

2023年促销策划活动(精选7篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

促销策划活动篇一

一、活动目的：

充分利用十一长假契机，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，更好的传达合美嘉家具的经营理念，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，家具促销活动方案。

二、活动主题：

活动主题：5600元套装组合家具 一元秒杀

活动口号：十一买家具 就来合美嘉

三、活动思路

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合美嘉的品牌影响。

四、活动时间：

20xx年9月10日—20xx年10月5日

五、活动地点：

郑汴路凤凰城合美嘉家居自选商场

六、活动内容：

- 1、合美嘉 一元“秒杀”更劲爆！
- 2、合美嘉 预订套装家具更惊喜！
- 3、合美嘉 套装组合家具更超值！

活动一“合美嘉·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，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

20xx年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：

持有合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

- 1、9月10日—10月5日期间，至合美嘉家具自选商场认购秒杀券；
- 2、10月1日—10月5日期间，在凤凰城合美嘉一元秒杀券认领处认购；
- 4、9月10日—10月5日期间，预订合美嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；
- 3、小区推广：合美嘉指定小区由郑州晚报发行人员有针对性的目标客户推广；
- 5、媒体推广：合美嘉报广□dm□大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

合美嘉的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与合美嘉客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

媒体合作形式：

- 2、以“预订合美嘉套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。
- 3、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动

的推广及活动内容的传达，规划方案《家具促销活动方案》。

顾客组织：

- 1、郑州晚报·富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集；
- 2、合美嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；
- 3、合美嘉建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；
- 4、活动期间，到合美嘉店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

活动道具：

- 7 照相机或摄像设备：每场活动最好全程摄录，以备公司留存和有质疑的顾客查证；
- 8 秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、体健貌端的人为宜，需一人；
- 9 公证人员：为了体现活动的公平、公正、公开的原则，建议设置活动公证人员；
- 10 颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

活动规则：

- 1 参加合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”活动，需持一元秒杀券；

4 一元秒杀券不退换、不记名、遗失不补、逾期作废，仅限使用一次，用后自动作废；

7 如有采用制假秒杀券等非法方式参与活动的，合美嘉保留相关法律权利；

8 在法律许可的范围内河南合美家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

秒杀活动流程：

1上午8：00——下午5：00

秒杀活动开始前，组织合美嘉员工在活动现场摆设一元秒杀券售卖台，进行秒杀券的售卖；

2上午8：00 下午3：00

3上午8：00—9：50 下午3：00——16：50

4上午9：50 下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00 下午17：00

6 上午10：10 下午17：10

请合美嘉领导讲话，介绍合美嘉及合美嘉企业文化、经营理念等；

7 上午10：20 下午17：20

随机请一位现场的顾客上台，摇动秒杀箱，查验秒杀箱是否

完整及有无猫腻存在；

8 上午10: 25 下午17: 25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；（第一场活动请合美嘉领导抽取第一个顾客）

9上午10: 28—10: 48 下午17: 28—17: 48

10 上午10: 50 下午17: 50

11上午10: 55 下午17: 55

合美嘉员工引导顾客光临合美嘉卖场；

12上午11: 00 下午18: 00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

促销策划活动篇二

通过系列促销活动，增加今越品牌知名度、吸引销费者购买今越糖可营养片，帮助和拉动销售。

首场为杭州各个已经铺货的新品分销点，次场为24个总经销商负责各自选定的县市分销网络，后场为县市分销网络负责各自选定的全国xxxx所有营销网络。

三、活动时xxx年

1、首场10月1日—12月1日,所有的周六周日

2、次场10月11日—12月11日,所有的周六周日

3、后场10月21日—12月21日,所有的周六周日

1、凡持有本次活动的报纸广告者均可以到各个分销点,填卡领取今越集团今越糖可营养片赠送的精美礼品一份,让你有意想不到的惊喜,地址是。。。。

返还购物款,超过1000元以1000元计算);二等奖,50%返还购物款,(2名);三等奖,10%返还购物款,(3名);四等奖,5%返还购物款,(4名);无空奖。

1、三位女促销员,第一位促销演讲员由分销点日常营业员进行,第二位促销发放员由分销点营业员中零时聘请或社会聘请,第三位促销验收员由分销点营业员中零时聘请或社会聘请。

2、三位女促销员需全面了解“今越糖可营养片”活动的全布内容和活动细则。

3、经销商给促销员集合起来集中培训。

4、售后服务的跟进措施。

5、新产品的备货和销售高峰期的应对措施。

6、活动正试“启动前”的到货情况、生产情况、运输情况。

7、出现断货现象促销员的解释和应对策略。

1、活动当天,在各商场门口放一幅用来宣传“今越糖可营养片”的挂画易拉宝。

2、在各商场门口由促销小姐挂授带,向进入或待进入商场的消费者(最佳是中老年人)发放有奖答卷,热情微笑。

3、消费者现场填写有奖答卷。

4、消费者把填好的有奖答卷交给商场内促销验收员。

5、促销验收员仔细检查答卷，确认无误，把答卷放起来，热情地让消费者有秩序地排对队。

6、当场发放礼品，并进行登记，一份答卷一份礼品(今越糖可营养片纪念圆珠笔)，避免虚报，然后备档。

7、促销演讲员不失时机热情地与消费者沟通，向消费者介绍今越糖可营养片的好处、优特点，把产品卖出去。

返还购物款，超过1000元以1000元计算);二等奖，50%返还购物款，(2名);三等奖，10%返还购物款，(3名);四等奖，5%返还购物款，(4名);无空奖(今越糖可营养片纪念圆珠笔)。

9、注意事项

(1)活动时间为今越糖可营养片上市后的星期六、星期日为佳。

(2)活动前一天，布置好活动销售场，准备好促销验收员和促销发放员月资金、问卷、今越糖可营养片纪念圆珠笔、挂画易拉宝、抽奖箱□pop宣传资料。

(3)控制人流量，避免出现混乱无序的局面。

促销策划活动篇三

今年的国庆节期间我公司进军湖南市场，为了顺利进军湖南市场。以节约成本为原则，达到预期的促销效应，推出系列促销活动，同时以相应公关活动同期推广，抓住“国庆黄金周”，吸引更多消费群体，提升营业额，提高市场占有率。我们活动期间的口号是：诚信铸就、二十辉煌；众店齐庆、礼礼聚到。因国庆节与中秋节重合，国庆期间又是我公司的20周年店庆，进入新的环境，面对竞争，我公司话费大血

本进行进行宣传，但是不能做太大的折扣让利活动，因为要控制好活动成本，全力以赴做好店庆。

（一）基本目标：我们计划在国庆节期间推出以提高美誉知名度为主，买赠打折等较轻的促销活动，国庆期间活动要大，则主要以打折、赠券为主。提高在湖南消费者心中的知名度与美誉度。

（二）营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度，拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润。

（三）长期目标：提高销售额，扩大市场占有率，最终实现经济效益和社会效益的统一。

国庆节活动时间：

（一）欢度国庆快乐无极限

欢度国庆，快乐无极限，活动期间，健康食品类商品全场85折起，维护护肤品萃、雅护肤品、植物个人护肤品、帮得佳居用品，享优乐养生用品9折起。

(明示商品不参加活动，会员卡正常积分)

（二）中秋（国庆）团圆夜，欢乐健康送

国庆节活动期间，在新世纪购物广场、步步高超市购物，当日单票满额即可

到总服务台领取礼品：

购物满298元以上(含298元)，送无极限余甘清润含片1包(限前20xx名)

购物满488元以上(含498元)，送无极限润和津露或维雅保湿洁面乳一盒(限前1000名)

购物满698元以上(含698元)，送无极限钙片一盒(限前500名) 团购不参加活动。

(一) 开心购物满就送:

9月19日(中秋)单张小票满500送维雅滋润柔肤水一份;(单张消费超过500元,以500元计,每人限领一份。)

10月1日-10日满500元送植雅洗手液一份,满1000元送维雅倍护防晒霜一份(电脑小票当日有效)。

(二) 会员特享十倍积分:

9月30日至10月10日,凡持有本店vip卡的顾客,消费可享受相当于平时普通积分的十倍积分,具体积分规则参照前台的.“vip积分办法与规则”。

(三) 便捷到店礼,打的送10元:

9月30日至10月2日,每天前100名顾客凭当天购物小票和的士票到总台,即送送10元现金券。

(四) 一字千金——悬赏“缉拿”好创意:

9月30至10月10日,如果您对我们商场广告宣传语有任何的好点子、好建议,请把它写下来交至一楼总服务台,所有参与者均可获赠精美礼品一份;最佳创意,给予1000元(现金券)的奖励,并于10月23日张榜公布,其余可酌情奖励(如200、500、800元现金券)。(五) 同生庆:

凡在9月19日出生(年龄不限)的顾客凭身份证原件及复印件,

可获精美纪念品一份。

（六）好运连环中：

凡9月30日至10月10日期间在本店消费的顾客，凭电脑小票可参加9月30日至10月10日的抽奖活动，一等奖10名，维雅保湿活肤水一盒，二等奖20名无极限红果清露一盒，三等奖50名植雅沐浴露一盒，四等奖150名植雅儿童牙膏一盒，参与奖若干，百分百中奖，百分百好运！

（七）正点大抽奖：

9月19日、10月1日，顾客凭电脑小票领取抽奖券投入抽奖箱内，每小时抽出一名全额返还奖。即：11：00，12：00，13：00，14：00，15：00，16：00，17：00，18：00，19：00，20：00各开奖一次，每天共产生全额返还10名，以现金券形式返还(最高返还5000元，税费自理)，中奖者请在1小时内兑奖(即11点抽中的顾客请于11：59分之前兑奖)，过时作废。

中奖情况将在门前海报公布及店内广播滚动播出，请参与活动的顾客随时留意！

（八）新人购物一送婚纱套照：

9月1日至10月7日在本店消费满10000元的新人，送5888元全免豪华欧陆风情婚纱套照，满5000送2888元全免“浪漫一生”婚纱套照，满3000送888元全免“两情相悦”婚纱套照，另有300-500元抵用券若干(全免套照数量有限，送完即止)。

（九）购物之星大“钻”送：

以2万元为基准(即获奖者购物总额必须在2万元以上)，9月19日至10月10日累计购物金额第一名送10000元钻饰，第二/三者名5000元钻饰，第四至第十名送1000元首饰。

（十）1元“抢”名牌：

9月19日、10月1日购满100元的前300名顾客，可用1元购买价值50—100的超值知名品牌商品。

本次活动由商场按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利进行，针对活动执行过程中的几个细节，需要由专人负责：

1. 传单派发人员：活动期间每天在营业时间活动现场人流量最大的通道派发传单，特别是向女性消费者传递活动的第一手信息。要求：形象、气质佳，着装整洁，并穿有明显标志的公司服装。

2. 抽奖活动管理人员：为保证抽奖活动的有序进行，必须指定专人对抽奖箱、奖券、奖品进行管理，避免发生不必要的纠纷，影响品牌形象。

3. 活动检查人员：活动执行期间，各区派出人员进行活动检查，如发现商场在操作上的一些偏差行为进行即刻调整，保证活动同步进行。

促销策划活动篇四

活动背景：8月份正进入了酷暑阶段，此阶段天气炎热，人们的购物行为主要集中在早、晚2个阶段，所购商品也主要集中在日常生活用品为主，配以一定的消暑商品为辅，如：西瓜、碳酸饮料、果汁饮料、防晒霜等。7月份岳阳店由于卖场格局的调整，销售有了一定的下降，为更好的加强品类促销，加强夏日商品的销售，特做出夏季商品品类促销。

1、更好加强并稳定会员顾客群，通过每档的会员专享商品及一定的会员抽奖等形式拉拢并稳定好周遍顾客群。

2、通过夏季商品的品类促销，并做出一定的关联性促销，充

分挖掘市场份额，在迅速提升一大类别商品销售的同时，提升门店整体销售额。

活动时间□20xx年8月3日——20xx年8月30日

主题促销：冰爽底价吓一跳

活动时间□xx年年8月4日——xx年年8月12日

主旨：拉动并稳定周遍顾客群，以一定的惊爆价商品做为主流商品，吸引一定的家庭主妇、中低档消费群，并迅速锁定周遍目标顾客群，提升客流量，最终实现销售的回升。

促销商品品类选择：此品类促销主要以hr□（高清晰度、高敏感度）类商品（价格弹性比较高的商品为主，顾客购买率较高的商品），如鸡蛋、大米、肉类、油类等。

生鲜类：10支左右。

蔬果类：（2-3支）如：西瓜、绿豆、大米、应季蔬菜。要求在尽量不做负毛利的情况下，可采取平进平出的形式。

肉类：（1-2支）如：前腿肉（肉类现今市场比较火热，价格有明显的上涨，可允许做1支惊爆价商品）。

熟食类：（2-3支）熟食类商品多属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，那么可以列出1支左右的惊爆价商品。如烤鸡、卤菜等。

面包类：（2-3支）面包类商品同属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，顾客购买率较为稳定的商品，建议做1支惊爆价商品、1—2支特价商品。

食品类：5支左右。

粮油类：（2-3支）粮油类商品，尤其是大米、食用油都属于毛利较低，价格弹性比较高的商品，顾客购买率较高的日常生活用品，建议做1支惊爆价商品，1—2支特价商品，如现在油在市场上价格统一都上涨，如能做一支特价油，定能形成一定的抢购潮。

品类促销：跟酷暑抗衡夏日爽肤100%

主旨：8月正是夏天最为炎热的月份，古人就有酷暑三伏之说，在8月中就有中伏和末伏，紫外线强度及温度在全年当中也数最强，所以在本月进行护肤类商品（如：防晒霜、防晒伞等）、去油类的洗面奶等作为主打的促销商品，一定能创造一定的销售高峰。

具体促销商品品项选择如下：

食品类：（主打商品选择）50支

个人护理类：防晒霜、洗面奶、面膜等。

个人清洁类：如：洗发水、沐浴露、香皂、纸巾等。

家庭抗蚊类：杀虫水、蚊香、电蚊片等。

非食品类（关联商品选择）10支

床上用品类：空调被、蚊帐等

家电类：风扇、空调、凉席等

百货类：防晒伞

鞋类：凉鞋、凉拖

会员专享商品

主旨：为了更好稳定会员顾客群，特作出8支左右的会员专享惊爆价商品。

促销商品选择：主要选择品项为mr（无清晰度、无敏感度）商品，如：方便面、高压锅、熟食、饮料等。

附：去年同期销售（xx年8月3日——8月12日）

活动分工：

门店店长室

- 1、门店活动总指挥。
- 2、门店活动各组总协调

门店采购处

负责dm海报之主题促销活动的宣传，商品的组织、备货计划，保证商品全方位到货。

门店管理处

- 1、活动的整体监督。

门店客服处

- 1、店内广播宣传工作。
- 2、周边社区的调查，广播稿的循环播出

门店各营运区

- 1、各项工作的积极配合。

2、对营业员活动方案的宣传。

营销企划课

1、整体活动方案策划。

2、整体广告宣传及造势，场内场外气氛布置设计。

1、动内外场、现场气氛的布置，各道具场景的制作准备到位。

负责活动的宣传到位，各活动海报制作及粘贴

促销策划活动篇五

1. 产品定位为中高端产品

2. 以健康美容与口感独特为差别优势

3. 以中高消费人群为目标消费群体

二、活动方式与亮点

1. 在小区内宣传推广，派发传单与小礼物(纸巾)

2. 免费试饮

3. 活动期间购买红酒享受8.8折优惠，买一瓶可赠送价值20元的现金券(单瓶单张使用)多买多送。

三、前期准备

1. 人员安排(促销台前2-3位，周围宣传拉顾客2-3位)

2. 物品准备：

宣传展示:宣传海报, 桌子, 凳子

加强效果: 电脑+音响(提前选好音乐)小蜜蜂

促销使用: 客户信息登记表(姓名, 联系方式, 工作单位/职位, 备注)笔(多支备用)试饮杯, 单页, 优惠券, 小礼物(纸巾)

四、活动策略

选择人流较多的点设立促销台, 台上放置试饮的红酒, 促销台侧前方放置海报, 同时播放音乐, 吸引顾客的注意力。

促销员就位, 促销台前一位促销员念宣传语, 宣传活动细则; 另外一位促销员负责倒葡萄酒进行试饮。促销台附近, 在一些人口流量较大的路段安排促销人员, 向周围的潜在顾客派发传单, 介绍公司促销的红酒, 拉顾客试饮, 试饮过程中, 促销员询问顾客酒的口感, 是否喜欢, 是否有意向购买, 邀请顾客填写客户资料。

五、促销话语

1. 宣传语: 感受生活, 品味时尚, 法国原瓶进口奥登堡红酒促销活动正在进行中, 旗下产品优选现特价8.8折; 免费试饮, 还有现金券赠送, 心动不如行动。(口感独特, 余味悠长, 奥登堡酒庄。。。给您一个高品质的生活。)

2. 派发传单时: 您好, 打扰一下可以吗? 我是奥登堡酒庄的工作人员, 主要销售法国原瓶进口的葡萄酒, 这是一和小纸巾免费送给您; 现在我们酒庄正在做一个宣传促销的活动, 那边有试饮, (用手指引) 您可以去品尝一下, 免费的, 买不买都没有关系, 随我来这边吧! (如果有意愿则带到促销台)

3. 试饮时(也可以根据具体情况自己更改一下, 但一定要体

现8.8折与现金券，还有酒庄的大概位置)：您好，这是我们奥登堡酒庄的红酒—(名叫)优选，您可以先试饮一下，[慢慢品尝](现在我们这款酒正在做宣传和促销，可以受8.8折的优惠，而且购买还可以赠送您一张现金券)。您觉得口感怎么样呢?觉得好的话可以带几瓶回去。您方便在这边登记一下吗?因为我们酒庄打算在七夕情人节的时候举办一个红酒品鉴会，到时候我们会在名单中随机抽取几位顾客，到时候会联系你们。

六、效果评估方式

- 1、消费者对活动的'参与和兴趣以及对奥登堡酒庄的认知程度。
- 2、短期酒庄销量的增长情况。

促销策划活动篇六

××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”

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。

四、货品说明：“诺爱一生”系列美钻

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

恒久钻石见证美满婚姻

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。

汽车促销活动策划方案范文

活动促销策划方案

商场促销活动策划方案

汽车促销活动策划方案

家具促销活动策划方案

元旦促销活动策划方案

手机促销活动策划方案

春节促销活动策划方案

商场促销活动策划方案

促销策划活动篇七

2月1日——2月17日(共17个工作日)

活动期间，全场商品5——8.5折销售

2月8日——2月17日，在每天正常营业时间，每小时抽出5分钟，凡在此5分钟购物的顾客，将获得所购商品金额的半额返款，春节活动策划方案。

1、返款全部以赠券形式体现

2、抽奖方法：

10：10分抽取9：00——10：00时间段

11：10分抽取10：01分——11：00时间段，以此类推。

晚间20：00——21：00时间段获奖结果于当日21：10分抽取

清场时间顺延，请物业公司电工、保安做好相应准备。

- 3、抽奖地点：5楼促销服务台抽奖现场；
- 4、返款地点：5楼促销服务台；
- 5、返款时间：当日营业时间；
- 6、单笔最高返款金额以1000元为限，3000元以上视同3000元档；
- 7、对奖时间以收银机制小票上打印的交易时间为准；
- 8、幸运中奖顾客务必凭完整购物凭证当日领取返券，过期视同自动放弃；
- 9、本活动所返赠券使用期限限定在2月18日——3月30日使用，过期作废；
- 10、抽奖结果及时在现场及广播中公布，规划方案《春节活动策划方案》。

1、活动期间，商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；

4、各客务员要严格监督供应商，严禁用残次商品应付本次活动；

5、商场管理部应严把商品质量关，严防假冒或伪劣商品进场销售；

6、活动期间，赠券使用不再享受折扣；

9、专场特卖品牌要求必须在长春主要媒体做特卖广告宣传。

活动期间vip卡折扣功能暂停，积分累计功能正常使用；

各厂家或供应商进行折扣销售，在卖场悬挂条幅、促销导购

等必须经营销策划部审核通过，营销策划部和商场管理部将对擅自悬挂条幅或摆设促销导购行为进行严格检查。