2023年创意营销活动方案设计 圣诞节活动创意营销方案(优秀5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

创意营销活动方案设计篇一

1、紧紧抓住本月销售高峰的来临，通过一系列系统性的卖场内外布置宣传，给顾客耳目一新的感觉，充分营造良好购物环境，提升我司对外整体社会形象；2、通过一系列企划活动，吸引客流，增加人气，直接提升销售业绩。

20xx年12月2日——12月27日

1、海报：根据公司总体安排。

3、场内外广告牌宣传：总体要求：活动公布一定要提前、准确无误，排版美观大方，主题突出。

4、卖场气氛布置：总体要求：节日气氛隆重、浓厚、大气。（单独出台方案，在此略。）

（1）分时间段的活动安排：

（为使活动具有连续性、衔接性，容易记忆，将活动按周安排，轮番对顾客进行促销，持续刺激消费者的购物欲望，加深顾客对印象，不断实施消费行为。）

第一周：12月2日—12月6日

惊喜第一重：购物积分送大米，积多少送多少！

活动内容：

“顾客是上帝，更离不开顾客的支持“，为了感谢对长期支持而又忠实的顾客，超值回报：凡于此期间当日晚7：30以后凭积分卡一次性购物积分满10分送10斤米，积15分送15斤，积20分送20斤，积30分送30斤，积40分送40斤，积50分以上限送50斤，如此优惠，如此心动，还不赶快行动！凭积分卡和电脑小票（限当日7：30之后小票，金额不累计）到商场出口处领取。送完即止。生鲜20xx斤大米。

第二周：12月7日—13日

惊喜第二重：积分卡再次与您有约！

分析：由于第一周活动的促销力度相当大，不仅会吸引积分卡顾客的消费，更会吸引无积分卡的顾客，那么，怎样满足这批无积分卡的顾客呢？唯一办法：

活动内容：狂欢圣诞节，积分卡再次与您有约！只要您在我商场购物满100元加2元即可获得积分卡一张，这张积分卡除享受以前约定的优惠外，在圣诞节期间享受更超值的优惠、更无限的回报。一卡在手，惊喜时时有！

注：凭电脑小票（当日小票有效，金额不累计）到我商场大宗购物处办理。

第三周：12月14日—18日

奶粉文化周

活动时间□20xx年12月14日—12月18日

活动内容：结合天气和饮食的特点，在此期间重点推出奶粉促销，组织3个厂家进行培训和保健宣传，如惠氏、美赞臣、雅培等，并要求每个厂家提供相应赠品进行赠送和促销，计700份，此期间提供10个奶粉惊喜特价。

食品第四周：12月21日—12月27日

惊喜第四重：狂欢圣诞节，加一元多一件！

活动时间：12月23日—25日

活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满58元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。（每日限量，先到先得）

购物满58元加1元得圣诞帽一顶（限量300顶日用）

购物满118元加1元得柚子一个（限量300个自理）

购物满218元加1元得500ml生抽一瓶（限量300瓶食品）

惊喜第五重，圣诞老人来啦！甜蜜礼品大派送

活动时间：12月24日、25日

（2）周六、周日活动安排：

时间：12月5日、6日、14日、15日、21日、22日

活动内容：每天15部、25部轮流派员工负责组织，购生鲜满18元均可到商场出口参加投柚子比赛，一票一投，投中者即可得此柚子一个。（每天限量200个，共计1200个自理）

圣诞到，好运来！

活动时间：12月5日、6日、14日、15日、21日、22日

活动内容：圣诞节快乐推出：购物玩骰子，好运自然来！凡在我商场购物满58元的顾客，即有机会凭电脑小票到我商场出口处参加一次“玩骰子”游戏活动，满98元两次，168元以上三次，我们的奖项设置有：

玩骰子“参与”奖：掷出3个以上相同的点，奖纪念品一份，每日限量，先到先得，送完即止。（100份/天，2元/份）

日用

“您的健康，我们的心愿”全民长跑运动会

活动时间：12月21日早9：00—10：00必须与政府相关部门联系能否做？必须有相关部门审批，注意顾客安全。

“狂欢圣诞周快乐无极限”系列活动

活动时间：12月21—27日

活动内容：购物、娱乐、休闲，与您开开心心过圣诞，为此我们特准备了每晚一场大型娱乐节目，敬请大家关注，聚焦。

时间：每晚7：00地点：商场入口舞台

12月21日—23日：影片经典放送：由13部负责放背投。（自理）

12月25日：“狂欢圣诞周”大型时装表演秀：由购物广场“魅力美眉”时装队组织。（自理）

12月27日：少儿游戏大比拼：年龄5岁—15岁，呼拉圈比赛6组，每组5人，跳绳比赛6组，每组5人，共计60人。（自理）

创意营销活动方案设计篇二

自_年_月_日起至_年_月_日止，为期3个月。

二、目标

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销_公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

三、目的

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购_产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a□b□c三地举行，借此活动将_进口家电，重点引向_国市场。

四、对象

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买_公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1、性能诉求：

真正世界第一!_家电!

2、诉求：

买_产品，现在买!赶上年货接力大搬家!

五、广告表现

(一)为配合年度公司“_家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以_公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家。活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15″广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗。