

元旦促销策划案(优质5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

元旦促销策划案篇一

- 1、所有产品(不含客装护手霜)在供货价基础上9折优惠。
- 2□xx店实际进货额1000元以上(含1000)，赠送精美礼品10份。
- 3□xx店实际进货额xx元以上(含xx)□赠送精美礼品25份。
- 4□xx店实际进货额3000元以上(含3000)，赠送精美礼品40份。
- 5□xx店实际进货额5000元以上(含5000)，赠送精美礼品70份。
- 6□xx店实际进货额10000元以上(含10000)，赠送精美礼品150份。

有效定货日期为□xx年12月03日——xx年1月3日

备注：如需额外订购更多xx礼品需支付成本费用，本次精美礼品7元/份。

元旦促销策划案篇二

□

- 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。

元旦促销策划案篇三

- 1、活动宣传以海报宣传为主，不进行dm单宣传。海报设计由尚锋在2月7日前完成。
- 2、自2月8日起，所有有电子显示屏的门店均将广告语改成“甜蜜情人节、甜蜜蛋黄派，购满158元送800g装福马蛋黄派1提，可购买无使用限制现金券活动时间：自(根据各自门店情况填写开始时间)至2月14日”
- 3、活动开始前，新设立5元现金券编码，销售金额为5元，成本为5元。由商品部负责督促采购部完成此项工作，并在活动前将编码告知门店。同时，要逐一告知门店，必须在此次活动发放的现金券中注明：情人节发放。使用截止时间为20xx年3月31日。
- 4、重点门店需要按照春节促销的规格，进行温馨陈列。陈列及检查工作自2月9日开始进行。
- 5、现金券的发放工作要求在2月8日各门店以电子版形式将发放、剩余数额统计表传回总部王****后，由王*****根据预估情况重新调拨解决。本次现金券全部使用最新版的5元现金券，其他现金券未使用完毕的全部收回总部保管，不得用于本次

活动。

6、蛋黄派的调拨分配要求在2月8日由王****根据系统数据进行调剂解决。

7、叫货工作由各门店自行进行。本次活动结束前，重点门店可暂时不进行春节备货的退回工作。

8、各门店在蛋黄派使用完毕后，可以用提子饼干作为替换。

9、门管部负责保持与快递公司的联系，并根据活动开展情况购买明信片。

元旦促销策划案篇四

刺激消费市场，推动消费需求；提高全国各专门的店面销售额，提升品牌知名度。

商场的新老顾客

20xx年12月24日——20xx年1月5日

喜迎圣诞元旦，四重好礼送不断！

惊喜第一重：购物积分送大米，积多少送多少！

活动时间：12月24日—12月27日每晚7：30开始

市场分析：目前，积分卡是我们吸引顾客长期实施消费行为的一项有效促销措施，但随着圣诞元旦这个销售大买点的逼近，竞争对手可能会推出更优惠于我方的`让利手段，要稳定积分卡客户，势必推出比对方更为有利的政策，削减竞争对手的力量。

活动内容：凡在此期间当日晚7：30以后凭积分卡一次性购物

积分满10分送10斤米，积15分送15斤，积20分送20斤，积30分送30斤，积40分送40斤，积50分以上限送50斤，如斯优惠，如斯心动，还不赶紧步履！凭积分卡和电脑小票(限当日7:30之后小票，金额不累计)到商场出口处领取。

惊喜第二重：积分卡再次与您有约！

活动时间：12月28日—12月31日

分析：由于第一次活动的促销力度相当大，不仅会吸引积分卡顾客的消费，更会吸引无积分卡的顾客，那么，怎样满足这批无积分卡的顾客呢？唯一办法：趁势发起办理积分卡的高潮，从而再次扩大我们的积分卡客户，争取市场份额。

注：凭电脑小票(当日小票有效，金额不累计)到我商场服务台办理。

惊喜第三重：捷足先登超值送

活动时间□20xx年1月1日—1月3日

活动内容：活动期间凡在早上8点-8点30分在本商场一次性消费满38元的顾客均可到服务台领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完即止。(每天限量50份)

注意事项：店美工需在活动期内用醒目的广告形式告知顾客，客服人员需注意未领到蔬菜的顾客情绪。

惊喜第四重：圣诞元旦有好礼加一元送一件

活动时间□20xx年1月4日—1月5日

活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满88元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。(每日限量，先到先

得)

购物满88元加1元得价值10元礼物一份(限量100份/天)

购物满158元加1元得价值50元礼物一份(限量100份/天)

购物满218元加1元得价值100元(限量50份/天)

六、广告宣传

20xx年圣诞元旦双节促销方案(最新版)

- 1、通过店面装饰，营造喜庆的圣诞、新年节日气氛，利用圣诞树、圣诞帽等外在装饰物吸引消费者来店消费。
- 2、制作圣元旦节日促销宣传海报□x展架在店面宣传。(12月20日前贴出去，提前宣传)
- 3、制作促销宣传单张，12月21日前开始在店面周围进行派单宣传。

以上由广州活动策划公司-广州影响力演艺公司

元旦促销策划案篇五

××珠宝十周年庆浓情献礼“诺爱一生”系列美钻特价促销，寓意：“永恒承诺钟爱你一生一世”

20xx年12月××日至20xx年1月××日

圣诞节、元旦这两个节日没有特定的消费群体，且活动的持续有效期较长，价格战无疑是争取消费者的最佳方法。采用节日期间推出特定款超低特价的商品增加柜台前的人气，从而可以吸引跟多的消费者。

款式风格：均以经典、高贵、简单、优雅、大方为主。

销售对象：首饰名称寓意非常适合新婚佳人选购，款式风格同样也适合大众消费者佩戴，所以适销对象广泛。

主钻定位：10分，15分，20分，款式共10款(10分五款，15分三款，20分两款)。

活动地点：××珠宝全国各地专卖店/柜

随着××珠宝形象代言人、著名影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的‘宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的××钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大××珠宝的知名度和美誉度，提高××珠宝的品牌情感附加值。

1. 活动内容：

(1) 三年之约：

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经××珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后就可获退款(在购买前协议离婚者不在退款范围之内)。

(2) 牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得××珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得××珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加××珠宝举办的各种联谊活动等等。

2. 造势宣传：

(2)20xx年12月23日□20xx年1月1日(元旦)□20xx年1月15日□20xx年2月5日在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告(1/8版-1/4版)，扩大活动的覆盖面和影响力，主题是“××珠宝恒久钻石保障婚姻”

(3)活动期间不定期在电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

1.x展架：65元×2=130元，条幅：150元；

2. 宣传页(dm)□0.5元/张×1000份=500元；

3. 婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元；

3. 媒体宣传费：5000元左右(各地不同可根据当地情况重新预算)；

4. 总计：8780元。

另：

活动控制与推广问题说明：

6. 印制50元或100元的现金优惠券，同时在后期通过与其他强势非珠宝类品牌经销商、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。