

最新商场五一促销活动策划方案(模板8篇)

通过制定策划方案，我们可以有条不紊地进行各项工作，避免盲目行动和临时应对。一个好的策划方案应该具备清晰的目标、可行的方法和详细的实施计划。掌握了一些基本的策划方案写作技巧后，我们可以开始动手撰写具体的方案了。

商场五一促销活动策划方案篇一

如果说营销是一场战争，那么促销无疑是一场战役，一场短兵相接、赤膊上阵的惊心动魄的战役。接下来小编为大家推荐的是商场促销活动策划方案，希望对大家有所帮助，欢迎阅读。

恰逢开学，发布学霸征集令，摒弃短期活动只能吸引一时的缺点，分阶段发布连续活动，并用整套礼品伴随整月活动。

分阶段活动(按时间顺序，开学、中秋、教师节)+递增式礼品(文件夹、文件袋、笔记本)

消费者在重复或在一定的时间内多次数次光顾快乐星之后，才得到收集成套的学霸礼品，获得此商品成套促销品并达到一定数量后，则可兑换超值礼品。由于其形式的连续性和行为的重复性的价值积累，促销时间较长，且消费者必须买够一定限额的商品才符合兑换赠送品的条件，一旦积累完成，可以立即获得不同于其他消费者的区别回报，因此有利于再度巩固忠诚度。

20xx.3.5-20xx.3.10

step1□创意主题&礼品吸引眼球

step2□分阶段、价值递增式礼品赠送，激发持续消费

step3□成套礼品搜集，吸引重复光顾

step4□礼品搜集目标达成再送赠品，让消费者获得差别回报，巩固消费习惯。

step5□长时间促销有礼，养成消费者持续光顾习惯，大大增强忠诚度，减少顾客流失。

活动主题：学霸征集令，九月礼不停！

活动1：豪礼开学季——8月25-8月31号

礼品：初级学霸文件夹

进店任意消费加38元即可加2元换购新品芒果冰沙一杯。

开学套餐：快乐鸡腿堡+ 香辣鸡翅+薯条(小)+可乐(小) 仅需套餐价格88.88元(自行填写)，即送学霸文件夹一个。

花淇淋特价每份只需88.88元！

中秋节的活动已经结束，由于人们在节日期间走亲串友，家中的礼品类商品比较充足，因此在国庆节期间，我商场的销售思路应在日常消费品上，因此我们在十一期间，可以再次组织，“超低商品、重拳出击”，推出十一超低商品的抢购大潮，再次吸引人气，带动商场的人流及销售高峰。

精彩华诞，举国同庆

9月31日—10月7日(据报纸消息，可能黄金周放假有所变动，因此，活动时间根据情况可能随时调整)

1、国庆节里乐无边，精彩大戏随您看

9.31.1-7日活动期间，在惠万家西门口，惠万家为您在南阳邀请来了精彩的文艺演出，高雅的演出风格，多种多样的文艺形式，让您在国庆节里大饱眼福！

2、我是中国人，国旗大派送：

国庆节当天，凡在我超市二楼一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。（限500面，送完为止）

3、秋装上市，名品服饰展示会

10月1日起，惠万家三楼时尚服饰馆，名品秋装隆重上市，休闲装、商务装、职业套装等新款名装靓丽登场，上百款服饰总有一款适合您的品位，敬请光临锦上花200*秋装展示会。

4、名品夏装、换季打折，超低特价、最后清仓

活动时间：10月1日——7日（7天）

10月1日起，在惠万家广场举办三楼名品男女夏装，换季打折活动，超低的价位，让您心动到家，带上您的家人，到锦上花西门名品服饰特卖场来淘宝吧！

由百货部安排三四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

5、国庆七天乐 欢乐实惠颂：

6、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天：

在10.1-5日，凡在我商场二楼次性购物满38元，或是在一三四楼一次性购物满58元，即可凭购物小票参加国庆刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，便可获得对应奖品：

一等奖：29英寸康佳纯平彩电一台；

二等奖：澳柯玛洗衣机一台

三等奖：电饭锅一台；

参与奖：洗衣粉一袋或是醋一瓶。

100%中奖！

国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖！

7、黄金周，结婚季、浪漫而甜蜜！

曾经，因为那次的怦然心动，如今，我要对你实现我的承诺，那就是，给我一个机会，让我一生一世对你好！亲爱的，我们结婚吧！让锦上花和紫梦为我们共同见证，天长地久，此情不渝！

凡是在黄金周期间结婚的新人，且在我商场一次性购物满500元以上，即可获赠x县紫梦婚纱摄影名店提供的20寸免费艺术照一张。

8、您来购物我送礼：

凡在10.6-7日在我商场二楼一次性购物满48元，或是在一三四楼一次性购物满88元的顾客朋友，凭小票即可到服务台领取洗洁精一瓶。（小票不拆分不累计，每张小票限领一个单品）

1、电台广告、飞字广告电视台媒体播放时间：9月27日至10月6日

2、气象局广告电视台媒体播放时间：9月27日至10月6日

3□dm(5万份)活动内容大度16开8张16页码

4、宣传贴10000张张贴卖场各厅精彩华诞 举国同庆

5、喷绘中厅及店外活动信息

6、喷绘5米*12米晚会演出背景

7、播音服务台全楼播音内容为：促销信息

8、卖场看板全楼主要通道活动看板、吊挂等

9、地贴全楼卖场主要通道

10、门外看板东门、圆门、南门大看板写真看板

11、吊挂装饰卖场通道喷绘

商场五一促销活动策划方案篇二

随着炎热的夏天的来临，大部分消费者一开始足不出户。再者七月是一个假期，很多消费者有空闲的时间来打扮自己。

切合市场情况，大多数商家已经开始了行动！夏季即将过完，影响到夏季服饰的销售。

推广品牌，提升销量，拉近与客户的关系！

“清凉夏日，时尚感受”

七月（待定）

xx广场右侧

前期：

a□的活动宣传（宣传单的发放、报纸广告的刊登）

b□店面进行装饰（主要突出热血沸腾的环境）

c□活动货品的发放及整理

d□人员的安排落实

活动中期：

a□门边站一位礼仪小姐

b□收银台安排两位人员

c□店内剩下的人员和顾客沟通（导购）

d□总监控人员活动现场气氛（纳帕佳，加油！1，2加油□e□店内音乐伴随（纳帕佳网页主页音乐及相关音乐）

符：仓库管理人员与店内人员协助及时补充需求量大的货品

活动后期：

a□软性新闻跟进，报道特卖活动当日的火爆现场。为活动持续加温。

b□结束后有店铺自行清货物数量并做好记载，进行上报。

c□店内收拾整理特卖的相关宣传硬件，注意保存。

1、室内：

店内天花板上挂特卖宣传吊牌、店内四周的天花板上挂折扣牌
(鞋子和衣物的吊牌

分类)

橱窗外贴写真宣传画

收银台贴背景墙

弧形墙面贴海报3张

2、室外:

门上帖条形图文(3张)共6张

门外方柱用写真包裹

进口地贴一张

店面装饰人员

仓库管理人员

收银人员2名

现场导购8名

迎宾礼仪小姐1名

总监控1名

总调度2名

基本达到本次活动的`目的,吸引更多的顾客进入我
们lapargay的品牌店进行消费和了解。提升品牌知名度和亲

和力！

商场五一促销活动策划方案篇三

商场促销活动策划方案

1、要对商场业主情况有一个基本了解

商场的主要组成要素就是各品牌各产品的业主，作为商品的主要经营者、促销活动一线管理者，他们对本次活动的态度和了解至关重要。再好的方案，如果不能获得业主的赞同和协同实施，都不可能转化成功。这一点一定要放在开头来写，因为很多商场物业与业务之间都存在各种矛盾，包括业主与业主之间也有矛盾，如果策划人只偏重与促销活动的发起方(大部分是商场物业)进行沟通，而忽略了与各个业主之间的沟通，整体促销活动失败的可能性非常高。我认为在促销活动实施之前，策划人最好要有一周的时间是专门与各业主进行沟通了解，包括讲解促销方案，同时也需要对业主进行一些激励的工作，各个业主对参与促销的意愿也千差万别，不能想当然的认为他们会100%参与其中。

2、对商场促销前经营状况的了解

发起方在与策划人沟通的时候，也包括其他项目方，都普遍存在一

1 / 19 个问题就是要么片面夸大项目成绩，要么片面放大存在问题。甲方都是主观的，从甲方采集到的情况一般只具备30%-50%的参考价值，更多的信息需要策划人向同行业其他经营者、业主和消费者多方进行沟通，做到心中有数，制定方案的时候才能对症下药，解决关键问题。

3、立足核心竞争力，具体实施应化繁为简，简单明确

简单就是力量。策划人要有将纷繁复杂的问题一刀而解的能力，为了加强促销效果而实行多重优惠反复加码的形式基本会把消费者搞晕，从而降低吸引力，策划方案中亮点要绝对亮，辅助性的方案要简单扼要，不能与主题分庭抗礼。在这一点上还有一个问题就是业主和商场的意愿，如果业主意愿不高，投资力度不大，确实很难形成较为有力的主题亮点，这就需要策划人跟业主和甲方进行沟通，在目前市场竞争激烈态势下，消费者或许盲目但并不傻，只有把促销的核心价值呈现出来，才能打动大部分的目标消费者。

4、全包好过分包，有自信的策划人应该尽量控制促销的每一个环节 我播下的是龙种，收获的却是跳蚤。德国诗人海涅的一句话恐怕也是很多策划人的心声，很多时候甲方为了成本控制，会将一个完整促销方案分成几个部分分包给不同的公司和个人还实施，包括方案、庆典、人员、道具和广告推广等，这就造成策划主体需要对各个部分进行监管控制，随时进行纠正，不仅让工作量大大提升，而且由于甲方的干涉，往往最后其他单位负责的部分都与策划初衷大相径庭，导致整个活动向着预料之外倾斜，最后不了了之。

商场促销一般都有一个明确的实施时间，不容更改。从一个项目初步沟通产生意向开始，策划人应该将时间利用阶段化、规范化、文本化，节省时间尽早完成各项工作。保证这一点的除了策划人严格的时间观念外，人员准备尤其重要，作为全包项目的实施方，沟通、设计、制作、促销员培训等等工作都需要有一批熟悉方案的人来负责执行，而且最好专人专项，分工清晰责任明确，切忌一人多工和权责混乱。

商场促销活动策划方案二 方案一：发放的购物券作销售费用

1. 发放购物券：销售费用=3000万元；预计负债=3000万元。2. 确认销售收入。库存现金=3510万元，预计负债=2340万元；主营业务收入=5850(1+17%)=5000万元，应交税金应交增值税(销项税额)=5000*17%=850万元。

此方案产生应交增值税382.5万元(850-467.5)，毛利2250万元(5000-2750)，名义毛利率为45%，但除去返券产生的2340万元销售费用后，实际利润为-90万元。

3 / 19

此方案产生应交增值税42.5万元(510-467.5)，实现毛利250万元(3000-2750)，毛利率为8.33%，无其他销售费用。与方案一相比，仅增值税一项即可为公司节省340万元。

四、抽奖促销的税务处理

抽奖促销通常是顾客消费达到活动条件即凭购物小票参加抽奖，奖品多为实物。对于百货公司来说，送出奖品与发放赠品在会计和税务处理上并无差别。但中奖顾客应根据《国家税务总局关于个人所得税若干政策问题的批复》(国税函[2002]629号)第二条的规定：个人因参加企业的有奖销售活动而取得的赠品所得，应按偶然所得项目计征个人所得税。赠品所得为实物的，应以《中华人民共和国个人所得税法实施条例》第十条规定的方法确定应纳税所得额，计算缴纳个人所得税。税款由举办有奖销售活动的企业(单位)负责代扣代缴。在实务操作中，部分顾客不了解代扣代缴个人所得税的法规，从而对活动的真实性产生质疑，为避免相应的纠纷。商场应该在活动规则的说明上做明确的提醒。

促销活动的举办需要各个部门全力配合，促销方式要不断推陈出新，吸引顾客参与其中，方能使活动达到预想的效果。对促销活动的税收筹划，亦应根据活动方式的变化而不断创新，提出合理化的建议，在不违反国家税收政策的前提下，尽量减轻企业税负。

一、工作职责

1、企划部经理：本着扩大公司销售额的目的，负责协助和指

导所有对于达成公司预期销售和毛利有帮助的促销工作。

2、宣传主管：负责本公司各种对外、对内宣传广告工作及种展览活动的计划和执行。

3、装饰主管：负责商场内外各橱窗和促销场地的装饰，制作sign和pop□

4、特别活动员：按照公司的促销策略、组织、计划、实施各种特别活动。

二、促销的时间及主题

一月份；元旦迎新活动、新春大优惠、春节礼品展、除旧迎新活动、结婚用品、礼品展、年终奖金优惠购物计划、旅游商品展销。二月份：年货展销、情人节活动、元宵节活动、欢乐寒假、寒假电脑产品展销、开学用品展销、玩具商品展销、家电产品展销。三月份：春季服装展、春游烧烤商品展、春游用品展、换季商品清仓特价周、三八妇女节妇女商品展销。

5 / 19

节商品展销及活动、端午节商品展销及活动。

六月份；儿童节(6/1)服装、玩具、食品展销及活动、考前补品展销、考前用品展销、饮料类商品展销、夏季服装节、护肤防晒用品联展、热带水果节。

七月份：欢乐暑假趣味竞赛、商品展销、暑假自助旅游用品展、父亲节礼品展销□cool在七月冰激凌联合促销、暑假电脑促销活动。八月份：夏末服饰清货降价、升学用品展销。

九月份：中秋节礼品展销、教师节、敬老礼品展销、秋装上市、夏装清货。

十月份：运动服装、用品联合热卖、秋季美食街、大闸蟹促销活动、金秋水果礼品展、国庆节旅游产品展、重阳节登山商品展、入冬家庭用品展、羊绒制品展。

十一月份：冬季服装展、火锅节、护肤品促销活动、烤肉节。
十二月份：保暖御寒用品展销、冬令进补火锅节、圣诞节礼品饰品展销、岁末迎春商品展。

三、如何策划购物中心、百货商场、超级市场的形象促销

(一)主题活动：主题活动的目的主要是提升整个店铺的形象和气氛，或提高某种商品的短期销量。

(二)公益活动：公益活动一般在商场所在的社区参与社区的建设或其它活动。此活动一般是非盈利性的，但可增强商场的亲和力，保持商场在社区居民中良好的社会形象。

- 1、新品上架
- 2、限时特价销售
- 3、派送赠品
- 4、赠送包装
- 5、加量包装
- 6、抽奖活动
- 7、积分卡或积点兑换
- 8、返还和优惠券
- 9、系列商品展销

10、以旧换新

11、公司内部销售竞赛

五、把握时机商场、购物中心做促销活动，策划为先，最重要的是宣传与推广

促销的基本目的是要提升业绩，树立商场的价格形象，巩固老顾客对商场的忠诚度，开发新的顾客，增加市场的占有率。有效的宣传媒体通常有以下几种。

1、电视

优点：直接、快速、范围广、动态画面且色彩清楚。

缺点：广告制作耗时，顾客可选择的电视台较多，被顾客观看的概率较低。

广告费用高，出现的频率较少而且时间短。电视广告有一定的时段

7 / 19

差异，除黄金时段外，其它时段效果差。

注意事项：区域性促销不宜做全国广告，可尝试在地方台做广告。若不是大型活动，不必做电视广告。

2、广播电台

优点：收听广播不受地点限制，广告到达率高。广告费用较低。广告内容更改容易，只须更改录音既可。制作主题明确，对象易掌握。广播电台大部分为地区性的，可以根据地区性顾客的实际情况作促销宣传。

缺点：广播电台广告被收听的几率相对较低。没有影像，无法把产品的包装或外观传给顾客。有区域性不能小满足大型活动的需要。注意事项：事先了解节目收听的对象，找到合适的顾客群广告才有效果。可利用电台不同的区域功能，做不同的促销广告。

3、报纸

优点：包装版面可调整控制，可根据广告费用预算来选择报纸的种类及版面。广告内容、设计更改容易，机动性大、报纸普及率高而且报纸广告较为经济、文字的表达、描述弹性大有足够的空间。缺点：报纸纸质较差，且彩色排版效果不佳，影响到刊登的品质及公司的形象。如没有安排到好的版面，很难引起阅报者的重视，广告效果差。

注意事项：报纸广告的商品内容或主题内容必须精挑细选，才能吸引顾客来店购买。报纸稿的审稿必须仔细。

4、杂志 -范文最新推荐-----

杂志广告的保有期限长，广告延续效果好。杂志的分类和读者群的分类也很明确。除了刊登介绍公司形象的广告外，一般商场不适合在杂志上做广告。

5、户外广告

优点：字体显眼明了，图案简单鲜明。可装设霓虹灯或射灯，增加夜间的广告效果。

缺点：是到台风、暴雨需要检修，增加后期的维护费用。注意事项：板材质量好坏，须事先考虑预计使用的年限。

6、交通车广告

定点定时出现，对某部分人接触率很高。车站人潮集中，广告效果好。可利用车内的椅套、灯箱、外车体做广告。交通车广告有一定的成效，但须注意字体要大，且较合开幕或大规模促销活动，小活动不必做此广告。

7、夹报

优点：可将信息有效的传递给订报者，可根据目标商圈搜作夹报，以达到掌握商圈顾客的目的。可依据报纸性质的不同，来选择夹报的报纸。

缺点：夹报时间大都在深夜，必须派人监督。夹报的对象、年龄层、客户层较复杂，较特殊的促销活动要事先考虑是否有效。

附送优惠券等。

缺点：现在的dm泛滥，顾客收到后可能不会翻阅或收到后随手扔掉。

六、购物中心、百货商场、超级市场如何策划供应商的促销活动

1、采购提前二周确定dm品项。

采购应在二周前就与供应商接触，对本期dm商品的价格和数量进行洽谈，以确定dm商品输入电脑并做变价动作。

2、企划部在采购人员确定dm商品后，到楼面收取样品进行拍照□ dm商品如属新产品，则需采购人员通知供应商携带样品前来拍照，并于制作过程中添入价格栏目；如属特价商品，则需有明显标志，最后打出本期dm之初稿。

3、初稿完成后，采购人员应认真仔细核对dm初稿，如有变

化或差异应迅速更正，最后确定初稿并交企划部彩印。

4、当dm完成彩印后，通过邮递或分发等方式，传递到消费者手中。楼面工作人员应到电脑部领取快讯清单，熟记下期dm商品。

5、楼面人员按dm清单做出端架计划时，需遵循以下几项原则□ a□商品相近原则;b□整体规划原则;c□最大销售额原则。

6、楼面人员核实dm商品的订单及到货情况，查看订货量是否充足，如货量少时，则可暂时将几个商品并作一个端架陈列;货量多时，则可做退货。

也称销售时点广告。凡是店内提供商品与服务信息的广告、指示牌、引导等标志都可以称为pop广告□pop卡是介绍dm商品品名、价格且悬挂于货架旁的广告纸，它具有强烈的视觉效果，可刺激消费购买欲望。

7、更换端架：时间为此期dm的前一天下午18：00到晚22：00，更换步骤如下：

a□首先撤掉端架所陈列的上期dm商品，将其补充到货架，使排面丰满、多余商品分箱装好，上库存区，填写库存单的品名、数量以便补货;b□清洁空端架，及时将新dm商品拖到空端架位前，此时不能影响现场销售、堵塞通道，商品陈列应齐肩高，陈列时要保持周边区域的卫生并及时清除空纸壳等杂物;c□所有新dm商品的陈列应在快讯前一天22：00前逐一完成;d□撤除上期dm快讯商品pop卡和价签，不能有遗漏□e□更换新dm商品和pop卡和价签。

8、新dm生效当天，楼面人员逐一检查新dm商品的电脑售价与dm宣传单□pop卡是否一致，如有错误，立即做电脑更正。

9、为方便消费者咨询及加快收银速度，客服员与收银员应熟记新dm商品，楼面人员检查上期dm商品价格签是否恢复原价。

10、新dm商品的销售。 2018年百货商场促销方案二

11 / 19

方案一 满就送折扣

根据这一方案，企业销售100元商品，收取80元，只需在销售票据上注明折扣额，销售收入可按折扣后的金额计算，假设商品增值税率为17%，企业所得税税率为33%，则：

按此方案企业销售100元商品，收取100元，但赠送折扣券20元，如果规定折扣券占销售商品总价值不高于40%（该商场销售毛利率为40%，规定折扣券占商品总价40%以下，可避免收取款项低于商品进价），则顾客相当于获得了下次购物的折扣期权，商场本笔业务应纳税及相关获利情况为：

这一方案下，企业的赠送礼品行为应看作销售行为，要计算销项税额。同时，由于属非公益性捐赠，赠送的礼品成本不允许税前列支（假设礼品的进销差价率同商场其他商品），则：

应

纳

增

值

商场为购物满100元的商品实行加量不加价的优惠，商场收取的销售收入没有变化，但由于实行捆绑式销售，避免了无偿赠送，因而加量部分成本可以正常列支，则：

应纳增值税=(1001.17)17%-(601.17)17%-(121.17)17%=4.07(元)销售毛利
润=1001.17-601.17-121.17=23.93(元)应纳企业所得
税=23.9333%=7.90(元)税后净收益=23.93-7.90=16.03(元)在
以上方案中,方案一与方案五相比,即再把20元的商品按正
常销售试作,相关计算如下:

13 / 19

应纳增值税=(201.17)17%-(121.17)17%=1.16(元)销售毛利
润=201.17-121.17=6.84(元)应纳企业所得
税=6.8433%=2.26(元)税后净收益=6.84-2.26=4.58(元)按上
面的计算方法,方案一最终可获税后净利
为(11.45+4.58)=16.03(元),与方案五大致相等。若仍做折
扣销售,则税后净收益还是有一定差距,方案五优于方案一,
而且方案一的再销售能否及时实现具有不确定性,因此还得
考虑存货占用资金的时间价值。

所以,商场满就送的最佳方案为满就送加量加量不加价的方式,其次为赠送折扣券的促销方式,再次为打折酬宾和返还现金的方式,而赠送礼品方案则不可取。

一、活动时间:

20xx年9月8日20xx年9月10日

二、活动地点:

超音波通信城(紫金店和西街店)

手机行业竞争比较激烈,故各手机商家务必提高自己的销售量。所以,本次促销活动可借用9.10教师节为主题,以9.10为策划原点做出相应的促销方案。

四、准备工作：

- 1、卖场内需准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；
- 3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；
- 4、广告媒介：宣传单页(a4)□店面外展版(尺寸待定)，报媒(待定)；

五、活动资料：

- 1、投入相当一部分资金购买礼品，从礼品上吸引飘过的潜在消费者；
- 2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；
- 5、从9月8日起至9月10日截止，在上党晚报做原创信息大赛，以教师节主题为评选出一、二、三等奖和入围奖；(待定)

15 / 19

- 6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者(含1500)即可参加抽奖；

六、活动流程： 9月9日上午：

- 1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；
- 2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目
- 3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；

- 4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；
- 5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；
- 6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；
- 7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动资料；9月9日下午：

- 1、15：00分开始，由公司安排出演节目；
- 2、15：30分开始现场编信息比赛，并给予奖现场编信息比赛，选获胜者并颁发奖品；
- 3、15：40分由公司安排出演节目；
- 4、16：00分开始购机抽奖；
- 5、16：20分由公司安排出演节目；

七、活动现场安排：

- 1、场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。
- 2、人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与礼仪公司的良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。
- 3、奖品的确定：待定
- 4、经费预算：略

八、对活动的事前事中事后分三部分来控制，各部分应思考

到的问题：

- 1、活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。
- 2、活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。
- 3、活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显能够借助后期的节假日再次进行促销(如八月十五，国庆等)。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

创意手机促销方案二

一、中秋节手机促销活动目的17 / 19

利用中秋佳节进行促销活动，宣传新产品，刺激消费，拉动销量，为下半年销售市场做准备，同时塑造公司外在的亲亲和力。

二、中秋节手机促销活动主题 与xx手机共婵娟

三、中秋节手机促销活动对象

主要对象为亲人，就是给您的顾客灌输给亲人买手机送手机，增进与亲人的沟通，良好的沟通从这个美好的节日开始。

四、中秋节手机促销活动时间

中秋节手机促销活动时间应该辐射到中秋节前后加起来十天的时间。节前一个星期，节后几天缓冲时间。

五、中秋节手机促销活动内容

1、中秋节手机促销方式，可以采用让利促销，即打折扣或是购机赠品等。

2、中秋节手机促销还可以采用活动促销，如：凡是为亲人来购买手机，可获得xx影楼全家福照片的赠券；情侣参与心心相印活动，过关可以获得xx影院电影票两张及婵娟玩偶一个；当天举行互动活动，消费者可以凭购机小票参加回答问题抽奖活动，并附有丰富的奖赏，如旅游机票、数码电器等。

六、中秋节手机促销活动宣传：

1、报纸、当地电视台滚动广告等

2、宣传单

七、中秋节手机促销活动注意

1、对工作人员进行培训，并要向工作人员清楚阐述国庆手机促销方案主旨及要求。

2、对工作人员进行责任分组，各组协调合作。

3、作出防意外措施。

以上的中秋节手机促销方案只是笔者的个人总结。更好更专业的中秋节手机促销方案需要店员以及更专业的策划人士做好市场调查后才能总结出适合自己手机店的中秋节手机促销方案。希望以上的中秋节手机促销方案，对您有所帮助。

商场五一促销活动策划方案篇四

我播下的是龙种，收获的却是跳蚤。德国诗人海涅的一句话恐怕也是很多策划人的心声，很多时候甲方为了成本控制，会将一个完整促销方案分成几个部分分包给不同的公司和个人还实施，包括方案、庆典、人员、道具和广告推广等，这就造成策划主体需要对各个部分进行监管控制，随时进行纠正，不仅让工作量大大提升，而且由于甲方的干涉，往往最后其他单位负责的部分都与策划初衷大相径庭，导致整个活动向着预料之外倾斜，最后不了了之。

商场五一促销活动策划方案篇五

20__年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、最好的年货，__商场将推出“满100送150(年货券)”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

活动一：满100送150(年货券)

1、活动时间：20__年__月__日——20__年__月__日

2、活动内容：活动期间，在__商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元；购买大家电类商品累计1000元，可获得__商场年货券100元(超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外)。

3、年货券分配比例(全部为购物券)：

1)年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在某某商场均可使用。

2)压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在__商场均可使用。

3)元宵券：限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4)烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5)礼品券：仅限商场内使用。

6)翡翠券：仅限商场及__珠宝宫使用(黄金、铂金除外)。

4、赠券使用规则：

1)赠券只适用于商场内，复印无效；

2)赠券需对等消费或按比例收券；

3)赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券；

4)现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还；

5)赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客；

6)赠券消费，在活动过后退货时，只退还现金部分；

8)__商场保留对此券使用的最终解释权。

活动二：大家庭，大清仓，过大年

1、活动时间：20__年__月__日——20__年__月__日

2、春节活动方案：新春佳节即将到来，__商场推出“大清仓，过大年”促销活动，活动期间__商场服饰类应季商品清仓销售，知名品牌全场一折起。

另附：为回报广大顾客对大家庭的支持，__商场自此将在每年的春节前期和8月份与厂家联手推出两次大规模的应季商品

清仓销售活动。清仓活动将以服装和鞋类商品为主，打出全年最低价让利消费者。

商场五一促销活动策划方案篇六

20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx日。

xx珠宝“摇钱树”送礼百分百。

通过xx珠宝xx节“摇钱树”活动活跃xx节日欢乐气氛，同时通过现金利是包、新年礼品等切实回报消费者。

1. 主题活动：

凡在xx珠宝全国加盟店/柜购买任何一款xx钻饰的顾客即可参加“摇钱树”活动：

摇摇xx珠宝专卖店门口或专柜旁边的`摇钱树（圣诞树装扮而成），即可从树上摇掉下来的幸运号码（以胶纸粘住100个幸运号码），以第一个掉下来的幸运号码兑换10—100元不等的现金利是包□xx珠宝的精美挂历、抱枕等，保证每个参加活动的顾客都有奖。

兑换规则如下：

1—18号兑换利是包；

19—68号兑换xx珠宝抱枕；

69—100号兑换xx珠宝挂历。

2. 宣传造势：

（1）在活动前（约xx月xx日）和活动中□xx月xx日、xx月xx

日)在各大报纸予以活动宣传报道,主题是“xx珠宝‘摇钱树’送礼百分百”(1/4—1/8版),介绍活动的奖品及参与细则。

(2)在活动前印制活动宣传单页在店前派发(有条件还可在人流汇集区及社区派发),扩大活动影响力和宣传力度。

(3)在店前做好活动宣传海报,在柜台安排咨询活动咨询员(如有条件可设立咨询电话)。

(4)店头pop□xx展架宣传活动,同时增加热卖场氛围。

1.“xx”费用:50元x18=900元;

2.抱枕:30元x49=1470元;挂历:30元x31=930元;

3.展架:65元/个x2=130元,喷绘海报:120元;

4.宣传页□dm□□0.5元/张x1000份=500元;

5.广告宣传费约5000元;

6.总计:9050元。

商场五一促销活动策划方案篇七

20xx年新年前

商场门口或大厅一楼场地

喜迎新春节节有礼

活动思路:针对春节的到来,抓住这一契机。充分透过媒体宣传,促销活动,提高销售,争创销售高峰。打造成为属于

商场与消费者特有的消费节日，取得销售业绩和社会效应的双丰收。

活动目的：满足现有的消费群体，挖掘潜在消费。将品牌与活动相结合提升商场整体实力。提高商场知名度及竞争力。继续巩固在消费者心目中的地位。

(1) 传单(活动资料)各活动期间派发。

(2) 德州广播电视台第一房产(视频宣传片)(视频制作)

场外1. 宣传条幅气球(商场介绍)

场内1. 相关特价促销悬挂pop价签

评估媒体宣传费用、演员费用、礼品费用

商场五一促销活动策划方案篇八

二、活动主题：欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季

三、具体活动：四重喜、惊喜连连看！

惊喜一：激情五一开门送礼！

5月1日当天前300名购物的顾客朋友，无论购物金额多少均可获得精美礼品一份，数量有限，送完即止。

惊喜二：购物抽奖抽完还送！

4月29日-5月2日，凡在本商场一次性购物满28元即可凭电脑小票换取抽奖券一张；满58元换取抽奖券两张；多买多抽。单张小票最多限抽5张。

一等奖：现金购物卡888元1名

二等奖：现金购物卡588元2名

三等奖：现金购物卡88元5名

四等奖：精美礼品一份100名

惊喜三：您购物，我送礼！

4月29日-5月2日，凡来本商场超市一次性：

购物满18元送牙刷一把；

购物满38元送500ml茶饮一瓶；

购物满68元送1.25l可乐一瓶；

购物满118元送1.5l洗洁精一瓶；

购物满168元送1.8l调和油一瓶；

(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参此活动)

惊喜四：超值换换换！

活动期间凡在本商场超市区一次性购物满18元，就可凭海报剪角加1元换购牙膏1支；一次性购物满38元，加5元可换购价值20元冲调礼品盒一盒；购物满58元，加15元换购价值60元保健品一盒。(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参加换购活动；此活动和惊喜3活动任选一项，不可同时参加)