

# 最新五一劳动节促销文案(优质8篇)

编写表白文案时，我们可以借用经典的诗句或者影视剧中的台词来表达自己的情感，让文案更加感人。以下是小编为大家整理的一些爱国总结范文，希望可以激发大家的爱国热情和使命感。

## 五一劳动节促销文案篇一

4月30日—5月8日

五月份是一个黄金周，在全月里有几个重大节日如：五一国际劳动节、五四青年节、母亲节、六一儿童节等。为了更好地促进销售，提高客单价，并且产生较有影响力的社会效应，进一步提升汇佳的企业形象。

庆五一，享方便实惠，赢精彩大奖

五一逛快易拍，购物中大奖；低价降到底，好运转不停。

2) 五一逛xxx购物中大奖(具体方案见附页)

3) 低价降到底，好运转不停(具体方案见附页)

4) 5月1日第二届“劳动颂歌”青年卡拉ok竞赛决赛，大浪淘沙显高明，群星荟萃看今朝。

5) 5月4日“青春风采，活力无限”青年节精彩文艺演出

6) 5月5日“五一逛xxx购物中大奖”抽奖晚会，精彩演出(内部员工)

7) “六一儿童才艺秀”报名正式启动，4月25日至5月10日报名，5月13日第一场预赛(具体方案见附面)

8) 5月8日母亲节，母亲购物有礼。凡于5月8日来我商场购物的已婚女性顾客，一次性购物满50元以上，凭电脑小票送礼品一份。每人每票限送一份，礼品数量有限送完即止。

9) 5月12日“五一逛xx购物中大奖”颁奖晚会。

## 五一劳动节促销文案篇二

“缤纷五一，五大惊喜大放送”

4月26日到5月8日

3、让顾客产生好感，提升品牌形象。

惊喜一：天天前5名，低至5.1折

想烫就烫，活动期间每天前5名顾客消费原价380元的数码烫可享受5.1折优惠。

惊喜二：消费满168送51，消费满480送150

一次性消费满480元(或充值500元)送150元的现金券。

惊喜三：加“51元”=“88元”

活动期间消费80元(或充值200元)，加51元可购买原价88元的产品，即省37元;购买88元以上其它美容/美发产品可以优惠37元，详细参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，漂亮更出色

惊喜五：“新”的选择，特惠放送

尚艺式皇式洗护88元，活动期间尝新体验价48元

惊喜一解释说明：

- 1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会；
- 2、具体烫及原价多少请根据本店实际情况设定；
- 3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的'分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

- 3、150元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目/套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日到7月18日。

## 五一劳动节促销文案篇三

为了确保工作或事情能高效地开展，就不得不需要事先制定方案，方案属于计划类文书的一种。那么你有了解过方案吗？下面是小编收集整理的五一劳动节促销流程策划方案，希望对大家有所帮助。

“五.一”黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

\_\_\_\_月\_\_\_\_日——\_\_\_\_月\_\_\_\_日

每个季节都有礼!——“五一”有礼!

### (一)、劳模有礼

5月\_\_—\_\_日，凡历年获得过市级(含)以上荣誉的`劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份(衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣\_\_件)。

### (二)、购物有礼

凡在4月\_\_日---5月\_\_日活动期间，购物单票金额在\_\_元以上的顾客，即送洗衣粉一袋。购物累计金额\_\_元以上的顾客，送价值\_\_元遮阳伞一把;累计满\_\_元的前十位顾客，可领取价值\_\_元的红宝石黄金吊坠一枚;累计满\_\_元的前两位顾客，可领取价值\_\_元的红宝石黄金手链一条。(图书、双星、三楼黄金首饰不参与，团购不参与，其它柜组全部参与!)

### (三)、母亲节有礼

“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”

1、为庆祝5月13日母亲节的到来，5月1日起，\_\_只“祥鹤”，\_\_个祝福，为\_\_位顾客准备，送给\_\_位慈爱的母亲!(凡购物的顾客均可凭小票到正门口工作人员处领取“祥鹤”，并留下你的真挚祝福，亲自悬挂在中厅许愿树上。)

2、5月13日---母亲节当天，凡在我商场购物满\_\_元的前\_\_名顾客，加\_\_元即可获得“康乃馨”鲜花一束。

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制\_\_张小型“背粘胶”，打上“\_\_商场赠送”字样，所有礼品上都要粘贴。

(统一色调——蓝色)

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以“五.一”促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传(包括-展架)。

4、各专厅可以pop海报、打折牌宣传价位及打折信息，渲染气氛，主题统一为——“五.一”有礼!(部经理配合实施)

1、4月\_\_日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传本次“五一”促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

1、部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。(每天活动工作人员名单另文下发)

4、4月\_\_日、5月\_\_日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。

5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可徇私舞弊。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票;不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

- 1、中厅布置：\_\_元
- 2、“背粘胶”印刷：\_\_元；
- 3、室内外布置：\_\_元；
- 4、活动奖品预算：\_\_元；
- 5、报纸广告：\_\_元

总计：\_\_元

其中：4月\_\_日——5月13日(母亲节)共\_\_天时间按各专柜销售额的1%进行扣点，其余商场负担。

## 五一劳动节促销文案篇四

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、\_\_\_\_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，“\_\_\_\_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、\_\_\_\_假期”

主体宣传：

活动时间：

4月25日——\_\_\_\_年5月15日

篇章：

- 1、开锣省钱、\_\_\_\_假期
- 2、诗歌花语、\_\_\_\_母亲节
- 3、爱心行动、\_\_\_\_助残日
- 4、健康生活、\_\_\_\_假期

背景：五一黄金周

内涵：\_\_\_\_在五一消费者省钱的假期，消费者的五一应该在\_\_\_\_。

外延：降价促销、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、\_\_\_\_价期、任您挑选

a促销板块

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”。

## 五一劳动节促销文案篇五

时间：\_\_年年5月 主题：浪漫的五一温馨的金帝 内容：

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季。在此期间，五一长假，客流增加，需求旺盛。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

1. 有奖购物促销。



凡在金帝购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如t恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在金帝广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约\_\_元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

## 2. “金帝采风，今夏清爽”——淄博金帝第二届空调节。

(1)购机抽奖，互赠空调。用户在金帝购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

(2)销售排行榜。金帝购物广场联合消费者协会等有关部门，对4月20日—5月20日之间金帝购物广场所销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

(3)主题为“空调与我现代生活”的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表五一节的促销活动。

1. 经济台《金帝信息港》栏目中全面介绍金帝购物广场五一节的各项促销活动。

2. 广播电台新闻台、文艺台利用半点、整点广告分别对单项活动进行宣传。

3. 利用淄博晚报、鲁中晨报各做一次整版广告。

4. 营业现场广播滚动播出活动内容。

5. \_\_全程报道五一节系列活动。

6. 与邮政合作组合各厂家出刊一期专送广告

7. 利用上述媒体新闻报道。

1. 装饰店面。利用绢花制作浪漫五一彩门，费用600元左右。

2. 天井和一楼天顶处，利用花球装点，撤下红灯笼。费用1000元左右。

3. 彩色气球装饰约\_\_元。

4. 绿色仿真植物装点1000元左右。

## 五一劳动节促销文案篇六

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

### 1、婚庆消费

(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)

### 2、长假旅行消费

(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)

### 3、近郊春游消费

(饮料类、即食品类、休闲食品类、)(户外用品、运动用品、

园艺用品)

#### 4、家庭换季消费

(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季)(夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品)

#### 5、福利消费

(夏季消夏用品团体福利消费)我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理咨询才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理咨

询共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾惊喜狂购(数十种名优商品的.大幅降价，以家庭消费品为主)

劳动光荣低价有礼(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

开心度长假低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价)

清凉一夏低价风暴(夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料)

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣吃上再拿上(游戏互动促销大规模的品尝买赠活动)

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销方式以外，还要有同超市促销主题紧密相关的促销方式，或将某一厂家的促销活动方式作为主要的促销方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

- 1、买赠(一单购物达xx元赠xx物品)
- 2、互动有奖游戏(一单购物达xx元可参加游戏，积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)
- 3、刮刮卡(一单购物达xx元赠卡一张，刮开兑奖)
- 4、现场试吃试用(请厂家多提供)
- 5、演艺(请演艺队营造气氛)
- 6、小鬼当家

我们建议五一节促销费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销期间预记销售总额的1、5%。

## 五一劳动节促销文案篇七

xxx年4月23日(周六)—xxx年5月8日(周日)

o利特价款给力更给力——小长假大让利

- 1、通过五一，利用特价产品超低价格获取客户的吸引力，拉动全场销售。
- 2、通过全场折扣让利，促使客户更多购买，培养更多新客户。
- 3、加强新老客户的沟通，通过口碑宣传，传播品牌形象。
- 4、让旺季更旺，抢占终端市场，给竞争对手以打击，迅速扩大市场占有率。

xxxxx(城市名)xxx专卖店

(一)活动内容一：超低特价，仅限五一

序号 型号 名称 数量 批发价 促销价 毛利率

1as-20xx-41.8m 双人床 11014148832%

2as-9932 四门衣柜 12448358032%

3as-9933 1.2m 儿童床 169398029%

4as-20xx 组合书桌 11434208031%

5as-5018 1.25m 餐桌 164389028%

注：

1、通过以上产品带动其他销售，如套房可让客户补床头柜，书桌等

2、餐厅让客户补餐椅等

(二)活动内容二：五一小长假，天天团购价

活动期间各系列正价品达到以下条件，可以享有以下团购价：

(3)正价品消费满16000元以上的可以享有5.5折团购价；

注：(1)6000以下自行定价，建议为6.8折

(2)以上为建议折扣，具体折扣与额度可根据实际情况定

(三)活动内容三：优惠无极限折后又返券

活动期间各系列正价品达到以下条件，可以享有以下优惠

消费每满3000元，同时送抵金券1000元一张；买6000元，送2张，以此类推！

抵用券使用说明：

- 1、抵用券第二次消费时使用。
- 2、不找零，不兑现，逾期作废。
- 3、公司盖专用章后有效。
- 4、不与其他优惠同步使用。

注：活动二与活动三可同时享受。

(四)活动内容四：1元购家具给力更给力

活动期间，凡是每单总购物金额满10000元(正价打折优惠前)的客户，加1元获赠xxx小件家具产品一个，款式由经销搭配。每单限送一个，每天赠送5个，先买先送，送完为止。

注：1、仅限5月1日、2日、3日

2、五一三天之外的销售，可不送，根据库存而定。

1pop喷绘(2种不同主题的)pop喷绘为x展架经销商当地制作，2张

2吊旗请根据卖场实际情况及人流动线进行悬挂经销商当地制作一个店30张

3特价kt板每件特价产品制作一个特价牌，经销商当地制作，5个

4地贴每个门口地面做一个经销商当地制作，1-2个

5宣传单页针对五一可以做些个性化的宣传单页经销商当地制作，1000份

6抵用券每满3000元发一张经销商当地制作，建议做60张

图片模拟演示：

注：详情请见《五一宣传相关图片》

- 1、活动内容一要求各专卖店按特价要求进行操作，吸引人气
- 2、活动内容二为除特价品外所有正价商品累计销售额给予的优惠，若有特别优惠的商品不得享有该方案的优惠政策。
- 3、活动一与活动二不得与其他优惠活动同时共享。
- 4、以上要求经销商务必在五一前通知培训各卖场营业员，以统一口径和说词告诉客户，请执行。

以上如有疑问请来电咨询xx营销中心

## 五一劳动节促销文案篇八

一、活动主题：

“缤纷五一，五大惊喜大放送”

二、活动日期：

4月26日-5月8日

三、活动目的：



3、让顾客产生好感，提升品牌形象。

#### 四、活动内容：

惊喜一：天天前5名，低至5.1折

想烫就烫，活动期间每天前5名顾客消费原价380元的数码烫可享受5.1折优惠。

惊喜二：消费满168送51，消费满480送150

一次性消费满480元(或充值500元)元送150元的现金券。

惊喜三：加“51元”=“88元”

活动期间消费80元(或充值200元)，加51元可购买原价88元的产品，即省37元;购买88元以上其它美容/美发产品可以优惠37元，详细参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，漂亮更出色

惊喜五：“新”的选择，特惠放送

尚艺式皇式洗护88元，活动期间尝新体验价48元

#### 五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客进店，创造销售机会；

2、具体\_\_烫及原价多少请根据本店实际情况设定；

3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客进店后，只需告知顾客有此项活动，可

以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

3、150元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目/套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日-7月18日。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)