

商场年中庆活动方案设计 商场年中庆活动方案(汇总5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

商场年中庆活动方案设计篇一

一、营销思路： 1、采用月度营销概念

此次事业部首次将年中庆营销采用年中回馈月的概念，时长跨度一个月，通过月营销概念整合夏日淡季营销，将淡季营销做热，做强。每一波活动都要紧紧围绕在“年中盛典回馈”的概念和主题之下 2、通过商品营销、vip营销、俱乐部品牌营销形成完整的营销体系，形成持续热点话题。

3、父亲节作为年中庆第一波启动预热，力推男士消费品类，并通过关心男士，节日送礼概念，利用节日互动活动，提升父亲节与年中庆的氛围。

4、7月，为夏季商品销售高峰期，通过全类商品营销、俱乐部

1 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 品牌营销进入年中庆高潮篇。商品营销中重点突出黄金珠宝、女装、男装、运动休闲等热销品类及品牌特卖，展开分类错位营销。同时结合童乐汇及美乐汇的整合活动开展加强俱乐部品牌效应。6、第三波：会员独享。通过年中回馈vip激发会员更大的积极性，

从而提升商场的销售和会员贡献率、忠诚度。

二、商品营销略表

注：上述表中的时间段仅供门店参考，具体的活动时间段由门店根据所在区域市场特点进行规划。

三、各波段营销重点：

年中庆第一波“年中盛典真情回馈”：（商品营销俱乐部品牌营销）

（一）、策划宗旨

1、通过社会热点世界杯与父亲节的结合预热年中庆氛围 2、置入品牌事件营销，提升品牌形象。

3、合理整合利用资源传播，提升活动的含金量和扩大事件传播效果，预热年中庆，树立年中盛典回馈口碑，引起社会关注。

2 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考（二）、活动内容：

商品营销：

1、突出男士消费品牌吸引力，利用高端男性品牌营销来营造年中庆庆典氛围

1) 组织男鞋、男裤、男衬，休闲运动服饰等品牌，开辟单独区域进行精致包装，做男士精品服饰展销会，以人气商品提升客流。2) 组织沙驰、皮尔卡丹、斯卡图等高档男装品牌专场，回馈高端客群。

3) 组织珠宝、玉器、男士化妆品、数码产品等男士商品推荐，套装组合推荐等回馈男性消费者。

2、做好男性商品与其他商品的互动性，做好联带销售。 1) 男士商品与女性商品、童装等品类的互动：如购男装满额赠送女装、女鞋、化妆品等优惠券；购男装送童装、女装优惠券；购男装赠送健身、运动器材优惠券。

3、持续利用世界杯社会热点，制造持续关注点做好运动休闲类

3 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 营销

1) 加强对球星穿着中时尚元素的发掘与宣传，与自身品牌相结合，找出共同点加以热建（如利用球星所穿阿迪鞋宣传商场的阿迪品牌），加大对运动休闲产品的持续宣传。

2) 开展趣味文化活活动，提升参与性、互动性。如：“热抢冰啤，畅想激情世界杯”，购物满额万瓶冰啤免费送，杯享欢乐。

俱乐部营销：

活动主题：家庭群英会

活动内容：

注意点：门店可自行穿插其他童乐汇和美乐汇活动，以增加活动的丰富度和娱乐度。

年中庆第二波“年中盛典真情回馈”：（商品营销、俱乐部品牌营销）

（一）、策划宗旨

1、拼抢市场份额，提升商场销售

4 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 2、做好商品组合资源营销，提升商品形象

3、加强俱乐部品牌宣传，通过俱乐部品牌营销扩大俱乐部品牌影响力

（二）活动内容：

1、活动主题：全城乐享凉夏盛惠 2、活动内容：

（商品营销）：

1、商品折扣形式：冰爽劲折消夏送礼

1) 主活动建议以直接折扣、满额省现金、刮卡获奖券等形式开展。具体形式由门店自己规划。

2) 在折扣力度之外，结合商品营销推出“消夏送礼”回馈。做好礼品与折扣力度的结合营销，礼品以夏季纳凉礼品、时尚礼品回馈消费者。

具体形式：

a□满额分级送礼品：购单品类满额/联动品类满额等形式；

5 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 b□购物抽奖赢礼品；

2、突出热销品类，做好分门类商品组合营销。 1) 做好热销品类营销。

如：1、组织黄金珠宝、玉器、饰品等品牌打造靓夏珠宝节。1) 做好夏季商品的组合营销。

组织男装、女装、运动休闲、床品等热销品类开展互动营销，促进门类连带销售，提升商场整体销售。

如：购珠宝满额送女鞋、女装优惠券、折扣券。

会员营销

1、积分营销：积分疯狂兑

具体活动形式：

6 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 1、积分升值兑“现金”（现金券）

1) 会员顾客持vip卡至总台可凭卡内积分兑换现金券，现金券等同现金使用。每1万分兑换100元现金券。

2) 现金券的使用时间、范围及兑换返利率有门店根据具体情况规划。

2、会员专享，积分乐兑

1) 会员持vip卡可至总台兑换礼品、联盟商户礼券、服务、参加俱乐部活动等。注意点：

1) 上半年，各门店对会员积分的消化不是很理想，借此年中

庆典机会，采取积分兑现金券及积分换礼同时进行的方式集中消化会员积分。

2) 积分兑换现金券主要针对高额积分会员；积分乐兑礼品主要是针对低额积分会员。

7 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 主。

4) 礼品选择金额分高、中、低三个级别，以便不同积分的会员兑换。

2、时尚大联盟

利用联盟商户资源，宣传年中联盟回馈概念，扩大年中盛典活动的影响力

充分利用银行资源、餐饮、健身、培训、游泳等热点联盟单位资源。改变以往单一的赠送消费券的形式，以联盟商户献礼及优惠券网的在线献礼、大型文化活动献礼等形式进行。突出互动性，形成联盟回馈消费者的概念。

活动形式：

1、购物刷卡有礼，购物满额有礼。

2、消费满额/生日当天/会员卡升级等赠送联盟商户优惠券、礼品。

3、会员年中庆期间来店消费次数达3次以上赠送联盟商户优惠

8 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 券或是体验券。俱乐部文化活动：

童乐汇：前期“家庭群英会”活动延续

美乐汇：商场可联合联盟单位资源开展美容沙龙、服饰搭配、瘦身达人等活动穿插整个年中庆期间，活动形式以：讲座+互动+礼品形式进行。

年中庆第三波“年终盛典真情回馈”vip营销)

（一）、策划宗旨

1、会员消费对商场的销售的提升已上升到一个高度。通过开展会员营销，加强会员服务，维护会员身份从而提升会员的贡献率和忠诚度。

9 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 为，制定整改措施。

（二）活动内容（回馈升级） 1、活动主题vip至尊礼遇 2、活动内容： 1）、商品活动升级： 1）主活动形式：

建议以直接折扣、满额减现金、刮卡送券等形式开展。

注意点：

（1）具体的活动形式建议与第二波折扣形式交叉进行。具体形式由门店自己规划。

（2）整体活动力度针对会员加强，如非会员？折，折后银卡9.5折，金卡9折。体现会员身份尊贵。

□3□vip专场，品牌参与面要广、力度要大。2) 品牌专场

活动形式：

10 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 (1) 组织品牌vip专场：高端会员，同时可将vip专场穿插在整个年中庆的每个波段期间。

(2) 组织夏季商品专场特卖会

(3) 组织高端品牌反季特卖专场 2)、会员独享，热兑升级：

主要体现：超值兑、积分用途广

(兑换返利率控制点：兑券：1.3%以内；兑礼0.5%以内；综合：0.9%以内)

活动形式：(1)、小积分抽大奖

顾客凭会员卡内vip积分可参与抽奖活动，满1000分参与一次，赢取大奖。

(2)、积分全馆超值乐淘淘

a□会员卡内每10000分超值兑换110元现金券。

b□会员卡内每100分可兑换1元商品，积分不足时加价换购。

11 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 注：此处商品是商场里销售商品。

c□积分使用面更广：联盟礼券、礼品，升级服务（停车服务、礼品包装等），参加俱乐部活动。

3)、豪礼升级：加强礼品对会员的吸引力

活动形式：（1）会员来店礼：

（2）会员升级礼：会员卡升级送礼

（3）购物满额礼：

（4）积分兑换礼：精选礼品 4）、会员全城享（联盟惠会员）

（1）会员购物满额参加抽奖，抽取联盟商户大礼包。满额赠送联盟大礼包

（2）联合中行、建行等银行开展：刷卡有礼等活动。5）、会员回访：

利用年中庆营销契机，各门店客服人员做好对重点vip会员的回

12 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 访工作，通过回访体现商场对会员的重视度和关怀。后期客服部安排人员对回访的结果进行整理，分析。为后期的会员营销做好基础工作。

四、宣传策略

1、预热阶段及主力阶段统一年中庆主题，其他活动主题作为副主题出现；

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 服务不能凸显线下门

店的优势、体验服务没能让顾客再回头??我们除了自省和探索外，更多的需要通过营销创新驱动新一轮的销售增长。本企业划案将以“vip年中庆”的噱头，进行一系列的营销，注重会员精准营销，凸显实体店服务和商品质量优势。

【活动主题】年中礼宴倾利钜献

【活动时间】6月26日-6月30日（预热活动）、7月1日-7月5日（主力活动）

【营销策略】

营销前言

一年一度vip年中盛会！

倾利倾城，礼宴八方贵客！

盛夏狂欢，有你才更精彩partone预热活动

感恩回馈一：秒变土豪，金条送送送！

促销目的：通过抽奖活动吸引顾客光临门店，现场抽奖可以聚集

14 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 人气。

活动时间：6月26日-7月5日（共10天）

开奖时间：7月5日20:00 活动内容：一年一度年中盛宴，只为礼遇vip的你！活动期间，顾客朋友在本商场百货区消费满300元或超市区消费满68元，凭电脑小票即可获得抽奖券1

张，以此类推。7月5日20:00准时开奖！金条、电冰箱、落地扇、豆浆机等大奖等您抱回家！

抽奖规则：

1、顾客凭电脑小票即可兑换抽奖券，在抽奖券写上个人信息投入到抽奖券；

奖项设置：

特等奖1名□10g金条一根；

一等奖2名：美的冰箱一台；

二等奖3名：美的落地扇一台；

15 /

优秀奖30名：精美移动电源一个。

费用预估：15000元（金条为周六福友情赞助，其他赠品门店采购）

感恩回馈二：年度最强音，微信支付满500立减50！

促销目的：通过微信支付满立减活动吸引顾客使用新型支付方式，同时达到推广主力活动目的。促销时间：6月26日-6月30日（共5天）

促销内容：微信支付，让生活变得更简单！活动期间，在本商场百货专柜消费满500元以上（含），并使用微信支付功能付款，即可享受立减50元优惠！每天限前100名，名额有限，手慢就没有咯！立减规则：

1、黄金首饰、钟表数码、配套项目及团购的消费金额不参与活动；

16 /

3、每个微信号仅能够享受一次机会，每天限前100名顾客。

费用预估：25000元 parttwo□主力活动

感恩回馈三：年中不打烊，嗨购72小时！

促销目的：以“不熄灯、不打烊”为促销噱头，在商圈内因此轰动，通过舆论传播活动。促销时间：7月3日-7月5日（共3天）

促销内容□comeon□年中购物狂欢趴，和你一起嗨购三天三夜！活动期间，全馆不打烊，通宵大酬宾！百货区1换3.5倍（含其他档次），来xx百货遇见至嗨的自己！超市5元均价，全城囤货中！配套餐饮全场5折钜献，吃喝玩乐，嗨翻暑期！年中盛会，不见不散！

费用预估：0元（供应商让利、毛损）

感恩回馈四：越夜越疯狂，满1000送100！

促销目的：通过满额送券活动促进顾客二次消费，同时利用此活动带动夜场人气。

17 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 促销时间：7月3日-7月5日每天00:00-08:00 促销内容：年中盛会，越夜越疯狂！活动期间□vip顾客在百货区单笔消费满1000元即送100元代金券！每张小票限送1张，消费无门槛，名额有限，千万不要错

过咯！

送券规则：

3、烟酒、家电、配套和团购的消费金额不参与活动，敬请谅解。

费用预估：20000元（建议制作200张代金券，不够再补）

感恩回馈五：大米、鸡蛋，1元限时疯抢！

促销目的：通过负毛利民生商品吸引顾客，限时抢购可有效刺激顾客扎堆购买，聚集人气。促销时间：7月1日-7月5日每天9：00开抢（共5天）

促销内容：1块钱能买什么？在xx百货超市区，你能买一斤大

18 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 米或鸡蛋！活动期间，超市区1元疯抢大米、鸡蛋，每天各限量1000斤，抢完即止！

抢购规则：

1、顾客需听从工作人员指挥，按顺序排队抢购； 2、每人每次限抢购2kg□每天限量1000斤，抢完即止。

费用预估：15000元（进价和售价间的补差）

感恩回馈六：撕名牌大战，赢任性大礼！

促销目的：以“奔跑吧，兄弟”为噱头，进行互动营销。

促销内容：年中盛会，来xx百货“开撕”吧！放下生活的压

力，卸下工作的负担，在这个暑期，来一次说走就走的任性□xx百货“撕名牌大战”全城招募中，期待你的参与！

比赛规则：

1、比赛视人数参与情况分组进行，预计分3轮；每轮分为黄队

19 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 和蓝队，每队5人；

3、每组胜出，成员均获得一份任性大礼。

奖项设置：没有任何使用门槛限制的300元购物卡一张

费用预估：4500元（按3组人参与预算）

感恩回馈七：大胃王之喝雪碧比赛

促销目的：通过互动游戏增进顾客与商场交流，让购物变得有趣和难忘。

报名时间：即日-7月5日

比赛时间：7月5日15:30-16:30 活动内容：喝雪碧哪家强？比一比就知道□xx百货“喝雪碧比赛”全城招募“食力战将”！如果你自认为是“吃货”中的佼佼者，如果你堪称“大胃王”，如果你有挑战的欲望??这里将是你一展实力的舞台！赶快报名参与吧，有喝有玩，还有神秘礼品等你拿哟！

20 /

游戏规则：

- 1、活动分初赛和决赛，初赛分5组，每组5人；
- 2、喝完一瓶550ml的冰冻雪碧用时最短者获胜，初赛每小组第一名进入决赛；
- 3、决赛与初赛规则相同，将决出冠亚季军和2名优秀奖。

奖项设置：

费用预估：680元（欢乐天地门票由联盟商家提供）

感恩回馈八：礼献七一，党员的礼物！

活动时间：7月1日

活动内容：礼献七一！建党节当天，顾客凭本人党员证即可到一

21 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 楼客服中心领取精美蛋糕一份！数量有限，先到先得。

费用预估：200元（蛋糕1磅，成本15元左右）

感恩回馈九：聊天送礼，福利爆棚！

促销目的：通过微信互动活动吸引粉丝，增加与粉丝互动，拉票可以增加粉丝量。

促销时间：6月26日-7月5日（10天）

促销内容：活动期间，顾客扫描二维码关注本商场官方微信，建10人以上群聊天，内容涉及到“xx百货年中庆”即可凭聊天

截图到一楼客服中心自拍神器一个！群成员仅限领取一次哦！

活动规则：

奖项设置：自拍神器

费用预估：1500元（建议网购）

22 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 【活动分工】

1、财务部：负责现金抵用券印制和发放监控；

2、it部：负责超市5元均价活动系统价格维护及相关设备故障排查处理；

3、超市部：负责商品备货及均价明细提供；

8、防损部：抽奖、送礼现场奖品及秩序维护；

9、电工部：保障活动期间商场用电安全，场外活动用电安装；

10、【宣传推广】

1、楼宇电梯框架、社区灯箱（精选周边1.5公里范围内楼盘），费用15000元；

23 /

【费用合计】119630元美陈：做好活动现场物料布置及拍照留念。

一、活动目的：

（一）通过赠送礼品邀约中原、二七及金水老业主到访，以

提升

24 /

二、活动时间：2015年6月13日-2015年6月30日；

三、活动地点：营销中心；

四、活动主题：“感恩年中庆好礼送不停”-年中庆客户回馈活动；

五、客户对象：中原、二七及金水老业主；项目周边社区居民；线上微信活跃粉丝；

六、活动参与规则：

a□”粽情关怀真意万达“活动：（已执行）

1、参与对象：销售部提供成交业主及大客户名单，根据名单进行发放；

2、发放礼品：裕达国贸礼盒粽子一份；

2、发放时间：2015年6月13日至6月19日；（渠道客户拜访可自6月10日-6月19日）

25 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 3、发放数量：豪宅、写字楼业主不论成交套数，均只能领取1盒裕达礼盒粽子；（预计80组，80盒粽子）

商铺、豪宅、写字楼业主大客户拜访（九大铺意向客户拜访名单客户），可共计领取2盒裕达礼盒粽子；（预计 50

组，100盒粽子)

营销部拜访大客户，预计使用20盒裕达礼盒粽子；（预计20盒粽子）

名单后予以发放，粽子领取人员需要列示在销售部提供名单中□ b□“年中钜惠码上有礼“活动：（已执行）

1、参与对象：项目首次到访客户；项目豪宅、写字楼业主；
2、活动时间：2015年6月13日至6月30日； 3、活动形式：

3.1、针对首次到访客户：

26 /

3.2、针对尚未关注项目官方微信的老业主：

3.3、针对已经关注项目官方微信的老业主：

已经关注项目微信的老业主，不能参加上述扫码的活动，但是可

27 /

31 __来源网络整理，仅作为学习参考 以参加老带新有礼的活动；

老业主带新客户到访，经客服人员确定此客户为新客户后，待新客户办理完咨询登记后，可带领老业主和新客户至收银室领取相应礼品，老业主可领取电影票兑换券2张，新客户可领取定制茶具套组1份；（兑换券可更换为茶具套组发放，反之不能更换）

1、参与对象：中原、二七老业主；金水项目业主及近期意向

客户；

2、活动时间：2015年6月20日至6月22日； 3、活动形式：

3.1、针对中原、二七老业主：

针对中原、二七老业主，用万达年中庆作为噱头，以发送短信的28 /

客户须知：客户在登记领取电影票时，需要登记中原、二七所认购房源及业主姓名；

3.2、针对金水项目老业主：

3.3、针对6月21日及6月22日到访的老业主：

投资金条；

29 /

记完之后可参与现场抽奖；

3.3.2、抽奖时间：6月21日-6月22日，每天下午3点30分-5点；

3.3.3、抽奖形式：登记后方可参与抽奖，抽奖箱中为奖品奖项，当场领奖；

3.3.4、奖项设置：（每天奖品设置数量相同）

特等奖30g中国黄金投资金条1份，价值10000元，1名；

一等奖applewatch1台，价值3000元，1名；

二等奖双立人刀具1组，价值1000元，2名；

三等奖荣事达空气炸锅，价值800元，3名；（需额外购买6台）

四等奖飞利浦榨汁机1台，价值500元，4名；（需额外购买7台）

五等奖富安娜夏凉被1套，价值350元，5名；

30 / 31

__来源网络整理，仅作为学习参考 六等奖55度杯1个，价值200元，6名；（需额外采购12个）

七等奖万达定制u盘，价值50元，6名；

回馈奖万达定制餐具套组，价值40元，20名；

31 / 31

100名； 50名；

__来源网络整理，仅作为学习参考

商场年中庆活动方案设计篇二

1. 提高卖场人气，达到活动期间销售额的大幅提高；
2. 提高xx珠宝品牌在当地知名度，达到抢占市场份额的目的；
3. 塑造xx珠宝的品牌形象和提高美誉度，达到长期销售的目的。

以“喜从天降”、“拍档射箭”、“婚礼进行时”、“数字柜台”等活动丰富国庆的文化生活，活跃市民文化氛围。

9月28日-10月7日(以国庆期间为重点)

活动一：“喜从天降”活动

奖品设置：

每日3枚价值200元的女式手提包，法国香水，翡翠吊坠或手镯。

活动二：“拍挡射箭”活动

凡购买xx珠宝专柜任一款首饰者即可参加“拍挡射箭”活动，活动现场布置如下图所示，操作方式为一男一女为一组拍档射箭，女握弓，男射箭，每日可分数组先后游戏(如顾客只有一个人购买则可以一个人独自射箭)，每组共射10箭。

附：

“排挡射箭”场地布置图(略)：

返利说明：

射中红心几次者即返还百分之几的现金，

例如：某顾客购买xx首饰3000元，参加射箭返还结果如下：

射中红心

10次者即返还 $3000 \times 10\% = 300$ 元；

射中红心4次者即返还 $3000 \times 4\% = 120$ 元；

依次类推……

(注：本次活动首饰为亲情一口价，真情返利回馈消费者)

活动三：“婚礼进行时”抽奖

凡在xx珠宝专柜购买首饰2800元以上的新人凭购物发票即可参加“婚礼进行时”抽奖活动，本次抽奖活动的奖品是现场展示的流行婚纱和新娘中式礼服各一套，10月7日由参与活动新人现场抽取，后由中奖的幸运新人现场展示婚纱，扩大活动的宣传效果。

活动四：“数字柜台”促销

把钻石分数的不同将柜台分为二十五分到三十分柜台，并赋予特殊的情感含义，从情感上吸引顾客，主要是推广25分至30分的婚庆钻石：二十五分到三十分钻石柜。

柜台名称：十分爱你+十分爱我+十月新婚。

商场年中庆活动方案设计篇三

活动目的：响应总裁号召，传周年庆喜讯，提前预热，重点突破现有的经营模式，大胆创新、灵活运用新一佳的资源优势，先从提升客流做起，逐步达成公司要求的各项预算指标，推出店庆主题促销，展开购物送礼等强力促销吸引客流，刺激门店整体销售的提升。适用门店：

广州宏宇店企划部宏宇店财务部宏宇店店办

第二事业部市场营销部第二事业部财务部第二事业部区办总部市场营销部总部财务部总裁

□dm部分)

一、

海报时间：11.5-11.11

海报要求：商品促销、活动促销都要有空前的力度，所有商品促销须寻求商品部的鼎力相助。

海报：11.5-11.11

注：

1、寻求采购部协助海报单品的洽谈，并争取赠品以减少毛利的损失。

2、加强海报的覆盖率a3dm[彩色) :30000份x0.23=6900元/店

3. 店庆吊期150张x5元张=750元

(活动部分)

58元以上(烟酒，家电满108元以

活动一、感恩回馈8周年现金送不停

活动时间：10年11月5-7日

活动内容：在新一佳超市区一次性购物满

上)可凭当日电脑小票领取5元现金券一张，满100元以上(烟酒，家电满208元以上)送10元现金券(5元现金券两张)，单张电脑小票最多限送10元现金券，数量有限，送完即止。

活动要求：

1、本活动大宗团购不参与本活动。

2、单张小票不可累计；3、现金券在超市区当现金使用；

4、现金券不记名、不挂失、不兑现、不找零。

5、现金券使用期20xx年11月5-11月12日，过期作废。

6. 使用礼金券购物。扣除现金券金额，满足活动要求，也可参加此活动

感恩回馈8周年现金送不停09年11.5-11.7（宏宇店）

活动二：店庆会员双倍积分活动时间□20xx.11.8-11.11活动内容：

活动期间，凡在新一佳超市区购物的顾客，都可享受双倍积分。

注：大宗团购、烟酒、大家电不参与此活动

活动三：来店有礼活动时间□20xx.11.5-7

活动内容：凡活动期间，来新一佳宏宇店超市区一次性购物满20元以上的前200名的顾客凭当日小票即可免费领取礼品一份。（小票金额不可累加，单张小票限送一份）数量有限，送完即止。

礼品为各部门提供的赠品

宣传推广计划

1、人员宣传

门店全体员工必须熟悉和了解促销活动内容，告之和引导顾客参与促销活动；加强对商品促销员的培训，明确工作要求，

统一认识，有效提升促销活动效果。

2□dm宣传

(1)、店庆海报主要派发宣传；

(2)、大字报、短信息宣传。

3、广播宣传

(1)、店内广播提前三天滚动播放店庆时间、活动内容提醒顾客

(2)、广播滚动播放促销信息，以确保及时准确的传达信息，激起顾客的

购买欲望，提升销售；

(3)、店庆期间，背景广播音乐应选择欢快、喜庆的节日乐曲来渲染店庆

气氛。

活动费用预算明细及销售预估

商场年中庆活动方案设计篇四

巩固公众对本组织的良好印象并不断强化这种印象，从而为事业的持续发展营造一个和谐的内外环境。俗云：“打江山难，坐江山更难”。我国经济市场化进程的加快，维系型公共关系对企业的重要性愈益突出。黄金海景大酒店在过去十年取得辉煌的成绩，如今已成为海口高档酒店中的一面旗帜。在其十周年到来之时，通过十周年庆典对其所取成绩的总结和张扬就显得十分必要。

本次“十周年店庆嘉年华大型酒会”与“圣诞狂欢晚会”、“31楼圣诞大餐”、“三楼早茶19.8元每位”“xxx休闲会馆圣诞名流沙龙”元旦促销等连成一体，以“xx十周年店庆”为宣传主神贯穿12月份全部促销之中。

时间：自20xx年月12月1日---至元月3日止。

第一、系列促销方案

x十周年店庆，早茶特惠酬宾，来酒店三楼中餐厅，享用50多款正宗粤式早茶、任点任吃，最高限价为19.80元/位（消除酒店消费可能太贵而不敢前来的心里）。

地点：中餐厅（酒店三楼）

时间□20xx年12月1日~20xx年元月3日

菜单：待定（粤式早茶，不能与x楼早茶重复）

用餐形式：任意点吃

价格：19.8元/位（最高限价）

目标计划：120人/天，平均20xx元/天收入：6万元/月

为庆祝xx酒店开业十周年暨圣诞节与新年的到来，酒店特别推出特惠房价，并有诸多优惠等待着您。

时间□20xx年12月1日-20xx年元月3日

抽奖资格：所有已入住酒店的自来散客凭房卡抽奖

奖品：1) 获奖者只需付人民币258元即可入住海景豪华套（每天限4间），

2) 价值100元的31楼自助晚餐券1张(每天限4张)。

抽奖方法：办理完入住手续后，凭房卡到前厅大堂副理处现场摸奖。

抽奖器具：扑克牌

一张房卡只能抽一次。

当天奖项（共8位）全部得出后即当天抽奖结束，若从早8.00到晚8.00时止还有奖项未出，余下奖项自动作废。

抽出a的获奖者奖品为：只需付人民币258元即可入住优惠海景豪华套房一间；抽出k的获奖者奖品为：价值100元的31楼自助晚餐券1张。

所有已抽出获奖牌□a□k□不再放入抽奖箱。

十周年圣诞节促销活动整体构想：

为了增加收入和节日的促销效果，将31楼/中餐厅/32楼三个地点为营业促销场地□x楼xx厅为凭票狂欢的场地，这样来避免因场地限制而有客人被拒之于门外，同时增加节日狂欢的气氛。

组合场地的功能划分：

1) 西式自助餐31楼 2) 名流沙龙32楼

3) 中式自助三楼中餐厅 4) 狂欢抽奖二楼黄金厅

1、十周年平安夜浪漫迷人烛光圣诞晚餐

酒店xx楼旋转餐厅将为您精心准备西式圣诞节日大餐，在这

浪漫迷人的圣诞之夜，当然还为您准备了圣诞颂歌、精美礼物及无限欢乐！

地点□xx餐厅（酒店xx楼）

时间□20xx年12月24日晚上17.30~22.00

用餐形式：自助餐

圣诞菜单：西式（待定，主菜不能与x楼重复）

自助餐价格：人民币：698(两大一小)；598元（两大）；一位328元；儿童168元（包括啤酒、软饮料无限量，奉送一杯葡萄酒）

抽奖及节目：凭自助餐票可参加xx厅狂欢并抽取奖品

奖品设置：

奖品：凭自助餐票在二楼黄金厅抽取。

纪念品：价值30元十周年圣诞纪念品每人1份。

计划售票：150人（用餐）；收入：4.5万元(按平均300元/人未包括32楼56位)

2、十周年圣诞平安夜“xx名流沙龙”

消费对象：工商界成功人士(与企业家协会合作)，限男士28位、女士28位（免费）；共：56人。

地点□xx休闲会馆（酒店xx楼）

时间□20xx年12月24日晚上6：30-凌晨2：00(麻将房可至次日

早晨8.00)

形式：请爵士乐队为现场伴奏(麻将比赛/啤酒比赛/茶艺文化比赛)

抽奖：二楼xx厅

价格：每两位人民币1198元净价；含：啤酒、可乐、雪碧等（无限量）；并奉送一杯葡萄酒、100元雪茄一支、酒店套房一间或麻将房一间、两人12月24日晚31楼自助餐，规划方案《饭店周年庆活动方案》。

抽奖及节目：凭票可参加xx厅狂欢并抽取奖品。

奖品设置：

奖品：凭票在二楼黄金厅抽取。

纪念品：价值50元圣诞纪念品每人1份(不再享受31楼纪念品)

计划售票：28张（两人套票）收入：2.8万元(按平均1000元/人)

3、十周年圣诞平安夜合家欢自助晚餐

来酒店x楼中餐厅参加我们的“十周年圣诞平安夜合家欢自助晚餐”，您将品尝到丰盛美味的圣诞菜肴，圣诞老人也会带给您圣诞礼物。

地点：中餐厅（酒店x楼）

菜单：待定(中式自助餐和特色小吃；主菜不能与31楼重复)

用餐形式：自助餐

价格：三位：368(两大一小);两位：大人民币298元;

两位：268(一大一小);一位：198元; 儿童98元

(除自助餐食品外还包括啤酒、多种软饮料(果汁)无限量，大人奉送一杯葡萄酒)

抽奖：凭自助餐票可参加二楼黄金厅狂欢并抽取奖品。

奖品设置：

奖品：凭票在x楼xx厅抽取

纪念品：价值10元圣诞纪念品每人1份

计划售票：120人; 收入：1.56万元(按平均130元/人)

4、十周年圣诞大型狂欢暨抽奖晚会

海景大酒店邀您加入“十周年圣诞平安夜大型狂欢暨抽奖晚会”，精彩纷呈的娱乐节目：时装表演、魔术表演、歌舞表演。

孩子们期待已久的节日终于来了！圣诞老人、滑稽小丑、五彩气球、杂技表演、魔术表演、米老鼠、游戏。等着您和您的孩子参预，赶快带您的孩子加入这个童趣世界吧，给他们以嬉戏的自由空间，带您重温儿时欢愉。

平安的钟声响起，让我们用歌声与舞蹈迎接它的来临。现场dj带领您进入狂欢热潮；圣诞之夜，狂欢无限！

还有激动人心的幸运抽奖！（数码相机、手机等等！）等着您赢取。

时间□20xx年12月24日晚8：30~10：30

地点□xx厅（酒店二楼）

场地布置：

- 1) 各类饮料、酒水、杯具摆放
- 2) 背景板“xx海景大酒店开业十周年圣诞大型狂欢暨抽奖晚会”1块（只需自行制作文字）
- 3) 音响1套、有线无线麦克风各2支
- 4) 选择一面墙体展示黄金海景发展历程（展示店领导与明星合影牌8块）
- 5) 选择一面墙体展示黄金海景现有业务（广告形象牌和相关酒店产品照8块）
- 6) 其它：厅棚布置、花草布置等。

预计现场布置费用□20xx元（可与店庆酒会共用）

节目内容：（外请演员和店员节目结合）费用□20xx元

时装表演、魔术表演、杂技表演、歌舞表演，还有激动人心的幸运抽奖！

圣诞老人、滑稽小丑、五彩气球、米老鼠、游戏。

抽奖资格：凭酒店32楼/31楼/三楼票具可参加二楼黄金厅狂欢并抽取奖品（住店客人凭房卡可免费参加狂欢）。

节目单：待定

形式：抽奖、狂欢、节目表演。

免费提供啤酒、多种软饮料(果汁)无限量

奖品设置为：

一等奖：一名，数码相机1部(价值20xx元)

二等奖：二名，三星手机各1部(价值1000元/部)

三等奖：三名，酒店套房各1间(价值350元/间)

四等奖：四名，31楼自助晚餐券各2张(价值200元/人)

五等奖：五名，31楼自助早餐券各2张(价值80元/人)费用：6250元

销售奖励：10%计：8860元

费用总计：15110元

第二、十周年店庆嘉年华大型酒会方案

(1) 公司负责：政府部门、公司上级领导、董事、酒店老领导(100人)

(2) 酒店负责：旅游机构负责人、商务合作单位、酒店同行、酒店供应商、酒店优秀员工和在酒店工作十年的员工代表等(200人)。

(2) 公文包300只费用：3000元

(3) 锁匙扣或真皮名片夹500只费用：2500元(未计重要嘉宾礼品费用)

计：1.75万元(其中酒会用纪念品费用：9500元)

- 1、门口特制花篮20个(费用：1600元)。
- 2、大堂、黄金厅门前欢迎牌各1个(自制)。
- 3、副楼大门正上方条幅一条；费用：150元
- 4、副楼大门正面两侧条幅2~8幅（其中祝贺单位6条）费用□20xx元
- 6、副楼车场氢气球4个（可做祝贺单位广告）费用□20xx元

计：5750元

- 1、嘉宾签到台、各类饮料、食品、餐具摆放
- 3、音响1套、有线无线麦克风各2支
- 4、选择一面墙体展示xx海景发展历程（展示店领导与明星合影牌8块）
- 5、选择一面墙体展示xx海景现有业务（广告形象牌和相关酒店产品照8块）
- 6、其它：厅棚布置、花草布置等。

预计现场布置费用：1000元

- 1、领导致词
- 2、来宾贺词

商场年中庆活动方案设计篇五

一、营销思路：1、采用月度营销概念

此次事业部首次将年中庆营销采用年中回馈月的概念，时长跨度一个月，通过月营销概念整合夏日淡季营销，将淡季营销做热，做强。每一波活动都要紧紧围绕在“年中盛典回馈”的概念和主题之下2、通过商品营销、vip营销、俱乐部品牌营销形成完整的营销体系，形成持续热点话题。

3、父亲节作为年中庆第一波启动预热，力推男士消费品类，并通过关心男士，节日送礼概念，利用节日互动活动，提升父亲节与年中庆的氛围。

4、7月，为夏季商品销售高峰期，通过全类商品营销、俱乐部

1/

31__来源网络整理，仅作为学习参考品牌营销进入年中庆高潮篇。商品营销中重点突出黄金珠宝、女装、男装、运动休闲等热销品类及品牌特卖，展开分类错位营销。同时结合童乐汇及美乐汇的整合活动开展加强俱乐部品牌效应。6、第三波：会员独享。通过年中回馈vip激发会员更大的积极性，从而提升商场的销售和会员贡献率、忠诚度。

二、商品营销略表

注：上述表中的时间段仅供门店参考，具体的活动时间段由门店根据所在区域市场特点进行规划。

三、各波段营销重点：

年中庆第一波“年中盛典真情回馈”：（商品营销俱乐部品

牌营销)

(一)、策划宗旨

1、通过社会热点世界杯与父亲节的结合预热年中庆氛围2、置入品牌事件营销，提升品牌形象。

3、合理整合利用资源传播，提升活动的含金量和扩大事件传播效果，预热年中庆，树立年中盛典回馈口碑，引起社会关注。

2/

31__来源网络整理，仅作为学习参考 (二)、活动内容:

商品营销:

1、突出男士消费品牌吸引力，利用高端男性品牌营销来营造年中庆庆典氛围

1) 组织男鞋、男裤、男衬，休闲运动服饰等品牌，开辟单独区域进行精致包装，做男士精品服饰展销会，以人气商品提升客流。2) 组织沙驰、皮尔卡丹、斯卡图等高档男装品牌专场，回馈高端客群。

3) 组织珠宝、玉器、男士化妆品、数码产品等男士商品推荐，套装组合推荐等回馈男性消费者。

2、做好男性商品与其他商品的互动性，做好联带销售。1) 男士商品与女性商品、童装等品类的互动：如购男装满额赠送女装、女鞋、化妆品等优惠券；购男装送童装、女装优惠券；购男装赠送健身、运动器材优惠券。

3、持续利用世界杯社会热点，制造持续关注点做好运动休闲

类

3/

31__来源网络整理，仅作为学习参考营销

1) 加强对球星穿着中时尚元素的发掘与宣传，与自身品牌相结合，找出共同点加以热建（如利用球星所穿阿迪鞋宣传商场的阿迪品牌），加大对运动休闲产品的持续宣传。

2) 开展趣味文化活动活动，提升参与性、互动性。如：“热抢冰啤，畅想激情世界杯”，购物满额万瓶冰啤免费送，杯享欢乐。

俱乐部营销：

活动主题：家庭群英会

活动内容：

注意点：门店可自行穿插其他童乐汇和美乐汇活动，以增加活动的丰富度和娱乐度。

年中庆第二波“年中盛典真情回馈”：（商品营销、俱乐部品牌营销）

（一）、策划宗旨

1、拼抢市场份额，提升商场销售

4/

31__来源网络整理，仅作为学习参考2、做好商品组合资源营销，提升商品形象

3、加强俱乐部品牌宣传，通过俱乐部品牌营销扩大俱乐部品牌影响力

（二）活动内容：

1、活动主题：全城乐享凉夏盛惠2、活动内容：

（商品营销）：

1、商品折扣形式：冰爽劲折消夏送礼

1) 主活动建议以直接折扣、满额省现金、刮卡获奖券等形式开展。具体形式由门店自己规划。

2) 在折扣力度之外，结合商品营销推出“消夏送礼”回馈。做好礼品与折扣力度的结合营销，礼品以夏季纳凉礼品、时尚礼品回馈消费者。

具体形式：

a□满额分级送礼品：购单品类满额/联动品类满额等形式；

5/

31__来源网络整理，仅作为学习参考b□购物抽奖赢礼品；

2、突出热销品类，做好分门类商品组合营销。1) 做好热销品类营销。

如：1、组织黄金珠宝、玉器、饰品等品牌打造靓夏珠宝节。1) 做好夏季商品的组合营销。

组织男装、女装、运动休闲、床品等热销品类开展互动营销，促进门类连带销售，提升商场整体销售。

如：购珠宝满额送女鞋、女装优惠券、折扣券。

会员营销

1、积分营销：积分疯狂兑

具体活动形式：

6/

31__来源网络整理，仅作为学习参考1、积分升值兑“现金”（现金券）

1) 会员顾客持vip卡至总台可凭卡内积分兑换现金券，现金券等同现金使用。每1万分兑换100元现金券。

2) 现金券的使用时间、范围及兑换返利率有门店根据具体情况规划。

2、会员专享，积分乐兑

1) 会员持vip卡可至总台兑换礼品、联盟商户礼券、服务、参加俱乐部活动等。注意点：

1) 上半年，各门店对会员积分的消化不是很理想，借此年中庆典机会，采取积分兑现金券及积分换礼同时进行的方式集中消化会员积分。

2) 积分兑换现金券主要针对高额积分会员；积分乐兑礼品主要是针对低额积分会员。

7/

31__来源网络整理，仅作为学习参考主。

4) 礼品选择金额分高、中、低三个级别，以便不同积分的会员兑换。

2、时尚大联盟

利用联盟商户资源，宣传年中联盟回馈概念，扩大年中盛典活动的影响力

充分利用银行资源、餐饮、健身、培训、游泳等热点联盟单位资源。改变以往单一的赠送消费券的形式，以联盟商户献礼及优券网的在线献礼、大型文化活动献礼等形式进行。突出互动性，形成联盟回馈消费者的概念。

活动形式：

1、购物刷卡有礼，购物满额有礼。

2、消费满额/生日当天/会员卡升级等赠送联盟商户优惠券、礼品。

3、会员年中庆期间来店消费次数达3次以上赠送联盟商户优惠

8/

31__来源网络整理，仅作为学习参考券或是体验券。俱乐部文化活动：

童乐汇：前期“家庭群英会”活动延续

美乐汇：商场可联合联盟单位资源开展美容沙龙、服饰搭配、瘦身达人等活动穿插整个年中庆期间，活动形式以：讲座+互动+礼品形式进行。

年中庆第三波“年终盛典真情回馈”vip营销)

(一)、策划宗旨

1、会员消费对商场的销售的提升已上升到一个高度。通过开展会员营销，加强会员服务，维护会员身份从而提升会员的贡献率和忠诚度。

9/

31__来源网络整理，仅作为学习参考为，制定整改措施。

(二)活动内容(回馈升级) 1、活动主题vip至尊礼遇2、活动内容：1)、商品活动升级：1)主活动形式：

建议以直接折扣、满额减现金、刮卡送券等形式开展。

注意点：

(1)具体的活动形式建议与第二波折扣形式交叉进行。具体形式由门店自己规划。

(2)整体活动力度针对会员加强，如非会员？折，折后银卡9.5折，金卡9折。体现会员身份尊贵。

3vip专场，品牌参与面要广、力度要大。2)品牌专场

活动形式：

10/

31__来源网络整理，仅作为学习参考(1)组织品牌vip专场：高端会员，同时可将vip专场穿插在整个年中庆的每个波段期间。

(2) 组织夏季商品专场特卖会

(3) 组织高端品牌反季特卖专场2)、会员独享，热兑升级：

主要体现：超值兑、积分用途广

(兑换返利率控制点：兑券：1.3%以内；兑礼0.5%以内；综合：0.9%以内)

活动形式：(1)、小积分抽大奖

顾客凭会员卡内vip积分可参与抽奖活动，满1000分参与一次，赢取大奖。

(2)、积分全馆超值乐淘淘

a□会员卡内每10000分超值兑换110元现金券。

b□会员卡内每100分可兑换1元商品，积分不足时加价换购。

11/

31__来源网络整理，仅作为学习参考注：此处商品是商场里销售商品。

c□积分使用面更广：联盟礼券、礼品，升级服务（停车服务、礼品包装等），参加俱乐部活动。

3)、豪礼升级：加强礼品对会员的吸引力

活动形式：(1) 会员来店礼：

(2) 会员升级礼：会员卡升级送礼

(3) 购物满额礼：

(4) 积分兑换礼：精选礼品4)、会员全城享（联盟惠会员）

(1) 会员购物满额参加抽奖，抽取联盟商户大礼包。满额赠送联盟大礼包

(2) 联合中行、建行等银行开展：刷卡有礼等活动。5)、会员回访：

利用年中庆营销契机，各门店客服人员做好对重点vip会员的回

12/

31__来源网络整理，仅作为学习参考访工作，通过回访体现商场对会员的重视度和关怀。后期客服部安排人员对回访的结果进行整理，分析。为后期的会员营销做好基础工作。

四、宣传策略

1、预热阶段及主力阶段统一年中庆主题，其他活动主题作为副主题出现；

31__来源网络整理，仅作为学习参考服务不能凸显线下门店的优势、体验服务没能让顾客再回头？我们除了自省和探索外，更多的需要通过营销创新驱动新一轮的销售增长。本企业划案将以“vip年中庆”的噱头，进行一系列的营销，注重会员精准营销，凸显实体店服务和商品质量优势。

【活动主题】 年中礼宴倾利钜献

【活动时间】 6月26日-6月30日（预热活动）、7月1日-7月5日（主力活动）

【营销策略】

营销前言

一年一度vip年中盛会！

倾利倾城，礼宴八方贵客！

盛夏狂欢，有你才更精彩partone预热活动

感恩回馈一：秒变土豪，金条送送送！

促销目的：通过抽奖活动吸引顾客光临门店，现场抽奖可以聚集

14/

31__来源网络整理，仅作为学习参考人气。

活动时间：6月26日-7月5日（共10天）

开奖时间：7月5日20:00活动内容：一年一度年中盛宴，只为礼遇vip的你！活动期间，顾客朋友在本商场百货区消费满300元或超市区消费满68元，凭电脑小票即可获得抽奖券1张，以此类推。7月5日20:00准时开奖！金条、电冰箱、落地扇、豆浆机等大奖等您抱回家！

抽奖规则：

1、顾客凭电脑小票即可兑换抽奖券，在抽奖券写上个人信息投入到抽奖券；

奖项设置：

特等奖1名□10g金条一根；

一等奖2名：美的冰箱一台；

二等奖3名：美的落地扇一台；

15/

优秀奖30名：精美移动电源一个。

费用预估：15000元（金条为周六福友情赞助，其他赠品门店采购）

感恩回馈二：年度最强音，微信支付满500立减50！

促销目的：通过微信支付满立减活动吸引顾客使用新型支付方式，同时达到推广主力活动目的。促销时间：6月26日-6月30日（共5天）

促销内容：微信支付，让生活变得更简单！活动期间，在本商场百货专柜消费满500元以上（含），并使用微信支付功能付款，即可享受立减50元优惠！每天限前100名，名额有限，手慢就没有咯！立减规则：

1、黄金首饰、钟表数码、配套项目及团购的消费金额不参与活动；

16/

31__来源网络整理，仅作为学习参考2、顾客只有使用微信支付功能方能享受此优惠；

3、每个微信号仅能够享受一次机会，每天限前100名顾客。

费用预估：25000元parttwo□主力活动

感恩回馈三：年中不打烊，嗨购72小时！

促销目的：以“不熄灯、不打烊”为促销噱头，在商圈内因此轰动，通过舆论传播活动。促销时间：7月3日-7月5日（共3天）

促销内容□comeon□年中购物狂欢趴，和你一起嗨购三天三夜！活动期间，全馆不打烊，通宵大酬宾！百货区1换3.5倍（含其他档次），来xx百货遇见至嗨的自己！超市5元均价，全城囤货中！配套餐饮全场5折钜献，吃喝玩乐，嗨翻暑期！年中盛会，不见不散！

费用预估：0元（供应商让利、毛损）

感恩回馈四：越夜越疯狂，满1000送100！

促销目的：通过满额送券活动促进顾客二次消费，同时利用此活动带动夜场人气。

17/

31__来源网络整理，仅作为学习参考促销时间：7月3日-7月5日每天00:00-08:00促销内容：年中盛会，越夜越疯狂！活动期间□vip顾客在百货区单笔消费满1000元即送100元代金券！每张小票限送1张，消费无门槛，名额有限，千万不要错过咯！

送券规则：

3、烟酒、家电、配套和团购的消费金额不参与活动，敬请谅解。

费用预估：20000元（建议制作200张代金券，不够再补）

感恩回馈五：大米、鸡蛋，1元限时疯抢！

促销目的：通过负毛利民生商品吸引顾客，限时抢购可有效刺激顾客扎堆购买，聚集人气。促销时间：7月1日-7月5日每天9:00开抢（共5天）

促销内容：1块钱能买什么？在xx百货超市区，你能买一斤大

18/

31__来源网络整理，仅作为学习参考米或鸡蛋！活动期间，超市区1元疯抢大米、鸡蛋，每天各限量1000斤，抢完即止！

抢购规则：

1、顾客需听从工作人员指挥，按顺序排队抢购；2、每人每次限抢购2kg□每天限量1000斤，抢完即止。

费用预估：15000元（进价和售价间的补差）

感恩回馈六：撕名牌大战，赢任性大礼！

促销目的：以“奔跑吧，兄弟”为噱头，进行互动营销。

促销内容：年中盛会，来xx百货“开撕”吧！放下生活的压力，卸下工作的负担，在这个暑期，来一次说走就走的任性□xx百货“撕名牌大战”全城招募中，期待你的参与！

比赛规则：

1、比赛视人数参与情况分组进行，预计分3轮；每轮分为黄队

19/

31__来源网络整理，仅作为学习参考和蓝队，每队5人；

3、每组胜出，成员均获得一份任性大礼。

奖项设置：没有任何使用门槛限制的300元购物卡一张

费用预估：4500元（按3组人参与预算）

感恩回馈七：大胃王之喝雪碧比赛

促销目的：通过互动游戏增进顾客与商场交流，让购物变得有趣和难忘。

报名时间：即日-7月5日

比赛时间：7月5日15:30-16:30活动内容：喝雪碧哪家强？比一比就知道□xx百货“喝雪碧比赛”全城招募“食力战将”！如果你自认为是“吃货”中的佼佼者，如果你堪称“大胃王”，如果你有挑战的欲望？这里将是你一展实力的舞台！赶快报名参与吧，有喝有玩，还有神秘礼品等你拿哟！

20/

游戏规则：

1、活动分初赛和决赛，初赛分5组，每组5人；

2、喝完一瓶550ml的冰冻雪碧用时最短者获胜，初赛每小组第一名进入决赛；

3、决赛与初赛规则相同，将决出冠亚季军和2名优秀奖。

奖项设置：

费用预估：680元（欢乐天地门票由联盟商家提供）

感恩回馈八：礼献七一，党员的礼物！

活动时间：7月1日

活动内容：礼《·》献七一！建党节当天，顾客凭本人党员证即可到一

21/

31__来源网络整理，仅作为学习参考楼客服中心领取精美蛋糕一份！数量有限，先到先得。

费用预估：200元（蛋糕1磅，成本15元左右）

感恩回馈九：聊天送礼，福利爆棚！

促销目的：通过微信互动活动吸引粉丝，增加与粉丝互动，拉票可以增加粉丝量。

促销时间：6月26日-7月5日（10天）

促销内容：活动期间，顾客扫描二维码关注本商场官方微信，建10人以上群聊天，内容涉及到“xx百货年中庆”即可凭聊天截图到一楼客服中心自拍神器一个！群成员仅限领取一次哦！

活动规则：

奖项设置：自拍神器

费用预估：1500元（建议网购）

22/

31__来源网络整理，仅作为学习参考【活动分工】

1、财务部：负责现金抵用券印制和发放监控；

2[it部：负责超市5元均价活动系统价格维护及相关设备故障排查处理；

3、超市部：负责商品备货及均价明细提供；

8、防损部：抽奖、送礼现场奖品及秩序维护；

9、电工部：保障活动期间商场用电安全，场外活动用电安装；

10、【宣传推广】

1、楼宇电梯框架、社区灯箱（精选周边1.5公里范围内楼盘），费用15000元；

23/

【费用合计】119630元美陈：做好活动现场物料布置及拍照留念。

一、活动目的：

（一）通过赠送礼品邀约中原、二七及金水老业主到访，以提升

24/

二、活动时间：2015年6月13日-2015年6月30日；

三、活动地点：营销中心；

四、活动主题：“感恩年中庆好礼送不停”-年中庆客户回馈

活动；

五、客户对象：中原、二七及金水老业主；项目周边社区居民；线上微信活跃粉丝；

六、活动参与规则：

a□”粽情关怀真意万达“活动：（已执行）

1、参与对象：销售部提供成交业主及大客户名单，根据名单进行发放；

2、发放礼品：裕达国贸礼盒粽子一份；

2、发放时间：2015年6月13日至6月19日；（渠道客户拜访可自6月10日-6月19日）

25/

31__来源网络整理，仅作为学习参考3、发放数量：豪宅、写字楼业主不论成交套数，均只能领取1盒裕达礼盒粽子；（预计80组，80盒粽子）

商铺、豪宅、写字楼业主大客户拜访（九大铺意向客户拜访名单客户），可共计领取2盒裕达礼盒粽子；（预计50组，100盒粽子）

营销部拜访大客户，预计使用20盒裕达礼盒粽子；（预计20盒粽子）

名单后予以发放，粽子领取人员需要列示在销售部提供名单中□b□“年中钜惠码上有礼“活动：（已执行）

1、参与对象：项目首次到访客户；项目豪宅、写字楼业

主； 2、活动时间：2015年6月13日至6月30日； 3、活动形式：

3.1、针对首次到访客户：

26/

3.2、针对尚未关注项目官方微信的老业主：

3.3、针对已经关注项目官方微信的老业主：

已经关注项目微信的老业主，不能参加上述扫码的活动，但是可

27/

31__来源网络整理，仅作为学习参考以参加老带新有礼的活动；

老业主带新客户到访，经客服人员确定此客户为新客户后，待新客户办理完咨询登记后，可带领老业主和新客户至收银室领取相应礼品，老业主可领取电影票兑换券2张，新客户可领取定制茶具套组1份；（兑换券可更换为茶具套组发放，反之不能更换）

1、参与对象：中原、二七老业主；金水项目业主及近期意向客户；

2、活动时间：2015年6月20日至6月22日； 3、活动形式：

3.1、针对中原、二七老业主：

针对中原、二七老业主，用万达年中庆作为噱头，以发送短信的28/

客户须知：客户在登记领取电影票时，需要登记中原、二七所认购房源及业主姓名；

3.2、针对金水项目老业主：

3.3、针对6月21日及6月22日到访的老业主：

投资金条；

29/

记完之后可参与现场抽奖；

3.3.2、抽奖时间：6月21日-6月22日，每天下午3点30分-5点；

3.3.3、抽奖形式：登记后方可参与抽奖，抽奖箱中为奖品奖项，当场领奖；

3.3.4、奖项设置：（每天奖品设置数量相同）

特等奖30g中国黄金投资金条1份，价值10000元，1名；

一等奖applewatch1台，价值3000元，1名；

二等奖双立人刀具1组，价值1000元，2名；

三等奖荣事达空气炸锅，价值800元，3名；（需额外购买6台）

四等奖飞利浦榨汁机1台，价值500元，4名；（需额外购买7台）

五等奖富安娜夏凉被1套，价值350元，5名；

30/31

__来源网络整理，仅作为学习参考六等奖55度杯1个，价值200元，6名；（需额外采购12个）

七等奖万达定制u盘，价值50元，6名；

回馈奖万达定制餐具套组，价值40元，20名；

31/31

100名；50名；

__来源网络整理，仅作为学习参考