

最新端午促销活动方案策划(大全6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。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

端午促销活动方案策划篇一

提升店面客流，扩大企业形象，同时增进销售额的提高。

5月11日——6月11日

(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”

端午促销活动方案策划篇二

品味端午传统佳节，体验多彩品质生活

利用端午节来营造节日气氛，吸引顾客到来；促进销量，减少库存；提升品牌形象；使厂家、消费者、超市达到共赢；打击竞争对手。

粽子和与包粽子相关的产品（如糯米、腌制的咸肉、红枣、红豆、花生等）；熟食；酒水饮料；夏天家庭常用的生活用品（如驱蚊剂、凉席、风扇等）；一些家电（如空调、冰箱等）。

全体消费者

6月22到6月24三天

1、凭小票免费领艾草

活动时间：6月22到6月23号早上8点到11点

活动地点□xx超市门口

2、射粽比赛

3、现场促销

活动方式：免费品尝、购物满多少送多少、特价商品、打折、优惠券、捆绑销售等。

(1) 像粽子一些熟食类的产品可以采用免费品尝的方式促销

(2) 像家庭用的一些生活用品可以采用特价、优惠券方式

(3) 像酒水饮料类的可以采用捆绑销售

(4) 像家电一些大型的商品可以采用满多少送多少、特价、打折等方式。

1、在促销前，发放促销单

2、在超市外张贴门店海报

3、在超市中，采用pop□广播宣传

4、各种人员相关宣传

艾草500根

粽子六种口味每种500个

各种宣传费用（海报、宣传单、人员等）

活动的舞台搭建、零散的物品

1、经销商、业务市场人员、其他渠道汇总意见。

2、确定此次活动负责部门及负责人以及相关合作部门人员。

3、研究讨论对经销商的折扣方式、促销活动的具体方式、主题等事务，正式启动促销，活动实施进程。

4□pop□货架、包装、其他宣传资料等设计。

5、内部人员培训（业务市场人员、促销员）：就产品知识、促销细节、铺货、货品陈列的具体要求等做详细说明。

6、经销商协商、沟通工作：落实进货、铺货、陈列□pop□货架、宣传资料等细节。

端午促销活动方案策划篇三

为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的；并回馈顾客，希望能提高商场知名度，吸引人潮，为顾客提供一个温馨的购物场所，以及提高活动日的营业额，让顾客感受一个难忘的端午佳节。

在活动当天举办包粽子比赛，以拉近本店与消费者之间的距离，并让比赛者通过本次活动，促进家庭成员之间的感情。在活动结束后，将粽子分送给养老院以及育幼院等社会福利中心。

活动对象：现场顾客或者社区居民

活动方式：

- 1、在5分钟之内，看哪位参赛者的粽子包得又快又好。
- 2、由顾客自行评出前三名，及最上镜“粽子奖”。
- 3、得奖者颁发相应“礼品”。
- 4、凡参加比赛者都送一份纪念品。
- 5、比赛结束后，将所完成的粽子送给养老院、育幼院等社会

福利中心。

注：此活动需控制时间和参与人数(具体细节等方案确认后再定)

活动时间：6月20日

活动地点：商场西门

活动内容：端午节到了，想在购物时得到节日的礼品吗?那就快来参加我们的比赛吧!

凡当日在购物累计满200元可参加“钓香粽比赛”，满200元钓一次(限时1分钟)，满400元钓2次，以此类推，多买多钓。根据所钓的“香粽”领取相应的礼品，礼品数量有限，先到先钓，钓完为止。

道具：竹杆若干根、细绳、粽子等!礼品即所得钓得的“粽子”。

活动内容：活动当天凡购物满___元均可参加，参加者每人持一个鸡蛋在规定时间内，不借助任何外力的情况下让鸡蛋自然立起来，成功者将获得礼品一份，非成功者获纪念品一份。

活动时间：5分钟，每人限玩一次。

活动地点：商场西门

活动对象：对象不拘，凡有兴趣者皆可报名参加。

预期效果：通过这个“新式”的玩法，让大家娱乐购物。

活动宣传计划

1、宣传车：租用3辆宣传车在市区各主要人流聚集地进行活

动宣传。(1辆停于购物中心，2辆自行安排)

2、会员手机短信、商场每隔5分钟通过播系统提醒、门口x展架、横副等!

各部门协调工作

- 1、企划部负责活动的pop书写，宣传；
- 2、营业部做好活动解释及品牌折扣联系工作；
- 3、总服台做好活动播音及顾客解释工作。

端午促销活动方案策划篇四

6月2日至22日，共20天(端午节：6月2日)

共联、洪梅、火炼树、大岭山、丰泰、树田，共6店

端午粽飘香，礼献3周年——热烈庆祝树田店3周年华诞

粽子、糯米、糖、红枣、绿豆、礼品、酒类、保健品、休闲食品等。

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。

活动一：买粽送砂糖(6店做)

6月2日至5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2日至5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2日至5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5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：

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。

活动二：一“剪”双雕好省钱

活动四：逢3必奖乐翻天(树田店做，其它店不做)

dm广告

1、开本、页数：大度16开4个p□

2、单品数：60个

4、材料与工艺：105双铜

7、对一稿：5月29日。

8、定稿：5月31日(周六)

9、送货：6月6日上午12点前。

10、派发：分店自行组织，到人流集中地、竞争店周围、收银台等处派发。时机选择在上下班时。

巨幅

1、材料与工艺：红色牛津布丝印。

2、数量：各1幅。共6幅。

3、交货：6月6日上午送货到各分店，并安装。

4、材料与工艺：室内背胶写真，过哑膜。

5、交货：6月6日上午送货到分店，包安装。

端午促销活动方案策划篇五

端午节是国家法定节假日，一定会有不少人选择旅游购物，服装店要抓住这个时机，促进经济增长，下面就是小编给大家带来的服装店端午节促销活动，希望大家喜欢！

服装店端午节促销活动11、服装店端午节促销方案大全之现金折扣

解释：打折是在营销促进活动中运用最多的手段，现金折扣

在实际运用中更多的是购买前让消费者知道产品所能产生的折让。而在购买过程后提供的折扣更能吸引消费者的心理，加强消费者对品牌的亲近感。

方案一：在终端公示并直接在购买时体现现金折扣，例店庆七折特价。

方案二：不在终端公示而在消费者产生购买意向后给予意外的现金折扣。

方案三：将产品分为形像款，主销款，促销款三种类型。只对促销款开辟专区进行现金折扣活动，以避免大范围的损害品牌形象。

方案四：举办“一季一次，特价销售”季末销售活动，通过一年两次的主题打折活动，给予消费者以大品牌季末打折可以占到便宜的感受而非清仓抛售这样的感觉。

2、试用样品/免费试用

解释：试用样品/免费试用这一形式更多的目的是为了没穿过家居服或对本品牌不曾有过的消费者进行尝试性使用，并通过尝试性使用成为常顾客。此活动的另外一个目的是增强品牌的公信力。

方案一：以“新家居、新生活、新享受”为主题提前公示在约定好的某一天限定数量消费者(如当天前100名)交等值零售价格获得佰伦世家约定款家居服一套试穿，试穿期(如一周)末不满意者无条件退货。

方案二：在某个特别节日(如教师节)针对适应我产品消费的某类特别目标消费群体(如大学女教师)推出的主题活动(如尊师重教)，前十名给予免费赠送。并提附加要求(可被宣传)在随后的品牌宣传中加以运用。

方案三：以“谁是最窈窕的美丽女人”为主题进行特别消费者寻找。在终端陈列特别制作的腰细身高的家居服形像产品，进行消费者试穿。在约定的日子集中前期合适的入围者评选出最优胜者，除送给其此件产品外，另外免费供应其在身材未发生变化前的所有家居服(每季一套)。

3、优惠券

优惠券促销的目的包括了销售促进的三大目标，和现金折扣有所区别的是，它能更多的吸引没有计划购买家居服饰的消费者寻找到确定活动的终端进行消费。

方案一：在目标消费群集中的地方(如写字楼)进行每个单位有限额度的(如两张)有限时间的(如本周末)优惠券派发，并结合优惠券派发新产品说明，争取新顾客。

方案二：大型百货商场门前的产品小单页发放可结合优惠券活动，虽有短期实际销售效果，但对品牌会造成伤害。一般不建议使用此种方式，除非竞争导向趋向于激烈的价格竞争。

方案三：可与适应产品品味的地区性购物杂志联系，认可该杂志所做的优惠券，并进行产品销售。

4、特价包装

特价包的目的是为了增强产品价格及形像竞争优势，主要包括减价包和组合包两种形式。

方案一：情侣家居服(新婚夫妻)组合包。在一定时期内(如情人节时间段)，购买情侣家家家居服组合(情侣装或两套红装)，可获赠礼品(不要降价)。

方案二：季节组合包。事先组合好的同类型不同季节的产品组合或顾客现场搭配。例：春季购买时，凡购春季+夏季各一

款，组成季节组合包装，即获赠礼品(不要降价)。

方案三：普通的特价组合包。二件给以价格折让，三件即给以更大价格折让。

5、赠品

买赠是除现金折扣外应用最多的一种销售促进活动方式，活动形式多种多样极富变化性。目前众多品牌运用的普通的买赠手段越来越难以引起消费者的关注。在赠品促进这一环节，要最多注意的是赠品的选择，好的赠品方式可以让消费者因为赠品而感觉物超所值选择产品。

方案一：在某些确定的特价产品品种中，进行买一套即送任选另一套的特价活动。

方案二：进行买即赠的活动。赠品的选择以与家居服饰相关的产品为宜。如拖鞋/纸巾绣花包/精美桌布/靠垫等家居用品。

方案三：“寻找真钻家居服”活动。在某些镶嵌水钻的产品系列中进行产品组合，在确定的几款主推产品的外包装贴上不干胶即刮式奖贴，内注明“中奖”“谢谢”字样，中奖产品即有镶嵌真钻一颗。此活动即可有效提升品牌定位，更可引发消费者对品牌的关注。

方案四：“买即赠二十万”购买正价家居服产品，即送家庭保险一份，保额二十万，成本十元。

6、重复光顾奖励

重复光顾奖励是为了吸引固定品牌消费者的一种手段。通常以贵宾卡的形式体现。

方案一：购物即送贵宾卡，首次一套不享受贵宾卡折扣，购

物两套以上者即全部享受贵宾卡折扣。

方案二：对于持签名贵宾卡消费的顾客，每次给予折扣优惠或给予家居小礼品赠送(形式任选)。同时，录入贵宾卡客户资料，有大型活动或新款产品可手机短信群发通知消费者参加活动。(忠实客户的培养非常重要，在我们目前产品设计力占优势的情况下，可带来相当不错的口碑反应及带来其它消费者。)

7、产品保证/价值承诺(服务)

产品保证的目的是为了通过承诺坚定消费者对品牌的信心，进而产生消费。产品保证/价值承诺的主要实践手段通过服务体现。

方案二：专卖店承诺本终端产品性价比是目前市面上最高的，如发现高于本终端同样的产品，给予价差补偿。说明：虽然是一句难于执行的空头承诺，但有时敢于大胆的说出来，对消费者也是一种心理上的促动。

方案三：商场“夏季新品先穿为快”活动，可与“组合包”活动相结合，同时承诺在夏季的销售旺季(例六一前)，如有降价，给以价差补偿。说明：充分利用消费者求新占便宜的心理，引导消费者进行先行产品购买，将我们的产品销售期有效提前，抢占市场份额。

8、联合促销

联合促销的目的是为了通过不同品牌产品间的相互销售促进优惠活动来促进消费者购买行为的发生，进而带动销售并对联合促销的品牌产生相关联的好处。对佰伦世家家居服饰来讲，与其它大品牌成熟产品的联合促销将会有效带动产品销量及品牌形象的提升。

方案一：三八节购家居产品，凭吊牌可六折购买__文胸；购__文胸凭吊牌也可六折购佰伦世家产品。

方案二：购佰伦世家居服或派邦奴内衣即可获赠对方品牌优惠抵扣券50元一张(或等值礼品)，用于购买对方产品使用。

方案三：购罗莱家纺床上七件套获赠佰伦世家家居服情侣装一组，购佰伦世家居服可获赠罗莱三件套一套。

9、售点陈列和商品示范

通过售点陈列和商品示范，有效提高消费者对产品的感知度，进一步加强品牌亲近感，增加销售产生的机会。

方案一：服装博览会成都会议品牌在橱窗内进行的真人模特家居生活静态展

方案二：佰伦世家公司展厅内模拟居家实景进行的形像展示。

方案三：“家居服流行趋势发布”在各地级市最大商场外的走秀活动，真实的展示产品风格及消费理念。并可配合其它销售促进方式结合进行。

10、公益销售促进活动

此活动的前提是获得一个有威望的盟友，权威部门的认定，如民政局。

方案一：“为__灾区或学校捐助旧衣活动”凡持知名品牌家居服品牌前来捐献的消费者，即可以七折价格购佰伦世家居服；对持目标竞争对手产品(如佰伦世家的目标竞争对手为美标/秋鹿/达尔丽)前来捐献的消费者，即可以六折价格购买佰伦世家居服。此活动的目的是为了提升品牌公益形像，转移部分其它品牌的消费者试用我司产品。

方案二：凡每购佰伦世家家居服产品一件，即有五元钱捐助地方民众关心的焦点问题(捐助民政局进行四川旱灾区救灾工程)。

11、奖品(游戏、竞赛、抽奖)

此活动是充分利用消费者的竞争心理，调动消费者参与到与产品及品牌有关的活动中来并促进产品销售。

方案一：投飞镖游戏。共投三次，算出投中环数，按一环一元钱计算，给以价格折让。

方案二：凡购家居服一套，即获得奖券一张，有机会获得钻石大奖或双人海南之旅。

特别建议：对于运作商场的客户，建议以商场模特走秀展示为主加以其它形式的组合销售促进活动将最富有效果。

服装店端午节促销活动2

一、营销主题：

“夏日新选择，感受0°C”

二、工作思路

以两个节日为工作核心，全力做好节日特色销售，推出2期特价商品促销，6月份销售计划。

三、销售指标

6月份计划完成万元，力争完成 万元。

四、具体节日

端午节日

五、营销工作具体安排。

全力抓好2个节日的营销活动

第一阶段：端午节促销

促销主题：端午特卖情系万家

促销时间：6月11日——12日

具体安排：

1□dm海报商品90种海报印刷3000份

一层食品40—50种

商品谈判范围：端午特色商品，应季商品，（敏感商品要求不少于10种）。

二层百货30—40种

商品谈判范围：夏凉应季用品，清洁防晒（敏感商品要求不少于8种）

三层服装10—20种

要求各采购6月8日（星期三）中午12：00以前将特价商品明细交企划部排版制作海报，按期未完成将以工作失误进行相应考核。

2、促销活动

主题：情浓端午粽香（纵享）快乐

时间：6月11日

促销活动：一次性购物50元以上，凭单张购物小票，可参加本店举办的“情浓端午粽香(纵享)快乐”包粽子活动，在规定时间内包多少送多少。(详情参见店外明示)。

服装店端午节促销活动3

一：服装店长负责收银和整体控制

端午节服装促销期间，店长和导购都要特殊情况特殊对待。服装店长主要负责收银和整体控制旺场局面，协调导购员跟进顾客和进行间歇性调货理货。而导购则要摒弃常规“一对一”跟进及排队服务做法，对于顾客只要做好陈列恢复和试穿提供就可以了。导购之间要相互配合，服装拿货取货照看顾客，离开营业区需向店长或者其他导购打招呼等等，防止货品丢失和让顾客不耐烦。

二：服装导购员分区域负责有条不紊

为了防止出现导购员管理混乱的情况。服装店可以划分成几个区域，每个区域由固定员工负责，职责是协助顾客进行挑选和试穿并在闲暇时理货补货和陈列复原，相邻区域相互照应，中间由店长负责收银和调度。这样多层次立体的分派既解除了服装店长参与销售而忽略收银影响成交的顾虑，也在导购和顾客之间形成点面呼应，让顾客感觉到随时有导购为其服务。当然，这样做对导购的要求也较高，不仅要熟悉货品的尺码价格，还要有大局观，对货品的整理等基本素质要过硬，需要平常严格要求才能做到。

三：导购员勇于尽快促使成交

端午节服装店促销是稀缺资源，一年也就那么几个，如果能更好地利用，就能最大化提升销售额。所以销售流程最好简

化，顾客一旦试穿或者几番挑选后导购就要主动询问：您穿走还是打包？请那边收银台付款！谢谢！或者高声提示店长：一件上衣，麻烦店长收银！然后继续为其他顾客服务，这样既可以让顾客减少犹豫又能烘托成交氛围。

四：服装店长与导购配合制造成交氛围

如何让顾客成交最重要。人们都有这种心理：如果大家都看不买，也都光看不买，如果大家都抢着买，很多顾客在犹豫不决后很可能会买。这就是一种心理导引行为的潜意识。当导购把有埋单意向的顾客指引到收银台之后，接下来的划价收款包装和简单的送宾工作就可以由店长来做了，店长在唱价、唱收和唱付的时候，声音最好比平时高，语速也可加快，关键是要有激情，在嘈杂忙碌的环境中，这会让人感到顾客成交的数量很多，带动其他顾客购买。

最新服装店端午节促销活动方案大全

端午促销活动方案策划篇六

忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽

树立五四新华都的人文形象，同时增进销售额的提高。

x月xx日：x月xx日

第一商圈内的居民

主要商品成品粽及熟食、海鲜等；

(一)价格促销：

对一些成品粽及熟食进行特价活动(x月xx日：xx日)

具体品项由采购部决定(一楼促销栏及广播进行宣传)

(二)娱乐促销:

可选2项中的其中1项

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:

x月xx日/xx日

活动地点:

一楼生鲜部的冻品区前

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,采购部配合

2)射击粽子比赛

游戏规则:

每人可获得5科子弹;以射中的是标识为豆沙、肉粽等即获得该种粽子一个;

活动时间:

x月xx日/xx日

活动地点:

一楼生鲜部的海产区前

道具要求:

气球、挡板、子弹

负责人:

生鲜部, 采购部配合

(三) 免费品尝:

引进供应商进行场内免费品尝

时间:

6/xx日—xx日

具体负责:

采购部

(四) 新品促销:

可考虑引进一批闽南肉粽, 现场特色促销。

具体负责：

采购部

(五) 卖场陈列与布置：

场内：

1) 一楼冻品区前，两个堆头的位置，堆头前布置成龙舟的头，两个堆头为龙舟的身；

2) 冻柜上方用粽子或气球挂成“五月五吃粽子”字样。

场外：

条幅宣传“忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽”