

春节活动促销方案(模板8篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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。

春节活动促销方案篇一

2019年即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，回顾2019年，我们有限分公司已成立有x年的历史了，在这段时间我们成功的开出了5家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立超市的品牌形象。届时!新的一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获!

1) 春节贺岁 礼送新春

2) 元宵节情缘元宵节

3) 情人节感受温馨浪漫

(时间要求请见附表)

卖场内外已暖色料为主(大红、橙色、黄色)

1. 场外布置:

1) 10家门店共制作10条大型巨副放于入口处(主题宣传和活动宣传)。

- 2) 外包柱按门店的实际情况统一进行包装。
- 3) 门口处上方各挂大型灯笼(50cm)□要求美观。
- 4) 10家门店各制作竖副8条，内容为七彩(各门店进行费用联系)。
- 5) 各门店门口处统一放置红地毯一条(6m*2m)□
- 6) 地贴春节专用地贴张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题(由营销科统一制作)。

2. 场内布置：

- 1) 门店pop标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。
- 2) 门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。
- 3) 卖场内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。
- 4) 一条街制作喷绘一张(材料为kt板)(由营销科统一制作)。
- 5) 制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计(详情见附图)。

通道：

- 1) 挂春节专用吊旗(由营销部统一设计制作)。
- 2) 根据卖场实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

1) 区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

2) 货陈列进行食品、用品各进行专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的pop□统一使用kt板进行制作到位。

3) 专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以pop标注，商品建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1) 可用kt板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

2) 楼道墙壁上可喷绘海报张贴(活动内容及喜庆图案)，或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

3) 有电梯的营销店进行电梯口气氛的布置，可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮。

3. 员工布置及服务用语

1) 营销科统一制作春节员工帽子，商场每位员工必须佩带。

2) 春节期间员工服务用语：你好！新年快乐！欢迎光临！

3) 收银台的收银员穿戴塘装。

春节活动促销方案篇二

第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单

品折扣、组合销售等活动。

腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让客人产生此处可买到便宜年货的感觉。

3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

pr活动：

甜蜜换购 省钱新一季

1月25日-2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止！

加1元 换购价值3元xx商品一个

加5元 换购价值8元xx商品一个

加10元 换购价值15元xx商品一个

加15元 换购价值25元xx商品一个

加20元 换购价值40元xx商品一个

具体换购商品待定！

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间，对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打，礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销，团购提示随处可见。

pr活动:

新年好礼满额送

一次性购物满398元，送15元新年贺礼一份；

一次性购物满698元，送20元新年贺礼一份；

一次性购物满998元，送30元新年贺礼一份；

一次性购物满1598元，送50元新年贺礼一份；

此时间段是年前采购的最佳也是最后的时间，公司福利和年节走亲访友的礼品筹备高峰期，所以本阶段以食品类主打，尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。

大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售，到现在变为主推期开始大量走货，价格性占比在小年后要比前期更显惊爆，直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度，到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期，同时处理一下年前的库存。

此时间段中包含情人节，情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

pr活动:

1、情人节互动活动：2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与，增加人气。

(1) 爱让我们相识
n位参赛者每人代表一个1-n的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的'数字加减乘

除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2) 爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3) 爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4) 爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止！

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的客人在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动客人的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下很手，同时主推一下春季新品。

pr活动：

1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位客人进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得！

2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动。

春节活动促销方案篇三

通过年夜饭策划活动，扩大饭店的知名度，加强与客户的感情联系，引导洪洞县人民的消费，从而取得一定的.经济效益和社会效益。

一) 年夜饭套餐价格:

a□五福迎门宴。

b□六六大顺宴。

c□恭喜发财宴。

d□吉祥如意宴。

e□飞黄腾达宴。

f□金蛇闹春宴。

g□金玉满堂宴588元/桌688元/桌888元/桌1288元/桌1688元/
桌xx元/桌2888元/桌。

二) 包厢年夜饭优惠细则:

1、凡来就餐的客人，每桌赠送糖果一盘，干果一盘，果盘一份。

2、每桌均可参加幸运大抽奖活动，桌桌有礼，100%中奖。

3、用餐标准达到888元及以上，赠送普通标间打折卡一张。

用餐标准达到1288元及以上，赠送普通标间打折卡一张，并免费畅饮软饮料。

用餐标准达到1688元及以上，赠送普通标间打折卡一张，免费畅饮软饮料及本地啤酒，并赠送本地红酒一瓶。

4、每桌免费赠送新年吉祥饺半斤，大年三十晚持续到正月初五。

三) 实施步骤:

1、与餐饮部和出品部沟通，熟悉套餐的详细内容，做到心中有数。

2、划分客户群。（挑选vip客户）

3、拜访客户并极力争取订单，并告知客人订餐时间需提前十天。（控制包厢入座标准）

4、规划接待桌数控制在饭店能承受的范围之内并通知餐饮部提前做好准备。（再次划分入座标准）

5、布置大厅营造喜庆气氛。

特制定xx年春节饭店装饰布置方案，请领导给予指示。

主题：春节（爆竹声中一岁除，春风送暖入民俗）—情人节（鲜花vs巧克力）—元宵节（元宵灯火人如炽，一派歌声喜若狂）具体装饰方案如下：

饭店外围：

1、外围植物绕拉花、满天星，饭店正门口立大盆金桔，顶棚挂大红灯笼，停车场斜拉彩旗。

2 led屏飘字“山西大槐树民俗饭店恭祝全县人民新春快乐”

3、大门口两侧贴“辞旧岁喜看江山更美，迎新春展望前程似锦”对联，“恭贺新禧”横批。（对联内容请领导修改）

4、饭店大堂玻璃门贴猪年生肖剪纸图案或招财进宝图案，四扇门一一对称。

5、三、四楼阳台栏杆插上彩旗。

大堂：

1、大堂吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间挂一中国结或宫灯。

2、总台收银顶部红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间也挂一中国结或宫灯。

3、总台两边（原放置圣诞树的位置）立两棵大金桔盆栽，上面绕满天星，挂红包袋作装饰，总台两边大柱子上各挂一大号中国结。

4、总台上摆放元宝塔，其他植物均绕上满天星、拉花装饰。

（联系绿化盆栽供应商及时更换盆栽）。

5、大堂吧墙面上贴生肖剪纸图案。

6、后院通道门玻璃贴类似大门装饰图案。

7、播放春节背景音乐，大年二十八开始播放。

餐厅：

1、包厢通道吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间挂一中国结或宫灯。

- 2、宴会台背景墙装饰一春节图案。
- 3、餐厅收银台上方吊顶挂小灯笼装饰，摆放金桔盆栽。
- 4、所有包间植物上挂红包袋、洒彩花、小元宝。
- 5、电梯口的背景墙上悬挂2米高“恭喜发财”祝福画，挂于人手碰不到的位置。
- 6、迎宾处通道门原圣诞老人图案改成财神图案
- 7、二楼餐厅通道墙壁上贴各种吉祥祝福语，
- 8、播放春节背景音乐，大年二十八开始播放。
- 9、大年三十有人穿唐装扮演财神、在饭店给小朋友发红包（红包内装1—5元不等）总台及楼层：

- 1、总台及大堂顶部挂小红灯笼。
- 2、各楼层电梯口挂红灯笼。

以上春节装饰布置方案，仅供参考！

a□店内led屏飘字（大槐树民俗饭店年夜饭火爆预定中……）

b□宣传单页与房间打折卡

（2）派发宣传单页的对象为政府机关领导、在店消费过的老客户以及新住进的新房客及用餐的新客户等，将饭店对他们节日的问候和祝福与饭店的节日促销活动内容结合在一起。

c□电视台广告：

饭店从1月25日至2月14围绕年夜饭主题进行的一系列经营策

划活动，只要策划准确、宣传到位、促销积极、落实认真，一定能够取得良好的经济效益和社会效益。

春节活动促销方案篇四

喜气洋洋过大年

2月1日——2月17日（共17个工作日）

1、全场商品2折起

活动期间，全场商品5——8.5折销售

2、购物一小时幸运5分钟

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。

春节活动促销方案篇五

最新或20xx(历届)即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，回顾最新或20xx(历届)，我们已成立有x年的历史了，在这段时间我们成功的开出了5家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立品牌形象。届时！新的一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获！

- 1、春节贺岁礼送新春。
- 2、元宵节情缘元宵节。
- 3、情人节感受温馨浪漫。

20xx年x月x日—20xx年x月x日。

内外已暖色料为主（大红、橙色、黄色）

1、场外布置：

- （1）10家门店共制作10条大型巨副放于入口处（主题宣传和活动宣传）。
- （2）外包柱按门店的实际情况统一进行包装。
- （3）门口处上方各挂大型灯笼1250px要求美观。
- （4）10家门店各制作竖副8条，内容为七彩（各门店进行费用联系）。
- （5）各门店门口处统一放置红地毯一条6mx2m

(6) 地贴春节专用地帖张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题（由营销科统一制作）。

2、场内布置：

(1) 门店pop标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

(2) 门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

(3) 促销场地内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

(4) 一条街制作喷绘一张（材料为kt板）（由营销科统一制作）。

(5) 制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计。

3、通道：

(1) 挂春节专用吊旗（由营销部统一设计制作）。

(2) 根据促销场地实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

4、年货陈列专区：

(1) 区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

(2) 货陈列进行食品专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的'pop□统一使用kt板进行制作到位。

(3) 专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以pop标

注，建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

5、楼道口：

(1) 可用kt板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

(2) 楼道墙壁上可喷绘海报张贴（活动内容及喜庆图案），或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

(3) 有电梯的营销店进行电梯口气氛的。

春节活动促销方案篇六

【促销主题】

恭贺新禧喜迎新春

共庆佳节洛兹奉献

新春是绚丽的，精彩的，浪漫的.，时尚与激情在这个多彩的日子里完美汇聚，洛兹男装佳节礼相连，与您共度绚丽节日！

【促销时间】

建议12月底至春节后一周

【促销内容】

1、新年新气象，全场x折起。

2、凡购物即送新春礼品一份(送完为止)

【促销主题】

洛兹男装店喜庆x周年

【促销时间】

自定

【建议促销内容】

(以下促销活动可自由选择，组合)：

- 1、全场服饰x折，部分商品除外；
- 2、活动期间来店即送精美礼品一份；
- 3、折后满x元赠送指定服装一件；
- 4、活动期间推出店庆价新款服饰；
- 5、可以旧换新，只需补足前后购衣差价。
- 6、消费者现场办理vip贵宾卡活动(满500元可办理贵宾卡)。
- 7、店庆当天过生日的男士出示身份证即可以x折特价购买任意服饰一件。

【促销主题】

洛兹男装棉褛系列文化月(或者其它单品系列)

【促销时间】

自定

【建议促销内容】

(以下促销活动可自由选择,组合):

- 1、全场服饰x折起。
- 2、打折后累积消费满x元,可获得指定服装一件(库存产品)。

主要目的:以上回馈以推广新品为主拉动销售力度,同时,通过赠送库存产品提升销售额。

春节活动促销方案篇七

促销商品:

- 1)1月8日起开始销售, 1月xx日完成全部年货进场工作。
- 2)应季推出各种年货、烟酒、礼品、礼篮、南北干货、茶叶、糖果、饼干、保健品等。 3)1月10日前完成年货礼篮一条街。
 - 1)以销售自选礼篮为主,门店自行设定好名称和品项组合的.捆绑式礼篮包装,并重点陈列。
 - 2)指定礼篮推出高档(1000元以上),中档(300—800元),低档(80—198元)。采购部指定礼篮数8种左右。(根据堆头大小指定)
 - 3)空礼篮建议售价10元,采购部准备3款包装空礼篮。
 - 4)自选礼篮商品价值180元以上可免费赠送10元礼篮。
 - 1)主推的烟酒,采购部须要求供应商提供空盒(每店一个)。
 - 2)主推礼品必须突出陈列,亦可陈列于“年货、礼篮”一条

街当中。

1) 南北干货为年货重点，可现金采购散装南北干货用于包装成中英自有品牌。

2) 主要海味特产、香菇、发菜、红枣等。

3) 多选礼盒装的南北干货。

1) 随着新品种大量引进，各店增加保健品陈列位置，规划保健品专区

2) 保证以下知名品牌在所有卖场内都有销售 —— 万基、康富来、喜悦、鹰牌、天成

春节活动促销方案篇八

一个好的鞋服专卖店开展促销活动，首先都有明确目的，自己为什么要做促销？是为塑造品牌？还是提升销售？还是处理老品？还是打造美誉度等。不同的目的就有不同的操作手法和表现方式。

因为不管你开展促销活动为了品牌、销售；还是为了库存处理等，都要强调促销主题的创意，这样才能吸引到消费者。

在当今市场竞争激烈的情况下，很多促销只顾销售回馈，根本没有明确消费群体去进行针对性的攻克，很多就容易出现资源浪费和促销效果不佳的情况，即出力不讨好。回报消费者的促销也是多种多样，首先说清楚回报的消费者主要是：1、本品牌的`老顾客群体，2、有待开发的准目标定位的新顾客群体。

一般老顾客群体的促销巩固方式比较常见如：节假日电话、短信温馨问候，贵宾卡享受各类活动、会员给予优惠等等。

有待开发的准目标定位的新顾客群体，是因为随着的不断细化的市场细分，准顾客消费群体也越来越有特色，市场容量不断扩大，因此越来越得到各个厂家重视，这不仅是一种新增长点，更是一片全新的消费市场，这同时也给我们开展促销增加全新的挑战。

这对品牌鞋服专卖店，犹如一把双刃剑。如果开展库存处理促销活动，对品牌等直接有影响。观察近年来品牌鞋服库存处理有多种方式。有的在某一区域相对较好的网点和商场开设品牌折扣店和处理专柜，提早把市场较为难卖的产品直接转向品牌折扣店和处理专柜。

根据鞋服行专卖店的特点，通常必须做好以下四个方面的主要工作内容：1、做好促销宣传品准备；2、终端销售人员培训；3、促销现场监督到位4、促销活动评估。

做好促销宣传品准备。因为促销主题需要一种媒介向目标消费群体传达，所以宣传品的准备包括制作和播放与摆放两个步骤。1、宣传品制作。通常情况制作的类型有：电视、广播、刊物报纸所需要的图片、软文、色调等部分制定。如：涉及片面广告部分则需要强调视觉的冲击，色调字体强调夏天以冷色为主而冬天确是暖色为主等等；而软文部分则是不管是电视、刊物、广播还是海报、易拉宝、宣传单等都需要说明促销活动的主题内容，让目标顾客一看便知。2、宣传品的播放与摆放。由于宣传品的类型有多种，其中有些需要提前与相关单位联系做好相关事宜，首先签定相关合约，如：电视、广播、刊物报纸、条幅等，确定具体实施时间、地点、内容等等。其次是海报、易拉宝、宣传单等物料，需在促销活动开展之前发放及摆放到位。

终端销售人员培训。终端销售人员是厂家直接面对消费者的形象，因此每次的促销活动我们都必须对促销方案进行提炼，形成统一说词，并且对终端销售人员进行全员培训，做到每个人既了解本次促销活动内容，又能统一口径。

终端销售人员培训的内容主要包括三个部分：促销活动主题及相应执行内容□pop(海报、条幅、单页等)摆放、产品包装陈列、礼品检查等。具体内容如□1□pop(海报、条幅、单页等)视觉信息摆放位置，是面向开阔地方，还是在人流的主要入口处，方便让消费者清晰看到全部或大部分重要信息。2、紧盯竞争对手反应情况。3、陈列产品的外观及质量是否有破损或存在质量缺陷问题。4、检查店铺、货架、橱窗等是否整洁。5、检查店铺硬件如灯具、电视、音响□vcd□空调等设施是否完好齐备。6、促销活动主题及相应的活动内容。7、简易的导购服务培训、产品知识与注意事项等。8、活动期间的工作分配及相关责任人等。

促销现场监督到位。监督就是把控促销现场的宣传品摆放是否到位、现场工作情况、产品和礼品是否充足、人力是否足够等，并能根据实际情况作出相应调节，确保促销活动的顺利进行。

促销活动评估。促销活动的成功与否，可以很真实的反馈出专卖店促销活动也是最直接反应出产品品牌在当地的影响力以及终端专卖店营运优劣的检验情况的情况。如：活动已经开展但是顾客没有进门或者是进门很少，这说说明的本次活动宣传可能不到位或品牌产品在当地知名度和影响力有待急需提高。如果进店顾客不少，但实际成交却很少，那就说明该店产品结构不对路，需要调整产品结构。

鞋服店成功做好节日促销，并不仅仅只是简单的打折、降价就可以的，促销前需要做好详细的促销策划和准备活动，实施过程中，随时跟进，遇到问题及时解决，促销结束后，要做好总结。