划篇四

6、场内特色气氛广告布置。

同时建议各月饼供货商相应作一些礼品团购促销活动，如：一性购月饼礼品盒xx元以上95折优惠，5000元以上送价值388元的中秋礼品一盒……等。并由时代百货超市采购部洽谈与名烟名酒等进行一些礼品搭配组合出售，在dm上扩大展示版

面将活动做上出，提高中秋月饼销量。

好礼送亲人，中秋礼品大展销：

9月15日至10月6日时代百货一楼精美中秋礼，美食月饼大展销，够品味，够档次，价格更实惠是您过中秋购买礼品的理想选择！

(注：由采购部争取供货商，门店提前将中秋月饼，礼品作好商品陈列展示，加强节日的气氛，企划将卖场内的气氛做一定的布置使商品更有吸引力)

【活动主题】：年年岁岁月相似，今岁中秋大不同

【活动时间】：9月15日至10月6日(国庆、中秋)

【活动创意】：中秋节是一个传统隆重的节日，也是下半年旺季的开始，及其重要，其主要特征表现在团圆的寓意深长。如何在这个节日做好商品销售(主是月饼和礼品)和提升品牌，是提升下半年整体销量的关键。本次活动抓住中秋节情、礼、义以情义礼为诉求点炒作商品，使品牌进一步深入，商品销量大幅度提高。

【活动方案】：

明月寄相思，美味传真情

9月15日至10月6日采购部争取一些赠品免费品尝，同时争取中秋月饼在一楼醒目处作散装、礼品月饼陈列性商品展示，用于本次活动主题的体现及活动的吸引点，根据惠州的实际消费做各种礼品搭配。商品陈列性展示注意技巧及美观感，充分利用灯光，色彩的搭配加强卖场气氛，企划部配合。

(注：由企划部在卖场内外布置活动的气氛或展销商户提供，

在合理的位置安排一些节日祝贺及文化气息较浓的诗句，体现企业的文化品味，使顾客进入卖场即有购买的欲望。)

刮刮乐，刮出大彩电：

活动办法□xx月xx日—xx日，凡在当日一般商品单张收银单满300元以上、特殊商品单张收银单满3000元以上，即可凭购物单到商场负一楼超市入口处参加游戏。

摸奖设置：设置一个透明玻璃摸奖箱，箱内装100个玻璃球。顾客单手手背向上，一次性摸出多少玻璃球即赠送相应金额的购物券。

摸奖方法：顾客凭购物单到海底捞月处摸取玻璃球，当日购物一般商品单张收银单满300元、特殊商品单张收银单满3000元，均可按摸球规则摸一次(每人仅可摸一次)，奖金以顾客抓出玻璃球的数量确定，每个球1元，抓多少，送多少。

奖券发放：每组设置3人，一人登记发票，确认抓球次数；一人组织活动的开展；一人发奖券。

预计奖金：预计三日销售1188186.86元，每笔300元，最多有3961人摸奖。按每人平均20元计算，合计约79212.46元(实际约为一半，费用约为实际销售的6.6%)。

要求

- 1、质管部作好促销活动的店内广播。
- 2、综合办负责活动的宣传和组织和摸球道具的准备，以及对摸球工作人员的培训。
- 3、保卫部负责活动现场的秩序维护。

4、业务部负责购物券的准备。

5、摸球人员要求认真负责，要耐心对顾客讲解

活动二、购物抽奖送月饼

1、凡在xx年xx月xx日-xx月xx日在本商场当日购物一般商品单张收银单满100元、特殊商品单张收银单满1000元即可参加抽奖一次。

2、抽奖凭有效购物单，最多限抽一次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废)。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖价值50元的月饼购物券一张

二等奖：奖价值30元的月饼购物券一张

三等奖：奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本商场购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

中秋营销活动方案策划篇五

中秋节前两天

1、初步了解中秋节的名称、起源及节日风俗习惯。

2、通过了解家乡过中秋的风俗习惯，激发学生热爱家乡、热爱祖国的'情感，体会家庭欢乐、生活幸福。

3、通过对节日的了解使学生感受中华民族文化的特点。

4、培养学生搜集，整理，比较，分析和运用资料的能力以及语言概括和表达能力。

将学生分为六组分课题收集各地中秋节的节日和风俗习惯，以及中秋的相关资料。

第一阶段、活动准备

1、搜集有关中秋节的名称、由来、中秋灯谜和中秋节的传说故事等等。

2、调查访问身边的长辈，了解家乡过中秋节的风俗习惯。

第二阶段、以班会形式进入活动

一）、情境导入

二）、进入活动主题，交流感悟第一主题：话说中秋

1、中秋节的由来

2、中秋节的传说与民间故事

3、中秋诗词佳句知多少

第二主题：中秋实践活动

1、设计别致、精彩月饼图案

2、举办月饼宴

三)、讨论中秋节活动方案

1、中秋节就要到了，你们有什么想法吗?谈谈今年打算怎么过中秋节。

2、同学们之间交流。

四)、小结

中秋营销活动方案策划篇六

主题：“景区中秋祭月仪式”特色民俗活动

活动时间□20xx·09·27晚

活动介绍：中秋祭月会一直是景区的传统节日庆典，今年新增了荷花灯、烛舟、寺庙钟声的配饰，加上景区夜晚的蛙叫虫鸣，使得整个祭月仪式更具有复古的味道。仪式中除了汉服歌舞文化表演，仪式结束后还有祭月贡品分食的环节，不仅让人能感受到浓烈的汉风民俗文化，也能让部分幸运的参与者得到象征福泽的贡品吃食。

参与群体：广大市民、相亲活动男女、大学生、孤儿等

主题：慰问孤残儿童、看美景、做月饼、献爱心

主题口号：“月圆天上，情满人间”

活动时间□20xx·09·27

活动介绍：中秋是个月圆人也团圆的日子，但是总有一群人在这个日子无法与家人团聚。这次景区邀请了扬州孤儿院的孤儿们来一起过这个节日，内容不再是简单的给孩子吃的、喝的、玩的，取而代之是教他们在中秋节自己动手做月饼，

同时将做好的月饼献给一直以来关心和照顾他们的爱心人士。此外，在当晚的中秋祭月仪式上，他们中的一些小朋友也会为大家带来精彩的节目表演。

参与群体：社会各界爱心人士

主题：相亲会

主题口号：爱情的主旋律

活动时间：1期9·22，2期10月中下旬

活动介绍：景区是第一个把交友类活动和户外旅游相结合的景点。

主题：“中秋夜·露营赏月会”

活动时间：9·27

主题：“景区大寻宝”

活动时间：中秋（25—27号）、国庆（1—7号）

活动介绍：大寻宝活动是景区的又一特色活动，以往一般只在五一、十一期间举办，今年的中秋节排在了国庆之前且靠得很近，景区将寻宝活动跨度拉长，让更多的市民游客可以参与其中，获得更多的乐趣和幸运。

参与群体：中秋国庆来景区的所有游客

主题：景区趣味表情大征集

主题口号：“我是主角我happy☑定格快乐景区”

活动时间：9·20—10·10

活动介绍：只要在9·20—10·10期间，在景区迷人的背景下留下自己好玩的、搞笑的表情记录，快乐的、有趣的瞬间场景。摄影设备不限，不玩技术玩心情，不要专业要开心。相片发送至论坛、邮箱、或手机彩信发送；相片要求：景区游玩过程中表情特写，有趣的瞬间记录即可。

参与群体：中秋国庆期间在景区游玩的游客。

中秋营销活动方案策划篇七

X.X——X.X

超市在这美好的秋季与您相约[x月x日“花好月圆人团圆、盛隆送礼礼连礼”与您共度中秋佳节。感受秋天带来收获与成熟的风韵。

花好月圆人团圆盛隆送礼喜连连

卖场内专设中秋礼品专卖区，按照月饼的品牌、保健品和酒的类别正气陈列，指定专人负责礼品的促销，策划部负责中秋礼品区的装饰，要求在卖场内醒目，能吸引顾客的目的。

中秋档可是销售黄金段，为了快速有效的抢占市场份，向广大客户及潜在客户广发短信

一重喜

一次性购物满30元，可抽“仲秋礼券”1张，60元2张，单张小票最多限5张；

a.购指定几种月饼礼盒时，此礼券可抵3元；(此券限活动期间使用)

指定月饼品种有：

b.购保健品或酒(指定商品)可分别抵1元、2元、3元使用。(此券限活动期间使用);已买断的酒为使用品牌。

中秋礼券

a类保健品或酒此券可抵1元

b类保健品或酒此券可抵2元

c类保健品或酒此券可抵3元

二重喜

如果您中秋礼券右下角的文字能拼起“团圆奖”、“喜庆奖”、“团圆奖”、“喜庆奖”，祝贺您，您又中了我们的第三重奖。中奖条件和奖项设置如下：

a.团圆奖集齐“团、圆、奖”3个字奖价值200元的奖品(礼券、现金)

b.喜庆奖集齐“喜、庆、奖”3个字奖价值100元的礼品(礼券、现金)

c.盛隆奖集齐“盛、隆、奖”3个字奖价值12元的礼品(礼券、现金)

d.欢乐奖集齐“盛、隆、奖、团、圆、喜、庆”7个字任意一个

奖价值3元月饼小礼包一份(9月28前)

奖价值1元的盛隆购物券一张(9月28后)

奖项预设置□a共100个;b共1000个;c共10000个;

总店：关于中秋节的吊旗、门口的条幅或者中秋的宣传画（一中秋节的活动内容为主）、陈列区的布置。

连锁店：中秋节条幅、吊旗。

条幅：10米6元/条26条=1500元

中秋礼券：0.1元/张10万=1万元

吊旗：2.5元/张1000张=2500元

dm快讯：待定；广告费用：报纸、电视，待定

1、中秋礼券在外地定做印刷。策划部负责设计与联系印刷；

2、中秋礼券的左联由收银员负责收取。

3、吊旗□dm快讯策划部负责拍照、设计排版，联系印刷。配送中心和门店组织商品。

4、连锁店负责各门店的条幅。

5、在超市入口处专门设立奖品兑换专柜。

6、各店的中秋礼券由超市专人负责管理、登记，下班收回保管好。