

2023年商场五一的促销方案(通用5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

商场五一的促销方案篇一

举国欢腾庆五一，开心购物去XXXX

5月1日—5月7日

日化节—亮丽人生

联合3—4个主要洗化品牌举行产品会展。世纪海联超市负责统一组织文艺演出活动、展区整体规划、整体宣传及涉外事宜。厂商自行负责品牌宣传及在规定展区区域的促销活动。

太阳伞若干(供应商自备)，氢气球8个以上(供应商自行广告宣传备用)、气拱门一条(20米)、外场展区(4个)、服务台前展区(其它品牌)、二楼不锈钢栏处会展厂家展区、文艺活动区(舞台、音响设备)

1、最后胜利(5月1日—7日)

活动形式：采用拍卖会的形式，每天推出一档，每档20—30样商品，超低价起拍。

活动时间：时间从上午9：00起拍。其余时间安排在活动之前或活动之后。

共享五一文艺演出活动(与英才音乐学校联合举办)

2、风情万种(5月2日)

活动形式：内衣秀、时装秀现场模特表演

3、款款情深(5月3日)

活动形式：婚纱展现场模特表演

4、人生风采(5月4日)

活动形式：摄影展

现场展出摄影作品;设置一处景点，现场免费拍摄(1人限拍1次);免费化妆会;美容美发专家咨询会。

5、爱我中华(5月5日)

活动形式：“世纪海联杯”少儿绘画大赛、作品展

从4月25日开始，少年儿童(3岁)凭一幅作品在服务台前报名。

5月5日展出报名作品，再加上现场参赛作品综合得分，评出一、二、三等奖3名，其余为纪念奖。

比赛内容：以“锦绣中华”为主题作画一幅。

奖项设置：一等奖：二等奖：三等奖：

6、明星在线(5月6日-7日)

活动形式：模仿秀卡拉ok大赛

从4月25日开始免费报名。桥西店服务台进行详细登记。桥西店从4月25日每天晚上7：30-9：30在店前为音乐爱好者免费提供练习。

每组3名，一等奖：二等奖：三等奖：

1、换季商品蹦极行动

联合厂家促销和桥西店自行促销，选出10余种针棉商品五折销售。

2、生鲜潮、早市价

推出几种超低价生鲜商品进行限卖。

3、购物套餐，盘盘开怀

购物达规定现金者，凭电脑小票加规定现金在指定处换购指定日常生活用品。

商场五一的促销方案篇二

浪漫的五一温馨的xx

x月x日—x月x日

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

1、有奖购物促销。凡在xx购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如t恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在xx广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约xx元左右，可用于奖品支

出费用。详案见合作协议书。

2□“xx采风，今夏清爽”xx第二届空调节。

(1) 购机抽奖，互赠空调。用户在x购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

(2) 销售排行榜□xx购物广场联合消费者协会等有关部门，对x月x日—x月xx日之间xx销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

(3) 主题为“空调与我?现代生活”的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表

商场五一的促销方案篇三

活动出发点：五一国际劳动节，许多企业要给员工发福利，而且涉及面非常广泛，购物数量也很可观，因此如果能给这些企业一部分优惠（优惠部分给个人），进行团购活动，鼓励他们到本超市系统购物，对于超市来说是一个很好的卖点。

劳动创造美——五一节系列活动

我劳动，我美丽——主广告语

五一节使得有机会回归到五一节的真正主题——劳动；五一节是名义是劳动节却不劳动，是休闲的节日；那么，让人们在休闲的节日里通过劳动，给自己带来的真正快乐，教育人们“快乐美好的生活是通过劳动取得的”，这样具有深刻的社会意义，活动的档次明显提高，对提升企业形象很有好处；

同时，百货公司的促销活动，一般都是赠送、抽奖、折扣等，公关活动一般都是表演、捐赠、联谊等。而本活动的核心宗旨，就是将劳动节7天，每天一个项目，不论是公关活动还是促销活动，全部设计成由消费者直接参与的项目，我劳动，我美丽，通过活动，不仅促销商品，提升企业形象，还能增强民众素质，美化心灵，满足人们内心深处的精神需求。

商场五一的促销方案篇四

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

- 1、婚庆消费（婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类）
- 2、长假旅行消费（箱包旅行包、摄影器材、旅行用品）
- 3、近郊春游消费（饮料类、即食品类、休闲食品类、）（户外用品、运动用品、园艺用品）
- 4、家庭换季消费（夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季）（夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品）
- 5、福利消费（夏季消夏用品团体福利消费）我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所

以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8—12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾惊喜狂购（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

劳动光荣低价有礼（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

开心度长假低价总动员（出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价）

清凉一夏低价风暴（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、

饮料)

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣吃上再拿上(游戏互动促销大规模的品尝买赠活动)

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销主题及主力商品群后,要进一步规划各类商品促销比重,建议如下:五一快讯各类促销品量食品类分类主要品种促销品数让利幅度生鲜包装熟肉装210%—20%散称熟肉、面包、散称饼干610%—20%散称糖果、炒货、干果蜜饯410%—20%粮油色拉油25%—10%10公斤代大米、面粉25%—10%调味醋、酱油、味精、芥末油、花椒油(凉拌型)25%—10%代干货(腐竹、粉丝)210%—20%罐头、白糖、冰糖、蜂蜜85%—10%酒饮白酒(当地婚庆常用型)23%—5%啤酒(单支、罐装)23%—5%饮料(纯水、果汁、乳酸、茶)105%—10%冲调(柑粉、固体果味冲饮)230%—50%茶叶(散装、袋装)420%—30%休闲饼干210%—15%膨化410%—15%果冻210%—15%干果蜜饯410%—15%山楂210%—15%五一期快讯各类促销品量非食品类分类主要品种促销品数让利幅度洗化洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化810%—15%洗洁净、洗涤剂、柔顺剂410%—15%香皂(润肤型)210%—15%护肤膏霜(防晒、保湿型、换季护肤品)1020%—30%牙膏、牙刷410%—15%卫生巾、卫生纸410%—15%家居收纳整理袋、衣架410%—15%居室清洁用具210%—15%冰品制作模具、凉杯水具210%—15%雨具210%—15%家电夏凉家电(电扇、空调)45%—10%摄影器材(像机、胶卷、电池)45%—10%家纺内衣、睡衣、丝袜(夏凉型)1010%—15%床品(凉枕凉席)210%—15%毛巾(浴巾、毛巾被)210%—15%运动服、鞋420%—30%凉拖420%—30%文体运动器材(羽拍类、球类)320%—30%户外玩具类(风筝、摇控模

型) 420%—30%。

商场五一的促销方案篇五

- 1、迎接五.一旺季，品牌宣传造势
- 2、提高销量给客户信心，为5月压货创造条件
- 3、搞好客情关系（本人4月份调到该市场）

迎五一，容声冰箱大优惠

xx.4.24—25□实际操作效果好，延长到4.27)

- 1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。
- 2、20日在钦州市场做宣传：贴海报和包装三轮车，23日在商场前贴海报。
- 3、22日检查库存和现场物料
- 4、活动统一说辞的提炼：科龙厂家“五.一”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个“联合国节能金奖”易拉保、两个海报牌。

包装三轮车（5辆）200元、运输费用50元、临时促销30元/天×2=60元，共310元（场地有商场申请）。

1、期间共销售26台，占当月销售63台的41.2%。主要竞争对手当月销量是47台。

2、为“五.一”旺季做了充分的宣传，就“五..一”七天销量为79台

3、客户当月提货97台，为历史最高记录。但由于估计不知和其他因素，导致在5月3日畅销型号[290s[163g等)就开始断货影响了五一的销量。（该地区没有设代理商，由南宁代理商辐射过来的。）

4、使钦州市场的.冰箱销售有了更清晰的主题：节能，而且使容声的209s[意外收获)

5、取得了客户的信任。