

最新商铺活动方案(实用5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

商铺活动方案篇一

清明节马上就要来到了，服装店也要出清明节活动方案了，由于清明节的特殊性，所以可以以纪念亲人为主题，如雨纷纷，忆亲恩等以孝敬老人方面去出发做相应的活动方案。

今年清明节为法定假日，假期自4月4日——6日。该节日一般民俗为：祭祀扫墓、吃面饼卷鸡蛋、荡秋千、植树、踏青春游。

因为本季节气温仍较低，时间仅有3天，据此分析市场将有以下主要特点：

值服装换季，百姓将利用此假期选购春季服装类商品；

父母陪孩子无目的地到有休闲、娱乐项目的场所闲逛或开展一些户外运动；

学校、机关等单位会组织进行瞻仰烈士先烈等革命教育活动；

家庭会有清洁卫生、整理棉衣物安排；内容来自

女性开始关注防晒类护肤品……

结合上述分析，本节日应重点抓住以下几点：

活动时间宜从4月3日开始，因为返乡祭祀、旅游者将会提前购买商品，4日出发；

卖场装饰应以柳条、风筝、小花为主，体现初春的视觉刺激。

商铺活动方案篇二

一、背景：

1. 一期工程已分别于11月18日、12月18日交房，二期工程如火如荼全面

展开，比一期工程同期加快了步伐。

2. 本案焦点之一的宁墩中路建设问题也取得了突破性进展，大部分路段进入

浇筑阶段。

3. 宁墩中路中段出现私人兴建门面房和商品房现象。

4. 有部分客户主动咨询和意向购买门面房。

5. 整个宁国市商铺行情一片低迷，不容乐观。

二、目的：

跟上项目工程进度，准备制定商铺营销方案。适时推出商铺，确保实现商铺的销售目标。

三、市场概况：

楼 盘 均 价 户 型 特 征 销 售 状 况 备 注

津河西苑小区3000元/?o(单层)一二层联体

伟华公寓3000元/㎡(单层)一二层联体元月8日开始预订，现场可优惠。

汇丰花苑3800元/㎡(单层)一二层联体沿街门面

西津公寓3000元/㎡(单层) /?/ ?/

四、市场分析：

1. 本市商铺市场

目前宁国市善有一部分空置商铺分散在市内各主要闹市地段，如津河大厦、锦苑广场、苏果超市、汽车站、市府广场等等。典型案例之一：汽车站隔壁有个楼盘，由于其开发商认为该楼盘占据了本市的优越地理位置，对当时市场估计过高，推出了5800元/㎡的单层计算均价。结果造成“死盘”的严重后果，至今仍未销完。由于前期定位和心理期望值，致使进退两难的尴尬局面。

2. 目前本市商铺的销售情况

宁国市的房产进入鼎盛时期，竞争也进入白炙化状态。面对该市8万多的城区人口，多层商品房也几近饱和状态，商铺的立场就近乎尴尬状态。

3. 本项目分析

本项目最大的卖点是本小区未来拥有600多户业主这一庞大的消费群体资源的优势，本产品对本案内部消化能力也是一个考验。

本案最大的销售难点是来自市场本身的问题，供与求的比例。本市各大楼盘都面临卖不动的趋势，本案在地理位置上与其他楼盘没有较大的竞争力。因此，本案必须有合理的定位，

科学的规划设计和实事求是适时调整的营销推广策略。

最大的销售瓶颈是道路问题。

五、营销建议：

1. 规划设计建议

a□进深：12米左右。将商铺和宁墩路面的距离按国家有关规定预留，包括与小区内建筑物的间距。

b□间宽：可根据销售情况定夺，在充分了解市场，分析客户需求制定。

c□户形特征：根据市场需求及本案特征进行可行性分析，制定。并且在实际建设中根据实际销售情况调整和变更户型结构分割方案和心理准备。

d□建筑风格：根据小区的规划设计特征及园内的多层和别墅建筑风格，统一呼应同一风格的建筑产品。考虑美观、实用、大方的特点。

e□体量和面积：如果考虑中溪南路通车的话，不能超过40套。面积控制2000?o左右。（具体略）

2. 配套建议

车库和自行车车棚的配套。商铺对配套的要求是有辅助销售作用的，车库是

商铺销售中起重要制约作用的配套之一。

3. 产品定位

a□目标客户定位

1. 本小区的业主和准业主；
2. 项目地附近的商贩们；
3. 小区配套有关的商家如超市、医务站、银行、邮局之类；
4. 看中本小区未来发展潜质升值空间的有闲散资金的投资者；
5. 江浙一带及周边地区炒房团；
6. 再次购房的投资者；
7. 其他人群。

b□市场定位

1. 本案的一期已经交房，已具备一定的人气。二期工程全面铺开，小区规模已成大势。在未来一年内，能形成和聚敛如此规模和人气的小区只有本案，具备各方面条件。形成竞争力的楼盘较少，商铺推出有优势。
2. 结合本案特征，本案地理位置对于推出商铺是存在很大劣势的，加上本市商铺行情的. 低迷，特别是大体量的产品定位是大忌。
3. 本案商铺的推出，其中有一重要销售制约环节是道路的畅通。所谓商铺没有人气就没有商机，没有商机就更没有商业活动；没有畅通的交通，商业活动不能流通，商铺的吸引力就消失了。如果中溪南路的又一焦点，没有解决办法，商铺推广的可行性要大打折扣，销售难度可以想象。
4. 本案商铺的定位上主要针对围绕本小区配套这一主题，完

善本小区的生活配套。提高本小区品质。因此定位上不能考虑过多的商业性趋向，而是以本案配套为主，如超市、医疗站、邮局、银行之类占绝大份额比例。体量比例应考虑不影响小区整体规划为前提，户型为框架结构，户型配比考虑灵活的分割销售(具体略)。

c□价格定位

由于本案定位主要为了本案的配套完善，定位范围较狭窄，面对市场供

大于求的局面。我们对市场的期望值不能寄予太高。前期定位关系着规划设计和建设等硬性问题，因此本产品的定位目前应作为商铺推广工作的首要问题慎重对待。

均价初步暂定5500?000元/?o(具体略)。

4. 传播与推广建议

1. 利用与整合我们所有的有效资源，调动我们的宣传途径和渠道，宣传推广本产品。可以套用和沿用我们的团购优惠政策。
2. 运用我们颇有成效的客户带客户途径及舆论效应作好宣传推广工作。
3. 整合本案卖点和制造卖点，通过媒体及各种宣传途径和渠道，突出宣传本产品。
4. 在商品房销售过程中，附带引导商铺的推广销售工作。

六、后记：

以上草书系初步探索性草案，是笔者在较段时间内对目前宁

国市房地产市场概况初步调研之后，起草的非正式性文书。仅供参考，请多包涵。

起草人：鲍__

商铺活动方案篇三

1、负责：董事会成员、总经办、企划部

2、成员：各部门负责人

9月14日至9月15日

借助中国的传统节日“中秋节”国人的第二个长假“国庆节”营造商场第二个销售高峰，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓及减小销售下降趋势。

庆中秋，迎国庆，送大礼！

略

(一)、场外布置：大门对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；外墙悬挂巨幅：宽：高=10xx13m□ 宣传活动内容；在门上方悬挂大红灯笼8个。

(二)、场内布置：

1、分别在一、二、三、四楼电梯两端悬挂宣传指示牌。

2、在一楼大厅设立一个大月饼(由采购部洽谈)；

4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼；宫廷灯笼300个。

5、在各楼层主通道悬挂中秋、国庆节吊旗(各一面);吊旗1000张。

6、楼梯护栏以金黄色绒布围边,同时加强对电梯口布置。

7、中厅中央吊一个大型(2、5米宽)的灯笼(用kt板制做),在大灯笼下方吊方块字样“中秋节快乐”,在从再加上其它的装饰物。

1□dm海报宣传(具体操作明细见附表);

2、电视媒体宣传:

a□宣传内容:月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内容;

b□时间:9月20日26日;

c□费用收取:

d□宣传形式:动画图片加文字。

3、场外巨幅、展板宣传;

4、场内播音宣传;

5、社区各人流密集处以小条幅宣传,内容□“xx购物广场祝全市人民中秋节快乐;中秋大宗购物热线□xx”

购物满20留住快乐瞬间

活动时间:9月1--9月30日

活动内容:一次性在本商场购物满20元以上可凭电脑小票在

商场入口处xx婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：略

商铺活动方案篇四

周末和母亲做姐妹

母爱就是世界上最无私的感情，每年五月的第二个星期日就是伟大的母亲节，在这个特殊的周末里，平时忙碌的子女们可以抽出时间陪他们逛逛街，不仅能表达对母亲的爱意，同时也能让她们感受年轻的生活方式。

20xx.05.1——20xx.05.13

通过母亲节活动，提升商场形象，扩大销售额

以都是白领女性为主高收入文化水平高观念先进

主要通过平面媒体和户外进行宣传，

1、平面媒体：在《大河报》上做两周宣传

20xx.04.25——20xx.05.13

2、户外：在商场外围悬挂大的宣传横幅和海报

20xx.05.01——20xx.05.13

3、为了精准锁定目标消费者，可印制精美的.母亲节宣传册两万份在主要繁华街道发

20xx.05.01——20xx.05.13

4、举办母女同台秀，吸引当地媒体关注，制造新闻效应。

活动期间来丹尼斯百货购物可享受以下优惠

1、凡就是母女同来的，不仅能获得精美的小礼品，还能享受所有商品六折优惠。

2、凡就是拥有抽奖券(购物满5000元)的母女，都有两次抽奖机会。

3、本百货公司还举行母女同台表演的pk秀，凡就是有才艺的母女都可报名参加，获胜者有丰厚礼品。

5、母亲不能同来的，只要购买商品的会员我们可以免邮费寄送

报纸：5000

户外：3000

宣传册：2000

总计10000rmb

商铺活动方案篇五

我国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

1、活动主题

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、

一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现x辉煌历史。

3、活动时间[x月x日—x月x日]

x超市(包括各大连锁店)

总监督[xx]总负责

部门：销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人：各分店店长(监督人：销售管理部、采购部)

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a[]库存量较大、急需处理商品

b[]其它商家主推商品及公众敏感性机型

c[]我司主推商品

d[]厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送(司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮)

活动主要针对司庆期间光临x电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可

乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限xx支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送(购物送麦当劳券)

活动主要针对国庆期间在x超市购物的顾客，凭购物单，购物满x元送价值x元xx使用券;购物满x元送价值x元xx使用券;购物满xx元送价值x元xx使用券;购物满xx元送价值x元xx使用券。

总店由xx负责联系券□x店由x负责联系□x店由xx负责联系□x月x日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

主要根据厂家在我司活动期间所推出的优惠政策配送的赠品及日常所配送的赠品，要求在活动前由采购部根据厂家赠品配送政策及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况，进行对应调拨。

5、老总签名，字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在x月x日、x日，x月x日、x日、x日(星期六、日)开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。

6、一元超低价活动

a□活动时间□x月x日——x日

b□超低价商品明细表：略

(a) 每天的排队的前xx名顾客都可以领取抽号券。(凭单张排队)

d 方法 x月x日—x日各分店每天上午9:30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“x商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序(x总事先安排)，派发人员：文员、财务人员。

g 所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分店负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h 当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i 活动开始的前一天晚上(营业结束时)，各店把超低价特价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好

隔离带，同时安排美工书写“排队处”

7、购物抓现金活动

a□活动时间□x月x日——x日

b□活动地点□x超市各连锁店

c□活动方式：购物抓现金

d□方法规则：

(a)□活动期间凭本公司购物满xx元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满xx元及以上抓两次；购物满xx元以上可抓三次，最多三次。

(b)□抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

(c)□顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。(须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等)

e□美工在活动前书写抓现奖明细海报(活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f□各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾

a□活动时间□x月x日——x日

b□活动地点□x超市各连锁店店门外

c□活动形式：根据厂家提供的文艺资源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系活动。

d□场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响(调试)、产品展示为主。

e□采购部根据厂家回复情况，与市场部做统一调整和安排表演具体时间、内容。