

最新端午节粽子促销广告语 端午节粽子促销方案(实用9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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

端午节粽子促销广告语篇一

导语：2016年端午节即将来临，2016年端午节粽子促销方案怎么写?现在就来写一下端午节粽子促销方案吧!下面小编为您推荐一份端午节粽子促销方案_节日活动，欢迎阅读!

(一)广告策略建议

因为所面对的是大众消费品市场，所以扩大整个市场的需求，进一步扩大整个市场份额是五芳斋的长期目标。但如何在端午节短短的短时间内达到拉升品牌形象，提高市场占有率，达到预期销售额还需要有短期的策略。

(二)确定广告目标

(1)通过促销活动，在端午节前后一个月内达到预期销售额280万。

(2)使五芳斋的广州市场占有率提高6%—8%，达到30%

(3)在广州市场建立五芳斋的良好品牌形象，树立高品质、高品位的'品牌形象。

(三)广告诉求对象

其中细分为三

1. 基于对团购市场的研究，发现在团购的过程中决策人和购买人行为分离。促销广告将锁定决策人，对其进行广告传播。
2. 利用五芳斋强大的终端销售网络，锁定广州地区所有市民，对其进行广告传播。
3. 饮早茶，“一盅两件”，是广东人的生活嗜好。所以出入高档茶楼、酒楼的消费群也是五芳斋的促销对象。

(四) 广告传播主题

(1) 市场细分使市场需求呈现多元化。团购市场是节日消费市场的一个分支。

(五) 广告创意

(1) 广告口号：

“品位出粽，与众不同”

“选大品牌，当然体面过人”

“中华粽子第一品”

(2) 媒介标题：

“选大品牌，当然体面过人”

“五芳斋与您一同品味中国食文化的清芬”

“品位生活好滋味”

“粽子大王—五芳斋”

“来自浙江嘉兴的专业粽子生产企业—五芳斋”

(3) 文案创作

(六) 广告实施

一、促销主题：品一段历史佳话 亿一颗风味美粽

二、促销目的：提升店面客流，扩大企业形象，同时增进销售额的提高。

三、促销时间：5月11日——6月11日

四、促销商品：主要商品成品粽、速冻粽子、及绿豆糕、熟食、海鲜等；

五、促销内容：

(一) 价格促销：对一些成品粽、速冻粽子、及绿豆糕、熟食、海鲜等进行特价活动(6月1日——11日)

具体品项：

(二) 娱乐促销：

1) 包粽子比赛

游戏规则——3人/组；限时5分钟，以包粽子多者为胜；

胜者奖其所包粽子的全数；

其余参加者各奖一个粽子。

活动时间——6月10日/11日

活动地点——生鲜部的冻品区前

道具要求——桌子、喇叭、包粽子的材料(糯米、豆子、花生、肉、竹叶)

负责人——生鲜部，营销策划部配合

(三)免费品尝：引进供应商进行场内免费品尝

时间：6/8日—11日

具体负责——生鲜部(需免费)

(五)卖场陈列与布置：

场内：

陈列商品：绿豆糕、成品粽、礼品粽

时间：6月3日—6月11日

负责人：生鲜部、营销策划部

2)冻柜前方用粽子或气球制成“五月五吃粽子”字样拱门。

时间：5月11日—6月11日

负责人：生鲜部、营销策划部

3)冻柜端头重点陈列代装粽子、散装冻柜中按品牌陈列散装粽子、

时间：5月8日前完成

负责人：生鲜部、采购部

4) 冻柜周围张贴标识

时间：5月11日---6月11日

负责人；生鲜部、营销策划部

场外：

2) 店门旁树立一块2米乘4米巨大横幅书写“端午节的由来”

端午节粽子促销广告语篇二

每年的农历五月初五，是我国富有民俗传统文化的节日——端午节，今年是6月20日(星期六)。端午节的起源起初是纪念爱国诗人屈原，但在现代生活当中，更重要的是象征着吃粽子，喝黄酒，插蒲子叶等，满足人们“驱邪，消毒，避疫”的心理，另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛，因此，根据这一节日特点，特制定本促销方案提高超市利润和知名度。

二、活动时间

__年__月__~__月__日

三、活动内容

促销过程具体分为节前、节中、节后三个阶段：

1. 节前阶段：

一、做好预算

提前做好促销预算，运用运筹学和统计学以及企业的经验等方式合理推算出本次促销活动投入与回报的最优结果。

二、做好宣传

节假日前一个星期开始宣传，方式有pop广告宣传、媒体宣传、彩页宣传等

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量)

3、场外海报和场内广播宣传。

三、选择和布置促销会场

四、促销商品仓储存放

五、建立多种促销备选方案，以免突发问题影响促销进展

2. 节中阶段：

一、促销活动(三条)

现场粽子促销

活动时间：__年__月__日~__日

活动方式：卖场堆头陈列、捆绑销售、够买搭赠、免费品尝、现做现卖

1) 凡是在这些天在该超市购物金额数达到50元即可获得特色粽子一包(奖品可由厂家赞助)依此类推，多买多送。

2) 并且结合端午节特点，其他一些相关糕点等食品提供特价销售，刺激消费者购买欲望。单品100个左右，其中食品50个，非食品25，生鲜25个。

3) 运用一些营销技巧，比如部分商品限时限量抢购，粽子、盐蛋皮蛋礼盒可在端午节前三天采取“大甩卖”销售。

闻香识粽子

活动时间:6月19日—21日

活动内容:凡在6月19日—21日促销时间内,在本超市一次性购物满55(端午节五月初五)元的顾客,凭电脑小票均可参加《闻香识粽子》活动.

活动方式:在超市消费满55元的顾客可凭小票到超市前台报名参加比赛,工作人员会给每个参赛选手发放一个眼罩,比赛分组进行,每组5人,比赛开始时选手将双眼蒙住,通过粽子的香气分辨粽子的馅料,规定时间内闻出最多的获胜,比赛取前三名发放礼品。

第一名:端午大礼包一份(价值100元)

第二名:高邮鸭蛋一盒(价值50元)

第三名:真空包装烤鸭一只(价值20元)

浓情55送好礼

活动时间:20__年6月19日~21日

活动内容:凡在活动期间的17:30~21:30在本超市购物满55元即可参加词活动。

活动规则:顾客满额可凭小票参与此抽奖活动,在预先准备好的奖箱里,放置了代表不同礼品的乒乓球,球上印有不同的数字,不同的数字可以兑换不同的礼品。

15号球价值1元礼品一份200份/天

25号球价值2元礼品一份100份/天

35号球价值5元礼品一份20份/天

45号球价值10元礼品一份40份/天

55号球价值20元礼品一份40分/天

二、活动支持

1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；

2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行闻粽子比赛；

3. 节后阶段

一、对本次促销活动进行促销活动工作总结(结合固定程序进行分析)

二、顾客满意度跟踪调查。

等等

费用预算

端午节粽子促销方案篇2

农历五月初五是中国传统节日端午节，为促进酒店经营收入的提升，酒店拟以端午节为契机推出华天粽促销活动，具体内容如下：

一、活动目的：

通过活动的推出，营造酒店浓郁的节日氛围，给市民带来节日的特别问

候，同时为酒店餐饮创造营收的新亮点。

二、活动主题：

华天粽，端午情

三、活动时间：

__年__月__日-__月__日

四、促销措施：

二)销售政策

一次性购买金额达5000元以上，享受9.5折优惠，赠送标准客房一间；

一次性购买金额达10000元以上，享受9折优惠，赠送豪华客房一间；

一次性购买金额达20000元以上，享受8.5折优惠，赠送标准套房一间。

三)酒店内部人员折扣权限：

餐饮部经理、市场营销部经理享有最低八五折的折扣权限，如要求更低的折扣，

需向酒店总经理请示批准方可(备注：低于〈不含〉八折以下销售计任务，但

不享受提成奖励)。

五、任务分配：

粽子总任务：20万元(目标任务30万元)

餐饮部销售：4万元

营销部销售：4万元

其它各部门共计12万元，具体任务安排主要是综合各部门人员编制的百分比在所剩任务中所占的百分比计算，部门计时工和前后台部门的工作性质和对客联络关系密切情况，以及20__年粽子销售任务实际完成情况调整安排，具体分配如下：

(备注：粽子的统计由财务部和相关部门联合进行，互相监督，保证统计数据的准确。)

六、奖惩方案：

为了激励酒店全体员工积极参与粽子销售工作，努力完成今年粽子销售任务，酒店特制订以下粽子销售奖惩方案：

一)奖励：

任何部门、班组、个人销售粽子在部门任务完成的情况下，基本任务部分按4%提成奖励，超额任务部分按6%提成奖励(备注：供应商和工程商等对抵消费结算的减半奖励)。

二)惩罚：

未完成任务的部门，按未完成任务的比例，扣除部门经理当月工资。

七、宣传及现场布置：

3. 店内pop促销广告、电视开机广告和电梯广告等；

4. 设计和印刷粽子宣传册、粽子票券。

八、费用预算：

(共计2388元)

端午节粽子促销方案篇3

粽子是中国历史上迄今为止文化积淀最深厚的传统食品，是中华民族饮食文化上的一朵奇葩，数千年吃粽子、划龙舟、忆屈原的传统习俗，不仅丰富了中国人的文化生活，而且折射出中华民族以粽子为媒祈盼国泰民安的美好愿望。

五月初五端午佳节时，中华民族都有赛龙舟、挂艾蒿、饮雄黄酒、吃粽子、咸蛋、绿豆糕等习俗的传统。抓住这一节日的促销契机，超市策划了本次促销活动。

一、市场调研分析

这次端午节的集中销售在__，主要的竞争对手不是那种大型的粽子节，那些都是些大的食品公司或者商贸公司在做。跟附近的超市相比，本店的粽子更贴近于家庭生产，生产商消费者相对更了解，更能博得消费者的信任，而且价格及各种促销也相对较灵活。但由于有几家粽子店已小有名气，但也仅限于小范围内，因此面对从__各地来的消费者，我们可以通过加大宣传来增加销售，提高知名度。

二、促销目标

1、为庆祝端午佳节，以低价让利、情感诉说、活动互动等活动来营造节日氛围，提高店铺美誉度。

2、扩大顾客活动参与度，让顾客尽情参与到活动中来，引起情感共鸣，拉近商场与顾客之间的距离。

3、通过各项活动，吸引人气，提升店铺的来客数，拉动销售，提高店铺的经营效益。

三、促销提案

1、促销主题

品味嘉兴粽子，重温端午文化

2、促销时间

__月__日~__月__日

3、促销地点

—

4、促销产品

嘉兴系列种子、五芳斋系列粽子

5、促销方法

优惠券、价格折让

6、促销媒介

7、促销活动方式

四、活动安排：

活动一、免费试吃

1、活动时间

2、活动形式：凡进入本超市的顾客在粽子促销区域可以免费试吃，我们退出了各种口味的粽子。

3、活动要求：

(1)此活动为必须执行活动；

(2)要求各供应粽子的厂家派一到两名促销员在现场介绍并服务顾客试吃；

(3)试吃的粽子由供应商赞助；

(4)通过dm单、店内活动信息板、店内广播对活动进行宣传。

活动二、满额就送

1、活动时间：

2、活动内容：凡活动期间在本超市一次性购物：满38元九送美味粽1个(价值2元/个，限500个)；满88元送雨伞1把(价值10元/把，限200把)

3、活动要求：

(1)此活动为必须执行活动；

(3)团购顾客、烟酒、粮油不参与此活动。

4、费用预算：

美味粽子：1.8元/个_500个/天=900元

雨伞：6.4元/把_200把=1280元

合计：2180元

活动三、粽子文化节开幕式

端午节粽子促销方案篇4

20__年，端午节市场销售情况已达到中秋节90%以上的水平，今年端午节营销环境的前置使市场竞争将更加激烈。近几年，粽子产品，每年都是按照50%以上的速度持续增长。

20__年，我省市场预计增幅将达到70%以上，销售将达到8亿元的市场规模。为此，省公司决定开展20__年端午节粽香情—“粽情忠意、邮我所爱”专项营销活动。

一、活动主题：

粽香情—粽情忠意、邮我所爱

二、活动时间：

20__年4月25日—6月23日。

三、活动目标

销售收入：预算目标2500万元。

四、激励政策

(一) 正向激励

1、评奖资格

(1) 完成省公司下达的销售收入目标任务；

(2) 完成__项目业务收入预算基本目标；

(3) 完成省公司下达的端午节项目业务收入奋斗目标的市、州

局即可参与全省奖励评比。

2、考核指标

指标一：各市州完成各竞赛项目业务收入总进度排名；

指标二：各市州完成各竞赛项目业务收入绝对值总量排名。

3、计分公式

评比值=业务收入总进度排名_30%+业务收入绝对值总量排名_70%。

4、奖励标准

各市、州局在本次粽香情—“粽情忠意、邮我所爱”专项营销活动的预算目标完成情况将纳入年底的绩效考核。

(二) 负向激励

未完成项目业务收入预算目标扣罚市、州局领导班子绩效2000元、专业局领导1000元。

五、运作流程

1、要数：

2、退换货

3、结算

4、产品组合

各局可根据实际情况，组合邮政经销的分销红酒系列产品。

六、营销规划

(一) 市场特点

1、增长快速

具统计20__年端午、中秋两节的市场份额基本一致，这是粽子产品礼品化特点，是市场增长迅速的契机。今年市场的增幅将达到70%，这对邮政提出了更高的要求。

2、竞争激烈

有了两年的快速增长时期，今年各大生产商们纷纷提前规划，为今年的市场做足了准备，使市场竞争更加激烈。

3、营销前置

今年端午节较晚，但各生产企业的宣传攻势早已拉开了大幕，让我们提前感受到了市场的氛围，为大战的前期做准备。

(二) 营销规划

1、产品规划

产品以去年全省统一运作的项目爱达乐、华生园、三全凌、龙凤为主，再选择多家优质的粽子企业，丰富渠道产品，支撑项目。

对于区域市场的差异由市、州局针对当地市场的需求采购适宜当地的项目。

在礼包产品的组织上，在各供应商所提供的产品中选择一款高档的礼盒预留出可放置一瓶红酒的空间，用于搭配分销红酒，提升客户的选择面。

2、价格策略

针对不同供应商的礼盒，分为高、中、低三档，针对商务礼仪、员工福利采取差异化价格策略，制定不同的礼包价格。

3、渠道策略

(1)挖掘邮政渠道潜力，大力发展邮政大客户营销。

(2)积极利用邮政营业网点和有资质的分销网点中进行销售及展示，可有效的促进业务的发展。

(3)开展网络营销，利用电子商务的优势开展多渠道营销，在邮乐中国上营销粽子产品，各供应商需提供渠道专有产品，线上线下共同开展营销。

4、促销模式

(1)客户推介、现场观摩，各市、州局在所辖区域挑选有条件的营业网点(邮政营业网点、分销网点)中销售和展示项目产品，以感官和品尝促进项目的成功营销。

(2)配送服务、全省联动，开展免费寄全省的活动，寄递服务以非实物邮寄的方式进行传递，及各市州局需备货，省分销局将订货局需寄递产品明细发于收货局后当地局按预留地址将产品送于收货客户。

节日临近期间市、州局小批量订货的配送问题，解决客户的零时订货问题。

(3)主动营销、时间策略，根据营销时间的前后制定不同的折扣价格，在不同的营销时间以不同的折扣优惠引导消费者消费，控制营销节奏，避免有市无货的局面。

(4)加大宣传、营造氛围。

发挥端午节的文化优势，利用省内知名报刊、广播电台的影响力，加大对项目的宣传，迅速提升项目的知名度与知晓度；同时举办全省性的产品推荐会及品鉴会，市州可举办地区性推进会，对项目进行宣传推广，各市州局可在局内举行端午节员工活动提升氛围营造邮政端午销售的氛围。

七、运作要求

1、加强组织、保证支撑，各市州局要结合省公司“粽情忠意、邮我所爱”的活动安排要求，加强项目组织，保证责任落实到人，有效协调和发挥邮政的资源优势，确保活动的顺利实施。

2、明确目标，细化措施。各局要明确计划目标、并结合自身的情况，制定科学的营销方案，细化营销措施，并进行层层落实，确保计划任务能够落实到位。

3、明确政策，强化营销。

供应商根据要数额提供了一定比例的宣传营销费用，省公司川邮政[20__]171号《关于规范__业务营销费用管理的通知》也明确规定“各局可按不超过进销差收入30%支付营销费用”。

省公司决定：完成下达的端午项目业务收入奋斗目标的市、州局，按照各局各项目的`要数额向各局提供宣传营销费用(各供应商业的宣传营销费用比例为：__食品有限公司的产品%、__食品有限公司%、__食品股份有限公司%、__食品有限公司%)。各局要进一步细化政策和营销费用标准，通过方案营销、团队营销、窗口促销以及不同的营销方式，充分发挥专职营销、能人营销的作用，不断做大项目规模。

4、加强宣传，提升品牌。

省公司将统一印制产品手册，向各局提供的大客户宣传，同

时，供应商也提供了宣传册、实物样品，供各局宣传产品时使用。各局可根据实际，采取不同的方式，宣传邮政经销的产品。

端午节粽子促销广告语篇三

端午节粽子促销活动方案

(一)广告策略建议

因为所面对的是大众消费品市场，所以扩大整个市场的需求，进一步扩大整个市场份额是五芳斋的长期目标。但如何在端午节短短的时间内达到拉升品牌形象，提高市场占有率，达到预期销售额还需要有短期的策略。

(二)确定广告目标

(1)通过促销活动，在端午节前后一个月內达到预期销售额280万。

(2)使五芳斋的广州市场占有率提高6%—8%，达到30%

(3)在广州市场建立五芳斋的良好品牌形象，树立高品质、高品位的品牌形象。

(三)广告诉求对象

其中细分为三

1. 基于对团购市场的研究，发现在团购的过程中决策人和购买人行为分离。促销广告将锁定决策人，对其进行广告传播。

2. 利用五芳斋强大的终端销售网络，锁定广州地区所有市民，对其进行广告传播。

3. 饮早茶，“一盅两件”，是广东人的生活嗜好。所以出入高档茶楼、酒楼的消费群也是五芳斋的促销对象。

(四) 广告传播主题

(1) 市场细分使市场需求呈现多元化。团购市场是节日消费市场的一个分支。

(五) 广告创意

(1) 广告口号□

“品位出粽，与众不同”

“选大品牌，当然体面过人”

“中华粽子第一品”

(2) 媒介标题：

“选大品牌，当然体面过人”

“五芳斋与您一同品味中国食文化的清芬”

“品位生活好滋味”

“粽子大王—五芳斋”

“来自浙江嘉兴的专业粽子生产企业—五芳斋”

(3) 文案创作

(六) 广告实施

端午节粽子促销广告语篇四

每年的农历五月初五，是我国富有民俗传统文化的节日——端午节，今年是6月20日(星期六)。端午节的起源起初是纪念爱国诗人屈原，但在现代生活当中，更重要的是象征着吃粽子，喝黄酒，插蒲子叶等，满足人们“驱邪，消毒，避疫”的心理，另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛，因此，根据这一节日特点，特制定本促销方案提高超市利润和知名度。

二、活动时间

__年__月__~__月__日

三、活动内容

促销过程具体分为节前、节中、节后三个阶段：

1. 节前阶段：

一、做好预算

提前做好促销预算，运用运筹学和统计学以及企业的经验等方式合理推算出本次促销活动投入与回报的最优结果。

二、做好宣传

节假日前一个星期开始宣传，方式有pop广告宣传、媒体宣传、彩页宣传等

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量)

3、场外海报和场内广播宣传。

三、选择和布置促销会场

四、促销商品仓储存放

五、建立多种促销备选方案，以免突发问题影响促销进展

2. 节中阶段：

一、促销活动(三条)

现场粽子促销

活动时间：__年__月__日~__日

活动方式：卖场堆头陈列、捆绑销售、够买搭赠、免费品尝、现做现卖

1) 凡是在这些天在该超市购物金额数达到50元即可获得特色粽子一包(奖品可由厂家赞助)依此类推，多买多送。

2) 并且结合端午节特点，其他一些相关糕点等食品提供特价销售，刺激消费者购买欲望。单品100个左右，其中食品50个，非食品25，生鲜25个。

3) 运用一些营销技巧，比如部分商品限时限量抢购，粽子、盐蛋皮蛋礼盒可在端午节前三天采取“大甩卖”销售。

闻香识粽子

活动时间:6月19日—21日

活动内容:凡在6月19日—21日促销时间内,在本超市一次性购物满55(端午节五月初五)元的顾客,凭电脑小票均可参加《闻香识粽子》活动.

活动方式:在超市消费满55元的顾客可凭小票到超市前台报名参加比赛，工作人员会给每个参赛选手发放一个眼罩，比赛分组进行，每组5人，比赛开始时选手将双眼蒙住，通过粽子的香气分辨粽子的馅料，规定时间内闻出最多的获胜，比赛取前三名发放礼品。

第一名：端午大礼包一份(价值100元)

第二名：高邮鸭蛋一盒(价值50元)

第三名：真空包装烤鸭一只(价值20元)

浓情55送好礼

活动时间：20__年6月19日~21日

活动内容：凡在活动期间的17:30~21:30在本超市购物满55元即可参加词活动。

活动规则：顾客满额可凭小票参与此抽奖活动，在预先准备好的奖箱里，放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有不同的数字，不同的数字可以兑换不同的礼品。

15号球价值1元礼品一份200份/天

25号球价值2元礼品一份100份/天

35号球价值5元礼品一份20份/天

45号球价值10元礼品一份40份/天

55号球价值20元礼品一份40分/天

二、活动支持

1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；

2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行闻粽子比赛；

3. 节后阶段

一、对本次促销活动进行促销活动工作总结(结合固定程序进行分析)

二、顾客满意度跟踪调查。

等等

费用预算

农历五月初五是中国传统节日端午节，为促进酒店经营收入的提升，酒店拟以端午节为契机推出华天粽促销活动，具体内容如下：

一、活动目的：

通过活动的推出，营造酒店浓郁的节日氛围，给市民带来节日的特别问

候，同时为酒店餐饮创造营收的新亮点。

二、活动主题：

华天粽，端午情

三、活动时间：

__年__月__日-__月__日

四、促销措施：

二)销售政策

一次性购买金额达5000元以上，享受9.5折优惠，赠送标准客房一间；

一次性购买金额达10000元以上，享受9折优惠，赠送豪华客房一间；

一次性购买金额达20000元以上，享受8.5折优惠，赠送标准套房一间。

三)酒店内部人员折扣权限：

餐饮部经理、市场营销部经理享有最低八五折的折扣权限，如要求更低的折扣，

需向酒店总经理请示批准方可(备注：低于〈不含〉八折以下销售计任务，但

不享受提成奖励)。

五、任务分配：

粽子总任务：20万元(目标任务30万元)

餐饮部销售：4万元

营销部销售：4万元

其它各部门共计12万元，具体任务安排主要是综合各部门人员编制的百分比在剩剩任务中所占的百分比计算，部门计时工和前后台部门的工作性质和对客联络关系密切情况，以及20__年粽子销售任务实际完成情况调整安排，具体分配如下：

(备注：粽子的统计由财务部和相关部门联合进行，互相监督，保证统计数据的准确。)

六、奖惩方案：

为了激励酒店全体员工积极参与粽子销售工作，努力完成今年粽子销售任务，酒店特制订以下粽子销售奖惩方案：

一)奖励：

任何部门、班组、个人销售粽子在部门任务完成的情况下，基本任务部分按4%提成奖励，超额任务部分按6%提成奖励(备注：供应商和工程商等对抵消费结算的减半奖励)。

二)惩罚：

未完成任务的部门，按未完成任务的比例，扣除部门经理当月工资。

七、宣传及现场布置：

3. 店内pop促销广告、电视开机广告和电梯广告等；

4. 设计和印刷粽子宣传册、粽子票券。

八、费用预算：

(共计2388元)

粽子是中国历史上迄今为止文化积淀最深厚的传统食品，是中华民族饮食文化上的一朵奇葩，数千年吃粽子、划龙舟、忆屈原的传统习俗，不仅丰富了中国人的文化生活，而且折射出中华民族以粽子为媒祈盼国泰民安的美好愿望。

五月初五端午佳节时，中华民族都有赛龙舟、挂艾蒿、饮雄

黄酒、吃粽子、咸蛋、绿豆糕等习俗的传统。抓住这一节日的促销契机，超市策划了本次促销活动。

一、市场调研分析

这次端午节的集中销售在__，主要的竞争对手不是那种大型的粽子节，那些都是些大的食品公司或者商贸公司在做。跟附近的超市相比，本店的粽子更贴近于家庭生产，生产商消费者相对更了解，更能博得消费者的信任，而且价格及各种促销也相对较灵活。但由于有几家粽子店已小有名气，但也仅限于小范围内，因此面对从__各地来的消费者，我们可以通过加大宣传来增加销售，提高知名度。

二、促销目标

- 1、为庆祝端午佳节，以低价让利、情感诉说、活动互动等活动来营造节日氛围，提高店铺美誉度。
- 2、扩大顾客活动参与度，让顾客尽情参与到活动中来，引起情感共鸣，拉近商场与顾客之间的距离。
- 3、通过各项活动，吸引人气，提升店铺的来客数，拉动销售，提高店铺的经营效益。

三、促销提案

1、促销主题

品味嘉兴粽子，重温端午文化

2、促销时间

__月__日~__月__日

3、促销地点

—

4、促销产品

嘉兴系列粽子、五芳斋系列粽子

5、促销方法

优惠券、价格折让

6、促销媒介

7、促销活动方式

四、活动安排：

活动一、免费试吃

1、活动时间

2、活动形式：凡进入本超市的顾客在粽子促销区域可以免费试吃，我们退出了各种口味的粽子。

3、活动要求：

(1) 此活动为必须执行活动；

(2) 要求各供应粽子的厂家派一到两名促销员在现场介绍并服务顾客试吃；

(3) 试吃的粽子由供应商赞助；

(4) 通过dm单、店内活动信息板、店内广播对活动进行宣传。

活动二、满额就送

1、活动时间：

2、活动内容：凡活动期间在本超市一次性购物：满38元九送美味粽1个(价值2元/个，限500个)；满88元送雨伞1把(价值10元/把，限200把)

3、活动要求：

(1)此活动为必须执行活动；

(3)团购顾客、烟酒、粮油不参与此活动。

4、费用预算：

美味粽子：1.8元/个_500个/天=900元

雨伞：6.4元/把_200把=1280元

合计：2180元

活动三、粽子文化节开幕式

20__年，端午节市场销售情况已达到中秋节90%以上的水平，今年端午节营销环境的前置使市场竞争将更加激烈。近几年，粽子产品，每年都是按照50%以上的速度持续增长。

20__年，我省市场预计增幅将达到70%以上，销售将达到8亿元的市场规模。为此，省公司决定开展20__年端午节粽香情—“粽情忠意、邮我所爱”专项营销活动。

一、活动主题：

粽香情—粽情忠意、邮我所爱

二、活动时间：

20__年4月25日—6月23日。

三、活动目标

销售收入：预算目标2500万元。

四、激励政策

(一) 正向激励

1、评奖资格

(1) 完成省公司下达的销售收入目标任务；

(2) 完成__项目业务收入预算基本目标；

(3) 完成省公司下达的端午节项目业务收入奋斗目标的市、州局即可参与全省奖励评比。

2、考核指标

指标一：各市州完成各竞赛项目业务收入总进度排名；

指标二：各市州完成各竞赛项目业务收入绝对值总量排名。

3、计分公式

评比值=业务收入总进度排名_30%+业务收入绝对值总量排名_70%。

4、奖励标准

各市、州局在本次粽香情—“粽情忠意、邮我所爱”专项营销活动的预算目标完成情况将纳入年底的绩效考核。

(二) 负向激励

未完成项目业务收入预算目标扣罚市、州局领导班子绩效2000元、专业局领导1000元。

五、运作流程

1、要数：

2、退换货

3、结算

4、产品组合

各局可根据实际情况，组合邮政经销的分销红酒系列产品。

六、营销规划

(一) 市场特点

1、增长快速

具统计20__年端午、中秋两节的市场份额基本一致，这是粽子产品礼品化特点，是市场增长迅速的契机。今年市场的增幅将达到70%，这对邮政提出了更高的要求。

2、竞争激烈

有了两年的快速增长时期，今年各大生产商们纷纷提前规划，为今年的市场做足了准备，使市场竞争更加激烈。

3、营销前置

今年端午节较晚，但各生产企业的宣传攻势早已拉开了大幕，

让我们提前感受到了市场的氛围，为大战的前期做准备。

(二) 营销规划

1、产品规划

产品以去年全省统一运作的项目爱达乐、华生园、三全凌、龙凤为主，再选择多家优质的粽子企业，丰富渠道产品，支撑项目。

对于区域市场的差异由市、州局针对当地市场的需求采购适宜当地的项目。

在礼包产品的组织上，在各供应商所提供的产品中选择一款高档的礼盒预留出可放置一瓶红酒的空间，用于搭配分销红酒，提升客户的选择面。

2、价格策略

针对不同供应商的礼盒，分为高、中、低三档，针对商务礼仪、员工福利采取差异化价格策略，制定不同的礼包价格。

3、渠道策略

(1) 挖掘邮政渠道潜力，大力发展邮政大客户营销。

(2) 积极利用邮政营业网点和有资质的分销网点中进行销售及展示，可有效的促进业务的发展。

(3) 开展网络营销，利用电子商务的优势开展多渠道营销，在邮乐中国上营销粽子产品，各供应商需提供渠道专有产品，线上线下共同开展营销。

4、促销模式

(1) 客户推介、现场观摩，各市、州局在所辖区域挑选有条件的营业网点(邮政营业网点、分销网点)中销售和展示项目产品，以感官和品尝促进项目的成功营销。

(2) 配送服务、全省联动，开展免费寄全省的活动，寄递服务以非实物邮寄的方式进行传递，及各市州局需备货，省分销局将订货局需寄递产品明细发于收货局后当地局按预留地址将产品送于收货客户。

节日临近期间市、州局小批量订货的配送问题，解决客户的零时订货问题。

(3) 主动营销、时间策略，根据营销时间的前后制定不同的折扣价格，在不同的营销时间以不同的折扣优惠引导消费者消费，控制营销节奏，避免有市无货的局面。

(4) 加大宣传、营造氛围。

发挥端午节的文化优势，利用省内知名报刊、广播电台的影响力，加大对项目的宣传，迅速提升项目的知名度与知晓度；同时举办全省性的产品推荐会及品鉴会，市州可举办地区性推进会，对项目进行宣传推广，各市州局可在局内举行端午节员工活动提升氛围营造邮政端午销售的氛围。

七、运作要求

1、加强组织、保证支撑，各市州局要结合省公司“粽情忠意、邮我所爱”的活动安排要求，加强项目组织，保证责任落实到人，有效协调和发挥邮政的资源优势，确保活动的顺利实施。

2、明确目标，细化措施。各局要明确计划目标、并结合自身的情况，制定科学的营销方案，细化营销措施，并进行层层落实，确保计划任务能够落实到位。

3、明确政策，强化营销。

供应商根据要数额提供了一定比例的宣传营销费用，省公司川邮政[20__]171号《关于规范__业务营销费用管理的通知》也明确规定“各局可按不超过进销差收入30%支付营销费用”。

省公司决定：完成下达的端午项目业务收入奋斗目标的市、州局，按照各局各项项目的`要数额向各局提供宣传营销费用(各供应商业的宣传营销费用比例为：__食品有限公司的产品%、__食品有限公司%、__食品股份有限公司%、__食品有限公司%)。各局要进一步细化政策和营销费用标准，通过方案营销、团队营销、窗口促销以及不同的营销方式，充分发挥专职营销、能人营销的作用，不断做大项目规模。

4、加强宣传，提升品牌。

省公司将统一印制产品手册，向各局提供的大客户宣传，同时，供应商也提供了宣传册、实物样品，供各局宣传产品时使用。各局可根据实际，采取不同的方式，宣传邮政经销的产品。

(一)广告策略建议

因为所面对的是大众消费品市场，所以扩大整个市场的需求，进一步扩大整个市场份额是__的长期目标。但如何在端午节短短的短时间内达到拉升品牌形象，提高市场占有率，达到预期销售额还需要有短期的策略。

(二)确定广告目标

(1)通过促销活动，在端午节前后一个月达到预期销售额280万。

(2)使__的市场占有率提高6%—8%，达到30%

(3)在__市场建立__的良好品牌形象，树立高品质、高品位的品牌形象。

(三)广告诉求对象

其中细分为三

1. 基于对团购市场的研究，发现在团购的过程中决策人和购买人行为分离。促销广告将锁定决策人，对其进行广告传播。
2. 利用__强大的终端销售网络，锁定__地区所有市民，对其进行广告传播。
3. 饮早茶，“一盅两件”，是__人的生活嗜好。所以出入高档茶楼、酒楼的消费群也是__的促销对象。

(四)广告传播主题

(1)市场细分使市场需求呈现多元化。团购市场是节日消费市场的一个分支。

(五)广告创意

(1)广告口号：

“品位出粽，与众不同”

“选大品牌，当然体面过人”

“中华粽子第一品”

(2)媒介标题：

“选大品牌，当然体面过人”

“__与您一同品味中国食文化的清芬”

“品位生活好滋味”

“粽子大王—__”

“来自__的专业粽子生产企业—__”

(3) 文案创作

(六) 广告实施

团购市场以dm直邮广告为主。

端午节粽子促销广告语篇五

因为所面对的是大众消费品市场，所以扩大整个市场的需求，进一步扩大整个市场份额是五芳斋的长期目标。但如何在端午节短短的时间内达到拉升品牌形象，提高市场占有率，达到预期销售额还需要有短期的策略。

(1) 通过促销活动，在端午节前后一个月内达到预期销售额280万。

(2) 使五芳斋的广州市场占有率提高6%—8%，达到30%

(3) 在广州市场建立五芳斋的良好品牌形象，树立高品质、高品位的品牌形象。

其中细分为三

1. 基于对团购市场的研究，发现在团购的过程中决策人和购买人行为分离。促销广告将锁定决策人，对其进行广告传播。
2. 利用五芳斋强大的终端销售网络，锁定广州地区所有市民，对其进行广告传播。
3. 饮早茶，“一盅两件”，是广东人的生活嗜好。所以出入高档茶楼、酒楼的消费群也是五芳斋的促销对象。

(1) 市场细分使市场需求呈现多元化。团购市场是节日消费市场的一个分支。

(1) 广告口号：

“品位出粽，与众不同”

“选大品牌，当然体面过人”

“中华粽子第一品”

(2) 媒介标题：

“选大品牌，当然体面过人”

“五芳斋与您一同品味中国食文化的清芬”

“品位生活好滋味”

“粽子大王—五芳斋”

“来自浙江嘉兴的专业粽子生产企业—五芳斋”

(3) 文案创作

团购市场以dm直邮广告为主。

端午节粽子促销广告语篇六

因为所面对的是大众消费品市场，所以扩大整个市场的需求，进一步扩大整个市场份额是五芳斋的长期目标。但如何在端午节短短的时间内达到拉升品牌形象，提高市场占有率，达到预期销售额还需要有短期的策略。

(1) 通过促销活动，在端午节前后一个月内达到预期销售额280万。

(2) 使五芳斋的广州市场占有率提高6%—8%，达到30%

(3) 在广州市场建立五芳斋的'良好品牌形象，树立高品质、高品位的品牌形象。

其中细分为三

1. 基于对团购市场的研究，发现在团购的过程中决策人和购买人行为分离。促销广告将锁定决策人，对其进行广告传播。
2. 利用五芳斋强大的终端销售网络，锁定广州地区所有市民，对其进行广告传播。
3. 饮早茶，“一盅两件”，是广东人的生活嗜好。所以出入高

档茶楼、酒楼的消费群也是五芳斋的促销对象。

(1) 市场细分使市场需求呈现多元化。团购市场是节日消费市场的一个分支。

(1) 广告口号：

“品位出粽，与众不同”

“选大品牌，当然体面过人”

“中华粽子第一品”

(2) 媒介标题：

“选大品牌，当然体面过人”

“五芳斋与您一同品味中国食文化的清芬”

“品位生活好滋味”

“粽子大王—五芳斋”

“来自浙江嘉兴的专业粽子生产企业—五芳斋”

端午节粽子促销广告语篇七

一、活动背景

每年的农历五月初五，是我国富有民俗传统节日——端午节，今年是6月20日（星期六）。端午节的起源起初是纪念爱国诗人屈原，但在现代生活当中，更重要的是象征着吃粽

子,喝黄酒,插蒲子叶等,满足人们“驱邪,消毒,避疫”的心理,另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛,因此,根据这一节日特点,特制定本促销方案提高超市利润和知名度。

二、活动时间

20xx年6月19日~6月21日

三、活动内容

促销过程具体分为节前、节中、节后三个阶段:

1. 节前阶段:

一、 做好预算

提前做好促销预算,运用运筹学和统计学以及企业的经验等方式合理推算出本次促销活动投入与回报的最优结果。

二、 做好宣传

节假日前一个星期开始宣传,方式有pop广告宣传、媒体宣传、彩页宣传等

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传;

莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量)

3、场外海报和场内广播宣传。

三、 选择和布置促销会场

四、 促销商品仓储存放

五、 建立多种促销备选方案, 以免突发问题影响促销进展

2. 节中阶段:

一、促销活动（三条）

现场粽子促销

活动时间□20xx年6月19日~21日

活动方式：卖场堆头陈列、捆绑销售、够买搭赠、免费品尝、现做现卖

1) 凡是在这些天在该超市购物金额数达到50元即可获得特色粽子一

包（奖品可由厂家赞助）依此类推，多买多送

2) 并且结合端午节特点，其他一些相关糕点等食品提供特价销售，刺激消费者购买欲望。单品100个左右，其中食品50个，非食品25，生鲜25个。

3) 运用一些营销技巧，比如部分商品限时限量抢购，粽子、盐蛋皮蛋礼盒可在端午节前三天采取“大甩卖”销售。

闻香识粽子

活动时间:6月19日—21日

活动内容:凡在6月19日—21日促销时间内,在本超市一次性购物满55（端午节五月初五）元的顾客,凭电脑小票均可参加《闻香识粽子》活动.

活动方式:在超市消费满55元的顾客可凭小票到超市前台报名参加比赛,工作人员会给每个参赛选手发放一个眼罩,比赛分组进行,每组5人,比赛开始时选手将双眼蒙住,通过粽子

的香气分辨粽子的馅料，规定时间内闻出最多的获胜，比赛取前三名发放礼品。

第一名：端午大礼包一份（价值100元）

第二名：高邮鸭蛋一盒（价值50元）

第三名：真空包装烤鸭一只（价值20元）

浓情55送好礼

活动时间□20xx年6月19日~21日

活动内容：凡在活动期间的17:30~21:30在本超市购物满55元即可参加词活动。

活动规则：顾客满额可凭小票参与此抽奖活动，在预先准备好的奖箱里，放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有不同的数字，不同的数字可以兑换不同的礼品。

15号球 价值1元礼品一份 200份/天

25号球 价值2元礼品一份 100份/天

35号球 价值5元礼品一份 20份/天

45号球 价值10元礼品一份 40份/天

55号球 价值20元礼品一份 40分/天

二、活动支持

1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；

2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行闻粽子比赛；

3. 节后阶段

一、对本次促销活动进行促销活动工作总结（结合固定程序进行分析）

二、顾客满意度跟踪调查。

等等

费用预算

端午节粽子促销广告语篇八

引导语：端午节粽子的促销方案。端午佳节就要来啦，相信很多超市都都会抓住机遇，来推出粽子的促销活动，来迎合端午佳节，而关于端午节的促销方案该如何书写呢？今天，小编为大家整理了关于端午节粽子促销方案范文，2016年超市端午节促销方案，欢迎阅读与参考！

每年的农历五月初五，是我国富有民俗传统文化的节日——端午节，今年是6月20日(星期六)。端午节的起源起初是纪念爱国诗人屈原，但在现代生活当中，更重要的是象征着吃粽子，喝黄酒，插蒲子叶等，满足人们“驱邪，消毒，避疫”的心理，另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛，因此，根据这一节日特点，特制定本促销方案提高超市利润和知名度。

6月19日~6月21日

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

2、我司dm快讯宣传(分配数量见附件);dm快讯第一、二期各40000份，第三期单张快讯40000份平均每店1800份(如祖庙丽园、莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少

数量) 3、场外海报和场内广播宣传。

一、促销活动(三条)

现场粽子促销 活动时间：6月19日~21日

活动方式：卖场堆头陈列、捆绑销售、够买搭赠、免费品尝、现做

现卖

2) 并且结合端午节特点，其他一些相关糕点等食品提供特价销售，刺激消费者购买欲望。单品100个左右，其中食品50个，非食品25，生鲜25个。

3) 运用一些营销技巧，比如部分商品限时限量抢购，粽子、盐蛋皮蛋礼盒可在端午节前三天采取“大甩卖”销售。

闻香识粽子

活动时间:6月19日—21日

活动内容:凡在6月19日—21日促销时间内,在本超市一次性购物满55(端午节五月初五)元的.顾客,凭电脑小票均可参加《闻香识粽子》活动.

活动方式:在超市消费满55元的顾客可凭小票到超市前台报名参加比赛,工作人员会给每个参赛选手发放一个眼罩,比赛分组进行,每组5人,比赛开始时选手将双眼蒙住,通过粽子的香气分辨粽子的馅料,规定时间内闻出最多的获胜,比赛取前三名发放礼品。

第一名：端午大礼包一份(价值100元) 第二名：高邮鸭蛋一盒(价值50元) 第三名：真空包装烤鸭一只(价值20元)

浓情55送好礼

活动时间：6月19日~21日

活动内容：凡在活动期间的17:30~21:30在本超市购物满55元即可参

加词活动。

活动规则：顾客满额可凭小票参与此抽奖活动，在预先准备好的奖箱里，放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有不同的数字，不同的数字可以兑换不同的礼品。

- 1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；
- 2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行闻粽子比赛；
3. 节后阶段

费用预算

2. 《浓情55送好礼》活动：礼品费用1000 费用总预算：

端午节粽子促销广告语篇九

背景介绍：五月初五端午佳节时，中华民族都有赛龙舟、挂艾蒿、饮雄黄酒、吃粽子、咸蛋、绿豆糕等习俗的传统。抓住这一节日的促销契机，超市策划了本次促销活动。

促销主要目的：

1. 为庆祝端午佳节，以低价让利、情感诉说、活动互动等活动来营造节日氛围，提高苏果超市美誉度。

2. 扩大顾客活动参与度，让顾客尽情参与到活动中来，引起情感共鸣，拉近商场与顾客之间的距离。

3. 通过各项活动，吸引人气，提升超市的来客数，拉动销售，提高超市的经营效益。

促销活动内容特价商品范围：本项活动创意以“带个粽子 常回家看看”为活动主题，应端午吃粽子的传统思想，准备30种左右的特价节日商品。主要包括以下四大类别：（1）各品牌的粽子，促销形式包括免费品尝、特价、买一赠一、搭配销售等。（2）节日商品，包括红枣、葡萄干、莲子、红豆、花生米、果脯、红小豆、黄米、江米等包粽子要用的物料。

（3）节日礼品，包括生肉、腊肉、熟食、主食、水果、蔬菜等。（4）节日饮品，包括可乐、果汁、红绿茶等促销对象粽子在端午节几乎是家家必购的消费品，无论是自己吃还是拿来作为礼品走亲访友都是少不了的。所以大众消费消费群仍是粽子消费的主力军。所有可能消费的人群都列为其促销诉求的对象。

活动一：与粽子有关产品特价促销活动时间：6月20日-6月25日 在端午节来临之际，粽子一时之间成了抢手货，在超市中可能有人抢购不到粽子，只能对着别人手中的粽子望眼欲穿。为了让广大顾客朋友们在端午节都能吃上粽子，我们超市特此对与端午有关各类食品和原料进行特价促销活动。我们超市真诚希望各位朋友都能有一个甜蜜快乐的端午节。

活动2：买即送活动时间：6月20日-6月25日 凡于活动期间于本超市一次性购物满38元，即可凭电脑小票到服务中心领取“福、禄”粽子一个(每天限200个);凡于活动期间于本超市一次性购物满78元，即可凭电脑小票到服务中心领取“寿、禧”咸蛋一盒(六个装)(每天限100个);凡于活动期间于本超市一次性购物满108元，即可凭电脑小票到服务中心领取“福、禄、寿、禧”包一个(粽子1个、咸蛋一盒)(每天限30个);赠品数量有限，送完为止。

活动3： 包粽子送老人，尊老敬老爱心行。尊老敬老是中华民族的传统美德，本超市将于6月23日下午14：30-17：30于本超市设包粽子处，盛邀您参加“福、禄、寿、禧”送老人尊老敬老爱心行。届时将为您准备好了包粽子的所需材料，让你一展身手。同时将把你包的粽子于端午节(月日)上午送给社区的老人或老干部，以表对老人的一份爱心。参加此活动的顾客均可得到新一佳送出的精美礼品一份。

促销活动相关准备、在商场的入口处有形象指引，进行一些海报宣传和促销信息，、在卖场专区上方挂起形象吊牌，利用有限的空间进行传播，、聘请经过培训的促销人员，统一穿着特色服装，进行现场促销。