

2023年商家捐一元活动方案 商家活动方案 (模板5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

商家捐一元活动方案篇一

一、促销时间：

二、促销地点：共联、洪梅、火炼树、大岭山、丰泰、树田，共 6 店

三、促销主题：端午粽飘香，礼献 3 周年——热烈庆祝树田店 3 周年华诞
四、主题商品：粽子、糯米、糖、红枣、绿豆、礼品、酒类、保健品、休闲食品等。

五、商品、陈列、价格策略： 粽子的陈列：两套方案。一是由供应商自带展架，各自展示其商品，如龙舟、竹架等，集中陈列在一起，形成一种氛围。二是由我们自己包装堆头，用灯布围好堆头架。前一个方案由商品部找供应商谈，如果谈不好，就用第二方案，并请在 0809 期 dm拍照前 告知市场部。

粽子集中陈列处要有气氛布置。 关联陈列：在粽子陈列的周围，可陈列一些糯米、红糖、红枣、绿豆、粽叶、粽线等商品，以满足部分有手工包粽需求的顾客。另外可陈列一些酒类、保健品、礼品等送礼用的商品，以满足部分有送礼需求的顾客。再就是休闲食品等节日休闲零食。这样全方位地满足顾客的节日需求。 季节性商品：夏凉商品仍可做一些堆头

陈列，与主题商品相呼应，满足顾客夏日季节需求。惊爆价商品要有醒目的标识。熟粽热卖。每店准备一个煲锅和电磁炉，根据预估的销量，每天煮熟一批粽子，当场售卖。这可满足单身顾客的需求。要有气氛布置。

六、活动内容：

活动一：买粽送砂糖(6店做) 6月7日至9日共3天内，凡在我店购买粽子一次性金额满30元，送砂糖0.5斤，满60元，送砂糖1斤，满90元以上送2斤，最多送6斤。凭当日收银小票到服务中心领取。赠品有限，送完即止。单张小票只能参加一次活动。

活动二：一“剪”双雕好省钱(6店做) 6月7日至9日共3天内，凡持剪下的我店dm封面优惠券，到我店购物有如下优惠：购粽子95折优惠，购服装、鞋、家电、童玩、童车9折优惠，特价商品除外。单独收银之专柜不参加。每人每次限用一张优惠券。

活动三：西瓜猜“重”就归你(6店做) 6月7日至9日共3天内，凡在我店购物一次性金额满20元以上者(服装、鞋、家电一次性购物满40元以上者)凭当日收银小票到店头活动处可参与，“西瓜猜重就归你”活动。如果顾客所报重量与西瓜的实际重量上下幅度不超过1两(含1两)，西瓜立即免费赠送。如：西瓜实重1斤，顾客报重1斤1两或9两，此西瓜即可归顾客所有。赠品有限，送完即止。单独收银之专柜不参加。单张小票只能参加一次活动。

活动四：逢3必奖乐翻天(树田店做，其它店不做) 6月10日至11日，凡在我店购物者，不论金额大小，只要收银小票单号的最后一位数是3，即可到服务中心领取“华生笔记本”一个。数量有限，送完即止。单独收银之专柜不参加。单张小票只能参加一次活动。

活动五：刮一刮，大奖拿（树田店做，其它店不做）活动细则：6月10日、11日，凡在我店超市区购物一次性金额满18元以上者，在家电、服装区购物一次性金额满38元以上者，凭当日有效的收银小票到店头抽奖处可抽奖一次，满36元可抽2次，满54元可抽3次，满72元可抽4次，满90元可抽5次，-最多只能抽5次（家电、服装区满76元抽2次，满114元抽3次，满152元抽4次，满190元抽5次）。小票金额零头不计，小票不可累计。小票当日有效，盖章作废。单张小票只能参加一次活动。

单独收银之专柜不参加。奖项设置：特等奖：1名，29寸彩电1台。一等奖：2名，冰箱1台。

二等奖：5名，高档凉席1床。三等奖：10名，台式风扇1个。四等奖：100名，百事可乐2升装1支。幸运奖：1000名，奖精美礼品一份。即开即中，奖品当场发放。所有奖品不得兑换成现金。本次活动之最终解释权归华生购物广场。

七、操作流程 活动一：买粽送砂糖 序号1 步骤 查验小票 操作规定 小票当天有效，过期作废。必须是购粽满30元以上者 30元-59元为一级 59元-89元为一级 90元以上为一级 2 3 4 盖章（已赠）登记顾客资料 送赠品 合乎条件者 盖章确认。盖章后 作废。按《赠品发放登记表》填写 30元-59元送半斤装砂糖，每天限20包，共60包。60元-89元送1斤装砂糖，每天限10包，共30包。90元以上送2斤装砂糖，每天限5包，共15包。

赠品由美工申请出店后转交给服务中心，并做好交接手续。砂糖要按重量分别包装好。

商家捐一元活动方案篇二

20xx年xx月x日—20xx年xx月x日。

xx珠宝全国各地专卖店。

“xxx”□

随着xx珠宝形象代言人、影星xx主演的电视剧□xx□的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“xx”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的xx钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“xx”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大xx珠宝的知名度和美誉度，提高xx珠宝的品牌情感附加值。

1、活动内容。

(1)x年之约：我们签约的形式担保凡购买xx珠宝“xx”系列新款钻饰的顾客在以后的x年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“x年之约”。如果顾客在购买后x年内离婚，凭离婚证即可原款退还(在钻饰无损情况下)。

(2)牵手十年：凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得xx珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得xx珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加xx珠宝举办的各种联谊活动等等。

2、造势宣传。

(1)20xx年11月x日(元旦)主题是□“xx”□在活动开始后x日左右以新闻的形式报道此次活动以宣传造势。

(2)活动期间不定期在电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

商家捐一元活动方案篇三

据移动电话消费行为的调查显示30岁以下用户的比例持续增长，其中以21-25岁最为明显，由20xx年的25.8%上升到20xx年的33.4%而逐步成为一支重要的消费群体，其中以大学生的消费数量占73%左右，大学生已经成为了一股不容忽视的消费群体。(数据来源:ccid20xx[11])

二、活动意义中国移动校园推广活动策划方案(1)

大学生是一个极为特殊的群体，这个群体本身有着多种特征。他们拥有较强的消费欲望和一定的消费能力，而且在校大学生也是未来几十年内的消费主力，如能在校园内就在大学生心目中树立良好的品牌美誉度和忠诚度，这对企业的未来将产生及其深远的影响。

三、活动环境分析

1、消费群体分析：随着学生这个消费群体的日益庞大，许多商家都已经把眼光转移到对它的开拓上。目前的校园活动已经到了泛滥的地步，有品位有意义的活动却十分罕见。而且过多的商业活动也使得校方对活动的支持力度一降再降。根据大学生中的调查显示，大于45%的同学对于商家在校园的促销活动提不起兴趣。(高年级的学生占相当大的比例)因此如何提起大学生对此次活动的兴趣以及怎样获得校方的大力支持是这次活动的重点，也是能否做好这次活动的关键。

2、竞争对手分析：目前的国内通讯依然呈移动、联通、电信“三足鼎立”的局面，移动虽然在消费者比重上遥遥领先于后两者，但联通、电信的价格战却也使得移动在竞争上处

于尴尬的局面。虽然移动优良的信号传输仍能使自己立于不败的境地，但是后两者对于信号传输方面积极的改进使得移动不得不处于前狼后虎的境地。另外资费方面仍然是移动最大的弱势。中国传统的经济理念——经济实惠仍深深的印在人们的心中，这一点对于移动仍是最大的“敌人”。如何解决这一问题仍是今后移动发展所面临的最大障碍。

商家捐一元活动方案篇四

心心相印，浪漫七夕

(二)：活动时间

(三)：活动地点

休闲食品区

(四)：活动办法

1. 凡于活动期间在本店购买巧克力满77元，即可凭购物小票到活动赠品处换取赠送玫瑰花一枝。
2. 凡于活动期间在本店购买商品满520元，即可凭购物小票参与9:00—12:00的情人节幸运大抽奖。

奖项有：

一等奖：情侣装一套

二等奖：金装巧克力一盒

三等奖：心心相印抽纸一袋

参与奖：心形气球一个

注：一张小票只可参与一个活动，不可重复使用，小票只有在活动期间参与活动有效。

(五)：商品计划

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。

(六)：宣传

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，根据可视经费的多少而选择最恰当的传播媒体。如：

1. 传单 2. 海报、彩旗、气球、电子滚动字幕 3. 店内播音

(七)：卖场布置

1. 店外的活动装饰，如：海报、布旗等；

2. 店内的气氛布置，如pop广告制作，为配合七夕主题，本店在卖场共享空间架设一道鹊桥，根据传说中葡萄下可以听见牛郎织女说话的传说，在主入口门柱上用绿色的塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果，营造浓郁的传统中国情人节的氛围。

(八)：特别企划活动

为了让店内有更浓烈的节日气氛，活动期间在本店还举行其他的情人节趣味活动，例如：

1. 情人默契大考验；

2. “真心话大考验”或“敢爱你就说出来”，挑战自己的勇

气，许下爱的誓言；

3. 在入口处设置展板征集情侣的甜蜜照，或现场在鹊桥下免费给情侣拍照留念。

商家捐一元活动方案篇五

凡在店庆三日累计购物满100元、大家电、黄白金累计购物满500元，（餐饮除外）即可凭购物小票到商厦一层共享大厅参加摸球活动，100%中奖。

摸奖设置：设置四个透明有机玻璃摸奖箱，每个摸奖箱内装摸奖的玻璃球。顾客手背向上，一次性摸出多少玻璃球即赠送相应金额的购物券。（经过实验，一般一次抓出18—23个球，最多能抓出25个玻璃球）。

摸奖方法：顾客凭购物小票到摸奖处摸奖，每100元为一次；大家电、黄白金累计购物满500元摸一次，每票最多摸10次。奖金以顾客抓出玻璃球的数量确定，每个球1元，抓多少，送多少。并现场制作奖券，经财务登记、盖章后，发给顾客。此奖券可在全场通用。购物券消费不参加此活动。如顾客出现太多抓球机会，如20次以上，可根据情况征得顾客同意后，连抓5次取平均数赠券。

奖券发放：每组设置4人，一人登记发票，确认抓球次数；一人组织活动的开展；令两人进行监督和配合。每张奖金券的数额为空白，工作人员根据顾客摸出的球数登记，每一球为一元，合计以大写的文字表示。如顾客抓出23个球，工作人员就应在奖金券上登记“贰叁元”，代表23元，并在登记表上注明。

发放部门：企划部人员组织顾客摸奖；财务部审核小票、发放购物券；商管部登记、监督，三部门配合完成。

预计奖金：预计店庆三日销售200万元，每笔100元，最多有_0人摸奖。按每人平均20元计算，合计约40万元(实际仅为20万元，费用约为实际销售的10%)。

要求

- 1、商管部作好促销活动的店内广播。
- 2、企划部负责活动的宣传和组织。
- 3、保卫部负责活动现场的秩序维护。
- 4、财务部负责活动购物券的发放和统计。
- 5、商管部负责店庆日摸奖活动的登记和监督。
- 6、业务部负责对摸球工作人员的培训。
- 7、总务部负责摸球道具和购物券的准备。
- 8、摸球人员要求认真负责，要耐心对顾客讲解。如出现差一、二元的顾客，应酌情参加活动，并赠送相应的礼券。

商店端午节促销活动方案二：温馨两年 与您面对面

活动时间：

活动内容：

- 1、店庆期间通过在商厦一层共享大厅内设置6个顾客接待处，每个接待处分别根据自己的工作职责，接待顾客来访及回答顾客提出的疑问。6个接待处分别是：总经理办公室、招商处、招聘处、促销活动咨询处、温馨卡发放处、顾客意见接待处。每个接待处各有商厦职能部门的领导负责接待。

2、接待咨询时间：上午10：00—12：00；下午13：30—15：30

活动要求：

- 1、接待咨询时间内，各接待处不允许出现空位的现象。如遇特殊情况，须自行安排人员替代。
- 2、各接待处准备好相关的资料。如招商手册、人事报名登记表等。
- 3、接待中要认真作好登记。
- 4、接待人员要求统一着装。（男5人、女5人）
- 5、行政部负责对各种资料的印制和桌椅的准备。

布置：

- 1、两椰树间挂一红布条幅，内容突出主题。
- 2、活动现场准备两块明示板。
- 3、摆放6张圆形谈判桌，每桌配4把椅子。

接待处的设置：