

# 最新门店促销活动方案需要多少钱一套 门店促销活动方案(大全7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。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 门店促销活动方案需要多少钱一套篇一

### 一、前言

我国主要传统节日，可谓源远流长，历代不衰。像深圳这一移民城市，大多数人均来自五湖四海，逢年过节，人们更是约定俗成，普天同庆。每逢重大节日，顾客的消费都要比平时高出许多。因此能否抓住时机，突出节日卖场气氛布置，对吸引顾客来店，提升节日的销售额有着重要的意义。

### 二、主要传统节日简介及其气氛促销方案

#### 1、春节——农历正月初一

农历的岁首，人们过春节习俗是从农历腊月初八到正月十五。在春节前后这一个月的事件是全年销售最高峰的时段。因此，除了要进行一系列的大型促销活动以外，门店的气氛布置也要全方位的执行。

其气氛促销的事件段为：

12月26日（圣诞节过一天）——正月十五（元宵节）

内容如下：

## 1) 主题陈列

商品：年货（做到大型年货一条街陈列）、水果、礼品花篮、清洁用品等

饰物：灯笼、对联、窗花、门神、吊春、红福、炮竹、灯谜、吊旗等

店面装饰除了要突出春节的喜庆气氛之外，还需带有农村的土香土色之味。

## 2) 媒体宣传、手招宣传

手招商品以年货、清洁用品为主，以主题陈列相关。

## 3) 吊旗、横幅

新春吊旗、贺年横幅、加上门店的主题陈列，使整个卖场浓郁在喜庆的气氛当中。

## 4) 墙报、海报、广播

门店墙报可选择春节文化和习俗、门店促销商品、门店的大型促销内容。海报和广播主要以商品为主，促销活动内容也可简要说明。

## 2、 元宵节——农历正月十五

元宵节习俗主要有猜灯谜和吃汤圆，特别是在南方，家家户户普遍都有在元宵节吃汤圆的习惯。

元宵前期为春节促销事件，因此元宵节不需要再做大型促销及专门主题陈列，商品上可做汤圆特价及手招、海报、广播等宣传，猜灯谜的事件可定为：正月十三（或十四）——正月十五（元宵节）。

另外，元宵节又称为中国情人节，可适当地做朱古力、糖果、鲜花推介。

气氛促销时间：正月十三（或十四）——正月十五（元宵节）

### 3、清明节——公历4月5日

公历4月5日，清明节。传统习俗是祭祀祖先，深圳有部分人都会回乡拜祭先祖。但因该节日不算大节，且无公假，所以不需大做促销和宣传。可应时推出祭祖用的乳猪和回乡送礼用的糖果、饼干、小礼品等。

气氛促销时间：3月26日（提前10天）——4月5日（清明节）

门店的气氛促销可做：

#### 1) 手招

宣传商品可选择乳猪、糖果、饼干、小礼品。

#### 2) 墙报、海报、广播

墙报可做清明知识宣传、乳猪特价等，店门口海报和服务台广播也可以乳猪为主。

### 4、端午节——农历五月初五

在传统节日当日，端午节是渊源最早的一个节日，一直以来都是中国一个较大的节日，特别是在南方，端午节更受人们所重视，甚至将其视为团圆、喜庆的大日子。端午习俗主要有吃粽子和赛龙舟。

其气氛促销的时间段为：

农历四月十五（提前20天）——农历五月初五（端午节）

内容如下：

### 1) 主题陈列

商品选择粽子和粽子配料，有条件的分店可制作大型龙舟陈列或粽子一条街，无条件的可做简单粽子堆头陈列。而包粽子所用的配料可挑出来，陈列于粽子堆头旁边以做到关联陈列的效果。

### 2) 手招、吊旗宣传

粽子除做特价以外，也可上手招和吊旗宣传，相应的收取供应商宣传费用。

### 3) 墙报、海报、广播宣传

墙报以端午知识和粽子的制作方法为主，海报广播则以粽子特价为主，附带简要端午知识宣传。

## 5、七夕节——农历七月初七

牵牛星与织女星在每年农历七月初七距离最近。人们将其喻为牛郎和织女相会。在农村，七夕节妇女们喜欢穿针沐发，年轻人喜欢观星看云，而更多的人选在七夕节订婚和办喜事。但是该七夕节对于深圳而言，是一个不大受重视的节日，因此公司在七夕节前期只做海报或用手招提醒顾客即可，也能当做七月上旬一个小的宣传主题。

宣传商品可选择糖果、饼干、朱古力、鲜花等。

气氛促销时间：农历七月初一（提前7天）——农历七月初七（七夕节）

## 6、中秋节——农历八月十五

在传统节日当中，除春节以外，第二大节当属中秋节。中秋节被喻为最美好的节日，节日习俗全围绕着圆月，如拜月、赏月、游湖、游塔、猜灯谜、挂灯笼、吃月饼等。在深圳，中秋节家家户户多团圆、聚餐、送礼、拜访。每年中秋均为零售业销售的一个高峰时段。所以门店的气氛促销也要像春节一样全面进行。

其气氛促销的时间段为：

农历七月十五（提前一个月）——农历八月十五（中秋节）

内容如下：

### 1) 主题陈列

商品：月饼（所有分店做月饼一条街陈列）、烟酒、礼品花篮等（堆头陈列）

饰物：灯笼、彩旗、吊旗、横幅、灯谜等

### 2) 媒体宣传、手招宣传

媒体上可适当做宣传，也可与国庆促销内容一起宣传。

手招商品以月饼、烟酒、礼品、保健品、水果、礼篮为主。

### 3) 吊旗、横幅

中秋吊旗、促销活动横幅的制作，吊旗可附加月饼供应商的宣传。

横幅则以与中秋相关的促销活动主题做宣传。

通过吊旗、横幅做为中秋卖场的主要饰物，必须使顾客感觉到门店在过节的气氛。

#### 4)、墙报、海报、广播宣传

墙报以中秋知识、特价商品、大型促销活动内容为主，海报广播则以月饼特价、中秋促销活动和简要中秋知识做宣传。

#### 7、重阳节——农历九月初九

九九重阳，节俗主要有：登高、赏菊、拜观音、喝菊花酒、吃重阳糕等。重阳节日需不大，但因期间缺少宣传主题，所以可将重阳节做为一期手招主题宣传。关联商品包括：登山用品、菊花酒、重阳糕、（鸡、鸡蛋、猪肉、白酒等拜观音用品）。门店可用海报、广播对重阳门店推出的商品和重阳节小知识做宣传。

气氛促销时间：农历九月初一（提前9天）——农历九月初九（重阳节）

#### 8、腊八节——农历腊月初八

腊八节的节俗主要为吃腊八粥，有庆五谷丰登、六畜兴旺的意思。腊八节在北方是一个大节，而南方的重视程度则较低。对移民城深圳而言，我们可在附近多北方人居住的门店做较多的宣传及推出腊八粥。宣传手段以手招、海报、广播即可，内容可包括腊八粥及其制作方法。备注：腊八粥是以糯米、红枣、花生、栗子、桂圆、杏仁、赤豆等物煮成的甜粥。和商场里卖的“八宝粥”属于同一类食物。

气氛促销时间：农历腊月初一（提前8天）——农历腊月初八（腊八节）

## 门店促销活动方案需要多少钱一套篇二

活动背景：

面对年后第一个长假的来临,第一个销售高峰也随之到来,在这个春夏交接的时段,是一个消费较为活跃的时期,尤其是服装和食品类。

活动思路:

五月正是天气转暖并趋于稳定的季节,也是

进行旅游等户外活动的好时期,特举办“锣开五月、玩美假期”活动,“锣开”是大力度的促销活动,为消费者省钱的时间到了,“玩美假期”则是假日期间我们将举行很多有意思的活动,此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

活动目的:

提高门店销售额,同时增加企业亲和力,树立优良企业形象,培养忠实顾客。

活动主题:

“锣开五月、玩美假期”

主体宣传:

- 1、我开锣、您省钱。
- 2、玩转假(价)期

活动时间:

4月25日——5月15日

篇章:

- 一、开锣省钱、玩美假期
- 二、诗歌花语、完美母亲节
- 三、爱心行动、完美助残日
- 四、健康生活、玩美假期

背景:五一黄金周

内涵:\_\_商场在五一消费者省钱的假期,消费者的五一应该在华达玩美。

外延:降价促销、限时抢购、捆绑销售、联合促销、换购。

内容:

- 1、开锣套餐、惊喜无限
- 2、开锣时刻、争分夺秒
- 3、完美价期、任您挑选

a□开锣套餐、惊喜无限(活动时间:5月1日至5月7日)

“五一”期间是旅游高峰期,在市民准备前往旅游目的地之前的采购,部份市民的市内户外活动、短途旅游也将是我们这次促销活动的一个契机。

活动内容:实质是捆绑,销售分“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”是针对短途旅游消费群和外来长途游团体,将单个商品的折扣累加、集中凸显价格优势。

“假日套餐”针对平日忙于工作难得休息的人群,尤其是单身



消费群体, 主要将生活必需品适当组合、建议在此炒作健康概念, 推出“黄金周健康谱”。

每日食谱不同(主要包括:菜系、水果饮料、休闲食品等、捆绑销售)。

b□开锣时刻、争分夺秒(活动时间:\_\_年5月1日至\_\_年5月7日止)

活动内容:实质是限时抢购, 在每天的每时段抢购商品都具有实用性、独特性, 能够让消费者产生购买欲望。

早上8:00—9:00以家庭主妇商品为主

下午14:00—15:00普通商品

晚上20:30—21:30只要在活动期间一次性购物满68元, 即可至服务台加一元领取一张抢购票入场抢购, 抢购票当天使用有效, 过期作废, (数量有限, 抢完为止)

(注:本次活动单张小票最多限领二张抢购票, 入场抢购时必须将抢购票交于工作人员, 才能入场抢购, 抢购票必须加盖华达财务章方才有效)。

内部注意:内部员工及员工家属不得参与本次活动, 违者必纠, 所有抢购商品均为纸条放在盒子里(盒子为密封)堆放在抢购堆头上, 顾客抢购到纸盒至服务台加一元换商品, 每天限抢300份商品。

c□玩转价期(活动时间:\_\_年5月6日晚20:00开始)

为了提升晚间购物人气、特在5月6日晚, 也就是长假结束之前, 预热后期促销, 在外场专设一场商品拍卖会, 1元起拍。

# 门店促销活动方案需要多少钱一套篇三

## 一、前言

受西方文化影响及中国自身因素的决定，形成了现代一系列的节假日，这些节假日对商场销售有最直接的刺激作用。对零售行业而言，每一个现代节假日的来临就意味着每一个商机的到来。因此需抓住时机，做好节假日卖场气氛布置，有利于吸引顾客来店，引导顾客消费。对提升节假日的销售额有着重要的作用。

## 二、主要现代节假日及其气氛促销方案

### 1、元旦节——1月1日

元旦节有3天公假，又因元旦节处于春节前期，销售也较平日高出许多。

气氛促销时间：12月26日（圣诞节后一天）——1月3日（公假结束）

元旦节可作为春节第一期手招的宣传主题。商品以贺年礼品为主。

海报广播重点放在春节促销和贺年礼品上。

### 2、寒假

寒假时间通常为1月份——2月份

因正直新春佳节时期，宣传主题丰富，寒假则不做专题宣传。可于寒假期间推出火锅滋补系列及火锅配料，近开学时期做文具促销等。

手招、海报、广播等宣传的重点基本上放在庆祝春节上面。

### 3、情人节——2月14日

气氛促销时间：2月9日（提前5天）——2月14日（情人节）

情人节在西方国家、日本等进步国家都是一个非常重要的节日。在深圳，随着社会发展情人节也日益受年轻一代男女的重视。情人节的活动主要有，送鲜花、朱古力、与情侣聚餐等。情人节不需要做专门的主题陈列，但可重点在鲜花、朱古力上做宣传。如手招、海报、广播宣传等。另外，可提前5天推出“情人节朱古力花束”，元宵期间也可以销售。

### 4、妇女节——3月8日

气氛促销时间：3月1日——3月15日（为期半个月）

妇女节虽然不是大节，但是该节日刚好处于销售开始下滑的3月份，多数商场都会利用妇女节这一宣传主题大做文章以减缓销售下滑的幅度。对于商场促销起战略性作用。本公司也将应时推出系列促销活动，卖场气氛促销方面也需要加强。

主要内容如下：

#### 1) 主题陈列

商品：妇女用品、保健品、化妆品、清洁用品等堆头陈列。

各分店设立妇女用品特卖区，将推出商品集中陈列。

装饰：各店可将宣传主题用美工书写成大字装饰陈列区。

#### 2) 手招宣传

妇女节推出特价商品专版宣传、简要促销活动介绍等

### 3) 海报、广播

促销活动海报、广播宣传，妇女特价商品推介等。

### 5、消费者权益保护日——3月15日

气氛促销时间：3月1日——3月15日（为期半个月）

备注：其时间段与妇女节促销相同。

深圳特区非常重视对消费者权益的保护，各商场为了树立自身的质量形象，会推出咨询、解答、质量保证等活动。卖场气氛促销可做质量宣传横幅、质量宣传墙报等。

#### 1) 手招、横幅

手招可刊登相关质量保证活动及咨询、解答门店。

横幅按质量监督局规定的文字制作及悬挂于规定的门店。

#### 2) 墙报、海报、广播

对活动内容做详细介绍和宣传。

### 6、劳动节——5月1日

劳动节有7天的公假，商场将其称“黄金周”。许多人将外出旅游，因此五一期间要有相应的卖场气氛促销以吸引顾客和引导消费。

气氛促销时间：4月24月（提前一周）——5月7日（公假结束）

卖场气氛促销内容如下：

#### 1) 主题陈列

商品：商品陈列重点放在旅游用品，各店设立旅游用品区，配以特价销售。因时近夏天，天气渐热，商品选择也可多从夏季商品考虑。

装饰：前期将有专门制作的“五一吊旗”下发，其他装饰需要靠各店美工充分发挥创意。

## 2) 手招、吊旗

五一手招以商品特价为主，附带促销活动简要宣传。

五一吊旗以促销活动主题做宣传。

## 3) 墙报、海报、广播

墙报可做为旅游路线、旅游注意事项的介绍。

海报广播详细介绍五一促销活动内容，主要特价商品做推介。

## 7、母亲节——五月的第二个星期天

气氛促销时间：5月1日——母亲节当天

母亲节可做为五月上旬的一个促销主题，宣传可做手招、海报、广播等。母亲节的礼物通常有：康乃馨、贺卡、保健品、化妆品等。主要特价商品做堆头陈列，店面可用康乃馨、贺卡做气氛布置。

## 8、儿童节——6月1日

气氛促销时间：4月20日（提前10天）——6月1日（儿童节）

儿童节，所有商品、活动、店面气氛布置都需要围绕着小孩子而进行。因民润市场玩具商品比重较低，儿童节期间店面虽然不需要做大型的主题陈列。但店面可在儿童节期间增加

玩具的陈列量，用气球、儿童趣味活动等增加节日气氛。

手招可上玩具、雪糕、小食品等。

海报广播对儿童节活动做宣传。

## 9、父亲节——六月的第三个星期天

气氛促销时间：6月1日（或6月15日）——父亲节当天

父亲节与母亲节类似，不过重视程度较母亲节稍低，不做大型主题陈列，对相应的男士用品集中陈列于促销车内即可。

如有针对父亲节的专题促销活动，各店用海报和广播做宣传

## 10、暑假

暑假时间通常为7月份——8月份

因为7、8月份是销售回升的季节，因此需要做好系列促销活动和门店气氛促销以将销售较大幅度的提高。

气氛促销内容如下：

### 1) 主题陈列

夏季可选择的商品非常多，如水果、饮料、雪糕、风扇、防蚊虫用品、旅游用品、家居清洁用品等。夏季陈列的重点可放在水果和饮料方面，水果、饮料均选择最佳商品做大型堆头陈列或特殊气氛陈列。其他夏季畅销品种也要尽可能的将其选出并做大量的陈列。

店面饰物可用绿色的，带有清凉气息的竹子、绿草，或人造假树加枝等专门针对水果堆头做布置。

## 2) 手招、吊旗

各式各样的夏季畅销品都是做手招宣传的最好内容。暑期公司也要推出一定的促销活动以刺激销售，亦可在手招上简要介绍。

暑期吊旗的制作，采用绿叶的颜色背景，可帮助店面增加夏季清凉的气息。吊旗内容可为促销活动内容及供应商的宣传。

## 3) 海报、广播

因暑期特价商品、促销活动丰富，各店和宣传的内容很多，店面可根据实际执行情况重点介绍。

## 门店促销活动方案需要多少钱一套篇四

人和安方大药店开业在即，为吸引消费者来参加开业活动。迅速提高人和安方大药店的知名度，搞旺开业人气。促销活动是非常关键的，开业仪式的宣传目的是制造轰动效应，在强大的广告支持和强有力的庆典渲染下，让人和安方药店在整个横沥商界有一个强大的外在宣传形象。迅速稳固横沥周边市场主导地位、烘托药店在开业期间的门店人气和营销气氛，提升门店核心竞争力，突显活动效果，加强客情沟通、药企合作及商品走量，并能根据顾客的消费心理来准确把握药店的销售脉搏。通过成功的庆典策划，让人和安方药店“优选良药，疗效有保障。服务大众，价格自然低”渗透到能到达的商圈和能影响到的范围。

1、提高开业期间的销售业绩。

2、从而为发展连锁做好铺垫。

1、策划吸引消费者的活动，让开业时，人和安方大药房就充满人气。

- 2、提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。
- 3、设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。
- 4、品牌效应一举成功。
- 5、制造真正的轰动效应。
- 6、一流的庆典仪式、重磅演艺界人物助兴。
- 7、让横沥老百姓充分认识人和安方药店崛起并留下美好的一页。
- 8、成为众人关注的重点。

活动成功的前提是内容要有吸引力，包括打折、免费赠送、专家义诊、购药大抽奖等，都是吸引目标人群必不可少的手段。

人和安方、开业促销、进店有礼

x月x日—x月x日

人和安方门口

活动范围：全场（不含处方药）

营销立意：制作16开翻页精美快讯一期（80000份）。快讯商品数量：100种，针对人和安方药店新品类、新定位、价格、服务无可比拟的优势，运用人和安方药店和老百姓色调的方式和色彩，加强开业的渲染。

要求：



a□4月x日商品快讯到位

b□载上促销信息

c□做好sp促销宣传d□截角：（开业8天印花换购）

活动内容：

24日：活动主题：开业狂欢开业前5000名顾客凭电脑#4@p及印花领取礼品一份

25日：活动主题：人和安方有礼

活动方式：凭本印花及广告截角领取开瓶器一个，赠品发放处：赠品发放处

26日：活动主题：开业低价送惊喜

活动方式：购物50元，凭购物单及印花送钥匙包一个，赠品发放处：赠品发放处

27日：活动主题：一切为了老百姓

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送钥匙包一个，赠品发放处：赠品发放处

28日：活动主题：天天送

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送多乐杯一个，赠品发放处：赠品发放处

29日：活动主题：人和安方文化节

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送棒球帽一件，赠

品发放处：赠品发放处

30日：活动主题：人和安方开幕；许愿成真

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送钥匙包一个，赠品发放处：赠品发放处

开业缤纷

2—2—1万众齐欢喜，免费大派送，活动范围：整个商场（包括超市）

营销立意：开业当天，凡光临人和安方药店前5000名的顾客均可获得精美礼品一份，5000份精美礼物送完为止。礼物为人和安方药店广告宣传精美礼品派发礼品要求在4月24日全部到位。（形象广告）（负责人：）2—2—2欢喜连连，喜上加喜，购物更有礼，活动范围：全商场。

营销立意：开业当天，凡在人和安方药店一次性购物100元以上的顾客，均可获得精美咖啡杯一个；一次性购物200元以上的顾客，均可获得精美礼品一份；一次性购物250元以上的顾客，均可获得电吹风一件。促销礼品要求在4月23日全部到位。

5月1日—4日：开幕双重喜，大奖奉送老百姓

奖品内容：设特等奖、一、二、三、开业奖

a□特等奖：3000元左右的空调器一台（共3台）

b□一等奖：29寸彩电一台，价值1900元（共5台）

c□二等奖：洗衣机一台，价值800元（共6台）

d□三等奖：微波炉一台。，价值300元（共10名）

开业奖费用□dm 80000份x1□3=11□4000元

a□礼品：80000元：，价值50元奖品一件，（共150名）

2—3第一浪五一好礼展（负责人：）

活动范围：保健品区

营销立意□20xx开业新品展示、购物赠礼

营销立意：主导消费市场，用低价打造过节送礼送健康世界，保健品联动促销，要全力打造保健品市场。

2-3-3实惠馆：每天推出10个特低价商品，活动范围□otc□保健品、低糖食品

我们知道，促销的实质是送，促销活动是送礼，但在送礼的“符号”——名目上，一定得符合目标消费者的接受心理。说到底，促销活动的实质就是万变不离其“送”。大家都在送，看谁送得好，送得妙！近年来，工商部门对促销活动的限制很严。而且，要送到老百姓满意程度，企业往往承担不起。怎么化“有限”的“送”为“无限”的吸引力？我觉得这次促销活动应该这样着手：

宣传：广告除了说明活动以外，着重树立企业形象心健大药房为社会福利事业真诚奉献，把幸运无私地送给消费者。两节活动期间，在心健大药房中心店通知媒介进行现场报道，大张旗鼓地炒作。

益处：不仅能花费最少的钱买到最好的产品，而且能免费获得消费券，定会吸引力大增，换来的是快速促销的实绩和良好的形象。

问题：促销广告往往不被消费者关注，其实并不是促销不具

备吸引力的问题，而是由于促销广告本身缺乏说服力和吸引力，没有将促销活动的核心利益点表达清楚。故而，促销广告也需要进行精心的设计和创意，关键不在于说什么，而在于怎么说。策略中，常用的主要有四种，即降价和打折、买赠、派送、有奖促销。在具体的操作比较上，降价和打折所涉及到的具体的活动支出费用最少，对一些价格敏感的消费群体的影响力也最大，价格的下调极易对品牌造成伤害，品牌产品所集聚的目标群体会因品牌的贬值而流失，另外，消费者是买涨不买跌，价格一旦下调，将很难回复，强行上调，只会是失信于顾客，让顾客对品牌产品心灰意冷。与之相对应的是派送，产品派送可以在短时间内让精选的目标人群看到自己的品牌和产品，并且由于获取的低成本甚至是无成本，也非常容易引动获取者的尝试性消费，这种效果是很多促销方式费尽万般心思也望尘莫及的。而买赠和有奖促销，无论在促销成本和目标达成效应上都处于居中水平，这就难怪很多的操作者在实际的促销过程中，争捧这两种促销方式了。不过，就时间绵延的角度来考虑，有奖促销耗时会长一些，如果操作者不想让自己的这次促销活动拖泥带水的影响后续的市场操作，买赠促销势必就成为了选择的首要。

策略：一般说来，消费者接受商品信息的模式为：注意——兴趣——欲望——行动——满足。注意、兴趣、欲望都是在消费者头脑市场中的活动，加上目前的消费者越来越试图在商品大潮中寻求各自爱好、趣味和审美价值的落脚点，故而怎么能够将比较繁琐枯燥的促销信息转化为消费者的兴奋点，就非常重要。

通过促销活动，吸引大量目标消费者，形成参与和购买热潮，传播产品和服务理念，形成口碑传播。活动前后配合新闻炒作和广告，将产品信息发布出去，以达到迅速占领市场的目的。

前期广告宣传策略（宣传方式）：

a□墙体巨幅广告（大药房外）：

打造理想社区、理想药店，人和安方药店4月25日全新开业。

b□宣传单广告

一分以介绍门店为主（员工发放），另一份以特价品种和促销内容为主（夹报发送）。

c□人体广告宣传

1、宣传点选择人群多的地方，比如门店前路口、每个红绿灯路口2人举广告牌宣传。

2、选择人流量大的时候，比如早上上班、晚上下班高峰期。

3、要有10人以上举广告牌宣传游店周边，才有气势，才有宣传效果。

4、制作7面活动旗帜（要求大点，活动时用竹子安装好绑在自行车上让员工所有门店附近街道骑行宣传）

d□短信群发：迅速及时到位

e□流动宣传车：循环巡游横沥范围

a □活动物料提前一周准备，部分物料提前1天准备，活动礼品必须活动前一天到位，部分可以当天上午活动开始时到位。

b□人员安排

（1）安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡或绶带，便于识别和引导服务。

(2) 现场要有秩序维持人员（安排保安协助）。

(3) 现场咨询人员、销售人员既要分工明确又要相互配合。

(4) 应急人员（一般有领导担任，如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理）。

(5) 公关联络（提前到工商、城管等部门办理必要的审批手续）。

### c□现场执行要点

1、工作人员第一个到达现场，各就各位。

2、宣传人员派发宣传单，介绍活动和产品，引导顾客至销售台。

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应。

4、销售人员准备销售事项，介绍销售产品。 5、赠品在规定时间内发放不宜太早太晚，发放时登记个人资料、签字。

6、主持人宣布活动结束，现场暂时保留至可能时间。

7、现场销售台继续销售。

8、现场清理，保留可循环物品以备后用。

d □印制活动dm单（宣传单）10000份。在活动前3天进行药店商圈发放。（发放要求：必须有效发放，到社区每家每户发放dm单并告知活动时间地点内容。）

e□活动的前一天晚上进行门店布置，包括房顶吊旗或pop□气

球、礼品区礼品摆放、玻璃橱窗活动pop海报张贴、店员熟悉活动的内容和操作流程等。

f □活动当天8:00之前工作人员全部到位,并分工明细,义诊台、促销台、咨询台、赠品(消费券)发放台、销售台等搭建起来,把活动氛围营造起来。

g □活动不间断宣传,可以用喇叭录制活动内容不停的播放,工作人员在门店附近马路上发放dm单并告知活动内容地点。

h □进店顾客营业员对顾客说明此次活动,如果购买产品总金额离更高一礼品相差不多时告诉有没有其他需要的在买点就可以拿到什么礼品等等。

i □活动统计和评估,评估活动效果及得失是十分重要的一环。只有不断的总结,才能避免以后的活动中少走弯路。

略

a □活动期间知名医生免费义诊。

b □刊发可提高参与热情和人数的信息,例:活动在9:30开始,请不要太早排队。

c □注意要在广告边角上加上“活动解释权归××公司所有”内容,以避免惹一些不必要的麻烦。

## 门店促销活动方案需要多少钱一套篇五

消费引导:让更多消费者了解皮鞋及皮具护理知识和护理方法。提升产品销量,带动门店人气及销售。

2、增值服务:现场免费为顾客护理皮具(皮鞋,皮包等);

3、无论顾客是在活动现场购买还是在卖场里面买，都有礼品赠送（价值xx元的擦鞋手套或牙刷）。

□

先跟门店清点好货物数量，核对好；

每天下班前向门店结清当日销售所得，销售收益归门店所有。

xx有限公司

## 门店促销活动方案需要多少钱一套篇六

消费引导：让更多消费者了解皮鞋及皮具护理知识和护理方法。

提升产品销量，带动门店人气及销售。

2、增值服务：现场免费为顾客护理皮具（皮鞋，皮包等）；

3、无论顾客是在活动现场购买还是在卖场里面买，都有礼品赠送（价值xx元的擦鞋手套或牙刷）。

□

先跟门店清点好货物数量，核对好；

每天下班前向门店结清当日销售所得，销售收益归门店所有。

xxx有限公司

## 门店促销活动方案需要多少钱一套篇七



关于 连锁门店促销活动方案大家了解过多少呢？可能很多人都不是很清楚，下面就是小编分享的 连锁门店促销活动方案范文，一起来看一下吧。

## —现代节假日—

### 一、前言

受西方文化影响及中国自身因素的决定，形成了现代一系列的节假日，这些节假日对商场销售有最直接的刺激作用。对零售行业而言，每一个现代节假日的来临就意味着每一个商机的到来。因此需抓住时机，做好节假日卖场气氛布置，有利于吸引顾客来店，引导顾客消费。对提升节假日的销售额有着重要的作用。

### 二、主要现代节假日及其气氛促销方案

#### 1、元旦节——1月1日

元旦节有3天公假，又因元旦节处于春节前期，销售也较平日高出许多。

气氛促销时间：12月26日（圣诞节后一天）——1月3日（公假结束）

元旦节可作为春节第一期手招的宣传主题。商品以贺年礼品为主。

海报广播重点放在春节促销和贺年礼品上。

#### 2、寒假

寒假时间通常为1月份——2月份

因正直新春佳节时期，宣传主题丰富，寒假则不做专题宣传。

可于寒假期间推出火锅滋补系列及火锅配料，近开学时期做文具促销等。

手招、海报、广播等宣传的重点基本上放在庆祝春节上面。

### 3、情人节——2月14日

气氛促销时间：2月9日（提前5天）——2月14日（情人节）

情人节在西方国家、日本等进步国家都是一个非常重要的节日。在深圳，随着社会发展情人节也日益受年轻一代男女的重视。情人节的活动主要有，送鲜花、朱古力、与情侣聚餐等。情人节不需要做专门的主题陈列，但可重点在鲜花、朱古力上做宣传。如手招、海报、广播宣传等。另外，可提前5天推出“情人节朱古力花束”，元宵期间也可以销售。

### 4、妇女节——3月8日

气氛促销时间：3月1日——3月15日（为期半个月）

妇女节虽然不是大节，但是该节日刚好处于销售开始下滑的3月份，多数商场都会利用妇女节这一宣传主题大做文章以减缓销售下滑的幅度。对于商场促销起战略性作用。本公司也将应时推出系列促销活动，卖场气氛促销方面也需要加强。

主要内容如下：

#### 1) 主题陈列

商品：妇女用品、保健品、化妆品、清洁用品等堆头陈列。

各分店设立妇女用品特卖区，将推出商品集中陈列。

装饰：各店可将宣传主题用美工书写成大字装饰陈列区。

## 2) 手招宣传

妇女节推出特价商品专版宣传、简要促销活动介绍等

## 3) 海报、广播

促销活动海报、广播宣传，妇女特价商品推介等。

## 5、消费者权益保护日——3月15日

气氛促销时间：3月1日——3月15日（为期半个月）

备注：其时间段与妇女节促销相同。

深圳特区非常重视对消费者权益的保护，各商场为了树立自身的质量形象，会推出咨询、解答、质量保证等活动。卖场气氛促销可做质量宣传横幅、质量宣传墙报等。

## 1) 手招、横幅

手招可刊登相关质量保证活动及咨询、解答门店。

横幅按质量监督局规定的文字制作及悬挂于规定的门店。

## 2) 墙报、海报、广播

对活动内容做详细介绍和宣传。

## 6、劳动节——5月1日

劳动节有7天的公假，商场将其称“黄金周”。许多人将外出旅游，因此五一期间要有相应的卖场气氛促销以吸引顾客和引导消费。

气氛促销时间：4月24月（提前一周）——5月7日（公假结束）

卖场气氛促销内容如下：

### 1) 主题陈列

商品：商品陈列重点放在旅游用品，各店设立旅游用品区，配以特价销售。因时近夏天，天气渐热，商品选择也可多从夏季商品考虑。

装饰：前期将有专门制作的“五一吊旗”下发，其他装饰需要靠各店美工充分发挥创意。

### 2) 手招、吊旗

五一手招以商品特价为主，附带促销活动简要宣传。

五一吊旗以促销活动主题做宣传。

### 3) 墙报、海报、广播

墙报可做为旅游路线、旅游注意事项的介绍。

海报广播详细介绍五一促销活动内容，主要特价商品做推介。

## 7、母亲节——五月的第二个星期天

气氛促销时间：5月1日——母亲节当天

母亲节可做为五月上旬的一个促销主题，宣传可做手招、海报、广播等。母亲节的礼物通常有：康乃馨、贺卡、保健品、化妆品等。主要特价商品做堆头陈列，店面可用康乃馨、贺卡做气氛布置。

## 8、儿童节——6月1日

气氛促销时间：4月20日（提前10天）——6月1日（儿童节）

儿童节，所有商品、活动、店面气氛布置都需要围绕着小孩子而进行。因民润市场玩具商品比重较低，儿童节期间店面虽然不需要做大型的主题陈列。但店面可在儿童节期间增加玩具的陈列量，用气球、儿童趣味活动等增加节日气氛。

手招可上玩具、雪糕、小食品等。

海报广播对儿童节活动做宣传。

## 9、父亲节——六月的第三个星期天

气氛促销时间：6月1日（或6月15日）——父亲节当天

父亲节与母亲节类似，不过重视程度较母亲节稍低，不做大型主题陈列，对相应的男士用品集中陈列于促销车内即可。

如有针对父亲节的专题促销活动，各店用海报和广播做宣传

## 10、暑假

暑假时间通常为7月份——8月份

因为7、8月份是销售回升的季节，因此需要做好系列促销活动和门店气氛促销以将销售较大幅度的提高。

气氛促销内容如下：

### 1) 主题陈列

夏季可选择的商品非常多，如水果、饮料、雪糕、风扇、防蚊虫用品、旅游用品、家居清洁用品等。夏季陈列的重点可放在水果和饮料方面，水果、饮料均选择最佳商品做大型堆头陈列或特殊气氛陈列。其他夏季畅销品种也要尽可能的将其选出并做大量的陈列。

店面饰物可用绿色的，带有清凉气息的竹子、绿草，或人造假树加枝等专门针对水果堆头做布置。

## 2) 手招、吊旗

各式各样的夏季畅销品都是做手招宣传的最好内容。暑期公司也要推出一定的促销活动以刺激销售，亦可在手招上简要介绍。

暑期吊旗的制作，采用绿叶的颜色背景，可帮助店面增加夏季清凉的气息。吊旗内容可为促销活动内容及供应商的宣传。

## 3) 海报、广播

因暑期特价商品、促销活动丰富，各店和宣传的内容很多，店面可根据实际执行情况重点介绍。

### ——传统节日——

#### 一、前言

我国主要传统节日，可谓源远流长，历代不衰。像深圳这一移民城市，大多数人均来自五湖四海，逢年过节，人们更是约定俗成，普天同庆。每逢重大节日，顾客的消费都要比平时高出许多。因此能否抓住时机，突出节日卖场气氛布置，对吸引顾客来店，提升节日的销售额有着重要的意义。

#### 二、主要传统节日简介及其气氛促销方案

##### 1、春节——农历正月初一

农历的岁首，人们过春节习俗是从农历腊月初八到正月十五。在春节前后这一个多月的事件是全年销售最高峰的时段。因此，除了要进行一系列的大型促销活动以外，门店的气氛布置也要全方位的执行。

其气氛促销的事件段为：

12月26日（圣诞节过一天）——正月十五（元宵节）

内容如下：

### 1) 主题陈列

商品：年货（做到大型年货一条街陈列）、水果、礼品花篮、清洁用品等

店面装饰除了要突出春节的喜庆气氛之外，还需带有农村的土香土色之味。

### 2) 媒体宣传、手招宣传

手招商品以年货、清洁用品为主，以主题陈列相关。

### 3) 吊旗、横幅

新春吊旗、贺年横幅、加上门店的主题陈列，使整个卖场浓郁在喜庆的气氛当中。

### 4) 墙报、海报、广播

门店墙报可选择春节文化和习俗、门店促销商品、门店的大型促销内容。海报和广播主要以商品为主，促销活动内容也可简要说明。

## 2、 元宵节——农历正月十五

元宵节习俗主要有猜灯谜和吃汤圆，特别是在南方，家家户户普遍都有在元宵节吃汤圆的习惯。

元宵前期为春节促销事件，因此元宵节不需要再做大型促销

及专门主题陈列，商品上可做汤圆特价及手招、海报、广播等宣传，猜灯谜的事件可定为：正月十三（或十四）——正月十五（元宵节）。

另外，元宵节又称为中国情人节，可适当地做朱古力、糖果、鲜花推介。

气氛促销时间：正月十三（或十四）——正月十五（元宵节）

### 3、清明节——公历4月5日

公历4月5日，清明节。传统习俗是祭祀祖先，深圳有部分人都会回乡拜祭先祖。但因该节日不算大节，且无公假，所以不需大做促销和宣传。可应时推出祭祖用的乳猪和回乡送礼用的糖果、饼干、小礼品等。

气氛促销时间：3月26日（提前10天）——4月5日（清明节）

门店的气氛促销可做：

#### 1) 手招

宣传商品可选择乳猪、糖果、饼干、小礼品。

#### 2) 墙报、海报、广播

墙报可做清明知识宣传、乳猪特价等，店门口海报和服务台广播也可以乳猪为主。

### 4、端午节——农历五月初五

在传统节日当日，端午节是渊源最早的一个节日，一直以来都是中国一个较大的节日，特别是在南方，端午节更受人们所重视，甚至将其视为团圆、喜庆的大日子。端午习俗主要有吃粽子和赛龙舟。



其气氛促销的时间段为：

农历四月十五（提前20天）——农历五月初五（端午节）

内容如下：

### 1) 主题陈列

商品选择粽子和粽子配料，有条件的分店可制作大型龙舟陈列或粽子一条街，无条件的可做简单粽子堆头陈列。而包粽子所用的配料可挑出来，陈列于粽子堆头旁边以做到关联陈列的效果。

### 2) 手招、吊旗宣传

粽子除做特价以外，也可上手招和吊旗宣传，相应的收取供应商宣传费用。

### 3) 墙报、海报、广播宣传

墙报以端午知识和粽子的制作方法为主，海报广播则以粽子特价为主，附带简要端午知识宣传。

## 5、七夕节——农历七月初七

牵牛星与织女星在每年农历七月初七距离最近。人们将其喻为牛郎和织女相会。在农村，七夕节妇女们喜欢穿针沐发，年轻人喜欢观星看云，而更多的人选在七夕节订婚和办喜事。但是该七夕节对于深圳而言，是一个不大受重视的节日，因此公司在七夕节前期只做海报或用手招提醒顾客即可，也能当做七月上旬一个小的宣传主题。

宣传商品可选择糖果、饼干、朱古力、鲜花等。

气氛促销时间：农历七月初一（提前7天）——农历七月初七

（七夕节）

## 6、中秋节——农历八月十五

在传统节日当中，除春节以外，第二大节当属中秋节。中秋节被喻为最美好的节日，节日习俗全围绕着圆月，如拜月、赏月、游湖、游塔、猜灯谜、挂灯笼、吃月饼等。在深圳，中秋节家家户户多团圆、聚餐、送礼、拜访。每年中秋均为零售业销售的一个高峰时段。所以门店的气氛促销也要像春节一样全面进行。

其气氛促销的时间段为：

农历七月十五（提前一个月）——农历八月十五（中秋节）

内容如下：

### 1) 主题陈列

商品：月饼（所有分店做月饼一条街陈列）、烟酒、礼品花篮等（堆头陈列）

饰物：灯笼、彩旗、吊旗、横幅、灯谜等

### 2) 媒体宣传、手招宣传

媒体上可适当做宣传，也可与国庆促销内容一起宣传。

手招商品以月饼、烟酒、礼品、保健品、水果、礼篮为主。

### 3) 吊旗、横幅

中秋吊旗、促销活动横幅的制作，吊旗可附加月饼供应商的宣传。

横幅则以与中秋相关的促销活动主题做宣传。

通过吊旗、横幅做为中秋卖场的主要饰物，必须使顾客感觉到门店在过节的气氛。

#### 4)、墙报、海报、广播宣传

墙报以中秋知识、特价商品、大型促销活动内容为主，海报广播则以月饼特价、中秋促销活动和简要中秋知识做宣传。

### 7、重阳节——农历九月初九

九九重阳，节俗主要有：登高、赏菊、拜观音、喝菊花酒、吃重阳糕等。重阳节日需不大，但因期间缺少宣传主题，所以可将重阳节做为一期手招主题宣传。关联商品包括：登山用品、菊花酒、重阳糕、（鸡、鸡蛋、猪肉、白酒等拜观音用品）。门店可用海报、广播对重阳门店推出的商品和重阳节小知识做宣传。

气氛促销时间：农历九月初一（提前9天）——农历九月初九（重阳节）

### 8、腊八节——农历腊月初八

腊八节的节俗主要为吃腊八粥，有庆五谷丰登、六畜兴旺的意思。腊八节在北方是一个大节，而南方的重视程度则较低。对移民城深圳而言，我们可在附近多北方人居住的门店做较多的宣传及推出腊八粥。宣传手段以手招、海报、广播即可，内容可包括腊八粥及其制作方法。备注：腊八粥是以糯米、红枣、花生、栗子、桂圆、杏仁、赤豆等物煮成的甜粥。和商场里卖的“八宝粥”属于同一类食物。

气氛促销时间：农历腊月初一（提前8天）——农历腊月初八（腊八节）