

春节商场促销活动策划 春节促销活动策划方案商场版(模板8篇)

在做这个决策之前，我觉得有必要请示下专家意见。那么我们该如何写一份较为完美的请示呢？下面是一些建议供参考。请示是一种重要的工作技能，以下是一些请示专家的建议和指导，希望你有所帮助。

春节商场促销活动策划篇一

借春节促销，完成公司制定的春节销售任务。

“迎新春，送茶礼”

20xx年1月18日——20xx年2月13日

公司直营店、卖场和全国各加盟店。

配货科400万；直营店300万。

1、春节礼品

主要开发铁观音、大红袍、红茶、白茶和茶点，共5类11款礼品装，分别为：

铁观音系列之“泓韵m1050”(建议零售价1380元+盒)。

“天籁之音m900”(建议零售价720元+盒)；

“九香”m850”(建议零售价560元+盒)；

“美丽之饮t25”(建议零售价350元+盒)；

大红袍系列之“福尊”(建议零售价1200元+盒);

“醉红袍”(建议零售价800元+盒)。

红茶系列之“上品红”(建议零售价700元+盒);

“罗马风情”(建议零售价460元+盒)。

白茶系列之“白玫瑰”(建议零售价600元+盒);

“月牙白”(建议零售价300元+盒)。

“福贵大礼包”(以茶点为主，建议零售价180元)

春节商场促销活动策划篇二

缤纷时代

冬日情怀

活动1

全场商品3折起

部分商品限量特卖活动期间，全场商品3——8折销售（六楼百元街全场8折），对于部分不能进行折扣销售的品牌，也可以自活动之日起每天推出两款应季商品特价销售，每天限量销售3——5件（原则上按成本价销售）。

注：

- 1、活动期间商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；
- 2、厂家或应商要根据实际情况自行确定，但严禁调高售价后再打折；

5、活动期间，财务将对限量销售商品进行单独结算；

6、足金、铂金、名表、部分化妆品不参加本活动；

活动2

购物送券

超值实惠

活动期间，在1——5楼累计购物满500元（现金部分）（活动期间消费金额均可参加累计），再送50元全场十足抵用券□a券），满1000元送100元全场十足抵用券□a券），以此类推，多购多得（以300元为整数单位，零头不计）。

注：

1、活动期间所送礼品券□b券）由商场和接受方各承担50%；

3、活动期间所送赠券□a券）全部由商场承担（限参加活动1的厂家或供应商）；

5、赠券□a券）、礼品券□b券）领取地点：6楼促销服务台；

6、赠券□a券）、礼品券□b券）领取时间：当日营业时间；

8、各岗位工作人员应提醒顾客先以完整购物凭证参加抽奖活动，再参加赠送活动；

活动3

吉祥年欢喜月幸运日在活动期间，在4号门附近设3个抽奖箱(暗箱)，内放如下所需乒乓球，球上做好标记。凡在我商场1——5楼当日累计购物满300元(现金部分)均可参加抽奖活

动。

抽奖规则：

- 1、凡获取摸奖资格的顾客按年、月、日顺序进行摸奖活动；
- 3、单张机制小票累计满300元限摸一次，超出300元部分不在重复累计。

奖项设置：

抽奖事项：

- 1、顾客需持当日完整购物凭证(收银机制小票和购物小票顾客留存联)参加本活动。
- 2、顾客抽完奖后，工作人员需在收银机制小票和购物小票顾客留存联上分别加盖“已抽奖”章，抽中奖项者按奖项级别分别加盖“吉祥年”、“欢喜月”、“幸运日”章。
- 3、促销服务台在发放完奖后，收回收银机制小票第一联(白色联)并做好登记。
- 4、抽奖地点：4号门(肯德基侧)；
- 5、抽奖时间：当日营业时间；
- 6、领奖地点：6楼促销服务台；
- 7、领奖时间：当日营业时间；

活动4

六楼百元街酬宾送礼

活动期间，在六楼百元街同一柜组累计购物满500元(现金部分)(20xx年12月21日—20xx年1月7日之间消费部分都可重复累计)的顾客，可到该消费柜组领取价值50元礼品一份;12月29日、30日、31日期间，每天前30名光临六楼百元街的.顾客将免费获赠精美礼品一份;1月1日、2日、3日每天9:30——10:30，六楼百元街头饰区全部6折。

注:

- 1、顾客凭购物小票顾客留存联进行消费金额的累计;
- 2、免费礼品发放处:6楼扶梯口。

顾客参与流程:

消费金额超过300元的顾客，凭完整购物凭证(收银机制小票和购物小票顾客留存联)到商场4号门参加“吉祥年欢喜月幸运日”抽奖活动。

到6楼促销服务台按消费金额(现金部分)领取相应赠券(a券)、礼品券(b券)。

特别提示:

- 1、本档活动期间，各收银台需要打印两联收银机制小票;
- 2、活动期间vip卡折扣功能暂停，但积分累计功能正常使用;
- 3、其它活动实施要求及各部门工作要求安排请参照以前同类活动通知。

春节商场促销活动策划篇三

20xx年4月29日—5月2日

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季

四重喜、惊喜连连看！

惊喜一：激情五一开门送礼！

5月1日当天前300名购物的'顾客朋友，无论购物金额多少均可获得精美礼品一份，数量有限，送完即止。

惊喜二：购物抽奖抽完还送！

4月29日—5月2日，凡在本商场一次性购物满28元即可凭电脑小票换取抽奖券一张；满58元换取抽奖券两张；多买多抽。单张小票最多限抽5张。

一等奖：现金购物卡888元1名

二等奖：现金购物卡588元2名

三等奖：现金购物卡88元5名

四等奖：精美礼品一份100名

惊喜三：您购物，我送礼！

4月29日—5月2日，凡来本商场超市一次性：

购物满18元送牙刷一把；

购物满38元送500ml茶饮一瓶；

购物满68元送1.25l可乐一瓶；

购物满118元送1.5l洗洁精一瓶；

购物满168元送1.8l调和油一瓶；

(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参此活动)

惊喜四：超值换换换！

活动期间凡在本商场超市区一次性购物满18元，就可凭海报剪角加1元换购牙膏1支；一次性购物满38元，加5元可换购价值20元冲调礼品盒一盒；购物满58元，加15元换购价值60元保健品一盒。(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参加换购活动；此活动和惊喜3活动任选一项，不可同时参加)

春节商场促销活动策划篇四

迎金色奥运，宜华倾情大酬宾。

20单，约15万元以上。

通过奥运会开张这一人人振奋的背景，在人员引导、店面重新布局、特价、导购员正确导购等一系列活动的配合下，激起潜在客户购买欲望，达到实现销售的目的。

1、悬挂彩幅3--5条，在康居市场办公楼的墙上，依次再在通向门面的路上悬挂。“宜华木地板实木地板专家”、“宜华地板唯一上市的实木地板厂家”、“质量通天下，宜华地板中国地板唯一出口免检的企业”。

2、人员散发宣传页，让业务人员四人在康居木地板市场流动，

见客户摸样的人就发宣传品，声称到店询问价格的买不买都有奖品（届时可发一个打火机之类的小礼品）、特价活动大酬宾等等。并让客户记住是自己介绍到店的，交易的该笔业务给予此业务人员提成。

3、店面活动：

a特价酬宾两款88元、99元（可选库存大的两款）。

b凡是购买超过60平米以上的，赠送100元的来回出租车费用。

c交全款的，一律打8折优惠（除特价货物）。

d总经理签单优惠一天再返利5%的现金。

以上文字写在临门右手的pop招贴板上，供到店顾客观看。

4、展板宣示。展板规格x800(□),一块放在东门左侧（右边是pop画），内容是宜华公司简介，有文字、宜华城鸟瞰图、领导人参观图。一块放在西门右侧，内容是宜华公司成长足迹，用列举方式说明其取得的巨大进步。

5、导购员可以增加两名，最好统一服装、加戴胸牌。店内放音响，可以是宜华产品的介绍，可以是轻音乐。导购员记下潜在客户的信息。

此项促销活动的所围绕的'核心是让更多的潜在客户到店面选择、询问，进而通过导购员锁定客户。应此，条幅也好、店面内的招贴、展板也好主要起到的是吸引“注意到”和“来看”的目的，起到的是延长客户的注意力尽可能多的投放时间在我们的产品上，起到的是辅助作用，业务人员的邀请“到店看看”与“许诺有赠”则起到是否购买的前提作用。最后是导购员的介绍，将实惠的“实处”讲出来，这是直接决定购买的关键。

春节商场促销活动策划篇五

海阔凭鱼跃天高任鸟飞

即日起至9月30日

活动一：

- 1、凡在本店预定升学宴5桌，标准达599元/席，每桌赠送饮料两瓶
- 2、赠送啤酒两件

活动二：

- 1、凡在本店预定升学宴10桌，标准达599元/席，赠送500元礼券大礼包一份
- 2、赠送豪标一间
- 3、赠送学子洗浴礼盒一套

活动三：

- 1、凡在本店预定升学宴20桌，标准达599元/席，赠送800元礼券大礼包一份
- 2、另外赠送豪标两间
- 3、赠送学子高级密码箱一个

备注：凡在本店举办升学宴的顾客，除参与以上优惠活动外，本店同时免费提供以下增值服务：

- 1、免费提供司仪主持

- 2、免费提供电子屏，滚动播放祝福
- 3、免费提供pop站牌
- 4、免费提供音箱设备
- 5、免费提供签到台
- 6、免费提供平价酒水

春节商场促销活动策划篇六

策划书是每个公司都会做的文案，要写好策划书也是需要一定技巧的。下面是本站小编为您精心整理的春节促销活动策划方案商场版。

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列□pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内

外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

- 1、属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。
- 2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。
- 3、春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在活动中，陈列还要注意以下主要原则：

- 1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等；此外，还要安排随时检查、随时培训。

四、简洁明快的pop

空白海报和各类价格标签是最有效的传送信息工具。卖场内直接展现促销信息的 pop 中。但尽量不要过多打折，空白海报上促销价与原价同时标出。尽量以买赠捆绑的形式来促销)以示区别；尽可能减少文字，使消费者在 3 秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容；但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以防止消费者误解。价格随时变化后要及时更换价签，价格标签要醒目、简洁。不能新老价签同时使用，造成价格混乱；一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中发觉促销信息，促成购买。

五、专业导购的口头推荐

1 、严格筛选促销人员

除了先天条件外，促销人员的性格各有不同。性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种 “ 哑巴 ” 促销是

不起任何作用的使促销效果打折;只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解,其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地掌握消费者心理。而不会在遇到困难时中途逃脱;春节促销中,一般会有大量的促销赠品和奖品,除了活动组织者的控制之外,促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同,通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传送给消费者。如果放任促销人员“自说自话”只会曲解促销活动内涵,误导消费者的品牌意识,影响企业形象,因此促销语言必需规范。要标准化、人性化。规范的促销语言必需简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题。与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。制定的方法可依据春节促销活动内容。

3、引导促销人员关注消费者心理变化

因此消费者在春节期间购物时,春节消费品由于消费周期短顾客购买率高。一般不会计较买多或买少,增加单次购买量成为促销人员增加销量的技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈,促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化。且易打动的消费者,促销人员不只要在口头上介绍产品和促销活动,还应主动介绍其他关联性的商品让顾客选择。当然,这种推销方法不是针对所有人群的弄不好,也会适得其反。但是只有培养每一个促销人员注意观察消费者消费心理变化,不放过每一次促销机会才干获得促销胜利。

4、利用卖场气氛鼓舞促销士气

春节这种特定的节日气氛自身就是一个很好的条件，消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的直接面对消费者的促销人员的士气也是如此 鼓舞士气的方式多种多样。卖场内热闹非凡的购物局面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高；反之，士气低落，销量停滞。后一种情况下，促销人员要表示得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定水平上会引起消费者好奇进而抚慰消费。

一、活动主题：

“精致生活、源自金帝 ”

二、产品市场主要推广目标：

全面培育一月份整体市场销售；

抢占市场先机，争取到的最多最好的陈列位置，不输给竞争对手；

保证春节期间产品市场销售达到预期效果

三、产品诉求：

以海报□dm单、人员等为主要宣传方式，向终端消费者传达金帝巧克力高可可脂含量，纯正瑞士风味的特点，让消费者感受到金帝巧克力一流的品质、纯正的口味。

一、活动目的：借春节促销，完成公司制定的春节销售任务。

二、活动主题：“迎新春，送茶礼”

三、活动时间□20xx年1月18日——20xx年2月13日

四、活动地点：公司直营店、卖场和全国各加盟店。

五、销售目标：配货科400万；直营店300万。

六、活动内容

1、春节礼品

主要开发铁观音、大红袍、红茶、白茶和茶点，共5类11款礼品装，分别为：

铁观音系列之“泓韵m1050”(建议零售价1380元+盒)。

“天籁之音m900”(建议零售价720元+盒)；

“九香”m850”(建议零售价560元+盒)；

“美丽之饮t25”(建议零售价350元+盒)；

大红袍系列之“福尊”(建议零售价1200元+盒)；

“醉红袍”(建议零售价800元+盒)。

红茶系列之“上品红”(建议零售价700元+盒)；

“罗马风情”(建议零售价460元+盒)。

白茶系列之“白玫瑰”(建议零售价600元+盒)；

“月牙白”(建议零售价300元+盒)。

“福贵大礼包”(以茶点为主，建议零售价180元)

春节商场促销活动策划篇七

活动目的：稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售

活动时间：20__年1月27日—20__年1月31日

活动1、年到福到礼送到

活动时间：20__年1月27日—20__年1月31日

活动内容：

凡在本超市一次性购物满88元，凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个，购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款，在本超市获得相应的新年实惠。

操作方法：

- 1、卡片需加盖分场专用章；
- 2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收；
- 2、新年卡片设计制作(营销部)活动店1月24日至营销部领取；
- 3、红章制作(营销部)活动店1月24日至营销部领取；
- 4、活动兑换时间截止后1月29日将兑换商品明细及卡片交营销部；
- 5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

活动2、迎新春，贺新年，送春联

活动时间：20__年1月27日

活动内容：凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取20__年__台历一本。限50名，送完为止。

操作方法：

- 1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的发放；
- 2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

范文二：商场元旦促销活动策划书

(一)活动传播对象

1. 会员(拥有__会员卡的消费者)
2. 普通消费者(没有__会员卡的消费者)
3. 公众(暂时对__产品没有需求)

(二)活动目的

1. 以圣诞元旦两节为契机，提高公众对__的认知程度、品牌好感和口碑；
2. 提升会员对__的品牌忠诚度；
3. 提升普通消费者的__品牌的首选度；
4. 提高公众对__品牌的美誉度；
5. 新产品促销；
6. 清空过季产品。

7. 对竞争者起到一定的遏制作用。

(三) 活动时间

12月25日-1月3日

(四) 活动主题

1. 主题：___，如家人拥抱般的温暖。

2. 主题阐述：___公司在圣诞节、元旦节之际，给新老会员和消费者提供温暖舒适而且价格比平时更加优惠的服装，回馈消费者对___的支持与厚爱，让消费者在这个寒冬像拥有家人拥抱般的温暖，不再寒冷。

(五) 活动内容

促销让利+赠品+会员积分翻倍

1. 促销让利：

(1) 冬季产品一件9.5折，两件8.5折；

(2) 秋季产品一件8折，两件7折。

2. 赠品：

(1) 满100元，赠送___精美袜子一双；

(2) 满200元，赠送___精美腰带一条；

(3) 满500元，赠送___精美背包一个；

(4) 满1000元，赠送以上所有礼品并附带会员卡一张。

3. 会员积分翻倍：

会员在活动期间购买商品可享受双倍积分。

(六) 活动现场规划

1. 店门口两侧张贴主题：

“___，如家人拥抱般的温暖。”颜色以暖色调为主，一定要彰显如家般的温馨，要在顾客看过一眼之后给顾客留下美好的印象。

2. 店内位置布局：

(1) 将主打的冬装摆放于黄金位置，以价格从高到低为摆放标准；

(2) 选择部分过季产品与冬装配搭，体现整体效果；

(3) 将大部分过季的产品摆放在过季产品促销区。

(4) 选择一些样式非常好的产品，摆放在店中间显眼处，看到这些产品要给顾客眼前一亮的感觉，争取顾客能一次性就看中其中一款或者更多。

3. 店内海报张贴：

(1) 冬装海报张贴于显眼位置和主打冬装摆放区域；

(2) 将过季产品促销海报张贴在过季产品摆放区处。

4. 在店内可用空间合理布置圣诞节小物件。

5. 店内工作人员统一佩戴具有圣诞节特色的圣诞帽，穿具有节日气息的服装。

6. 人员分工：

- (1) 一人负责dm单发放；
- (2) 一人负责收银；
- (3) 一人负责赠品发放；
- (4) 一人负责商品的补充；
- (5) 三人负责导购和商品安全；
- (6) 一名店长，负责全面协调工作。

(七) 活动宣传

1. 商城入口、外墙、电子大屏幕等显眼处设立促销活动广告。
2. 店内播音室滚动播出本次促销活动内容。
3. 分配人员负责发放dm单。

春节商场促销活动策划篇八

“精致生活、源自金帝”

全面培育一月份整体市场销售；

抢占市场先机，争取到的最多最好的陈列位置，不输给竞争对手；

保证春节期间产品市场销售达到预期效果

以海报□dm单、人员等为主要宣传方式，向终端消费者传达

金帝巧克力高可可脂含量，纯正瑞士风味的特点，让消费者感受到金帝巧克力一流的`品质、纯正的口味。