

最新元宵节营销活动策划方案 元宵节营销活动方案(模板7篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

元宵节营销活动策划方案篇一

元宵送“金宝”

20xx-2-14

元宵节，农行辽阳新世纪支行准备抽调精干力量走入商业社区，展开零售业务“扫街”营销活动。在“扫街”式营销活动中，我支行将采取“一点一策”的营销办法，针对不同网点周边经济环境确定营销重点，主要针对以下四个商业区制定营销重点。

四是针对周边大型餐饮业较多的营业网点，重点向用工人员较多的餐饮企业营销代发工资业务，在实现中间业务收入的同时，增加银行卡发卡量，扩大市场占有率。

为了取得很好的营销效果，我支行申请县行提供以下两种帮助：

1. 元宵200袋。
2. 营销车一辆。

元宵节营销活动策划方案篇二

今年元宵节、情人节相对较集中，为把握节日商机，创造更佳的销售业绩，我们将通过“元宵灯谜会”的形式，树立“商品全、品质优、服务好”的新世纪形象来集中组织商品促销活动。

新世纪元宵灯谜会

20xx年2月10日（正月十三）——2月12日（正月十五）

红红火火新世纪、热热闹闹过元宵

小活动一：庆团圆吃元宵美味汤圆大联展

在超市设立元宵美食街，突出传统文化氛围及新世纪汤圆品种全、质量优的特点，推出各式特色汤圆及礼盒，引导顾客佳节送汤圆，推出部分特价汤圆促销，拉动销售。

小活动二：庆团圆吃元宵猜灯谜中大奖

在各楼层均开辟字谜游乐区，来新世纪的顾客无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品一份，猜中谜底的顾客请到总服务台按编号对证领取奖品。

游戏规则及兑奖办法

- 1、必须由本人将谜底贴于谜面之上。
- 2、按编号对证确认后方可领取。每人每天限3次。
- 3、凭有效证件（身份证、学生证、驾驶证等）登记后方可领取。

小活动三：庆团圆吃元宵开门见礼送红包

活动期间，对每天进店前100名顾客免费分发红包，红包内有免费“元宵券”一张，顾客凭红包内元宵小票+满20元以上的购物小票，到服务台领取元宵。

小活动四：庆团圆吃元宵购物打折又送礼

正常商品92折后满100元，（超市商品不打折满100元，化妆品97折满100元）送汤圆1包，满200元送2包，当日小票可累计，多买多送，以此类推。（会员卡可积分）（黄白金、烟酒、手机、特价、削价商品不参加，羽绒服88折不参加）

a□商场内部：

- 1、分区域布置，使卖场形象化、特色化，吸引顾客。
- 2、更换卖场内的装饰材料，增加顾客对我商场的新鲜感，不断的提升企业形象。
- 3、制作一批购物温馨提示语，创造良好的购物氛围及增加顾客消费信心。
- 4、重要位置宣传主题促销活动。
- 5、商场广播滚动宣传促销活动及特价信息。
- 6、楼梯换元宵节广告语，“新世纪汤圆格外甜”或“大红灯笼高高挂、红红火火过元宵”，超市元宵美食街悬挂kt板制作的元宵造型进行装饰。
- 7、超市副食区走廊喷绘玫瑰花背景，铺设地面，红火卖场节日氛围。（元宵节、情人节共用）超市入口地面、出口地面喷绘装饰。
- 8、制作元宵灯谜，正月十二（活动前）全部悬挂装饰到位。

9、超市元宵节与情人节的装饰一起考虑，共同进行装饰。

b□商场外部：

1、商场入口制作写真版面，宣传主题促销活动

2、装饰布置入口立柱，在门外放置彩虹门，增加节日气氛。

元宵节营销活动策划方案篇三

20xx年2月15日—2月17日（元宵节）

（一）、喜闹元宵，乐猜灯谜

1、活动时间□20xx年2月17日

2、活动对象：在百货区购物满188元的顾客（单张小票限猜一次）

3、活动内容：在各品牌专柜门口挂自制灯笼一个，灯笼内配5个或5个以上灯谜，；凡在活动期间购物满188元的顾客，只要猜出1个谜语，即可凭电脑小票和谜底到所属专柜领取元宵精美礼品一份。

4、游戏规则：顾客根据谜面的内容，确定猜出谜底后，即可在所属专柜即刻兑奖。（如谜底与工作人员的谜底有争议的，以工作人员的.为准）

4、气氛布置：

a□灯笼：每个专柜挂1个灯笼在门楣处。灯笼为专柜员工自行设计且具有品牌风格。

b□灯谜：管理人员根据实际情况安排促销部协助设计打印。

（至少准备300条）

喜闹元宵，万家献你

活动期间，百货区全场品牌2折起特价销售。

第一部分场内

a□店内广播、店头海报第二部分场外

a□百货门口大展板

b□超市玻璃贴

c□百货区内灯布等

d□免费巴士（本次活动与情人节活动联促，玻璃贴、前后门楣、吊旗、歌谱架等不需更换）

1、拉动节日的成交量，提高百货销售额。

2、活动具有吸引孩子的卖点，以此带动家长来华润万家消费，提高在同行业中的竞争力。

3、活动具有连续性和持久的影响力，可在其他节日、假期继续推广相关活动并扩大规模，形成商圈内独具特色的商场。

附件一：灯笼diy大赛方案：

1、活动时间：2月12日—2月17日（18日早会进行评选并颁奖）

2、活动对象：百货区所有员工，以专柜为单位。

3、参赛要求□a□作品主题鲜明，美观实用、构思巧妙、富有创造性；

d□作品形式多样，手工艺制品、纸制品、织制品、布制品、竹制品、木制品均可；

e□参赛作品需注明作品名称、制作者部门、品牌。4、评分标准：总分10分

创意性3分美观性2分精致性2分环保性3分

5、奖项设置：一等奖1名奖励瓷器一套二等奖2名奖励铁观音一盒三等奖3名奖励佳洁士套装一盒鼓励奖12名奖励洗发水一瓶备注：奖品由各店根据实际情况自行设置。

6、评奖、颁奖流程：17日当班经理及副总共同巡场对所有专柜自制灯笼进行评比、打分，推选出一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，鼓励奖各部门各3名。18日早会时由副总为获奖专柜进行颁奖及致词。

元宵节营销活动策划方案篇四

出门赏月、燃灯放焰、喜猜灯谜、共吃元宵、拉兔子灯。

活动主题：火树银花不夜天共度元宵享团圆。

活动目的：利用元宵佳节，围绕节日展开主题活动，吸引人气，促进销售。

活动时间：2月19日19：00—21：00

活动对象：0—12岁的新老会员宝宝，包含一名家长免费陪同。

活动地点：树袋熊儿童乐园xxx店。

1、主持人xx

2、活动负责人xx

3、收银员xx

4、现场秩序员xx

备注：根据门店实际情况确定。

1、准好前期宣传活动，使更多的人知道活动时间、地点、内容等。

2、准备好活动所需的材料和

3、布置活动场地

4、游戏规则设置，奖品设备

创造具有中国元素的新春元宵气氛，欢快、热烈，以灯笼、灯谜、窗花、鞭炮等等物品装饰，烘托出温馨喜庆的元宵气氛。

活动目标：引导幼儿回忆过年的情景，鼓励幼儿大胆、清楚地表达自己的想法和感受。

1、歌曲《新年好》

2、活动研发员引导提出问题：请幼儿说说过年时最高兴的事情。

3、幼儿自由讨论发言。

4、活动研发员总结：引导幼儿重温新年的喜悦，使幼儿懂得春节过后又长大了一岁，在各方面应有很大的进步。

(1) 材料：挂有灯谜的花灯、谜底表（见附件）、贴画若干、奖品若干。

(2) 规则：家长带领幼儿赏花灯，猜灯谜。猜好以后告知乐园员工谜面编号及相应谜底，猜对一个乐园给一个贴画，集满3个贴画即可兑换一个奖品。

(1名乐园员工坐在固定的位置发贴画、兑换奖品)

(3) 注意选择灯谜时难易程度适中，难度相近，谜底贴近幼儿生活，符合幼儿的'经验，谜面上指明谜底的类别，如：打一动物、打一植物等。

(4) 人员：全体幼儿、家长。

(5) 指导语：老师已经把你们做的花灯挂在走廊里了，快和爸爸妈妈一起去欣赏吧。动动小脑筋猜对灯谜还可以获得小奖品哦。

(1) 材料：筷子12双、芸豆若干、碗6个、一次性水杯6个、背景音乐。

(2) 规则：家长和幼儿一起用筷子将碗里的芸豆夹进一次性水杯内里，规定一分钟内，水杯里芸豆数量最多的家庭获胜。

(3) 注意事项：提醒家长遵守规则，不能用筷子拨豆子，听到哨音，停止游戏。

(4) 人员：6组家庭（每组一名幼儿、一名家长）

(5) 指导语：小小芸豆圆溜溜，怎么才能夹得又快又好呢？

下面请你和爸爸妈妈一起接受挑战吧！

(1) 材料：围裙6个、12个筐、海洋球若干、12个圈、背景

音乐。

(2) 规则：家长系上围裙，站在圈内。双手抓紧围裙两边变成裙兜，幼儿站在对面的圈内（两圈间隔大约1.8米），每次从身边的框内拿一个球投向家长的裙兜内。幼儿抛球、家长接球时都不能跨出圈外，1分钟内接中数量最多的家庭获胜。

(3) 注意事项：每组海洋球的数量大于10个。

(4) 人员：每组一名幼儿、一名家长，可分租进行，每组6个家庭。

(5) 指导语：围裙是妈妈的好朋友，那你们还知道围裙还可以和我们做游戏吗？想知道怎么玩吗？我们一起来看看吧！

游戏结束后奖励获胜小朋友花灯一盏。

活动内容在活动开始一周之前开始做宣传，单页（提前发放）微信（朋友圈，全发），店内宣传等。要参与现场活动的小朋友提前短信或者电话通知。

- 1、在前期准备时，尽可能购买清洁、环保和健康的物料。
- 2、保证现场活动中小朋友们的安全，活动始末由每位小朋友的家长现场监控。
- 3、每天活动的进展情况要拍成照片，发到公众号里面作为宣传。
- 4、乐园稍作装饰，有节日的气氛，保持现场的清洁。

元宵节营销活动策划方案篇五

元宵送“金宝”

20xx-2-14

元宵节，农行辽阳新世纪支行准备抽调精干力量走入商业社区，展开零售业务“扫街”营销活动。在“扫街”式营销活动中，我支行将采取“一点一策”的营销办法，针对不同网点周边经济环境确定营销重点，主要针对以下四个商业区制定营销重点。

四是针对周边大型餐饮业较多的营业网点，重点向用工人员较多的餐饮企业营销代发工资业务，在实现中间业务收入的同时，增加银行卡发卡量，扩大市场占有率。

为了取得很好的营销效果，我支行申请县行提供以下两种帮助：

1. 元宵200袋。

2. 营销车一辆。

5

（一）喜闹元宵，乐猜灯谜

1、活动时间□20xx年2月17日

2、活动对象：在百货区购物满188元的顾客（单张小票限猜一次）

3、活动内容：在各品牌专柜门口挂自制灯笼一个，灯笼内配5个或5个以上灯谜，；凡在活动期间购物满188元的顾客，只要猜出1个谜语，即可凭电脑小票和谜底到所属专柜领取元宵精美礼品一份。

4、游戏规则：顾客根据谜面的内容，确定猜出谜底后，即可

在所属专柜即刻兑奖。（如谜底与工作人员的谜底有争议的，以工作人员的为准）

5、气氛布置：

a□灯笼：每个专柜挂1个灯笼在门楣处。灯笼为专柜员工自行设计且具有品牌风格。具体操作流程见附件一《灯笼diy大赛方案》。

b□灯谜：管理人员根据实际情况安排促销部协助设计打印。（至少准备300条）

喜闹元宵，万家献你

活动期间，百货区全场品牌2折起特价销售。

第一部分场内

a□店内广播、店头海报第二部分场外

a□百货门口大展板

b□超市玻璃贴

c□百货区内灯布等

d□免费巴士（本次活动与情人节活动联促，玻璃贴、前后门楣、吊旗、歌谱架等不需更换）

1、拉动节日的成交量，提高百货销售额。

2、活动具有吸引孩子的卖点，以此带动家长来华润万家消费，提高在同行业中的竞争力。

3、活动具有连续性和持久的影响力，可在其他节日、假期继续推广相关活动并扩大规模，形成商圈内独具特色的商场。

附件一：灯笼diy大赛方案：

1、活动时间：2月12日—2月17日（18日早会进行评选并颁奖）

2、活动对象：百货区所有员工，以专柜为单位。

3、参赛要求：

a□作品主题鲜明，美观实用、构思巧妙、富有创造性；

b□作品必须是自己动手制作完成，不得从市场上购得成品参赛；

c□每人限参赛作品一份；

d□作品形式多样，手工艺制品、纸制品、织制品、布制品、竹制品、木制品均可；

e□参赛作品需注明作品名称、制作者部门、品牌。

4、评分标准：总分10分，创意性3分，美观性2分，精致性2分，环保性3分

5、奖项设置：一等奖1名奖励瓷器一套二等奖2名奖励铁观音一盒三等奖3名奖励佳洁士套装一盒鼓励奖12名奖励洗发水一瓶备注：奖品由各店根据实际情况自行设置。

6、评奖、颁奖流程：17日当班经理及副总共同巡场对所有专柜自制灯笼进行评比、打分，推选出一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，鼓励奖各部门各3名。18日早会时由副总为获奖专柜进行颁奖及致词。

本方案所指客户包括存款客户、贷款客户，客户类别包括个人客户和对公客户，业务涉及贷款、贴现、承兑、开销户、存取款、转账结算□pos机等业务。

指导思想：信用社的长远发展要以“效益”为中心，在正确处理近期与远期关系的基础上，制订切合实际的发展策略，尽快建立一个以效益为纽带，以业务的持续、稳步增长为目标，以充分员工的主观能动性为目的的资金营销和运作方案，迅速开展工作，为信用社圆满完成上级下达的任务指标和信用社长远发展而努力。

工作思路：以客户为中心，经过对存款和贷款进行结构分析，细分客户，量化激励，全员营销。工作中充分授权，配比费用、存款重视账户开立、贷款重视信贷关系的确立，维护好存量客户、开拓新的黄金客户，客户经理以很多的时间走出去，充分了解客户，迅速熟悉客户社交圈，进而赢得客户，占领市场。

服务理念：纵线关注全流程服务，横线关注全方位服务，把差错化为惊喜、把平淡化为满意、把高兴化为眷恋，跟踪到位，横道边，纵到底，把阶段性行为变成高效的、有灵性的持续服务。

第一部分贷款营销

信贷是收入之源，是立社之基。

1、纯农区的农户

对纯农区的农户继续实行“五户联保”的形式，金额单户10万元，并在适宜的村促成农民专业合作社、和农民信用共同体等农村经济组织的产生，改变农村金融体系缺乏独立承担

民事职责且有必须组织性的贷款主体的现象。

2、城中村村民

对城中村村民贷款继续实行“五户联保”的形式，金额单户30万元，大力推广，资料中有村委的介绍信，并要求在我部办理贷款的客户数到达五户的，城中村委会在我部开立结算账户。且由五户以上的客户组成信用共同体，统一评级定信用等级，信用共同体全体客户同意能够推荐其他村民加入享受统一的优惠利率，贷款金额，若信用共同体中村民有一户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次。不仅仅能够加深信用社和所扶持村民所在村委的天然联系，并且还能够实现营销链的外延，并且对贷款资产的质量起到进取有效的防范作用。具体参照商户通贷款操作。

3、社区居民

由于社区居民零散，且不具有很强的组织性，所以对社区居民贷款一律采取抵押的方式进行，金额以评估价值并参照市场价确定合理的抵押率来定。

4、个体工商户

对于在同一市场里的个体工商户，采取两户商户保证担保加市场担保的方式进行，最高不得突破200万元。对不在同一市场或市场难以供给担保的且由五户以上的个体工商户组成信用共同体，统一评级定信用等级，由信用共同体所有成员向商户供给无限连带职责的保证担保，授信金额核定为50万元，全体成员同意能够推荐其他商户加入享受统一的优惠利率，授信额度，若信用共同体中有一户商户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次，并由所有成员来偿还贷款本息。从而实现营销链的外延，节俭人力成本，并对贷款资产的质量起到进取有效的防范作用。

具体参照商户通贷款操作。

5、城市白领（含信用社职工）

参照《白领通》执行

6、微小企业老板

把控风险口外延，加强和以在省联社备案的担保公司的合作，采取担保公司总授信，老板贷款，担保公司担保的方式开展业务。

1、存量贷款

客户经理必须维护好存量客户，作为基本工资的发放考核指标，在存量贷款未发生重大变化时，予以进取办理、并尽快熟悉客户上下游客户及社会关系，实现全方位合作。

2、品牌（自然增长）营销贷款

3、营销贷款（主要是指由明确的.单位职工作为营销人的贷款）

（1）全员营销，具体分营销人、客户经理（主调查人为客户经理和协助调查人为其他客户经理），注：营销人不参与调查。

（2）核定营销金额：信用社负责人总额度5000万元，单户不超过500万元；信用社主任助理3000万元、单户不超过300万元；各科室科长1000万元、单户不超过100万元，副科长700万元，单户不超过70万元；信用社客户经理700万元、单户不超过50万元；信用社其他员工和机关员工300万元，单户不超过30万元。

（3）操作流程

按照利息收入的5%给营销人提取奖励费用，奖励费用进入专户管理，并登记台账，在贷款本息全部收回时兑现。

若贷款进入收回再贷程序，则奖励费用兑现20%，余额和收回再贷的奖励费用一并入专户管理，在贷款彻底收回时全部给予兑现。

若贷款出现风险，则奖励费用全部用来弥补损失，调查人、审查人、贷审会成员、分管主任、主任尽职尽责，由营销人负责偿还和并承担贷款营销职责。

参考其他银行利率定价及费用奖励模式：12%的年利率中，包含了资金筹资成本、管理、营销及人工费用大约为7%；研究到商业风险，必须要有2%左右的风险加价；此外还有1%的一般准备计提。同时加上合理利润1.4%，并研究当地银行市场竞争状况，按照0.6%的比例计提奖励费用即利息收入的5%。

（4）贷款期限、利率及还款方式

贷款期限以短期贷款（1年以内）为主，贷款利率执行联社贷款的现行利率，还款采取按月结息到期还本的方式。

4、票据业务

主任助理主抓，利用掌握的客户资源，安排专人办理，重新完善贴现手续，合规操作，日均余额2个亿，循环操作，保证合法有效、到期兑付。

1、信用社全部信贷人员均为客户经理

2、流程时限

依据市办对信用社贷款职责的确定，客户经理负责贷款流程中受理和调查两个环节，初步确定接收资料到正式受理，所

有贷款期限均为为3天，完成初审，到达准入条件、并满足客户需求后方可正式受理。

调查时限要求：根据贷款金额来确定，具体为：50万以下贷款均在3个工作日办完，50万-100万贷款在5个工作日办完，100万-500万贷款均在6个工作日办完、500万元以上贷款在8个工作日内完成。调查质量要求：调查方案必须详实，做到心中有数。

第二部分存款营销

“存款是立社之本”，是资金运营、创造效益的基本保障。主动营销存款成为了“立社”的关键之举。

1、存款营销流程和重点的确定

本方案所指存款营销包括存款客户账户和客户日均存款余额及客户业务发生额的营销。随着银监局对金融企业存贷比的监管要求的变化，存贷比中存款量以日均余额来监管，所以我部存款客户的营销理念必须迅速转变，并结合我部实际，存款营销以吸引存款大户在我部开户为重点，营销流程为：开户（账户营销）----日常结算（结算便利）----月底余额。

2. 全员营销任务的确定：为培养具有强烈生存意识的现代商业银行员工的氛围，凡是在我部员工都要有吸储任务，员工（大堂经理、信贷外勤人员、岗位负责人、主任除外）最低基数为每季存款净增50万元。

3、存款营销专业团队任务的确定：

存款的组织是一个系统工程，根据每位员工的自身实际（形象、口才、人脉、本事、耐力等）和岗位特点，信用社实行全员参与但各有侧重的存款营销办法，由信贷外勤人员和岗位负责人组成信用社存款营销团队，并结合信贷收益（发放

贷款的收益水平》增量存款上存的收益水平），运用资金上应优先研究信贷投放，主要侧重于零(低)风险贷款商品和个体、私营企业临时性贷款，从而实现存贷齐头并进，到达利益最大化。存款营销团队员工营销存款每季新增保证1000万元，负责人每季新增3000万元，主任助理每季新增1500万元。

4、存量存款任务：商业银行经营是以效益为中心，存量一块毕竟同样产生效益。忽视存量存款，会严重挫伤员工的工作进步性。加强对原有存款业务的发生和巩固工作，对存款营销团队中从事专门存量存款客户维护工作的员工任务为每季新增存款50万元。

5、新业务：发展某种新业务，一般短期内不会产生多少可观的存款额，或许从长远看有利于存款的稳步增长。研究“考核报酬的即期性与部分新业务带来存款的远期性”的关系时，避免失去存款新的增长点。目前对专门从事系统性的代收代付业务的员工存款每季新增50万元。

5、存款业务分析例会的确定

为避免出现“鞭打快牛”和“懒牛卧车槽”及“挖空心思凑数据”的情景，每月召开一次存款营销分析会，根据任务的完成情景，每位员工社会关系、个人精力、个人素质、甚至个人形象等情景，具体分析制定下个季度的任务目标。

6. 考核办法：凡是吸收的存款，一律存在联社信用社，月末由信用社安排专人建帐。在年终对超过基数的存款，按照账户的每日存款余额的千分之一进行统一考核奖励。

利用唯物辩证法的观点和思路开展工作，诠释好“熙熙攘攘皆为利来、家有梧桐树引得凤凰来、酒香也怕巷子深”这三句话，经营风险、融通资金、提升服务、加快营销、实现双赢。

营销思路元宵节营销方案以提升客流为主导，品类促销配合主题活动建立和推广我们的品牌形象，联合供应商的促销资源，利用元宵节节日气氛刺激和诱导顾客消费，与顾客产生互动，继春节后回升顾客淡季消费热情。本次活动分主题活动、品类促销两部分。

喜闹元宵

20xx年2月15日—2月17日(元宵节)

(一)、喜闹元宵，乐猜灯谜1、活动时间□20xx年2月17日

2、活动对象：在百货区购物满188元的顾客(单张小票限猜一次)

3、活动内容：在各品牌专柜门口挂自制灯笼一个，灯笼内配5个或5个以上灯谜，；凡在活动期间购物满188元的顾客，只要猜出1个谜语，即可凭电脑小票和谜底到所属专柜领取元宵精美礼品一份。

4、游戏规则：顾客根据谜面的内容，确定猜出谜底后，即可在所属专柜即刻兑奖。(如谜底与工作人员的谜底有争议的，以工作人员的为准)

4、气氛布置：

a□灯笼：每个专柜挂1个灯笼在门楣处。灯笼为专柜员工自行设计且具有品牌风格。

b□灯谜：管理人员根据实际情况安排促销部协助设计打印。(至少准备300条)

喜闹元宵，万家献你

活动期间，百货区全场品牌2折起特价销售。

第一部分场内

a□店内广播、店头海报第二部分场外

a□百货门口大展板

b□超市玻璃贴

c□百货区内灯布等

d□免费巴士(本次活动与情人节活动联促，玻璃贴、前后门楣、吊旗、歌谱架等不需更换)

1、拉动节日的成交量，提高百货销售额。

2、活动具有吸引孩子的卖点，以此带动家长来华润万家消费，提高在同行业中的竞争力。

3、活动具有连续性和持久的影响力，可在其他节日、假期继续推广相关活动并扩大规模，形成商圈内独具特色的商场。

附件一：灯笼diy大赛方案：

1、活动时间：2月12日-2月17日(18日早会进行评选并颁奖)2、活动对象：百货区所有员工，以专柜为单位。

3、参赛要求□a□作品主题鲜明，美观实用、构思巧妙、富有创造性；

d□作品形式多样，手工艺制品、纸制品、织制品、布制品、

竹制品、木制品均可；

e□参赛作品需注明作品名称、制作者部门、品牌。4、评分标准：总分10分

创意性3分美观性2分精致性2分环保性3分

5、奖项设置：一等奖1名奖励瓷器一套二等奖2名奖励铁观音一盒三等奖3名奖励佳洁士套装一盒鼓励奖12名奖励洗发水一瓶备注：奖品由各店根据实际情况自行设置。

6、评奖、颁奖流程：17日当班经理及副总共同巡场对所有专柜自制灯笼进行评比、打分，推选出一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，鼓励奖各部门各3名。18日早会时由副总为获奖专柜进行颁奖及致词。

8

为更加紧密围绕总行“加快转型，提升贡献”的发展思路和“量质并重”的经营理念，加大零售产品服务创新，调整零售结构，努力提升管理效能，推进零售业务新进展，结合我行零售业务实际情景，我支行制定了如下首季开门红方案：

我支行坚决执行总行首季开门红总体思路，即坚持“以客户为中心，以市场为导向”的基本思路，围绕“开门红”目标任务，序时推进。改变传统零售业务发展模式，做好零售业务战略转型，变单一为多元，变粗放为精细。充分把握两节前后金融资源较为丰富的发展机遇，策应总行零售业务“开门红”竞赛活动部署，全面推进零售业务“开门红”工作有序快速发展，为全年经营打下坚实基础。

(一)经营目标

做好个人金融资产净增，在20xx年的基础之上加强储蓄存款

新增和理财类金融资产净增。加大个人贷款发放量，在加大办理个人一手住房按揭贷款的基础之上，创新个人贷款产品。同时加快中间业务的办理，加大信用卡、电子银行和网上银行的新增量。

(二) 管理目标

坚持合规经营，加强风险控制，全面提升条线精细化管理水平，确保竞赛期内无案件、无媒体曝光、无重大客户投诉、无严重违规事件。

(一) 正确把握形势，明晰零售业务定位

随着银行业竞争的不断加剧，金融脱媒化步伐加快，利率市场化造成利差收窄，传统单一业务发展模式受到挤压。为应对竞争需要，培植新的业务增长点，促进业务结构和收入结构优化，零售业务理应受到高度重视。

发展零售业务要走“量和质”并举的导向之路，不断扩大优质客户、基础客户□vip客户总量，提高网均和人均水平，依托个人贷款、信用卡、储蓄存款、理财产品等个人金融资产的发展，借助我行网点资源□atm自助设备和电子银行渠道平台，供给综合性金融服务方案和专业零售产品，满足客户多元化服务需求，不断壮大我行基本客户群。

(二) 夯实储蓄基础，优化客户结构

关注贴合城市产业发展方向和技改项目单位中的个人客户群体，旧城改造拆迁款□it行业、现代物流、职业经纪人等行业从业者，沟通财政、国土、学校、医院、社保等机关事业单位。

1、加强客户基础分析。安排专人定时进行系统分析，做好动态图示，摸清客户基础。建立涉及家庭、单位、社交圈等资

料的基本信息档案，维护存量客户，拓展增量客户，从存量客户中挖掘优质客户，区别对待不一样界面客户，供给适合相应界面客户的个性化服务方案。

2、明确客户目标群。在紧抓高端客户的同时，从海量的中小客户中发现潜在价值，在人力、财力资源有限的条件下，坚持抓大不放小，把服务做到最细微处，对中小个人客户进行批量式开发。

3、抓好存量客户的维护、转化和提升。一方面要做好现有高端客户的维护工作，另一方面要从一般客户中发掘有潜力客户进行后续营销工作，利用网上银行、自助交易等电子银行服务方法，经过老客户带动新客户，增加更多的储蓄资源。

4、拓宽吸存渠道。充分利用两节前后旺季时间，很多外出务工人员返乡之际，发挥人脉资源优势，宣传挖掘，带动储蓄业务增长；要走进工业、科技园区，密切联系授信合作单位，抓住年终发放奖金机遇，做好借记卡、储蓄存单(存折)批量代发准备，争取最大客户沉淀量；要经过街道(社区)办事处、产业集聚镇的配合，采取发放宣传册页、应对面问卷调查、赠送小礼品等方式，挖掘中高档小区、产业集聚内的大众群体，营销小区和产业集聚内各式家庭年末结余资金；要以理财产品销售为契机，做好储蓄营销准备，建立台帐明细，随时关注产品到期时间，进取动员理财资金转存储蓄。

(三)坚持“双轮驱动”，带动个贷全面发展

利用“开门红”营销旺季，走“双轮驱动”之路，“以住房贷做规模，以经营贷做利润”，构成涵盖住房、消费、经营、民生四大门类的个贷发展局面，提高个贷市场占有率。

1、以优质品牌专业市场为源头和抓手，重点推进综合消费贷款市场营销。该市场需求较大，客户质量较高，一方面能够提高贷款的议价本事，另一方面也可锁定一批高价值客户，

实现产品的交叉营销和综合收益。

2、加强同已准入的个人一手住房贷款按揭楼盘项目进行合作，集中锁定优质市场资源和客户资源，进行分层营销，同时开辟绿色服务通道，对优质楼盘优先匹配信贷规模，实现个人住房贷款开门红。

3、按照总行“个贷业务批发做”的理念，将非行业类专业市场的经营贷款纳入资产折现类项目，深入推进个贷业务批发营销模式，发挥规模效应，提升对优质个人客户的市场竞争力，促进个人经营贷款业务发展再上新台阶。

4、加强支行辖内行业市场分析，研究行业和客户特点，提高市场反应速度和应变本事，着力推广贴合客户需求的个贷产品，提高产品覆盖率。

(四)加强理财中心建设，促进财富管理业务长足发展

随着金融脱媒现象愈演愈烈、利率市场化进程加速推进、客户投资理财意识日益增强以及需求多元化发展趋势，财富管理业务重要性更加凸显。

应加强对客户资源的整合，经过数据库营销手段，深挖行内优质客户资源，强化产品支撑，实施交叉营销和个性化零售产品包服务，应力争对每一个目标客户都成功营销三个以上产品，在有效锁定客户的同时，提高客户的忠诚度和贡献度，促进核心和优质高价值客户数量增长。

(五)推进信用卡营销，做大市场份额

依托个性产品，经过特色化功能，供给精细化服务，引导员工加大营销力度，做大信用卡市场规模，持续提升信用卡业务的整体盈利本事。

1、努力提高营销技能。一方面将我行信用卡新产品信息传递给优质客户，另一方面以客户为中心、以市场为重点，主动沟通和分析客户的需求，展开针对性的营销。

2、不断加大品牌宣传。品牌是客户对产品理解程度和偏好度的标准，要在辖内进行开展营销活动，整合海报、展架、册页、营销驻点、合作单位等资源，大力宣传信用卡品牌，扩大品牌知名度和影响力，在分行的带领下，经过折扣优惠、节日有礼等活动，大力宣传我行信用卡。

3、大力推动分期业务。经过营业网点、电子显示屏等渠道，做好信用卡灵活分期、账单分期的营销活动落地工作，进行引导客户使用分期付款服务。

4、做好商户pos拓展。选择证表齐全、财务规范、信誉度高的商户合作，贴合条件的要严格落实商户优惠措施。

(一)牢固树立合规经营理念，坚持适宜的产品销售给适宜的客户原则，严格执行监管部门“七不准”、“四公开”制度。

(二)要严格按照“开门红”方案要求，紧扣中心，服从大局，不断强化我行市场竞争力和品牌影响力，确保各项零售业务综合营销取得预期效果。

(三)严格按照总行要求开展创新类理财业务。所有理财类产品必须经总行审批同意后方可销售，不得私下与第三方机构合作、不得私下在网点或其他场所以我行名义进行销售或推介。做好理财产品风险评级，各支行销售网点要对客户的风险承受本事充分评估，宣传销售文本必须规范，及时进行产品风险提示和信息披露等。

(四)严格规范个人征信系统的使用和管理，切实做好客户信息保护工作，有效防范操作风险、道德风险、法律风险和声誉风险。

“开门红”是一项综合性、系统性工作，我支行坚决按以上营销方案执行，提高我行一季度的业绩，同时提高我行在全市个支行中的排行，争取20xx年再创新辉煌！

9

春节人们忙于辞旧迎新、探亲访友，顾不上吃顾不上玩，正月十五吃汤圆、猜灯谜、赏花灯，有的吃又有的玩，所以元宵节才是年味最浓的时刻。儿童乐园门店通过元宵节热闹气氛和促销活动，掀起春节后第一个节日销售高潮。

元宵节，为农历正月十五，又称上元节、元夜、灯节。正月是农历的元月，古人称夜为“宵”，所以称正月十五为元宵节。正月十五日是一年中第一个月圆之夜，也是一元复始，大地回春的夜晚，人们对此加以庆祝，也是庆贺新春的延续。司马迁创建《太初历》，将元宵节列为重大节日。

出门赏月、燃灯放焰、喜猜灯谜、共吃元宵、拉兔子灯。

活动主题：火树银花不夜天共度元宵享团圆。

活动目的：利用元宵佳节，围绕节日展开主题活动，吸引人气，促进销售。

活动对象：0-12岁的新老会员宝宝，包含一名家长免费陪同。

活动地点：树袋熊儿童乐园xxx店。

1、主持人xx

2、活动负责人xx

3、收银员xx

4、现场秩序员xx

备注：根据门店实际情况确定。

1、准备好前期宣传活动，使更多的人知道活动时间、地点、内容等。

2、准备好活动所需的材料和

3、布置活动场地

4、游戏规则设置，奖品设备

创造具有中国元素的新春元宵气氛，欢快、热烈，以灯笼、灯谜、窗花、鞭炮等等物品装饰，烘托出温馨喜庆的元宵气氛。

活动目标：引导幼儿回忆过年的情景，鼓励幼儿大胆、清楚地表达自己的想法和感受。

1、歌曲《新年好》

2、活动研发员引导提出问题：请幼儿说说过年时最高兴的事情。

3、幼儿自由讨论发言。

4、活动研发员总结：引导幼儿重温新年的喜悦，使幼儿懂得春节过后又长大了一岁，在各方面应有很大的进步。

(1)材料：挂有灯谜的花灯、谜底表(见附件)、贴画若干、奖品若干。

(2)规则：家长带领幼儿赏花灯，猜灯谜。猜好以后告知乐园员工谜面编号及相应谜底，猜对一个乐园给一个贴画，集满3

个贴画即可兑换一个奖品。

(1名乐园员工坐在固定的位置发贴画、兑换奖品)

(3)注意选择灯谜时难易程度适中，难度相近，谜底贴近幼儿生活，符合幼儿的经验，谜面上指明谜底的类别，如：打一动物、打一植物等。

(4)人员：全体幼儿、家长。

(5)指导语：老师已经把你们做的花灯挂在走廊里了，快和爸爸妈妈一起去欣赏吧。动动小脑筋猜对灯谜还可以获得小奖品哦。

(1)材料：筷子12双、芸豆若干、碗6个、一次性水杯6个、背景音乐。

(2)规则：家长和幼儿一起用筷子将碗里的芸豆夹进一次性水杯内里，规定一分钟内，水杯里芸豆数量最多的家庭获胜。

(3)注意事项：提醒家长遵守规则，不能用筷子拨豆子，听到哨音，停止游戏。

(4)人员：6组家庭(每组一名幼儿、一名家长)

(5)指导语：小小芸豆圆溜溜，怎么才能夹得又快又好呢？

下面请你和爸爸妈妈一起接受挑战吧！

(1)材料：围裙6个、12个筐、海洋球若干、12个圈、背景音乐。

(2)规则：家长系上围裙，站在圈内。双手抓紧围裙两边变成裙兜，幼儿站在对面的圈内(两圈间隔大约1.8米)，每次从身边的框内拿一个球投向家长的裙兜内。幼儿抛球、家长接球

时都不能跨出圈外，1分钟内接中数量最多的家庭获胜。

(3) 注意事项：每组海洋球的数量大于10个。

(4) 人员：每组一名幼儿、一名家长，可分租进行，每组6个家庭。

(5) 指导语：围裙是妈妈的好朋友，那你们还知道围裙还可以和我们做游戏吗？想知道怎么玩吗？我们一起来看看吧！

游戏结束后奖励获胜小朋友花灯一盏。

活动内容在活动开始一周之前开始做宣传，单页(提前发放)微信(朋友圈，全发)，店内宣传等。要参与现场活动的小朋友提前短信或者电话通知。

- 1、在前期准备时，尽可能购买清洁、环保和健康的物料。
- 2、保证现场活动中小朋友们的安全，活动始末由每位小朋友的家长现场监控。
- 3、每天活动的进展情况要拍成照片，发到公众号里面作为宣传。
- 4、乐园稍作装饰，有节日的气氛，保持现场的清洁。

10

一重奏：送好礼

与其他节点的促销不同，临近春节的旺季营销相当于新年“开门红”，活动能否吸引新老客户，也意味着蛇年能否开个好头。为此，多家银行都采取送礼活动招揽客户。

二重奏：

贺岁金银条多款齐发

在中国人的传统里，春节永远是贵金属特别是黄金的消费旺季。所以不少银行也针对这一消费习惯，推出多款黄金产品，为市民新春送上祝福。

三重奏：“费”优惠

春节前后是大家进行大宗消费，转账汇款频繁的时期。一些银行针对这一消费特性，也推出了为客户直接省费用的实在优惠。

工商银行：

中国银行：建设银行：交通银行：

素有温泉之都的重庆冬季泡温泉是不错的选择。在融汇温泉，工行白金卡客户不仅用7.5折的价格买门票，而且用52500信用卡积分就可兑换门票一张。去年推出的闪酷卡继续送出便民的“好礼”，包括从即日起到2月28日每周六、周日1元看电影，到3月10日周一到周五10元看电影，到2月28日的周一至周五1元购阿兴家12元套餐等活动，这期间的周三“工银信用卡日”还会享受沁园“满10送4”以及天友“满10送3”的食品赠送活动。牡丹麦德龙联名卡也享受不同时间5倍、10倍的积分。

中国银行：

新办业务就送礼品

中行推出的名为“新春热惠”的开年活动，涵盖个人金融、刷卡、电子银行、高端客户增值服务等内容。从即日起到2月24日，新开卡的(除社保金融ic卡激活、批量开卡)可获赠小礼品；办理借记卡、短信通、汇款、基金、贵金属、信用卡、

第三方存管、理财等业务也可获赠;这期间开通理财版(贵宾版)手机银行或将其升级为贵宾版,并现场进行首笔交易的也能得礼品;从现在到3月31日,首次获得中行尊享积分(日均金融资产20万元以上的中高端客户提供的专属回馈)的,除了可以赢取礼品外,还可以参加相应的积分兑换物品活动;中行还将邀请中高端客户参加“中银乐聚惠?”活动,欢度春节。另外,中行还推出了系列观影、泡温泉活动,市民也可以在网点具体咨询。

建设银行:

最高送出1000万元贷款额度

从即日起到2月20日,每天每网点的前50名客户都会获得“福”或者“礼”字,寓意美好。针对有贷款需求的客户,建行还推出了最高额度为100万元的“小快贷”信用贷款,最快三天可放款,还可循环使用。如果是私人银行客户,“财富贷”产品最高可提供1000万元的贷款额度。

交通银行:

“最红星期五”可抽大奖

即日起至3月31日期间每周五,交通银行的手机银行客户除了可参与原“最红星期五”的“手机话费充值优惠”、“手机购电影票优惠”、“手机买机票送保险卡”以及“手机特惠商品购物”四项优惠活动外,新开通手机银行的客户,还可以参加最红大抽奖活动。

平安银行:

资产达标就送黄金白银

期间,办理指定的平安金产品,平安银行还会送出蛇年纪念

金条;金卡、白金卡和钻石卡用户还可得到8克的“平平安安纯银福碗”。

恒丰银行:

刷卡满额就送年夜饭

从即日起至20xx年2月24日,单月刷恒丰银行卡两次每次满88元购买理财、黄金等均可在其网点进行抽奖,恒丰银行将送出100台价值800元/桌陶然居年夜饭提货卡,有效期至20xx年5月3日。

在节日前后,建行、重庆银行也继续推出多款收益可观的理财产品,为市民送“财”。比如重庆银行昨天推出的三期长江鑫利理财产品,期限33~342天,预期年化收益率4.3%~5.5%。

工商银行:

农业银行:建设银行:招商银行:

部分黄金产品卖断货

为备战蛇年元旦、春节需求,工行除在解放碑去年12月开张了重庆第一家贵金属交易中心,开启黄金产品全系回购之外,还推出了一大批金银新品,其中,佛教5大名山系列金银产品还是第一次推出,而这类产品也备受市场欢迎。比如3d硬金工艺,贵金属与宝石完美结合的九华大愿手珠,在许多网点都卖断了货。

农业银行:

6款金银产品扎堆推

作为开年“金钥匙春天行动”的内容之一,农行推出了6款贵

金属产品，包括金/银元宝、鸿运当头金/银章、迎禧纳福金/银章、福禄寿禧金钱、蛇年彩色大银章，金钥匙。除金/银元宝注明了农行标志外，其余所有产品都注明了农行标识和成色、规格及编号。

建设银行：

新品数10款有“金”喜

作为20xx年黄金新品，建行推出了包括纳财瑞兽(金貔貅)、福豆、灵蛇献宝、五蛇贺岁等数十款黄金新品，这些产品有不同克数可供选择，满足了市民自己佩戴和赠送亲友的需求。

招商银行：

力推“平安护身符”

招行也为蛇年准备了多款金银产品，其中，一款《千手观音平安开光护身符》黄金产品特别受欢迎，同时也是招行重点推介的一款贺岁产品。这款护身符由999纯金打造，分2.39克和8.69克两个规格，售价分别为1669元和4690元。

兴业银行：

首枚蛇年邮票图案上金条

兴业银行的“蛇年行运”金条产品，正面蛇取材于中国发行的第一枚蛇年邮票上的蛇图案。背面将五行中的“金木水火土”与“蛇年行运”四字相结合，规格则有10克、50克的品种。另外还有“富贵金饺子”、“平安压岁钱”、“转运珠”等产品克数多样，也受到市民喜欢。

恒丰银行：

团购买黄金

恒丰银行推出的“黄金对对碰”活动中，两人就可成团购买黄金，每人购20克(可赎回)黄金金条就可以返200元话费，参与其微博转发还可以获得电影票。

记者手记

贺岁金条购买建议：重金弃银

记者了解到，虽然不少银行都推出了黄金、白银等贵金属产品，但是建议市民在购买白银产品时要慎重。黄金产品目前可以变现，且多家银行也开通了赎回通道可回收。而白银产品在市场上变现难，还无机构承诺回收。市民投资时，最好还是以黄金为主。

建设银行：

全国汇款双向免费

只要有结算通卡，并拨打支行电话，客户可以享受全国汇款双向免手续费的优惠，节省资金收付和汇款成本。

用信用卡还可享受分期零息、零手续费、买iphone5中国联通合约计划。在苏宁、国美、美克美家、太平洋、远东百货、星光68也可享受同样的费率优惠。

邮储银行：

0首付买iphone5

从现在到2月28日，持邮储银行借记卡(含金融ic卡)、信用卡在各区县指定电信营业厅刷卡买iphone5可以享受0首付、0利率、0手续费的优惠，而且还可得到50元的电信话费。在春

节(20xx年2月9日~2月15日)、情人节(20xx年2月14日)、元宵节(20xx年2月24日)还另加赠50元话费。随着龙年春节的临近，建行济宁嘉祥支行旺季营销的氛围越来越浓。该行为抓住节日前个人金融业务营销旺季的有利时机，采取“四项措施”推进个人金融业务快速增长。

一是部署春节前的个人业务营销工作。元旦过后，该行先后召开行长办公会和分管行长专题会安排部署节日期间营销工作，认真学习解读建行济宁分行“锦龙舞春章，建行送吉祥”旺季营销网点营销pk联赛活动方案，加强研究分析，从不同层面、不同角度对旺季营销工作进行安排和部署，确保旺季营销工作稳妥推进。

二是主动拓展市场，强化产品营销。营业网点、客户经理深入社区、批发市场、大型超市及富裕高端客户群体中间开展产品营销推广，多渠道深入细致地挖掘目标客户，同时将产品营销和客户维护拓展相结合，充分发挥产品销售联动作用，积极促进个人金融产品的销售增长。

三是强化宣传，营造氛围。统一装饰布置各营业网点，张贴业务宣传海报，提高led屏宣传语更新频率，向客户赠送对联、大礼包，在超市发放宣传折页，开展刷卡购物有奖活动等，全面营造节日温馨喜庆气氛，提升建行社会影响力。

四是强化服务，提升效率。为做好春节前客流量高峰期服务工作，营业网点每天除保持服务硬件的清洁卫生外，进一步营造良好的软服务环境，强化大堂经理作用，积极主动做好客户的引导分流工作，加强高低柜密切配合和联动，采取科学弹性排班，保证窗口和人员到位，同时加强自助设备维护，确保运转正常，全力满足客户办理业务需求，多渠道、全方位提升客户满意度。

元宵节营销活动策划方案篇六

（一）喜闹元宵，乐猜灯谜

1、活动时间□20xx年2月17日

2、活动对象：在百货区购物满188元的顾客（单张小票限猜一次）

3、活动内容：在各品牌专柜门口挂自制灯笼一个，灯笼内配5个或5个以上灯谜，；凡在活动期间购物满188元的顾客，只要猜出1个谜语，即可凭电脑小票和谜底到所属专柜领取元宵精美礼品一份。

4、游戏规则：顾客根据谜面的内容，确定猜出谜底后，即可在所属专柜即刻兑奖。（如谜底与工作人员的谜底有争议的，以工作人员的为准）

5、气氛布置：

a□灯笼：每个专柜挂1个灯笼在门楣处。灯笼为专柜员工自行设计且具有品牌风格。具体操作流程见附件一《灯笼diy大赛方案》。

b□灯谜：管理人员根据实际情况安排促销部协助设计打印。（至少准备300条）

喜闹元宵，万家献你

活动期间，百货区全场品牌2折起特价销售。

第一部分场内

a□店内广播、店头海报第二部分场外

a□百货门口大展板

b□超市玻璃贴

c□百货区内灯布等

d□免费巴士（本次活动与情人节活动联促，玻璃贴、前后门楣、吊旗、歌谱架等不需更换）

1、拉动节日的成交量，提高百货销售额。

2、活动具有吸引孩子的卖点，以此带动家长来华润万家消费，提高在同行业中的竞争力。

3、活动具有连续性和持久的影响力，可在其他节日、假期继续推广相关活动并扩大规模，形成商圈内独具特色的商场。

附件一：灯笼diy大赛方案：

1、活动时间：2月12日—2月17日（18日早会进行评选并颁奖）

2、活动对象：百货区所有员工，以专柜为单位。

3、参赛要求：

a□作品主题鲜明，美观实用、构思巧妙、富有创造性；

b□作品必须是自己动手制作完成，不得从市场上购得成品参赛；

c□每人限参赛作品一份；

d□作品形式多样，手工艺制品、纸制品、织制品、布制品、竹制品、木制品均可；

e□参赛作品需注明作品名称、制作者部门、品牌。

4、评分标准：总分10分，创意性3分，美观性2分，精致性2分，环保性3分

5、奖项设置：一等奖1名奖励瓷器一套二等奖2名奖励铁观音一盒三等奖3名奖励佳洁士套装一盒鼓励奖12名奖励洗发水一瓶备注：奖品由各店根据实际情况自行设置。

6、评奖、颁奖流程：17日当班经理及副总共同巡场对所有专柜自制灯笼进行评比、打分，推选出一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，鼓励奖各部门各3名。18日早会时由副总为获奖专柜进行颁奖及致词。

元宵节营销活动策划方案篇七

xx年元宵节促销策划

xx年2月24日—25日

xx年元宵节促销策划

浓情元宵（相会在元宵、又到元宵佳节时、共度元宵良辰美景、大红灯笼高高挂、红红火火过元宵）

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此商家的促销可重点围绕跟元宵有关的食物、商品展开促销。同时借助烟花爆竹、舞师舞龙、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛。

2、春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

（一）团团圆圆过元宵

美味汤圆大联展

1、开辟汤圆食品专柜，包括各种品牌汤圆：如龙凤汤圆系列、思念汤圆系列、三全凌系列、佑康系列口味有八宝果仁、黑芝麻、麻蓉花生、玫瑰豆沙、山楂、五仁、花生芝麻、无糖、清真、米酒等元宵节活动策划方案策划书。

2、超市购物满88元，即赠送汤圆一袋，或小灯笼一个，价值5元左右。

（二）元宵小吃一条街

在大商场和大型超市门口开设小吃一条街，开设十个左右摊位，包括汤圆冰糖葫芦臭豆腐炸香肠羊肉串里脊肉等，现场制作，购物满100元赠即送价值10元小吃券，满200元送20元，以此类推，多买多送，超市限单张小票。

活动说明：

1、元宵节除了逛街赏灯玩乐外，吃喝也是必不可少的，在购物之余，吃上一些香喷喷的小吃对顾客来说必定是一个极大的诱惑。

2、在现场设立一服务处，顾客凭购物小票到服务处领取小吃券，顾客凭小吃券即可到摊位上购买小吃。

3、小吃券不可兑换现金，也不设找兑。

4、小吃制作必须注意卫生，要采取一定措施避免油烟污染及灰尘影响，同时要预防自然风雨的影响。

小吃摊位设置：除了把一些商家已经有的小吃搬到现场外，还可以邀请一些地方名小吃店到现场制作售卖。

除了用小吃券消费外，顾客也可用现金购买，必须在现场明码标出小吃价格，让顾客一目了然。

（三）良辰美景共赏

元宵游园齐乐（惊梦）

开辟一元宵游乐区，搭成葡萄架形式，悬挂各式灯笼，内含各种字谜，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美小礼物或购物券，价值根据各字谜难易程度确定，奖品可直接标在灯笼上，一般奖品价值为10元以下。同时游乐区内可增设套圈、一些民间杂技表演等活动。

套圈：购物满100元即可参加套圈一次，每次十个圈，套中了即可拿走所圈住之物。圈中物品根据价值大小来进行远近距离拜访元宵节活动策划方案元宵节活动策划方案。物品总体价值设置可根据满多少的定额来确定，满多少的定额越高，礼品价值也可相对提高。一般而言，物品价值不可过高，一是防止高价值物品损坏，二是满多少定额降低是相对提高顾客参与人数。顾客也可自己出钱套圈。

民间杂技表演：邀请一些民间团体表演舞狮舞龙、耍猴等杂技表演，增加元宵节热闹气氛。