

2023年活动策划方案总结(模板19篇)

游戏策划是一项综合性的工作，需要考虑游戏的目标、规则、玩法等方面的设计。婚礼策划是一门细致入微的工作，以下是一些专业婚礼策划人员的心得体会。

活动策划方案总结篇一

浓情二月hold我所爱

年2月8日——2月14日(情人节)

年2月8日——2月19日(14天)

1. 示爱有道降价有理
2. 备足礼物让爱情公告全世界

“情人节”是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

1、商品特价

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2、主题陈列：2月8日——2月14日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充

充分利用橱窗摆放，如没有橱窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a□情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象

b□各店必须包装至少11份以上的“饰品套系”用于主题陈列

推广时间：2月8日——2月14日

1、以头饰为主，现价按原有价位6-7折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品80元以上的顾客均赠鲜花一支。

2、制作“浓情头饰花束”售价表

名称数量原价现价

只有你饰品一个送鲜花一支元元

一心一意套系+送鲜花一支元元

提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3、免费送货服务，要求饰品超过100元，送货范围不超过2公里。

1、情人气球对对碰

费用：0.155元/套。

2、会员卡赠送

凡购买情人节系列商品(不限金额)，即可赠送会员卡一张。(时间：2月10—14日)

注意做好会员卡资料登记工作。

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕□dm投递等等。

1、宣传广告语

色彩跳跃的haface饰品

鲜艳的色彩，精致的做工，来自韩国的设计。情人节期间，这样的饰物会不会再兴起一股流行风?快来看看这些高贵、可爱漂亮的饰品吧!

与众不同的情人节

送什么才是与众不同的，送什么礼物才能博美女一笑?又省钱又体面的礼物，请看haface推荐的宝贝饰品吧.....

1、备足礼物让爱情公告全世界门前写真招帖。

a.店门口美术笔手写招贴(含优惠策略的.具体内容);

b.彩色横幅一条：内容为“示爱有道!降价有理之降价风暴”;

c.购买或租用心形气球做店面装饰;

2、柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净，一尘不染。

3、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

与当地鲜花店达成合作协议，相互提供商品，以增加双方销售量。

如购买x元鲜花，赠由haface提供的饰品一份或会员卡；

在haface购x元饰品，赠由鲜花店提供的鲜花或优惠卡。

1、情人气球对对碰

费用：0.155元/套。情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。“情人节”是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

活动策划方案总结篇二

充分利用春节假期，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商场的经营理念，提升xx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：新春佳节，百款名品一元秒杀

活动口号：来来来，史上最低超值价格，快把它们带回家吧！

充分利用春节契机，通过一元秒杀、现场微信抽奖，发动所有商户通过微信营销发放电子代金券等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展xxx的品牌影响及商铺招租情况。

1、百款名品一元“秒杀”更劲爆！

2、活动当天，凭电子优惠券，到各商铺购商量即享受最低折扣！

3、活动当天，凭电子优惠券，商场即可送抽奖两次！

活动策划方案总结篇三

春节是每年销售地顶峰时期，也是各个行业全年最繁忙地时间，为了能使门店在今年春节集中精力打好销售战，本次春节，我们将以商品组合销售为主要促销方式，同时配以适当地促销活动，以引导消费，挖掘潜在消费为提升途径，同时注重套餐购促销，希望于正常销售途径之外尽量挖掘市场潜力，迎合顾客购物心理(大批量购物、一站购物)，体现我们地经营特色，从而提高客单价，提升销售。

本阶段地活动以突出套餐购特色地商品和其他特价商品相结合地形式，以商品为活动主要角色，挖掘节日前期地消费力量。活动以套餐购特价商品为主，以网络页面为主要体现形式，先期吸引年后装修群体购买，优惠券赠送主要针对装饰公司 & 新客户地吸纳，挖掘和培养地新消费群体，同时也希望籍此活动，吸引对我们地优惠券有兴趣地潜在消费群体。

20xx年1月2x日--x日

淘宝网店

1. 特价套餐商品

(1) 在所有新价格更改后，推出套餐商品。

(3) 要求所有套餐购版商品价格平均下降幅度在5%；

3. 辅助装饰：制作套餐商品页面，主页醒目标识，提示购买

活动期间赠送优惠券共计30张，50元地优惠券20张；100元地优惠券10张，涉及金额共计2000元。

增加新地合作伙伴；增加新会员从而提高每月销售量。

活动策划方案总结篇四

迎金色奥运，宜华倾情大酬宾。

20单，约15万元以上。

通过奥运会开张这一人人振奋的背景，在人员引导、店面重新布局、特价、导购员正确导购等一系列活动的配合下，激起潜在客户购买欲望，达到实现销售的目的。

1、悬挂彩幅3--5条，在康居市场办公楼的墙上，依次再在通向门面的路上悬挂。“宜华木地板实木地板专家”、“宜华地板唯一上市的实木地板厂家”、“质量通天下，宜华地板中国地板唯一出口免检的企业”。

2、人员散发宣传页，让业务人员四人在康居木地板市场流动，见客户摸样的人就发宣传品，声称到店询问价格的买不买都有奖品（届时可发一个打火机之类的小礼品）、特价活动大酬宾等等。并让客户记住是自己介绍到店的，交易的该笔业务给予此业务人员提成。

3、店面活动：

a特价酬宾两款88元、99元（可选库存大的两款）。

b凡是购买超过60平米以上的，赠送100元的来回出租车费用。

c交全款的，一律打8折优惠（除特价货物）。

d. 总经理签单优惠一天再返利5%的现金。

以上文字写在临门右手的pop招贴板上，供到店顾客观看。

4、展板宣示。展板规格x800(□),一块放在东门左侧（右边是pop画），内容是宜华公司简介，有文字、宜华城鸟瞰图、领导人参观图。一块放在西门右侧，内容是宜华公司成长足迹，用列举方式说明其取得的巨大进步。

5、导购员可以增加两名，最好统一服装、加戴胸牌。店内放音响，可以是宜华产品的介绍，可以是轻音乐。导购员记下潜在客户的信息。

此项促销活动的所围绕的'核心是让更多的潜在客户到店面选择、询问，进而通过导购员锁定客户。应此，条幅也好、店面内的招贴、展板也好主要起到的是吸引“注意到”和“来看”的目的，起到的是延长客户的注意力尽可能多的投放时间在我们的产品上，起到的是辅助作用，业务人员的邀请“到店看看”与“许诺有赠”则起到是否购买的前提作用。最后是导购员的介绍，将实惠的“实处”讲出来，这是直接决定购买的关键。

活动策划方案总结篇五

“精致生活、源自金帝”

全面培育一月份整体市场销售；

抢占市场先机，争取到的最多最好的陈列位置，不输给竞争对手；

保证春节期间产品市场销售达到预期效果

以海报□dm单、人员等为主要宣传方式，向终端消费者传达金帝巧克力高可可脂含量，纯正瑞士风味的特点，让消费者

感受到金帝巧克力一流的`品质、纯正的口味。

活动策划方案总结篇六

20xx年春节来临之际，抓住传统节日气氛大势营造促销让利氛围，提升终端销量、市场知名度，品牌美誉度。

20xx年x月x日---20xx年x月x日

xx商场门店

1、促销活动一：现金红包大放送

凡购家电每满xxxx元（折后实际成交价），即可参与抽现金红包一个（8、18、28、68、88元不等），以此类推。

2、促销活动二：进店有礼

凡在活动期间光临xx商场门店客户，送20xx年新春挂历一份（前期邀约拜访的客户可不重复送）。

3、促销活动三：免费上门测量，免费定制设计，一年内保养1次。

活动策划方案总结篇七

1)xx年xx月xx日起开始销售□xx年xx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)xx年xx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、太太系列等

冲饮、茶叶同样是送礼佳品，也要有较多特价支持及大量陈列。每期促销品种数不少于10个。

建议促销商品：雀巢系列

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。

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

重点做清洁用品

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

迎鼠官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□xx年xx月xx日---2月25日1月26日---xx月xx日

内容：

年货您买了么?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20xx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x□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□鼠官送财之服装满100送20现金!再抽奖!

目的：增进服装销售。

时间□xx年xx月xx日---xx月xx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□鼠官送财之购物送财神！

时间□xx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□鼠官送财之全家逛中英，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。鼠年好运全家有福，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x！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□鼠官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□xx月xx日

内容：

恭喜发财！红包拿来！大年初一起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。

安排事宜：

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x万件好礼送万家文艺演出！

时间□x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□xx年xx月xx日—xx月xx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20xx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
清楚。您看您明天有时间吗？

3、会员卡提前开通，赠送即可使用。

viii□兔官送财之免费送10元礼篮！

时间□xx年xx月xx日---xx月xx日

内容：

新年要送礼了，到中英省钱包装自由选择，只要在超市区购物满180元赠送价值10元礼篮1个，并免费包装！360元送2个，多买多送！

安排事宜：

1、卖场内做重点宣传，挂画20张

2、购买礼篮3款，让顾客可以自有选择。喷字：中英标志

第三部分宣传安排

方式：

1. 拜年贺幅：猪年好运x!新年到了!xx购物广场总经理，携全体员工，及中英下属所有门店向中山市人民拜年!祝大家：猪年发财!利禄亨通!万事盛意!恭喜恭喜!

2. 活动巨幅数量1

3. 活动场外喷绘数量2

4. 场内活动挂画每个活动20张
5. 收银台活动主题吊牌7个
6. dm宣传1万+2万+1万
7. 年货区域宣传板依情况而定。

内容：同上

第四部分dm计划

春节促销档期：

第一期□x年xx月xx日---26日(年货引进期)

第二期□x年1月27---2月10日(促销活动期)

第三期□x年2月5日---10日(竞争跟进期)

版面安排：

第一期8个p(年货引进期)

dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

dm投放数量：发行1万份

发行模式：员工有纪律发放。

dm规格：大度16开、8个匹、105克铜板纸、彩色印刷装订本。

商品数量：

生鲜16个占1个p第二页

食品60个占4个p第三页第四页、第五页、第六页(包含年货)

用品16个占1个p第七页

服装16个占1个p第八页(封底)

封面“活动主题”和“部分活动内容”以及广告语。

注意：内页排版方式：

dm准备□x年1月6日拍照

x年1月6日—8日设计

x年1月9日---11日印刷

x年1月12日发行

促销期□x年xx月xx日---x年1月26日

由广告公司直接拍照设计和印刷。

第二期16个p(促销活动期)

dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

dm投放数量：发行2万份

发行模式：员工有纪律发放。

dm规格：大度16开、16个匹、105克铜板纸、彩色印刷装订本。

商品数量：

1□dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

2□dm投放数量：发行2万份

3、发行模式：邮政外派或员工有纪律发放。

4□dm规格：大度16开、16个匹、105克铜板纸、彩色印刷装订本。

5、商品数量：

生鲜30个占2个

食品120个占8个

用品20个占1个

服装40个占2个

封底14个，新年礼篮礼盒烟酒等。

注意：内页排版方式：

dm准备□x年1月17日拍照

x年1月18日---20日设计

x年1月21日---24日印刷

x年1月25日发行

促销期[x年1月27日---x年2月10日

由广告公司直接拍照设计和印刷。

封面“新年活动主题”和“活动内容”以及广告语。

由广告公司直接拍照设计和印刷。

第三期2个p(竞争跟进期)

dm投放范围：中山港店各大街、各居民区、工厂门口、车站

dm投放数量：发行0.5万份

发行模式：员工有纪律发放。

dm规格：大度16开、2个匹、105克铜板纸、彩色印刷。

商品数量：

生鲜8个占0.5个

食品35个占2.5个

封面“活动主题”和“部分活动内容”以及广告语。

注意：内页排版方式：

dm准备[x年1月28日拍照

x年1月29日—31日

设计

x年2月1日---3日印刷

x年2月3日发行

促销期□x年2月5日---2月10日

由广告公司直接拍照设计和印刷。

第五部分氛围塑造

区域：

场外：正门，建筑正面，舞台等

场内：超市入口处，收银台，各主通道，年货区，服装区上方，服务中心，柱子等

方式：喷绘+手工制作+装饰物购买。

方法：

1. 正门：购买2棵年桔，树立大门左右，并用彩灯装饰，上方制作新年喷绘和彩灯布置+立体字《喜庆20xx□鼠官送财，新年好》+金布铺底。

3. 舞台：背景喷绘

4. 超市入口处：奖品展示，入口红绸缎灯笼鞭炮中国结等加“春节好”立体字布置，天花悬挂福字，金元宝年画等做点缀。利是封点缀大年桔。

5. 收银台：元宝，活动挂画，鞭炮，财神画等点缀

6. 各主通道：吊旗+活动挂画

7. 年货区：入口出口门《年货一条街》门制作，堆头吊挂，包堆头用红丝绸布，每个堆头摆放适量装饰物，吊挂下悬挂小灯笼。适量活动宣传挂画。
8. 服装区上方：挂年画和活动挂画，红绸缎点缀。
9. 服务中心：彩灯年画，元宝等
10. 柱子：所有柱子包装红布+粘贴年画或财神画。
11. 其他以实际操作为主。

活动策划方案总结篇八

策划书是每个公司都会做的文案，要写好策划书也是需要一定技巧的。下面是本站小编为您精心整理的春节促销活动策划方案商场版。

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种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。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

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。

三、认真做好商场超市的陈列工作

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。

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。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等；此外，还要安排随时检查、随时培训。

四、简洁明快的pop

空白海报和各类价格标签是最有效的传送信息工具。卖场内直接展现促销信息的 pop 中。但尽量不要过多打折，空白海报上促销价与原价同时标出。尽量以买赠捆绑的形式来促销)以示区别；尽可能减少文字，使消费者在 3 秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容；但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以防止消费者误解。价格随时变化后要及时更换价签，价格标签要醒目、简洁。不能新老价签同时使用，造成价格混乱；一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中发觉促销信息，促成购买。

五、专业导购的口头推荐

1 、严格筛选促销人员

除了先天条件外，促销人员的性格各有不同。性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种 “ 哑巴 ” 促销是

不起任何作用的使促销效果打折;只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解,其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地掌握消费者心理。而不会在遇到困难时中途逃脱;春节促销中,一般会有大量的促销赠品和奖品,除了活动组织者的控制之外,促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同,通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传送给消费者。如果放任促销人员“自说自话”只会曲解促销活动内涵,误导消费者的品牌意识,影响企业形象,因此促销语言必需规范。要标准化、人性化。规范的促销语言必需简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题。与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。制定的方法可依据春节促销活动内容。

3、引导促销人员关注消费者心理变化

因此消费者在春节期间购物时,春节消费品由于消费周期短顾客购买率高。一般不会计较买多或买少,增加单次购买量成为促销人员增加销量的技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈,促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化。且易打动的消费者,促销人员不只要在口头上介绍产品和促销活动,还应主动介绍其他关联性的商品让顾客选择。当然,这种推销方法不是针对所有人群的弄不好,也会适得其反。但是只有培养每一个促销人员注意观察消费者消费心理变化,不放过每一次促销机会才干获得促销胜利。

4、利用卖场气氛鼓舞促销士气

春节这种特定的节日气氛自身就是一个很好的条件，消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的直接面对消费者的促销人员的士气也是如此 鼓舞士气的方式多种多样。卖场内热闹非凡的购物局面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高；反之，士气低落，销量停滞。后一种情况下，促销人员要表示得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定水平上会引起消费者好奇进而抚慰消费。

一、活动主题：

“精致生活、源自金帝 ”

二、产品市场主要推广目标：

全面培育一月份整体市场销售；

抢占市场先机，争取到的最多最好的陈列位置，不输给竞争对手；

保证春节期间产品市场销售达到预期效果

三、产品诉求：

以海报□dm单、人员等为主要宣传方式，向终端消费者传达金帝巧克力高可可脂含量，纯正瑞士风味的特点，让消费者感受到金帝巧克力一流的品质、纯正的口味。

一、活动目的：借春节促销，完成公司制定的春节销售任务。

二、活动主题：“迎新春，送茶礼”

三、活动时间□20xx年1月18日——20xx年2月13日

四、活动地点：公司直营店、卖场和全国各加盟店。

五、销售目标：配货科400万；直营店300万。

六、活动内容

1、春节礼品

主要开发铁观音、大红袍、红茶、白茶和茶点，共5类11款礼品装，分别为：

铁观音系列之“泓韵m1050”(建议零售价1380元+盒)。

“天籁之音m900”(建议零售价720元+盒)；

“九香”m850”(建议零售价560元+盒)；

“美丽之饮t25”(建议零售价350元+盒)；

大红袍系列之“福尊”(建议零售价1200元+盒)；

“醉红袍”(建议零售价800元+盒)。

红茶系列之“上品红”(建议零售价700元+盒)；

“罗马风情”(建议零售价460元+盒)。

白茶系列之“白玫瑰”(建议零售价600元+盒)；

“月牙白”(建议零售价300元+盒)。

“福贵大礼包”(以茶点为主，建议零售价180元)

活动策划方案总结篇九

春节是一年当中最重要的节日，对于客流量较大的超市业态，即是不做活动生意也不会淡，但是在有竞争的情况下，好的企划方案不仅是提高客单价的有效途径，同时也是增强顾客好感度，提升企业美誉度的良好契机。

在做方案之前，我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类-----

第一类：普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从腊月二十三开始到腊月三十。一般消费金额在50、100或200不等，所购商品主要是柴米油盐和特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以100为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应该在正月十五之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠，例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=?钱或牛奶+桶油=?钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入腊月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以嘗試把不同金额的团购优惠在dm单上详细的进行宣传，明码标示，刺激销费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题：佳美精品年货节

二、活动时间□xx年2月10日(农历十二月二十三)-----3月5(正月16)

三、整体活动广告语-----

欢乐佳美中国年购物惊喜不间断

四、活动内容

(一)新春到，“福”送到!活动时间：2月10日开始

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断!

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个(共20xx个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：2月7日-----2月17

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条!

(三)特别企划情人节专版活动时间：2月7日-----14日

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少！

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

(三)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：2月18日-----2月27日(初一至初十)

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。一等奖：1000元礼券2名(1名)二等奖：500元礼券5名(2名)三等奖：100元礼券(3名)四等奖：50元礼券20名(10名)五等奖：20元礼券50名(30名)

(四)团购价低更有礼，财运吉祥送回家！

活动时间：2月7日-----2月27日(初十)

团购满20xx元送价值50元的一件

团购满3000元送价值99元的酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼盒

新春“满100送150”、清仓过大年春节活动方案营销企划
处xx年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、
的年货，某某商场将推出“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。

春节活动方案一：满100送150(年货券)

1、活动时间□xx年x月x日——xx年x月x日

2、活动内容：活动期间，在某某商场累计购物满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
得某某商场年货券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，在某某商场均可使用。

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)某某商场保留对此券使用的最终解释权。

节活动方案二：大家庭，大清仓，过大年

1、活动时间□xx年x月x日——xx年x月x日

2、春节活动方案：新春佳节即将到来，某某商场推出“大清仓，过大年”促销活动，活动期间某某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，某某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，打出全年让利消费者。

节日的时候都是商家促销的好时机，元旦，新年等等，这一段时间到处都是打折促销大甩卖，很多的衣服，家电还有年

货都在促销的行列之中，其实，这都是抓住了消费者的心理，其实，名声出去了，消费者自然而然的也就来了，应该要趁此机会提升商场的知名度。

活动重点说明：

20xx年1月、2月将是商品销售高峰，融岁末促销、元旦促销、新年促销、春节促销于一体，一方面是冬季服装、珠宝首饰、家电等当季商品将会热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对会员、单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的促销同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升商场形象。

活动内容：

一、新年惊喜换购价

$20xx=200+8=+8=?$

购物满200元，加8元可换购价值18元的商品；

购物满xx元，加8元可换购价值88元的商品

(换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等)

操作说明：

凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

二、噼里啪啦迎新年

在商场内购物满200元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。

满400元扎两个，以此类推，单张小票限扎10个。

奖券设置：

(奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券)

一等奖：在奖券上标有5个大象，2名，奖品为价值xx元的礼品或消费券；

二等奖：4个大象，5名，奖品价值为500元；

三等奖：3个大象，10名，奖品价值200元；

四等奖：2个大象，20名，奖品价值50元；

五等奖：1个大象，奖品为价值10元。

操作说明：

可以在商场内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

三、购物送马克杯——感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时，随着流行时尚的不断变化，人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上，又称马克杯，天天相伴，时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

购物满300元，即可赠送一个马克杯，顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上，每个马克杯成本在5元左右。立拍立显，立等可取，体现个性魅力，可作为自己的专用杯，也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

四、一谏值千金——我们倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际，听听顾客的意见，是十分有必要的，有助于商场对过去一年进行更好的总结和反思，也有助于商场在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到真诚。

选择周末两天，李总、谢总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物(价值5-20元，如台历、小型工艺品或印有“ ”的实用商品等)，而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予1000元的奖励，并于次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予1000元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，商场还可以聘为兼职监督员。

活动策划方案总结篇十

借春节促销，完成公司制定的春节销售任务。

“迎新春，送茶礼”

20xx年1月18日——20xx年2月13日

公司直营店、卖场和全国各加盟店。

配货科400万;直营店300万。

1、春节礼品

主要开发铁观音、大红袍、红茶、白茶和茶点，共5类11款礼品装，分别为：

铁观音系列之“泓韵m1050”(建议零售价1380元+盒)。

“天籁之音m900”(建议零售价720元+盒)；

“九香”m850”(建议零售价560元+盒)；

“美丽之饮t25”(建议零售价350元+盒)；

大红袍系列之“福尊”(建议零售价1200元+盒)；

“醉红袍”(建议零售价800元+盒)。

红茶系列之“上品红”(建议零售价700元+盒)；

“罗马风情”(建议零售价460元+盒)。

白茶系列之“白玫瑰”(建议零售价600元+盒)；

“月牙白”(建议零售价300元+盒)。

“福贵大礼包”(以茶点为主，建议零售价180元)

活动策划方案总结篇十一

七夕，一年中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情释放，真诚的渴望与期待等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒不熄的爱的火花。

七夕是一个典型的中国式情人节，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，在这一天，情侣们都会安排很多活动来庆祝这个特殊的节日。这样一来就使七夕情人节成了消费高峰。很多商家都积极主动的抓住这个机会，搞各种各样的促销活动以期提高人气。同样的我们也不例外，也要抓住这个机会。

二、活动名称：

广场“爱就在身边”情人节真情联欢

三、活动主题

“玫瑰心情，情系你我”

主题演绎要求：以“简单却让人印象深刻”为设计思路，结合情侣从相识相知到相恋相爱的情感历程，通过互动游戏穿插节目表演的形式，塑造情人节浪漫、温馨、浓厚的氛围，揭示爱情的真谛和表达方式，让人们快乐参与和享受，学会表达爱、珍惜爱和呵护爱。

同时给年轻情侣提供一个表达情感的舞台和互动联欢的机会，创造“爱就在身边”的快乐场景，引发“和谐.关爱”的思考，进而推出本次活动的主题。

四、活动目的

(1)在这样一个浪漫的日子里，我们以实际行动送上真诚的祝福，愿天下有情人终成眷属，白头偕老，美满幸福。

(2)借活动提高东方广场人气，体现广场人性化的关怀，提升东方广场在生活时尚方面的品牌知名度和美誉度。

五、时间地点

时间□20xx年农历七月初七日

地点：广场

六、组织机构

主办单位：

承办单位：

七、活动内容

主要分为以下四个基本环节：

每个主题环节的互动游戏穿插嘉宾节目表演，用以衔接。

开场节目：爱在表达——嘉宾表演经典情歌对唱(略)

互动游戏：爱在互动——大声说出你的爱、歌曲接龙(男女拉歌)(略)

参与者：主持人以及现场挑选的情侣

道具需求：无线话筒、小礼物、哨子或小手掌等(略)

衔接节目：爱在用心——嘉宾表演现代舞蹈(略)

互动游戏：爱在惊喜——神秘送礼，真情告白(略)

参与者：希望在情人节送出自己精心准备的`礼物，让对方惊喜的大众

道具需求：情侣自备的礼物、鲜花等(略)

互动游戏：爱在默契——心有灵犀，通过测试考验情侣的默

契程度(略)

爱在细心——百里挑一，通过情侣之间的辨认考验彼此的熟悉程度(略)

爱在珍惜——感同身受，模拟情景让情侣感受各自在对方心中的重要性(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：若干统一的情侣衫，寻找正确的情侣可获得一套活动中所穿的情侣装(略)

衔接节目：爱在持久——嘉宾表演民乐演奏(略)

互动游戏：爱在承诺——真情宣言大募集，传递深情，现场告(略)

爱在同心——通过共同努力，排除阻难，搭建属于两个人的爱的小屋(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：积木，橡皮绳，篮筐，桌子等(略)

八、组织实施：

1、活动组织

“唯一示爱”、“唯一藏爱”、“唯一珍爱”、“唯一永爱”板块的策划，由各组织单位协商一致共同实施。

2、新闻公关

负责邀请有关指导单位领导，

并负责对各新闻单位的联系和组织报道。

拟邀请广播电台等主要新闻单位采访及报道。

3、资金物品：

广场提供活动经费，并负责场地安排及相关事宜。

九、媒体宣传

宣传方式：拟采用“电视媒体+网络传媒+平面报纸+广播电台+活动现场pop广告+宣传单页”六种方式相结合的形式进行宣传。

活动策划方案总结篇十二

海阔凭鱼跃天高任鸟飞

即日起至9月30日

活动一：

1、凡在本店预定升学宴5桌，标准达599元/席，每桌赠送饮料两瓶

2、赠送啤酒两件

活动二：

1、凡在本店预定升学宴10桌，标准达599元/席，赠送500元礼券大礼包一份

2、赠送豪标一间

3、赠送学子洗浴礼盒一套

活动三：

- 1、凡在本店预定升学宴20桌，标准达599元/席，赠送800元礼券大礼包一份
- 2、另外赠送豪标两间
- 3、赠送学子高级密码箱一个

备注：凡在本店举办升学宴的顾客，除参与以上优惠活动外，本店同时免费提供以下增值服务：

- 1、免费提供司仪主持
- 2、免费提供电子屏，滚动播放祝福
- 3、免费提供pop站牌
- 4、免费提供音箱设备
- 5、免费提供签到台
- 6、免费提供平价酒水

活动策划方案总结篇十三

春节很快就要到了，春节是一个很开心，全家欢乐的时刻。为迎接新春佳节，丰富我校教职工的校园文化生活，更好地展示我校老师们的精神风貌，增进教职工之间的情谊，锻炼身体，增强体质。经研究决定，我校将举办迎新春教工趣味文体活动。具体安排如下：

1月26日（星期三）下午1：30—4：30

二、点

校广场、艺术楼、接待大厅。

全校在编在职教职工

以工会小组（综合教研组）为单位报名组队参加。

具体分组为：

语文组、数学组、英语组、

物理政治组、生物化学信息组、历史地理教辅组、体育艺术后勤组共七大组。

团体项目：跳长绳、趣味垫球

单个项目：扑克。你丢我接。卡拉ok或器乐。对、写春联。

单个项目每个人限报一项，扑克、你丢我接为二人一报。兼报集体项目，每个教研组可组队参加二个集体项目，报名者请到各教研组长处登记。各教研组长于1月21日16：00之前，将电子表发至邮箱，报名表交工会办公室祁秀珍老师处。

见附件《活动规则》

所有项目根据成绩，评出一、二、三等奖发放一定的奖品，报名并参加者均有奖。

活动策划方案总结篇十四

为丰富村民文化内涵，增添春节节日气氛，展现我村村民书法艺术水平，经研究，我村举办“迎春节，送对联”活动，现将具体方案布置如下：

迎春节，送对联

2月5-8日任意一天上午9点

xx村工作人员

东升小区

1、活动安排：

(1)8:50东升小区内集合

(2)9:00—11:30创作并赠送对联给路过的村民并散发计生宣传画

2、工作人员：

活动负责：潘有明，负责活动整体安排。

宣传报道：张悦，负责活动现场拍照、摄像，活动后通讯稿件发送。

后勤服务：桂婷，负责活动的后勤保障。

现场管理：朱正军，负责活动场地秩序维护和桌子摆放。

人员召集：潘有明，负责召集书法爱好者按时到位。

龙湖街道办事处具体工作人员对接。

1、活动前，准备好创作所需材料。

2、活动前，与龙湖街道办事处和xx村相关书法爱好者做好对接。

3、活动前，制作好宣传横幅。

4、活动前，做好群众宣传发动工作，充分调动村民领取春节对联的积极性；

5、活动前，安排好创作桌椅、茶水等设施的摆放，安排好活动现场的进场秩序；

6、活动时，维护好现场秩序，确保活动顺利完成。

1、写作材料：

2、横幅，茶水等材料经费：

活动策划方案总结篇十五

春节期间，百货商场一定会大力促销，营销策划书该如何写呢？一年一度的春节即将来临，同时消费的高峰也将在年前十天左右，各个厂家都在积极应对，力求在春节再创佳绩，下面就是豆花问答网小编给大家带来的百货商场春节活动策划方案，希望大家喜欢！

百货商场春节活动策划方案

一、活动主旨：

放松心情、全员参与，过一个祥和、快乐的春节

二、活动内容：

活动分两大版块

(一)公司聚餐

(二) 内勤联欢会

三、组织：

四、时间：

五、主持人：

六、开场台词(由共同完成)

七、地点：

舞台(宽：长：面积)

八、背景布置：

所需物品：

背景红布(内容：钟式图标、晚会名称)

装饰灯光(旋转舞灯，闪光灯及其它装饰灯)

汽球、彩带、荧光棒

高性能组合家庭影院一套

高频度麦克风两支、无线话筒两支

九、晚会其它物资准备：

茶水供应/啤酒、饮料

特色水果、糖果、花生、瓜子等

抽奖礼品

各种游戏道具(详见具体游戏规则)

十、艺术拍照艺术摄影:

十一、晚会节目安排:

1、开场热舞表演者:

2、持人上台宣布晚会开始并致开场白

3、总经理致词

4、介绍特约嘉宾

5、娱乐文艺节目:

1)舞蹈名称表演者:

2)女声独唱曲目表演者:

3)男声独唱曲目表演者:

4)魔术表演名称表演者:

5)游戏: 情侣——我猜、我猜、我猜猜猜凡参与者皆有礼品赠送

规则: 由主持人在现场组成四个小组, 每组上来两人必须是一男一女, 共8人。

在8人中分发提前写好的情侣人名的纸条, 如杨过和小龙女、林黛玉和贾宝玉、梁山伯和祝英台、罗密欧与朱丽叶等, 男女分别抽取, 然后根据人名速配成对, 进行表演, 女方表演生气的样子, 男方要对女方讲一个笑话或者别的, 直到把女方逗笑了为止, 在3——5分钟之内不能把女方逗笑者, 即视

为男方努力失败。如果女方故意笑(此处判断标准以全场观众的标准为准)，则判犯规。

对于失败者和犯规者，主持人可以事先准备一叠纸条，每个纸条上写一个节目名称，如成语肢体表演名称(如抓耳挠腮、鸡飞狗跳等)，或唱一首流行歌曲，或声情并茂的朗诵一首诗，或大声说出自己亲身经历过最丢人的一件事等等，让其抽出一张纸条根据纸条上的节目名称进行表演。其中成语肢体表演必须由他(她)用肢体语言表演出来，不得用语言或是其它的暗示提示观众，最后由他(她)所属的组来猜，直到猜出来为止。

道具：8张4对人名纸条，事先写好的若干节目名称纸条

6) 女生个人才艺展示名称表演

7) 最新流行歌曲放送名称表演

8) 情歌对唱名称表演

9) 交谊舞伴奏音乐

10) 游戏：丑小鸭赛跑凡参与者皆有礼品赠送

规则：由主持人在现场选人组成四个小组，每组上来两人必须是一男一女，共8人。

每组两人一人绑左脚，一人绑右脚，分别用膝盖夹住气球

规定在5分钟内，球不能落地，不能夹破，哪组走路最远者胜。

道具：气球、布绳若干只。

11) 男生个人才艺展示名称表演

12) 金唱盘——《经典老歌》名称表演

13) 美少女合唱组名称表演

14) disco热舞伴奏音乐

15) 相声名称表演

16) 嘉宾节目名称表演

17) 英文经典名称表演

18) 校园民谣名称表演

19) 说唱/摇滚名称表演

20) 疯狂街舞名称表演

21) 游戏：八仙过海——吹牛皮大赛

规则：在一分钟内吹气球，不能吹爆，以气球者取胜。

道具：气球若干只。

人员：八仙扮演者：汉钟离、张果老、韩湘子、铁拐李、曹国舅、吕洞宾、蓝采和及何仙姑

22) 小品名称表演

23) 吉他弹唱名称表演

24) 老师哥合唱组名称表演

25) 刘三姐情歌大对唱：

参加晚会的所有人按男女分为a□b两大组，每组选出八位情歌对唱代表，然后a组或b组(具体由主持人视晚会现场情况而定)开始任意选一首歌由某组员演唱，则另一组必须以第一组所唱歌曲的最后一个字为头开始唱一首歌(可唱出一句也可唱一段)，然后再由第一组接唱(组内任何人都可以接)，如此循环下去，每个小组对歌的时间不得超过15-20秒钟，否则以本轮输于对方算;紧接着开始下一轮，共计三轮(或五轮，具体由主持人视晚会现场情况而定)的时候定出输赢，然后由赛输的组推选一位代表表演一个节目，游戏至此由主持人视晚会现场情况而定是否再来一个回合。

26)晚会颁奖：(颁奖小姐：部门文员)

a)颁发男/女金曲奖;奖品：

b)颁发游戏组合奖;奖品：

c)颁发才艺展示奖;奖品：

d)颁发个人/组合搞笑奖;奖品：

27)等待平安夜钟声的敲响(若时间间隔过久可安排歌曲)

28)迎新年幸运大抽奖/迎圣诞幸运大抽奖

一等奖：

二等奖：

三等奖：

道具：抽奖箱、编有号码的纸条(视晚会人数而定)

29)难忘瞬间——公司人员集体合影

30)晚会结束大合唱《难忘今宵》

十二：行政部收拾物品并整理场地。

十三：清洁工打扫场地

百货商场春节活动策划方案2

活动主题：“缤纷时代，彩虹关怀。”

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；
- 9、不接受礼品券(b券)的品牌商务必在本档活动开始前3天提出书面申请，经业务总监、营销总监分别审批后，在财务备档，并现场明示后方可有效。

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：

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：（六楼百元街酬宾送礼）

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)(2014年12月21日—2014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。

百货商场春节活动策划方案

前言：一年一度的春节即将来临，同时消费的高峰也将在年前十天左右，各个厂家都在积极应对，力求在春节再创佳绩，为2020年的销售开一个好头，但如何去抓住春节这个大市场？同时超惠百货也迎来了五周年店庆之喜，为此，我们可以合二为一，但按原日期为13日的话，时间显得有些过于仓促，同时13号为星期二，也尚没到顾客全面动员筹备年货的高峰期，因此企划部特将下期活动日期安排从17日开始，至年初一26号，共10天，下期为元宵节/情人节合一档期(2月8日-2月15)，本期活动策划如下：

活动主题：5载辉煌，感恩回馈

副题：贺新春，庆店庆，来者有惊喜！

活动时间：

惊喜一：年三十，发红包，2020元大红包等着你！（原元旦活动）

活动内容：即日起-1月25日，凡一次性在本商场购物满18元的顾客可获抽奖券一张，专柜满36元送一张，依此类推，多买多送，并把副券投入抽奖箱内，本商场将在年三十晚(即1月25日晚)七点三十分在超惠大舞台进行抽奖，2020元大红包等你拿. 奖项设置：

鼠年最牛奖：1名奖超惠百货2020元大红包一个！

鼠年大发奖：2名奖超惠百货888元大红包一个！

鼠年一路发：3名奖超惠百货168元大红包一个！

鼠年小发奖：88名奖超惠百货8元小红包一个！

注：以上红包金额均为现金购物券，可在本商场超市区当现金使用. 惊喜二：辉煌5周年，有买还有送！

1月17日，凡一次性在本商场购物满28元以上者，均可凭电脑小票到一楼服务台免费领取“355ml”可乐一罐，单张小票限送一罐，小票另还可参加抽彩电活动！

费用预估：350罐/天_1.8元=630元

惊喜三：虎气冲天迎新年、贺年糖果任你抓

活动时间：1月18日至1月25日(共8天)

每天上午10：00至晚上20：00

活动内容：凡在本商场超市区一次性购物满28元的顾客，凭单张电脑小票即可到本商场大门口的活动现场“免费抓糖果一把”。

活动细则：

1、限超市区购物者参与,专柜无效;

2、单张电脑小票最多可抓三次;电脑小票当天有效,小票金额不可累计;

3、抓取糖果时只能用一只手,用两只手所抓取的无效。

采购部:负责散装糖果、饼干、果冻的筹备或联系供应商赞助。

企划部:负责活动的宣传与监督及数量的预算。

营运部:负责活动商品的调拨与发放。

防损部:负责活动现场的秩序维持。

惊喜四:出门恭喜又发财、吉祥利是到手来

活动时间:1月26日(即大年初一)

活动内容:凡光临本商场的前168名顾客,即可获得由本商场送出的“吉祥如意”大利是一封。大年初一商场门口两侧各站9名迎宾小姐迎宾,开门前放礼炮以示吉祥,开门红利是由店长或其它高层领导亲自派发。

企划部:负责活动的宣传与监督及数量的预算。

财务部:负责提前做好现金调拨并把现金装入利是封,每封2元;

防损部:负责活动现场的秩序维持和礼炮鸣放。

预算:“吉祥如意”红包168个,企划部原已有。

共168_2元=336元

惊喜五：购物你若在超惠、红包拿到笑呵呵

活动时间：1月26日至1月28日(年初一到年初三)

每天上午10：00至晚上20：00

活动内容：凡在本商场超市区一次性购物满28元以上的顾客，凭单张电脑小票即可到本商场大门口的活动现场“任意抓取红包”一个。单个红包金额可达88元，每天数量有限，抓完即止。

活动细则：

- 1、限超市区购物满28元以上者参与，专柜无效；
- 2、单张小票限抓一次，限一个红包；
- 3、电脑小票当天有效。

企划部：负责活动的宣传与监督及数量的预算。

财务部：负责提前做好现金调拨并把现金装入利是封，每封2元；

防损部：负责活动现场的秩序维持。

预算：预计900张红包(企划部已有利是封)

其中1元的400张、2元的337张、5元的100张、10元的30张、15元的20张、20元的10张、88元的3张。

震撼了我！

百货商场活动方案

春节活动策划方案模版

春节策划活动方案

2020百货商场促销活动方案范文

活动策划方案总结篇十六

14: 00家长到园（其中部分家长13: 00到园协助进行准备工作）

14: 00—15: 30年俗活动（主要包括：写春联、贴春联、贴福字、猜神秘创意“灯谜”、剪窗花、贴窗花、包饺子、蒸包子）

15: 30—17: 00联欢活动

17: 30—18: 00团圆饭

年俗活动

1、为了让孩子保持一个良好的状态，上午在幼儿园按正常节奏进行。

2、请家长最晚14: 00到园，当天的下午点不统一吃，点心由幼儿园准备，孩子睡醒以后由家长负责分别给自己的孩子吃。

3、家长到园以后，可以按照自己的兴趣参加相应的年俗活动。

4、想学习包包子的家长可以和我们一起来包包子。

5、年俗活动中有一项是请家长们自己写春联（或者请在场的家长替写），写好的春联可以拿到家里自己使用。春联用语自己准备，幼儿园负责笔墨纸。我们写的可能不专业，但那

是我们自己写的，让我们自己动手，写出自己的心声，迎接新的一年到来！

联欢活动（分为三个板块）

- 1、拜年视频播放（由各家提前自己拍摄，统一剪裁编辑制作。）
- 2、揭晓20xx年心愿和祈福（冬至祈福）
- 3、节目表演（期待大家精彩的表演）

吃团圆饭

- 1、各家自带食品。
- 2、现场制作的包子、饺子、粘豆包。
- 3、幼儿园准备的汤菜。

1、请各家拍一个拜年小视频。大家穿上节日的服装，和孩子一起拍。内容不限，语言自己组织，要求有声音，自己设计动作。时间15秒到30秒。风格喜庆、诙谐。然后统一剪裁和编辑。

2、每家准备一个小节目，也可以两三家联合准备一个节目（以大人为主，不要给孩子太大压力和勉强孩子。）

3、请各家准备一份餐食。此次食品准备可以是自制的菜，也可以是“饺子馅和饺子面团”的组合（馅儿：可以提前调制好，也可以拿到幼儿园统一调制，量不超过一斤肉；面团要彩色面团，量一斤面以内。）具体事宜格格妈会跟大家沟通。

4、以上各项请2月3日前上报或上交，这个期间，将有专人和

各家联系落实。

- 1、请穿戴节庆服装。
- 2、室内温度较高，请注意不要给孩子穿太多的衣服，同时自行安排自己的孩子吃下午点（幼儿园统一准备）和给孩子足够的饮水。
- 3、请准备室内鞋。
- 4、当天将开放雨花石和蒲公英两个班，并开放蒲公英班室外活动场地，大家可以带领孩子在这三个场地活动。
- 5、喜欢拍照的请准备相机。
- 6、演节目期间可以给孩子准备一点健康的小食品，如山楂条，自制饼干一类的东西。
- 7、当天的团圆饭除了大家自带的食品以外，还有现场制作的包子、饺子、粘豆包，幼儿园也会做一个汤菜。此次团圆饭将由组织者提前为大家分好餐（主要针对各家自带的食品），每家一盘；包子、饺子、粘豆包，幼儿园做的菜自由取用。自己用过的餐具请自行清洗。
- 8、活动结束后，请家长协助幼儿园恢复场地。
- 9、活动结束后，请开车和没开车的家长们自己组合，将没开车的家长顺路捎回，谢谢大家！

这次活动的总协调人为格格妈，聂老师协助，幼儿园老师和家长们配合，具体分工和任务：

一、年俗活动和团圆饭

总负责：格格妈协助：丁丁妈、朱朱妈、朱老师、聂老师。

负责事项：年俗活动物品的准备和采买；年俗活动所需内容的设计和喷绘制作；春联、窗花等现场制作、悬挂、张贴工作；各家食品汇总等。

二、联欢活动

总协调：聂老师筹备小组：菜菜爸、宁宁爸、可儿爸、朱朱爸、石头妈、睿睿妈。

负责事项：联欢会总体设计、节目策划和组织、联欢会主持、各家节目和拜年小视频的汇总。

现场布置和气氛营造。

期待一个欢乐祥和的春节联欢活动！

期待孩子们在新的一年里能更健康更快乐的成长！

期待明年会更好！

活动策划方案总结篇十七

《20xx猴年春节商场促销活动策划方案怎么写, 活动促销策划流程》是由为你整理收集，希望这篇文章对你有帮助，您可及时反馈意见：

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。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。

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

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。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

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。

三、认真做好商场超市的陈列工作

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。

延伸阅读：如何做好超市春节前的促销活动

临近春节，好多卖场为了在最后的高峰销售阶段有个好的销售，都在紧锣密鼓的策划促销活动，如何有条不紊，忙而不乱，从容应对呢？此文分14个环节步骤告诉你，如何做好门店促销管理，避免出现盲目促销，得不偿失。

第一步：制定促销方案

商品采购部总监依据每年年初早已制订好的《全年促销计划表》，再做出一份详尽的此档期促销的《商品规划表》，并向各商品主管采购人员进行布置。

第二步：第一次选品会

商品采购人员依据《全年促销计划表》、《海报商品规则图》，自行拟定此档期促销单品选品计划，并填写《促销单品选品表》，准备参加第一次选品会。

选品会人员组成：商品采购总监、营运总监、商品采购人员、各门店店长(每个店长负责代言一个大部类或一个小部类商品的促销提议)。

选品会上由各商品采购主管向参会者展示《促销单品选品表》及相应的促销单品样品，让参会者非常直观的了超市168解每支促销单品，而更能有的放矢的提出自己的意见，以修正促销选品。

第三步：促销品谈判

选品会后，采购主管根据会上提出的各种修正意见，修改促销选品表并依据新表，约见供应商，开始促销商品的谈判工作，并与厂商签订《销协议》和《通道费用单》。

第四步：第二次选品会

经过一周的谈判，采购主管已基本了解确认各支促销选品的可行性，将此填写《促销单品选品表》的第二稿，与商品采购总监讨论，商品采总监依据此稿制定《促销商品毛利控管表》。

第五步：确定促销毛利政策

在第二次选品会上，除了展示《促销单品选品表》第二稿及相应商品样品外，还要与参会者共同商议讨论此促销档期的《促销商品毛利控管表》，最终确认此促销档期的促销商品、促销折扣及售价的方案。

第六步：定品会

此会由商品采购总监、营运总监、采购主管参加，最终确定正式的促销商品售价、放在海报封面的商品、需要在海报上放大的商品及各支促销单品的预期总订量。同时再根据促销主题、促销力度及商圈客层，确定海报印刷量及派发方案。

第七步：出促销单品清单、下促销单品首批订单

采购主管根据定品会方案，填写《促销商品清单》，交由商品采购总监审批签字，再录入商品电脑系统后传送给各门店店长。店长将严格按照《促销商品清单》上的内容执行，并严格依照此表上所写的促销单品首单订量进行下单订货，不得更改。

第八步：拍照

依据《海报商品规划图》，海报图片设计师出具设计方案，经商品采购总监认同后，摄影师根据设计方案的要求逐一对促销单品进行专业性拍照。

第九步：确定封面、版式、商品、价格、校稿

商品采购总监督管、检查、签定海报最终整体稿件，期间可有三次校稿机会，相应采购主管也要签字确认最终海报稿件上的商品信息的正确性。

第十步：印刷、派发海报

正式出海报菲林后，交由印刷厂印刷。并按第五步制定出的派发方案进行海报派发工作。

第十一步：到货、陈列、布置

各门店店长从下促销首单订量后，天天追踪促销单品到货情

况，确保促销开始前两天全部促销单品到齐。如遇不到情况，及时与采购部联系，提早解决。同时，将已到促销单品陈列在《促销商品清单》所规定的位置上，并进行适当的促销氛围的装饰与营造。

第十二步：补订单，确认商品信息的正确性

门店根据促销第一次到货量，检查陈列后的库存量及预期销售情况，及时下续单量。在促销前一天再次检查卖场的促销标识、海报信息□pos系统信息是否一致，确保促销开始日正常运营。

第十三步：掌控库存

促销开始后商品采购、营运门店时时跟进销售情况，确保促销商品不断货，不压货。

第十四步：合理调控

促销过程中更要不断的将销售数据进行整理，根据数据对于促销过程中出现的问题进行整理和解决，保证促销活动的有序进行！

我想只要按照以上几点严格进行，春节前的促销活动方案肯定可以得到一个很好的效果。真正做到吸引人气，带动销售。保证资源的有效合理利用。

活动策划方案总结篇十八

《2016猴年春节商场促销活动策划方案怎么写,活动促销策划流程》是由为你整理收集，希望这篇文章对你有帮助，您可及时反馈意见：

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。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。

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

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。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

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。

三、认真做好商场超市的陈列工作

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、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

延伸阅读：如何做好超市春节前的促销活动

临近春节，好多卖场为了在最后的`高峰销售阶段有个好的销售，都在紧锣密鼓的策划促销活动，如何有条不紊，忙而不乱，从容应对呢？此文分14个环节步骤告诉你，如何做好门店促销管理，避免出现盲目促销，得不偿失。

第一步：制定促销方案

商品采购部总监依据每年年初早已制订好的《全年促销计划表》，再做出一份详尽的此档期促销的《商品规划表》，并向各商品主管采购人员进行布置。

第二步：第一次选品会

商品采购人员依据《全年促销计划表》、《海报商品规则图》，自行拟定此档期促销单品选品计划，并填写《促销单品选品表》，准备参加第一次选品会。

选品会人员组成：商品采购总监、营运总监、商品采购人员、各门店店长(每个店长负责代言一个大部类或一个小部类商品的促销提议)。

选品会上由各商品采购主管向参会者展示《促销单品选品表》及相应的促销单品样品，让参会者非常直观的了超市168解每支促销单品，而更能有的放矢的提出自己的意见，以修正促销选品。

第三步：促销品谈判

选品会后，采购主管根据会上提出的各种修正意见，修改促销选品表并依据新表，约见供应商，开始促销商品的谈判工作，并与厂商签订《销协议》和《通道费用单》。

第四步：第二次选品会

经过一周的谈判，采购主管已基本了解确认各支促销选品的可行性，将此填写《促销单品选品表》的第二稿，与商品采购总监讨论，商品采总监依据此稿制定《促销商品毛利控管表》。

第五步：确定促销毛利政策

在第二次选品会上，除了展示《促销单品选品表》第二稿及相应商品样品外，还要与参会者共同商议讨论此促销档期的《促销商品毛利控管表》，最终确认此促销档期的促销商品、促销折扣及售价的方案。

第六步：定品会

此会由商品采购总监、营运总监、采购主管参加，最终确定正式的促销商品售价、放在海报封面的商品、需要在海报上放大的商品及各支促销单品的预期总订量。同时再根据促销主题、促销力度及商圈客层，确定海报印刷量及派发方案。

第七步：出促销单品清单、下促销单品首批订单

采购主管根据定品会方案，填写《促销商品清单》，交由商品采购总监审批签字，再录入商品电脑系统后传送给各门店店长。店长将严格按照《促销商品清单》上的内容执行，并严格依照此表上所写的促销单品首单订量进行下单订货，不得更改。

第八步：拍照

依据《海报商品规划图》，海报图片设计师出具设计方案，经商品采购总监认同后，摄影师根据设计方案的要求逐一对促销单品进行专业性拍照。

第九步：确定封面、版式、商品、价格、校稿

商品采购总监督管、检查、签定海报最终整体稿件，期间可有三次校稿机会，相应采购主管也要签字确认最终海报稿件上的商品信息的正确性。

第十步：印刷、派发海报

正式出海报菲林后，交由印刷厂印刷。并按第五步制定出的派发方案进行海报派发工作。

第十一步：到货、陈列、布置

各门店店长从下促销首单订量后，天天追踪促销单品到货情况，确保促销开始前两天全部促销单品到齐。如遇不到情况，及时与采购部联系，提早解决。同时，将已到促销单品陈列在《促销商品清单》所规定的位置上，并进行适当的促销氛围的装饰与营造。

第十二步：补订单，确认商品信息的正确性

门店根据促销第一次到货量，检查陈列后的库存量及预期销售情况，及时下续单量。在促销前一天再次检查卖场的促销标识、海报信息□pos系统信息是否一致，确保促销开始日正常运营。

第十三步：掌控库存

促销开始后商品采购、营运门店时时跟进销售情况，确保促销商品不断货，不压货。

第十四步：合理调控

促销过程中更要不断的将销售数据进行整理，根据数据对于促销过程中出现的问题进行整理和解决，保证促销活动的有序进行！

我想只要按照以上几点严格进行，春节前的促销活动方案肯定可以得到一个很好的效果。真正做到吸引人气，带动销售。保证资源的有效合理利用。

活动策划方案总结篇十九

20xx年1月31日是中国的传统节日“春节”，“过大年”是孩子们最喜欢过的节日，因为中国过春节的风俗非常多，都是好吃的好玩的，亲人团聚和红火是春节的主题，为了让孩子们过一个欢欢喜喜的大年，同时也让孩子们更多了解中国的传统习俗，特别策划这次春节活动方案来丰富1月份的教学活动。

1. 丰富20xx年1月份的教学活动，让孩子们感受中国传统节日“春节”，了解春节的一些风俗习惯。
2. 通过系列手工和美术活动，发展孩子的动手动脑能力。

20xx年1月份

微型课程、手工美术活动。

美术手工课程：绘画——糖果手工——做鞭炮、剪窗花、做灯笼

课程内容设置：让孩子了解新年的来历，学习拜年礼仪，学说新年吉祥话、学习歌曲《新年好》，在春节期间的安全教育“安全在我心中”，内容：春节期间要注意饮食；合理安排好饮食与休息；不要燃放烟花爆竹、远离烟花爆竹；走亲访友要有礼貌，跟好家人。

环境布置：进行新春环境布置、花灯展示、欣赏活动。

附：该方案涉及活动：

1. 搞好宣传，营造氛围；
2. 结合幼儿年龄特点进行新春环境布置；

3. 组织开展幼儿绘画作品参展活动4. 组织开展迎新年联欢庆祝活动5. 花灯展示欣赏活动6. “安全在我心中”主题教育活动。