

# 2023年春节年货活动促销方案策划(精选17篇)

营销策划需要综合考虑产品的特点、目标市场的需求以及企业自身的资源和竞争优势。整改措施是在工作或学习过程中发现问题后，为了解决问题而采取的具体行动措施，它可以帮助我们改进工作方法和提升学习效果。每个人都应该认真对待整改措施，以便实现自我进步。针对问题的整改措施应该有针对性，我们可以通过制定具体的计划和目标来引导我们的行动。此外，我们还可以积极寻求他人的建议和意见，以丰富我们的思路和解决方案。以下是小编为大家整理的一些常见的整改措施范例，供大家参考。在整改过程中，我们要注意及时跟进和评估效果，确保整改措施的有效实施和改进效果的持续性。整改措施是在工作或学习过程中发现问题后，为了解决问题而采取的具体行动措施，它可以帮助我们改进工作方法和提升学习效果。每个人都应该认真对待整改措施，以便实现自我进步。针对问题的整改措施应该有针对性，我们可以通过制定具体的计划和目标来引导我们的行动。此外，我们还可以积极寻求他人的建议和意见，以丰富我们的思路和解决方案。以下是小编为大家整理的一些常见的整改措施范例，供大家参考。在整改过程中，我们要注意及时跟进和评估效果，确保整改措施的有效实施和改进效果的持续性。

## 春节年货活动促销方案策划篇一

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。

1月27日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顾客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(2月3日-2月14日)

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顾客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，也可以在此调动顾客的积极性。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位顾客进店便送“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。

## 春节年货活动促销方案策划篇二

1、扩大和提高xx超市的品牌形象和美誉度。

2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。

### 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品（比如大米、鸡蛋等）以超低折扣出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的'消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

#### 1、选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a□消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销

开支。

## 2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道（如报纸杂志可裁剪传单广告等）向消费者发放宣传单（介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息）。选票和宣传单印上广告词：这个春节，您当家。

效果目的：为了让消费者知道，今年春节□x×超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

## 3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的x个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的x个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

## 春节年货活动促销方案策划篇三

新春来临之际，借由这个喜庆的日子，提高珠宝的销售业绩，而以打折为主的价格战千篇一律，忽视了品牌的建设和维护。珠宝作为业界的翘楚，在春节期间再次强力出手，给市场带来福祉，给消费者带来福音。珠宝诉求品质，演绎经典，引领时尚。此次策划活动目的是提升公司产品销量及销售额，强化品牌认知度及美誉度，同时也是部分新品的上市。

孙子兵法曰“凡战者，以正合，以奇胜”。集中优势兵力，重点突破，选择节日营销的重点市场。

2、活动控制的范围：优先选择的特定区域。（一、二级市场）

3、促销的主要对象：职业女性、职业男性。重视工艺、追求时尚；注重品牌；对珠宝有所诉求。

4、促销的次要对象：注重装饰；关心质量和服务。

## 1、确定活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。一个好的主题很关键。我们的主题是：价格折扣抽奖服务促销  
价格折扣：按产品的实际价值加上合理利润（40%-100%），把得到的结果除以其相应的折扣点，最终的数字作为产品定价。折扣点选择吉祥的数字：八八折、六八折、四八折。

抽奖：具体形式见“活动方式”。

服务促销：继续宣传和推出公司的售后服务。归纳为八项保证服务——保质量、保调换（可等值异地换货）、保纯度、保克重、保维修、保缩放、保清洗、保翻新。

## 2、包装活动主题

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。本次促销活动的主题是“高贵、尊崇、祥和”。整个店面环境设置应该凸现这个主题，员工

服装统一是红黄色，最好是唐装，表达春节传统、祥和的意思。卤素灯不要耀眼，选用一些光线柔和、温暖的，但不要显得暧昧。其次，可分时段选取一些高雅、柔和、喜气的背景音乐播放。一些顾客可能没看到柜台，但被音乐吸引，而成为潜在顾客。其它设置如吊旗、灯笼□pop□展架等要尽量凸现春节喜气祥和的气氛，同时彰显\*公司大气精致的形象。

1、确定伙伴：和商场、经销商、加盟商联合，可整合资源，降低费用及风险。具体公关由市场督导负责，和商场敲定活动形式、时间和地点。利用商场春节大型促销宣传吸引自己的人气。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

建议公司在每个销售网点举办一个抽奖活动：凡是在活动期间购买\*珠宝首饰的顾客：

奖品设置(设七个等级)，特等奖，一、二、三、四、五等奖及安慰奖。具体内容待商榷。

活动时间：1月24号--2月7号。

此次活动在珠宝公司所有销售网点同期进行。

此次促销活动在设在商场内专柜、岛柜进行。不搞场外搭台销售。

报纸

优点：



- 1、信息的传播可以限制在目标区域内。
- 2、广告制作速度快。
- 3、灵活、及时，区域市场覆盖面大，能广泛地被接受，可信赖性强。

缺点：1、杂乱，针对性差。

2、保存性差，复制质量低，传阅者少。

3、浪费发行量：信息可能被送给很多永远不在市场买公司产品的人。

4、一种高度易见的媒介，竞争对手可以很快获取我们促销活动的情报。

## 电视

优点：1、综合视觉、听觉和动作富有感染力，能引起高度注意，触及面广。

2、能很好地建立形象的一种媒介。

缺点：1、制作成本高。

2、干扰多，瞬间即逝，观众选择性少。

3、大多数广告只有10到30秒长，这就限制了我们的可传送的信息量。

## 杂志

优点：

1、区域、人口可选择性，可信并有一定的权威性。

2、复制率高，保存期长，传阅者多。

缺点：

1、广告购买前置时间长，有些发行量是浪费的，版面位置无保证。

2、篇幅成本和创意成本较高。

前期准备分三块：

1、人员安排：要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\*点。谁负责与商场的沟通？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？谁负责产品介绍？谁负责数据记录？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。活动前对所有营业员进行培训，统一思想，统一口径，明确活动目的、意义、对象和重点。

2、展柜形象：展柜形象是一个系统的工程，在卖场中一般体现在以下方面：企业统一的vi[]起到整体形象的塑造；展柜色彩，能够吸引眼球的亮丽色彩或者彰显高贵的神秘色彩；展柜用材：衬托产品形象的材质；展柜灯箱：华丽、明亮、引人注目的灯箱；展示现场商品的pop[]x展架、易拉宝等道具：可以充分展示产品个性，突出卖点；展柜现场的装饰布置：如花环、汽球、灯笼、吊旗等道具的采用，给人以灵性、活力的展示。主题烘托春节喜气洋洋的气氛，具体工作由店长和经验丰富的营业员来做。

3、备货：确定新品、促销产品、传统产品的种类，并准备充足的货源。列一个备货清单，按单清点；然后参照每天的销售数据，及时补充。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?综合成本(低)、媒体知名度(高)、受众(多)、宣传时间(及时)及方式(切实可行)，选择当地一两个主流媒体单位。报道这次春节促销活动的主题，展示公司品牌形象。详细操作不报道，以免竞争者效仿。

整个活动费用包括：活动期间员工工资(含加班费)、广告媒体费用、店铺包装费用(购买吊旗、气球、灯笼、制作条幅等)等。总费用单店控制在一万元以下。另外还要考虑到商场的扣点。建议各个店铺负责人结合本店实际情况，参照策划方案，在活动开展前半个月，拿出详细的费用预算，及店铺包装意见，并传真给公司市场部。

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致客流减少等等。这些意外可能影响活动的继续进行。各店铺负责人必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。不能因为单店的意外而影响整个公司活动的进行。建立活动期间店铺主管全面负责制，并以此作为其绩效考核的依据。

十二、效果评估

## 春节年货活动促销方案策划篇四

x年x月x日——x年x月x日

共七天

## 猴年新气象半价大返还

### (一) 主要活动：虎年新气象半价大返还

2. 单张购物小票返还金额不超过5000元；
3. 正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定(可选择营业额最低的一天)；
4. 初一开始，至2月25日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券；
5. 购物券必须在2月25日之前消费，逾期无效；
6. 家电、电讯等商品除外(商场海报明示)；

(二) 可行性：七天中抽取一天100%返还，相当于全场8.6折；50%返还，相当于全场9.3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

### (三) 辅助活动

1. 男女装特卖场；
2. 儿童商场购物送图书；
3. 厂方促销活动。

1. 报纸广告
2. 电台广告
3. 现场横幅
4. 现场彩灯

请根据您商场的实际情况进行借鉴取舍。

## 春节年货活动促销方案策划篇五

欢喜购物贺新春，齐家同贺旺财年

稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售

1月27日—1月31日

活动一：

迎新春，贺新年，送春联

活动时间：1月27日

活动内容：凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取20xx年\*\*台历一本。限50名，送完为止。

操作方法：

- 1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的发放；
- 2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

活动二：

年到福到礼送到

活动时间：1月27日—1月31日

活动内容：

凡在本超市一次性购物满88元，凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个，购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款，在本超市获得相应的新年实惠。

操作方法：

- 1、卡片需加盖分场专用章；
- 2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收；
- 2、新年卡片设计制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取；
- 3、红章制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取；
- 4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部；
- 5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

活动三：

庆元旦贺新春送大礼

活动时间：12月31-1月18日

操作方法：

- 1、活动结束，分场将收银小票统计整理于1月20日返回营销部，附换赠明细表；
- 3、已换部分商品由营销部提供的收银小票报商家处进行冲兑；

活动四：

影楼喜连缘，百家欢喜贺新春

活动时间：1月1日

活动内容：在活动时间内，凡在本超市一次性购买金额达到一定标准，凭单张收银条均享受

一次性购物满58元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送一张艺术照

一次性购物满88元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送两张艺术照

一次性购物满128元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送四张艺术照

一次性购物满218元免

费照全家福一次，限3人，送两张

操作方法：

1、\*\*超市在专版海报上宣传活动内容，并宣传\*\*影楼的特色服务。

2、\*\*影楼提供折扣支持和照片支持。

3、双方本着互惠互利的原则，如果任何一方未能满足方案中提出的要求，均承担另一方的所有损失。

4、满足金额的顾客的收银条均加盖分场章和附上\*\*影楼宣传册，顾客凭此据均可在\*\*影楼享受优惠。

5、顾客享受优惠时间截止到1月20日

7、收银员在收款时，查看顾客是否满足其条件，然后将收银条加盖章与送出宣传册

# 春节年货活动促销方案策划篇六

20xx年x月x日—20xx年x月26日，共七天(20日—26日大年夜)

千僖迎新，半价返还

(一)主要活动：千僖迎新半价返还

2. 单张购物小票最高返还金额不超过5000元；

3. 正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定(可选择营业额最低的一天)；

5. 购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；

6. 家电、电讯等商品除外(商场海报明示)；

(二)可行性：七天中抽取一天100%返还，相当于全场8.6折；50%返还，相当于全场9.3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

(三)辅助活动

1. 男女装特卖场；

2. 儿童商场购物送图书；

3. 厂方促销活动。

1. 报纸广告：

2. 电台广告：

3. 现场横幅



#### 4. 现场彩灯

## 春节年货活动促销方案策划篇七

### 1、年货一条街要求：

- 1) \_年1月8日起开始销售，\_年1月15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) \_年1月10日前完成年货礼篮一条街。

### 2、礼篮要求：

- 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。

### 3、烟酒要求：

- 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。

### 4、南北干货

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。

## 5、保健品

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

## 6、冲饮、茶叶

## 7、糖果、饼干、曲奇饼

1) 糖果、饼干、曲奇在新春时期销售也将有较大幅度的'提高。也需要在此类商品中选出20款商品做促销。

## 8、粮油、调味品，

粮油系列过年食品重中之中

，每期粮油均要求有深度特价商品推出，深度特价粮油且毛利率控制在5%以上。

调味品建议推出海天（或其他）系列专版，要求支持特价

建议：金龙鱼、花旗、金象米、海天系列等

## 9、日常用用、清洁用品、家杂正常特价

重点做清洁用品

## 10、水果要求：

- 1) 重点做进口水果，新春期间要求引进大量进口水果
- 2) 不断推出水果特价销售，突出量感，如苹果、梨、新奇士橙、柿子、红提。
- 3) 做水果礼篮商品推介，选择外型较为美观的水果，主要为：橙、西兰果、青苹果、李、黑美人西瓜、香蕉等。

（以上水果可不做特价或做少量特价）

- 4) 生鲜部提前和供应商做好沟通工作，，要求供应商提供外型与质量最

好的水果，以保证水果礼篮包装的质量。5) 门店要加强礼篮水果的验收。

- 6) 市场部将专门订做水果包装礼盒，打“中英水果”

## 11、其他生鲜商品要求：

- 1) 蔬菜可推出超低价，可考虑低单价蔬菜负毛利销售；
- 2) 鲜肉类商品建议每期推出一个；（必须有绝对优势才推出）
- 3) 鸡蛋可执行春节长期低价；
- 4) 水产需有特价支持，建议：河虾、鲈鱼。

## 第二部份促销安排

1]送财之买年货大抽奖！再送新年礼篮！

目的：促进年货销售，增加购买量。

时间：\_年1月15日---2月25日1月26日---2月7日

内容：

年货您买了吗？\_人人都发！只要在中英买年货买满68元以上就可得到抽奖券1张，136元2张，以此类推！多买多送！

得到奖券就有机会发财了！

奖项设置：

一等奖1名，奖名牌冰箱1台+现金20\_\_元+10元礼篮1个+利是封20个

二等奖2名，奖彩电1台+现金200.8元+10元礼篮1个+利是封10个

三等奖5名，奖微波炉1台+10元礼篮1个+利是封10个

四等奖18名，奖名酒2瓶+10元礼篮1个+利是封10个

幸运奖60名，奖10元礼篮1个

安排事宜：

1、奖品陈列在服务中心前面，并标明奖品的价值。

2、奖品外包装贴奖字和标明几等奖。

3、礼篮要喷字《中英礼篮，贺年\_》或加中英标志

4、奖品旁贴活动喷绘

5、宣传到位：卖场内挂画20张，场外喷绘，活动巨幅□dm宣传等

6、抽奖注意事项：1-4等奖念出全部号码，幸运奖是一等奖的后两位号码，只要号码中含有一等奖的后两位号码，即可中的幸运奖。

7、奖品为双份，分两次进行。

ii□送财之服装满100送20现金！再抽奖！

目的：增进服装销售。

时间：\_年1月15日---2月15日（抽奖时间同上）

内容：

买服装送现金，满100元以上送20元，200元以上送40元，100元以上不足200元送20元，其他以此类推。多买多送！

100元加送奖券1张，200元2张！多买多送！

奖项设置同上。

安排事宜：

1、奖券准备。送奖券由服装收银赠送。

2、送现金登记表准备

3、送现金负责人：服装部，防损监督。

4、卖场宣传挂画20张。

iii□送财之购物送财神！

时间：\_年2月1日---6日

内容：

凡在中英商场购物前100名顾客，均送财神画1张，早来早送！  
鼠年好运气！

安排事宜：

购买财神画600张

iv□送财之全家逛中英，免费拍照全家福！每天送出前100个家庭

时间：2月1日---9日

内容：

新年好运全家福到！中英祝广大市民新年好运福禄双收。只要您在活动期间全家来到中英可得到超大全家福1张，现场免费拍照。2天后到服务中心领取，购物满68元赠送精美镜框1个。龙年好运全家有福，叫你的全家快来吧！

全家福要求：最少人数3人，夫妻携带1名小孩，最多人数不限。

每户1张，无底板，可拷贝数码照片。

安排事宜：

1、拍照背景：正门旁，设计“喜庆中国年！吉祥\_！中英巨献！”字样和底图

3□a4过塑膜准备。

4、辅助装饰准备，恭喜发财小挂画，财源广进小挂画，大元

宝准备。

5、负责人：企划部

v□送财之大年初一送现金利是！内有1个百元大钞！第一个消费者优先得到100元。

时间：2月7日

内容：

恭喜发财！红包拿来！大年初一来到中英购物广场消费任意金额，可得到现金利是1个，注意：第一个得到的是100元利是哦！其余的利是全部小于100元！先到先得！快来呀！

限前100名有效。

2、送出地点：广场

3、负责人：财务部

4、场内挂画20张

5、宣传：巨幅□dm□喷绘、挂画。

vi□兔官送财之吉祥\_万件好礼送万家文艺演出！

时间：\_年2月3、4、5、7、8、9

内容：

演出精彩和新年，杂技魔术，劲舞狂歌，精彩纷呈！尽在中英开心大舞台！6天精彩汇演！万件礼物免费派发！明星歌舞团加盟演出！阵容强大！有精彩不要错过！

？安排事宜：

- 1、演出团体需列出演出节目表。
- 2、如有大型供应商演出，可在初一以后演出。

vii□兔官送财之大宗团购低价，送钱！再抽奖！

时间：\_年1月15日—2月7日

内容：

凡任何公司凭单位工作证或工牌，购物满下列金额，可享受如下优惠。

购物满1000元以上送现金80元，送奖券2张

购物满20\_\_元以上送现金160元，送奖券8张

购物满3000元以上送现金240元，送奖券20张

购物满5000元以上送现金400元，送奖券30张

安排事宜：

- 1、单页宣传，业务电话联系，单页传真发送各团体和公司

## 春节年货活动促销方案策划篇八

- 1、扩大和提高xx超市的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。



如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品（比如大米、鸡蛋等）以超低折扣出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的`销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

## 1、选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a□消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

## 2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道（如报纸杂志可裁剪传单广告等）向消费者发放宣传单（介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息）。选票和宣传单印上广告词：这个春节，您当家。

效果目的：为了让消费者知道，今年春节□x×超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

## 3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

## 春节年货活动促销方案策划篇九

欢喜购物贺新春，齐家同贺旺财年

稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售

1月27日—1月31日

活动一：

迎新春，贺新年，送春联

1月27日

凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取某年某某台历一本。限50名，送完为止。

- 1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的发放；
- 2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

活动二：

年到福到礼送到

活动时间：1月27日—1月31日

凡在本超市一次性购物满88元，凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个，购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款，在本超市获得相应的新年实惠。

- 1、卡片需加盖分场专用章；
- 2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收；
- 2、新年卡片设计制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；
- 3、红章制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；
- 4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部；
- 5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

# 春节年货活动促销方案策划篇十

缤纷时代、冬日情怀

## 活动1

### 全场商品3折起

部分商品限量特卖活动期间，全场商品3—8折销售（六楼百元街全场8折），对于部分不能进行折扣销售的品牌，也可以自活动之日起每天推出两款应季商品特价销售，每天限量销售3—5件（原则上按成本价销售）。

注：

- 1、活动期间商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；
- 2、厂家或供应商要根据实际情况自行确定，但严禁调高售价后再打折；
- 5、活动期间，财务将对限量销售商品进行单独结算；
- 6、足金、铂金、名表、部分化妆品不参加本活动；

## 活动2

### 购物送券、超值实惠

活动期间，在1—5楼累计购物满500元（现金部分）（活动期间消费金额均可参加累计），再送50元全场十足抵用券[a券），满1000元送100元全场十足抵用券[a券），以此类推，多购多得（以300元为整数单位，零头不计）。

注：

- 1、活动期间所送礼品券□b券）由商场和接受方各承担50%；
- 3、活动期间所送赠券□a券）全部由商场承担（限参加活动1的厂家或供应商）；
- 5、赠券□a券）、礼品券□b券）领取地点：6楼促销服务台；
- 6、赠券□a券）、礼品券□b券）领取时间：当日营业时间；
- 8、各岗位工作人员应提醒顾客先以完整购物凭证参加抽奖活动，再参加赠送活动；

### 活动3

#### 吉祥年、欢喜月

幸运日在活动期间，在4号门附近设3个抽奖箱（暗箱），内放如下所需乒乓球，球上做好标记。凡在我商场1—5楼当日累计购物满300元（现金部分）均可参加抽奖活动。

#### 抽奖规则：

- 1、凡获取摸奖资格的顾客按年、月、日顺序进行摸奖活动；
- 3、单张机制小票累计满300元限摸一次，超出300元部分不在重复累计。

#### 奖项设置：

3、摸出购物当天日期者（如在27日购物，摸中有“27日”字样乒乓球者），可获得vip金卡一张及十足抵用券□a券）3000元；抽奖事项：

- 1、顾客需持当日完整购物凭证（收银机制小票和购物小票顾

客留存联) 参加本活动

3、促销服务台在发放完奖后，收回收银机制小票第一联（白色联）并做好登记；

4、抽奖地点：4号门（肯德基侧）；

5、抽奖时间：当日营业时间；

6、领奖地点：6楼促销服务台；

7、领奖时间：当日营业时间；

#### 活动4

#### 楼百元街酬宾送礼

活动期间，在六楼百元街同一柜组累计购物满500元（现金部分□□20xx年12月21日—20xx年1月7日之间消费部分都可重复累计）的顾客，可到该消费柜组领取价值50元礼品一份；12月29日、30日、31日期间，每天前30名光临六楼百元街的顾客将免费获赠精美礼品一份；1月1日、2日、3日每天9：30—10：30，六楼百元街头饰区全部6折。

注：

1、顾客凭购物小票顾客留存联进行消费金额的累计；

2、免费礼品发放处：6楼扶梯口。

顾客参与流程：

消费金额超过300元的顾客，凭完整购物凭证（收银机制小票和购物小票顾客留存联）到商场4号门参加“吉祥年欢喜月幸运日”抽奖活动到6楼促销服务台按消费金额（现金部分）领

取相应赠券〔a券〕、礼品券〔b券〕。

特别提示：

- 1、本档活动期间，各收银台需要打印两联收银机制小票；
- 2、活动期间〔vip卡折扣功能暂停，但积分累计功能正常使用；
- 3、其它活动实施要求及各部门工作要求安排请参照以前同类活动通知。

## 春节年货活动促销方案策划篇十一

随着圣诞、元旦节的临近，诸多白酒厂家正在竭尽心智、紧锣密鼓地围绕节日促销忙碌着。圣诞、元旦是白酒进入旺季销售高峰的标志性时段，谁都希望在白酒旺季就能在“技”压群雄，笑傲江湖，因为这一“战役”能否打好往往会直接影响到整个旺季企业白酒销售的成败。如元旦节乃中华民族的传统节日，居家团聚、一起欢度节日之快事，寓意也特别深刻。对白酒企业来说，如何挖掘节日促销卖点，围绕“家人团聚的温馨、幸福氛围”展开思路自然是首当其冲。

近几年受假日经济的影响，元旦旅游、结婚、购物、送礼浪潮更是长盛不衰。企业应结合自身资源状况充分考虑能否借助假日、旅游资源来引申企业产品的独特定位（礼品、假日特卖、特价买增等），同时考虑能否围绕婚宴市场寻找更为细腻的卖点以突出产品销售的概念。本次以贯穿整个元旦节的元旦三三酒酬宾活动和三三酒—五粮液系列中高档精品白酒买赠为两大促销主题，提出追求高品质时尚生活，拥有“三三酒、友谊天长地久”的全新概念。

主办：三三酒广元总代理

承办：天骄策划

策划组织：天骄策划

时间：20××年1月1日至3日

地点：26家宾馆和餐饮场所（消费终端）

1) 活动期间在全城26家中高档宾馆和餐饮场所联合推出元旦“三三酒特卖及特惠酬宾活动”为主要内容，外销买赠为主要形式，穿插免费品尝、有奖参与等形式。

2) 在活动期间购买不同系列三三酒，均可享受买二赠一优惠，并赠送终生贵宾卡一张（在日后消费中可以销售8.5折优惠）。

3) 活动期间的所有奖品、场地及相关市政协调费用由主办方承担。

1) 制作专题广告带，门店及活动现场播放。

2) 播出时段：全天候播放/活动现场。

3) 网络媒体互动推广（“利州传媒”弹窗广告，参与有奖）。

4) 市区内重要口岸6个月户外布幅形象宣传。（中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网）

1) 推出dm“三三酒”火爆特卖专版广告，展现三三酒的内在品质和全新形象，并将三三酒连续的活动与促销安排详尽告之。

2) dm需体现三三酒——五粮液系列精品中高档白酒全新形象（品质、实惠）的策略发行一万份进行广泛宣传（印刷精美，纸张不小于128g铜版纸，可以用于终端卖场的张贴宣传）。

1) 卖场内外整体气氛布置，渲染特惠火爆的购物氛围（彩虹



门、横幅等)。

2)挂大量横幅和竖幅;设置一套音响和彩电,循环播放宣传专题片,营造卖场气氛;促销小姐在活动现场介绍三三酒系列产品,并负责活动咨询和现场产品推销。

活动时间:20××年1月1日至20××年1月3日

活动形式:买赠促销

活动内容:

1、在活动期间任意活动场所开展“三三酒”免费品尝活动。

2、凡活动期间购买“三三酒”系列白酒的客户,均可享受买“二赠一”优惠。

3、凡活动期间购买“三三酒”超过200元的客户,均可获得广元总代理统一印制的终身贵宾卡一张(在除举办促销活动之外的任意时候,购买本公司的三三酒系列产品,均可享受8.5折优惠),同时可参与20xx年1月3日下午3:00-4:00广元总代理在门市部举行的抽奖活动。

## 春节年货活动促销方案策划篇十二

欢喜购物贺新春,齐家同贺旺财年

稳定老顾客,发展新顾客,引导消费者,在节日期间提高销售

1月27日—1月31日

活动一:

迎新春，贺新年，送春联

1月27日

凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取某年某某台历一本。限50名，送完为止。

- 1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的'发放；
- 2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

活动二：

年到福到礼送到

活动时间：1月27日—1月31日

凡在本超市一次性购物满88元，凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个，购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款，在本超市获得相应的新年实惠。

- 1、卡片需加盖分场专用章；
- 2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收；
- 2、新年卡片设计制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；
- 3、红章制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；
- 4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部；
- 5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

## 春节年货活动促销方案策划篇三

春节是一年中第一个重要节日，此时消费者经济比较宽裕，购买能力强。我们通过”现金”即时回报提升入店人气，烘托喜庆氛围，且”抓钱能手”寓意感强，使消费者产生联想和期盼，易刺激消费者的购买欲望，最终达到冲刺年终销售高峰的目的。

20xx年12月28日至20xx年1月6日

金鸡嘉奖抓钱能手

手有多大，奖金就有多大

看”谁”是20xx年的抓钱能手

过年恒源祥全家喜洋洋

- 1、通过当地电视台，当地商报针对目标消费群作信息告知；
- 2、通过手机短信一对一告知活动信息，达到有效针对vip客户；
- 3、通过别致的店内外布置，使销售终端气氛隆重热烈。

中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网

- 1、限时限量
- 2、金猴嘉奖抓钱能手

购物满xx元，即现场进行嘉奖一次，在奖池中单手抓现金，能抓多少给多少。

### 3、过年恒源祥全家喜洋洋活动策划

活动期间为全家人购物满xx元，送vip金卡一张（享有购物打8、8折的优惠）和元旦精美礼品一份。

1、店内挂pop吊旗，店外彩旗，顾客购物赠送新春贺卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围。

2、春节前一周以播放欢快的春节歌曲为主，室外装饰灯笼等。

## 春节年货活动促销方案策划篇十四

活动方案指的是为某一次活动所指定的书面计划，具体行动实施办法细则，步骤等。春节年货促销的活动方案，我们来看看。

我们可以将消费者的消费心理历程划分为注意、兴趣、联想、欲望、比较、确信、决定7个阶段，春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，广告位招商 也就是说，在此期间这7个阶段的消费心理变化时间将大大缩短。有效地与消费者沟通就是采用视觉，语言，演示的方式将春节促销信息传递给消费者，抓住消费心理变化的瞬间，促使消费者快速形成购买决策的过程。

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息.抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”， 求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣（针对这次送福，送财）春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。（礼合，洋酒，保健品，这些高

利润的商品应该加大陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1. 媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2. 销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列□pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3 . 人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1. 属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2. 属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3. 春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1. 一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2. 重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

1月27日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顾客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元商品一个

加5元 换购价值8元商品一个

加10元 换购价值15元商品一个

加15元 换购价值25元商品一个

加20元 换购价值40元商品一个

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（2月3日-2月14日）

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顾客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，也可以在此调动顾客的积极性。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。

### 1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位顾客进店便送“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。

## 春节年货活动促销方案策划篇十五

我们可以将消费者的消费心理历程划分为注意、兴趣、联想、欲望、比较、确信、决定7个阶段，春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，广告位招商也就是说，在此期间这7个阶段的消费心理变化时间将缩短。有效地与消费者沟通就是采用视觉，语言，演示的方式将春节促销信息传递给消费者，抓住消费心理变化的瞬间，促使消费者快速形成购买决策的过程。

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息.抓住顾

客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年吉利，春节购物也希望讨个“口彩”，求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣（针对这次送福，送财）春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆恢气氛刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1. 媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。
2. 销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。
3. 人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1. 属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2. 属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3. 春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1. 一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2. 重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太，堆放在堆码或货架上的产莘有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

## 春节年货活动促销方案策划篇十六

充分利用节日契机，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xx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。

活动主题□XXXX

活动口号□XXXX

充分利用xx节两大契机，通过秒杀、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xx的品牌影响。

20xx年x月x日-20xx年x月x日

xx家具广场

1、“秒杀”更劲爆！

2、预订套装家具更惊喜！

3、套装组合家具更超值！

1、每场活动抽出位幸运顾客，且有顾客自己抽取，以免引起质疑。

3、活动开始前及结束后，合美嘉员工多注意引导顾客光临合美嘉卖场，推荐特惠活动。

4、舞台设置要紧邻合美嘉卖场或是容易到达合美嘉的地方，以便顾客到卖场内参观，如若可以从舞台到卖场中间用红地毯铺设，地毯上张贴地贴。

5、每场秒杀活动的幸运顾客，主持人当场进行身份核实并当场公布。

## 春节年货活动促销方案策划篇十七

- 1、提升公司凝聚力
- 2、加强各部门同仁之间的沟通与联系
- 3、增强公司员工的集体观念
- 4、喜迎新年

参加人员：公司各级领导、公司全体员工

活动日期、时间：暂定

活动地点□xx酒店

- 1、公司领导致词
- 2、春节文艺演出

### 1、开场主持：

主持人1：亲爱的各位领导同仁，大家晚上好~！今夜，让我欢聚一堂，构筑今宵欢乐无眠之夜。今夜，星光灿烂，点燃元旦的焰火，看喜庆的礼花四处绽放。在溢满欢乐的笑声中，此起彼落的歌声里，心随欢歌笑语飞上了遥远的星河。

主持人2：尊敬的各位朋友，各位来宾晚上好，今夜，你如约走来，带着满面春风，一身华彩，走进闪客启航，让我们手挽手，心连心，共度今晚美好的时光！

2、请酒店领导讲话，致词后晚会正式开始。

3、主持人宣布晚会开始

4、演唱《新年好》，《新年好》在开场宣布晚会开始后由嘉宾来演唱。

5、节目表演

6、颁奖典礼，评出节目中的一二三等奖及优秀奖，请酒店领导上台为获奖节目颁奖并致辞。

7、嘉宾演唱《难忘今宵》歌曲在晚会结束语前由嘉宾来演唱。

8、结束语：

主持人1：虽然我们无法阻拦时间的流逝，但是我们可以主宰自己的心情

主持人2：妍丽的鲜花祝大家新年快乐。闪动的烛光祝大家平安如意

主持人2：温馨的气息、恬静的氛围、舒心的休憩编织成您快活的生活

主持人1：愿大家以微笑迎接青春的岁月和火一般的年华

主持人2：愿人世间梦幻般的鲜花与绿叶永远陪伴大家温馨的回忆

主持人1：愿我的祝福如朵朵小花开放在温馨的季节里为大家点缀欢乐四溢的佳节

9、整场晚会结束

1、节目表演单：各部门所报节目名、个数、参见表演人员名单及内容。

2、晚会注意事项：

1、做好彩排工作，彩排安排在正式晚会前两天，彩排次数2—3次。

2、第一次彩排看节目内容然后进行节目排序。

3、排好顺序以后要让主持人负责做节目串词、也可以让表演者自己想节目串词然后写张纸条上来再汇总。

4、第二遍彩排需要配合主持人、节目串词、按照排列好的节目顺序来一遍。

5、自第二遍彩排中请总负责人和各个节目负责人注意每个节目的衔接和退场、要紧凑该安排什么道具要做好准备。

6、第二遍排练完后、要考虑整台节目完了后是否要集体谢幕。放什么音乐说什么结束语、大家怎么上台都要做具体安排。

7、在彩排中如果发现x些节目道具搬运困难要找到足够的人手负责搬道具固定人手搬固定的道具就不会混乱，而且节目衔接也不会迟缓！

8、第二遍考虑好也商量好了就到第三遍正式彩排。

9、第三遍正式彩排需要大家穿着服装各个岗位工作人员要就位。

细节问题：

1、在整台晚会进行中许多细节都是不可以忽视的，例如灯光，

音响，化妆，道具，服饰等。

2、在晚会开始前要检查灯是否能按计划亮灭，负责灯光的人员在晚会中都要在场。

3、主持人的话筒是比较爱出问题的一个地方，经常会出现发不出声音等情况，所以晚会应当多备几个话筒。由专门的保安人员负责安全消防工作和晚会次序维护工作。