

# 村积分超市兑换记录 积分兑换礼品活动方案(优秀5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 村积分超市兑换记录篇一

为了答谢新老客户长期以来对我公司的支持与厚爱，我公司实行消费获积分奖励活动，来回馈广大客户对我公司的贡献，同时促进双方的深度合作，实现互惠共赢。

客户正常消费可同时获得相应积分，累计的积分可以兑换相应礼品。

积分分为两个部分：消费积分和奖励积分。

### 1、消费积分

消费积分以1000元为最小单位，单次现金消费满1000元累计1分，不满1000元，积分为0；单次签单消费满1000元累计0.8分（xx天内），不满1000元，积分为0。单次签单消费满1000元累计0.5分（16——30天），不满1000元，积分为0。超过一个月积分为0。

（1）积分计算以实收金额为准。

（2）消费金额中，不满1000元部分不进行前后累计积分。

（3）消费积分在消费达成当天记入积分（即累计积分）。

(4) 如发生退换货，将从积分中扣除由于退换货部分产生的积分差额。

(5) 积分只在同一帐户内累计，不同帐户的积分不能合并。

## 2、奖励积分

(1) 单次消费满10万元，可获赠额外积分10分。

(2) 单次消费满20万元，可获赠额外积分20分。

(3) 单次消费满30万元，可获赠额外积分30分。

(4) 此奖励积分可以此类推。

1、兑换成功后将从会员帐户中扣减相应积分分值。

2、积分只能兑换相应礼品，不做兑换现金等其他用途。

3、积分兑的礼品暂不提供更换或退货服务，所以请您细心看准后再进行兑换。

4、兑换标准：

1、每次进行积分后均会说明截止到当次积分之前积分合计。

2、拨打xxxxxx查询。

## 村积分超市兑换记录篇二

刺激用户消费积极性，提升用户arpu值。

20xx年5月份启动，长期开展

所有cct在网用户，且积分达到所需兑换礼品的规定标准

根据技术（4月份）统计数据，目前积分在2000点以上的用户总数为61154人，按照五个月用户每月积分增长10%、每个积分区间用户用户数增长10%推测，五个月后最低积分达到5000点以上的用户预计将达到74000人左右。

该批物品目前仅知晓采购成本，预估物流及税收成本占采购成本的`40%，建议此次积分礼品的成本占比在0.8%之间。

## 1、兑换方式

为简化积分兑换礼品的方式，我们将采购的礼品划分为五个等级，用户可依据自己的积分自行兑换相应的礼品，积分由系统自动扣除（礼品兑换一定要求用户前往营业厅进行兑换）。

## 2、兑换流程

用户前往cct营业厅——查询礼品并兑换积分——cct客服人员根据用户收到的回复短信发放礼品——客服登记领取人号码并由对方签字。

该批礼品的使用周期预估为五-六个月，请分公司根据各自分配到的礼品数量控制礼品的`发放节奏（按照到货礼品的种类和数量开展积分兑换）。

以一个月为活动跟踪调查期，根据用户的积分兑换礼品的参与情况调整积分兑换的额度，并继续策划相关后续活动。

## 村积分超市兑换记录篇三

爱电影、看电影是现代人士的时尚需求，尤其是一些学生群体、结婚年龄层次的时尚男女，成为电影院票房的主流，部

分中青年男女也追逐时尚，加入到这部分群体之中，这部分人群应该说是引导社会消费的主流人群，对房产、家装、汽车、金融、通讯等产品需求较高，利用电影票兑换券搭载广告，实现与xx影城结盟，成为拓展、开发这类人群的主要宣传手段之一。据了解，目前xx电影票的购买主要通过两个渠道，一是到影院直接购买，另一个是通过网上支付后、到影院兑换电影票。前者票价较高，后者兑换手续麻烦，对于不经常上网的客户群无法购买。

日前，由xx票房率最高的xx影城与xx邮政局合作的电影票兑换券销售项目，即将在xx邮政局市区20余个邮政营业网点开始进行销售，实现影院门票销售由单一销售模式，向“影院—网上一—邮政网点”多渠道、多网点销售模式的转变，邮政网点的销售由于其网点多、面广和宣传优势，必将成为电影票销售的重要渠道。

## 一、样式、数量、价格：

该电影票兑换券以邮政明信片为载体，首批发行量为10000枚，一次性彩色印刷。成品规格□307.5x78mm□三折页式样，有三个招商广告位，如下图所示，未标注的广告位为xx影城宣传画面。

广告位3□95x78mm

广告位1□125x78mm广告位2□95x78mm

以上3个广告位招商价格：15000元/个。

## 二、选择电影票兑换券进行植入广告宣传具有以下几点优势：

1、一次广告投入具有90天的宣传时间：本次合作为第一次□xx邮政局与xx影城都非常重视发行工作，首次发行量

为10000枚邮政明信片，一次广告投入具有90天的宣传时间，一张兑换券可以带动一家人及亲朋好友的宣传效果。电影票是有价的实用产品，无论成人、学生、男女老少都非常认可，广告的宣传时间长久。尤其是明信片电影票兑换券在使用前不可自行撕下，使广告宣传时间有限延长。

2、价格优势是吸引顾客选择邮政网点购票的因素之一。其销售价格与团体票价格相似，对爱电影、看电影的人士具有一定的吸引力，这也是顾客为何会选择邮政购票点购票的主要因素。定制型的客户还可享受个性化设计、印制、寄递的一条龙服务。

3、点多面广是邮政网点特色，更是宣传企业想要达到的宣传效果。邮政网点在市区目前有20余个网点，市区的东南西北到处都有邮政网点，爱电影观众分布在市区各个角落，对企业宣传广告具有一定的吸引力。届时各邮政营业网点将会用电子显示屏、展架、店堂海报等形式进行宣传。

4、邮政明信片是中国邮政独家发行的文化产品，具有极高的鉴赏、收藏、观赏和邮寄的价值，实用性强，个性化设计，独一无二，无可替代。

5、质量保证，使用放心。明信片电影票兑换券具有防伪功能，每一枚明信片都有邮资图，由邮政渠道唯一发布。

三、广告截止时间□20xx年7月31日前。

四、本方案是首次合作，今后xx邮政局将会与市区各大影院合作，广告宣传面将会逐步扩大，对企业广告宣传具有更广的宣传效果。

## 村积分超市兑换记录篇四

为了以达到提升会所销售业绩，巩固顾客忠诚度，开拓新客

源，完善员工福利及提高员工积极性等目的。将采取对员工促销品的积分兑换代金卷的福利方案，（代金卷可在会所抵作消费卷使用），以达到即能提升员工积极性又能提高销售业绩的目标。

1、主打“低价格、高品质”的促销模式，更好地吸引消费者的目光；并积极利用有效的。促销活动宣传，促进员工销售新品兑换积分。

2、每月推出主打促销新品。

3、每月规定销售目标，完成销售目标，额外奖励会所员工活动基金。

4、有效预算出即将到期用品制作“低成本，高销量”饮品、食品进行新品促销。

5、每天计算出促销品积分，并累积兑换代金卷。

6、代金卷可在会所内抵用消费一切非商品性质物品。

7、兑换积分时应在主管人员同意并签字后给予兑换代金卷。

1、积分按照促销品100%的计提方式计算。

2、代金卷兑换按照1%的计提方式计算。

3、完成销售目标营业额按照1%的计提方式计算。

## 村积分超市兑换记录篇五

会员积分累积方式是每消费1元累积1积分，积分兑换人民币比（积分比）100：1。申请会员首次不参加积分累积。特价商品不参加积分活动。

## 1、凭积分换购商品

顾客凭积分以较低的价格购买超市定期推出的优惠商品。如：定期推出商品换购活动，顾客可凭积分以较为优惠的价格购买超市推出的商品。顾客积分越多，可换购的。商品种类越多，享受的优惠也就越多。

## 2、用积分兑换礼品

## 3、以积分换优惠券

顾客将积分换成优惠券使用。例如：顾客持会员卡每消费1元可获得积1分，购买特殊商品可获得2倍积分，积分到达必须数额后可到超市服务台兑换一张必须价值的优惠券，顾客在结账时出示优惠券，可减免相应数额的货款。

## 4、积分兑换代金券

(1) 代金券可设有10、50、100、500四个等级

(2) 每1积分可兑换1分钱。

(3) 代金券不参加节日活动，只限非节日使用

1、会员可累积积分一次性在非节日活动现场参加商品的减购活动实缴会员日：

2、各店铺可设立会员日，会员日当天购物可享双倍积分。