# 促销活动策划方案

来源：网络 作者：落花成痕 更新时间：2024-06-23

*关于促销活动策划方案八篇为了确保事情或工作有序有力开展，时常需要预先开展方案准备工作，方案具有可操作性和可行性的特点。那么我们该怎么去写方案呢？下面是小编帮大家整理的促销活动策划方案8篇，仅供参考，希望能够帮助到大家。促销活动策划方案 篇1...*

关于促销活动策划方案八篇

为了确保事情或工作有序有力开展，时常需要预先开展方案准备工作，方案具有可操作性和可行性的特点。那么我们该怎么去写方案呢？下面是小编帮大家整理的促销活动策划方案8篇，仅供参考，希望能够帮助到大家。

促销活动策划方案 篇1

随着经济社会的纵深发展，作为大学生的我们仍无法超然物外。没有物质的消费，我们无法生存，我们是一群地地道道的消费者。而通过对大学生超市消费情况的调查及分析表明，大学生群体有着不可小视的潜在商机。

而每年寒暑假过后，各大高校学生纷纷返校，并且会购买一系列的日常生活用品，高学校区各大超市如果针对大学生返校期间进行一些促销活动，吸引刚刚返校的的大学生前来购物，必定会为超市带来可观的经济效益。

为迎接各高校学生返校，本超市特实施此次促销优惠活动，给学生提供最物美价廉的各类产品，让同学们有一个愉快的新学期。

新学期，新梦想

20xx年9月1号20xx年9月7号

乐天玛特芜湖高校店

(一)价格促销

1.特价促销产品，助学在行动

(1)特价产品范围

本项活动针对寒暑假返校后的大学生开展，各类生活用品及学习用品学生本人持身份证及学生证均有优惠，具体产品有以下数种：

①洗漱用品：毛巾、牙刷、漱口杯、洗发水、洗面奶等。

②纸类产品：卫生纸、面纸等。

③食品：泡面、饼干、火腿肠等。

④小型电器：台灯、插座等。

⑤学习用品：笔、笔记本、文件夹。

(2)特价幅度

本次活动特价产品数量多达上百种左右，降价力度达到原销售价格的5-7折。

(3)注意事项

本次活动特价产品的准备要高要求、严标准，禁止出现特价不特的情况。

(二)趣味促销

促销期间，双重好礼等你拿

1、第一重好礼

凡于活动期间每天前来购物的前二十位(按结账时的先后计)同学，每人可获赠新学期大礼包(含牙膏一盒、漱口杯一个、价值10元购物卡1张)一份。

2、第二重好礼

(1)活动对象

凡于活动第一天来我超市购物的学生，单张小票满50元，即可到我超市指定地点参与本活动。

(2)活动时间

活动第一天全天8:00-22:00，随到随抽

(3)活动规则

顾客凭结账小票参与抽奖活动，在预先准备好的抽奖箱内放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有10-60等50各不同的数字，特定不同的数字可以兑换相应金额的奖品。

(4)活动流程：顾客购物满额→工作人员确认小票金额满额→顾客抓取乒乓球→按乒乓球的号数发放价值相应的礼品→工作人员盖已兑奖的章。

(一)事前准备

1、时间进度

2、各部门责任分工

本次活动有采购部、营销部、门店三方面的人员参与与实施。

(1)采购部

工作内容要求：组织好参与厂家对特价产品你的准备，提前做好本次促销活动涉及礼品、奖品、道具等相关物品的落实，协助营销部各方面的工作。活动期间，采购部的一定人员要及时观察店内货架及堆码，货源不足时要及时补货。

(2)营销部

工作内容要求：负责本次促销活动各项执行工作的指导、活动宣传材料及广告的设计制作，超市氛围的营造，管理及监督好个部门的工作。

(二)中期操作

本次促销活动每位参与人员必须遵照流程来工作，遵守活动相关规定与纪律主要各部门负责人和店长要做好榜样作用，发现问题及时采取措施或向上反映，进行有效的促销过程控制：

1、加强与厂商的密切合作。

提前与他们洽谈好所需要的供货数量，以及合作的方式等问题，尽量避免低级错误，如产品质量、包装、赠品、货源等造成的麻烦。

2、活动现场巡视监控。

3、促销人员培训与管理

4、促销费用管理

(三) 后期延续

本次促销结束后，必须进行顾客满意度调查，了解顾客需求的变化情况，适时调整销售策略，或者为以后的活动积累经验，吸取教训。

(四)广告宣传形式

1、店内广播

① 公告特价产品信息

② 送上新学期祝福

2、店内展示板、pop海报

3、门店前广场的彩旗、横幅。

促销活动策划方案 篇2

浪漫的五一温馨的xx

4月20日—5月20日

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

1、有奖购物促销。凡在xx购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如T恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在xx广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约20xx元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

2、“xx采风，今夏清爽”———淄博xx第二届空调节。

（1）购机抽奖，互赠空调。用户在xx购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

（2）销售排行榜。xx购物广场联合消费者协会等有关部门，对4月20日—5月20日之间xx购物广场所销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

（3）主题为“空调与我现代生活”的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择相关文章。

（4）免费保养、维护，大规模的进行电话回访。在空调节前十天，每一天向新老用户赠送室外机的防雨罩，防雨罩统一印有“xx倾情奉献”字样。进行社区服务，真情奉献，树立形象，宣传带动。

（5）大范围的赠礼、特价销售活动。此外，每一天搞一个小时的竞价销售活动，提前预告，卖场拍卖。

（6）“空调节亲情电话”——购买空调的用户，均可获赠一个月的气象信息，每一天一次（晚上7：45）。老用户可享受两个周的气象信息。此活动与电信公司合作，通过预交一定的费用，定时向客户留下的电话号码播放气象信息、穿衣指数、防晒指数、舒适度指数、空气污染指数、上下班天气预报等信息。

（7）每一天早8：00第一个打入空调电话者，为幸运“采风”者，可享受半价优惠，让人惊喜，感受刺激。

（8）盛大的开幕仪式和展销活动。

3、会员“购物积分假日游”活动，从活动推出日开始，累计会员购物金额，凡购物满20xx元者，赠价值120元旅游票一张；购物满5000元者，赠价值120元旅游票两张；购物满8000元者，赠价值120元旅游票三张。把活动方案与商品信息通过中邮专送广告，传达到每位会员，以期引起他们的广泛参与。

4、“买一件T恤，献一元爱心”———淄博xx购物广场T恤义卖活动。五一节前后，在广场上举行义卖活动，每一天拿出一定的件数，所卖款项将捐赠给希望工程，活动由团委组织实施。

5、“休闲运动系列时装展”利用xx礼仪时装模特队，选择休闲、运动、时装在广场表演，配合卖场销售，主推二商场休闲和三商场体育时装类，造势销售。

6、“糖酒副食”、“洗化”类商品，是五一节消费的重头戏，为有效组合连带销售，推出xx“食品周”和xx“关爱肌肤，靓丽生活”洗化热买月。利用特价或半价拉动购买。

7、建立xx购物广场网站。全程报道xx购物广场五一节的促销活动。

1、经济台《xx信息港》栏目中全面介绍xx购物广场五一节的各项促销活动。

2、 广播电台新闻台、文艺台利用半点、整点广告分别对单项活动进行宣传。

3、利用淄博晚报、鲁中晨报各做一次整版广告。

4、营业现场广播滚动播出活动内容。

5、xx网站全程报道五一节系列活动。

6、与邮政合作组合各厂家出刊一期专送广告

7、利用上述媒体新闻报道。

1、装饰店面。利用绢花制作浪漫五一彩门，费用600元左右。

2、天井和一楼天顶处，利用花球装点，撤下红灯笼。费用1000元左右。

3、彩色气球装饰约20xx元。

4、绿色仿真植物装点1000元左右。

促销活动策划方案 篇3

1、装修活动开始之前要做好店铺的装修工作突出活动的主题将主促商品美化好。

2、营销做好店铺商品的关联营销搭配好推荐套餐例如外套打底衫裤子 等平时的促销手法也不能停如收藏有礼满就送好评送金关注送卷等。

3、选品活动商品要挑选具有优势的产品比如价格优势款式新颖质量过硬等。当然所有所售商品一定要有自信不要以次充好好的产品才会带来更多的回头客更多的好评更高的DSR评分更低的退换货率减少客服和库房的工作量降低运费成本。总之产品一定要物有所值。

4、备货活动中销量大的商品以及赠品备足货源包装耗材准备充分比如纸箱塑料袋快递面单胶带不干胶美工刀打印耗材等。

5、库存在活动开始前进行一次库房盘点工作做到账务相符即系统库存和实际库存相符避免出现超卖少卖现象。注意超卖的后果很严重将严重影响顾客对本店的影响严重影响DSR的评分以及动态评分。

6、整理这里主要说库房货物整理货位货物摆放整齐备货存放位置明确这样出货效率准确率才会提高。

7、场地活动期间包裹会比平时多很多倍所以场地方面一定要提前规划好做到人员位置合理包裹整齐摆放有利于提高整体工作效率。

8、人员合理分配各部门的工作人员以及各部门之间的相互配合。告诉大家活动期间大家要调动自己的积极性在完成自己工作的同时去配合相关部门一起完成工作大家要拧成一股绳才能高效率的完成任务。管理人员要发挥好协调的.工作。

9、培训特别是客服的培训活动量的巨大需要客服做好和客户之间的FAQ疑难解答。活动过程中每个客服的旺旺需要面对几百、甚至上千顾客的问答做好顾客分流工作尽量让老客服多分担一些顾客提高工作效率这需要技术支持。

10、交接部门与部门之间的交接部门内部之间的交接库房和快递之间的交接都要做好。特别是库房和快递之间的交接一定要清清楚楚避免丢单落单现象这个很重要。

11、安全做好安全检查工作不需在关键时刻物业停电、停水灭火器是否可正常使用网络瘫痪系统崩溃等硬件设施的检查维修工作要做好。

12、饮食提前为大家定制好饭菜饭菜一定要比平时好犒劳辛苦劳作的兄弟姐妹们。这样大家工作起来更给力。

活动进行中最忙最亲苦的要数客服和库房的兄弟姐妹们了各部门负责人这个时候要配合、协调好他们的工作加上之前的准备工作已经做得很到位售中的时候鼓舞大家的士气是最重要的。最好在配备一个勤务员专门为客服和库房的员工服务比如端茶倒水、分配饮食等细微工作好让他们专心做事。

货物发出后接踵来而的就是客户反馈这个时候客服人员要做好心理准备耐心细心的解答客户所遇到的任何问题神经不能有半点松弛不要以为接了单就没事了处理好客户的问题会减少不必要的退换货。将客户退换货的问题标示清晰方便库房分拣。 库房统计退换货的商品将残次品上报给采购部门及时进行处理。

促销活动策划方案 篇4

一：选好活动主题

活动主题是活动是否成功的灵魂，每个季节的主题不一样，我们策划时要选好活动主题。

常规主题：

一年有元旦、五一、国庆、三大节。还有七八月份的学生购机季节。年底旺季。本店的周年庆的常规主题。

非常规主题

需要策划者的创意，如诺基亚特卖会、以旧换新、买手机送美元、买手机送电视、买手机推车来。

创意：

任何一场成功活动，都离不开好的创意，创意可以灵机一动的一个点子如：手机下载卡、8元购机、猜谜语、抽奖、抓现金。

创意从那来?

1 围绕活动主题充分展开想象，

2 借鉴平时注意收集各个行业的活动内容积累多了一定会用得上

3 经常登百度搜促销、北斗网的促销专区、昵图网的促销图片、8835手机网。提取创意素材存在一个硬盘内。

4 做好的单页定稿时给同事看看，有时同事的建议也是闪亮点的创意。

二：活动如何开展 ：

宣传造势：

任何成功一场活动，都离不开一个良好的宣传。宣传的形式取决于你的活动规模，如乡镇的活动一般都有当街的规律，人员可以在一个上午8点多迅速集中，12点以后人员就慢慢减少，规模可以小点。我们不需要头入太大的活动费用。县城活动人员是散开的，我们宣传时要告知给更多的人包含各个乡镇的顾客，宣传费用必然更多。

宣传工具：

1：单页：

优点：成本低、见效快、1万张单页1000元左右。

缺点：现在基本上所有的店面活动都用单页

电视飞播：

优点：覆盖面广，一天200元左右。一般要发一星期，1400元。

缺点：一般飞播字幕几十秒，不容易记忆。

2：短信群发：

优点：高覆盖，可以精准覆盖，一条5分，一万条500元。

缺点：短信的内容要求有吸引力不然会会被别人当垃圾短信。

3：游车：

优点：活动造势加大影响力，一天200元左右，一般要3天到5天。1000元左右。

缺点：不容易记忆，活动内容。

4：过街条幅：

优点：成本低，悬挂时间长，一条80元，一般要十条左右。

缺点：表达内容不多，一般用于开业、大庆典。

5：腰鼓队：

优点：活动造势加大影响力，一天500元左右。

缺点：现在腰鼓队用多了没新颖，一般开业用。

6：路演：

优点：迅速聚集人气，活动造势影响力大，一场天XX元左右。

缺点：成本投入大，如果没有达到一定的销量，可能导致活动亏损。

不同的活动，根据你的活动需要，选择不同的活动工具，达到最佳的宣传效果，其最终目的是以最低的成本将活动放大到最高的利益。

门店造势：

门店造势是组合立体式顾客感知过程包含：(音响、视觉、服务、人气组合起的一种氛围。)

门店造势工具：

音响：

活动要保证有一个良好的音响效果，如果你在搞活动，对面同行比你的音响还大，完全压制了你的音响，可以想象的活动效果是不可能有好的业绩。

彩虹门：

如果不是自己常用的彩虹门，一定要提前检查彩虹门是否有用，鼓风机是否正常。

店内：

门头条幅、气球门、地帖、橱窗、墙壁、吊排、的主题色调是否突出一致。

店员：

服饰统一、营销话术和活动内容是否一致。

活动中：

活动的组织者要时刻把握活动中的传递出来的信息，做出相应的调整。

如生意差时，改善氛围，放大音箱，用麦克风广播活动内容，在店外周边派发单页，吸引人气，店员疲惫士气低落，设定容易完成小目标，鼓励店员发挥最佳状态，激励店员斗志。

生意火爆时，抓准客户、快速成交法，加大成交率。

活动后：

核对款项，整理物料。清点商品。

促销活动策划方案 篇5

旺季抢量，同时强化×××音乐手机，完美音质的形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。

主题：完美音质，随身畅响

20xx年12月20日-20xx年2月15日，凡购买×××音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍：该赠品为便携式旅行小音箱，主要的用户利益点在于手机音乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻，随时随地播放手机中存储的音乐。

促销活动的开展方式：此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。

礼品采用先冲帐后核销的办法。

根据各地促销活动其间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。 配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员;另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备。k098，k028，k128必须配真机。

陈列和形象更新。为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，各地务必在大卖场，核心售点，专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做

专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在XX市投放的的临促数量(300名临促)，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

\*注意元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，第1，2天，省会城市，二级地市的人流量会大，第1天的销量会达到平时7-10倍，第2天达到平时的3—4倍;第3，4，5天，人流回落到地市，县城，乡镇，销量为平时的1.5—2倍;第6，7天，一级城市又有所上市，但总量增长不大，和平时周末类似。各地注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

\*元旦当天要准备低价格机器冲量。比如：k218等。

预防问题：赠品的流失问题，必须有严格的流程控制，促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品，都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。要设定促销目标，开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

附：

终端赠品发放登记表

售点名称： 填表人：编号顾客姓名联系电话手机型号手机imei码赠品名称/数量赠品库存表期初库存实销数量送出赠品期间补货期末库存备注：是否有其他损耗，请在下面注明原因

促销活动策划方案 篇6

元宵节是我国的一个非常有中国特色的传统节日，在这一天，看灯会，猜灯谜，闹元宵已从好几千年延续至今。此外，由于我国对传统节日越来越重视，越来越关注。如若在这一天，您到超市逛逛，您定会发现，超市里张灯结彩挂起了各式各样的谜语，如若猜对了，揭开谜底，可到超市服务台换取精美小礼品一份。这是最常见的商超元宵节促销活动。

张灯结彩大闹元宵

20xx年正月十一至正月十五

活动一：正月十五元宵灯谜猜猜猜

活动期间，在本商场或超市各个楼层悬挂灯谜，每位客户均可参加此猜谜活动，猜对者均可到总服务台领取相关礼品一份;

活动二：吃元宵 甜蜜蜜

活动期间，凡购买汤圆满20元者，均可送“福”字小对联一幅，吃得越多“福”越多。

活动三：庆元宵 抽“元宵券”

活动期间，凡在本商场或超市购满60元者，均可凭小票到服务台换“元宵券”一张，并兑换汤圆一份。满120元者，可获元宵券两张，可兑换汤圆和开心果各一份，以此类推，可领得不同赠品。

活动四：做元宵，包汤圆，比比谁家最团圆

活动期间，举行包汤圆大赛，活动前期，通过发dm的形式在客户里进行宣传，凡有兴趣者均可参加，报名条件不限，此外邀请各大商场管理人或其他知名人物担任评委进行评比，并设置相应的奖项，一等奖可送省内全家两天游，二等奖可送全家福艺术照一套，三等奖可送全家团圆饭一桌，鼓励奖可获精美礼品一份。

促销活动策划方案 篇7

感恩大回馈，燃情12月

12月6日(六)--12月25日(二)

活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长10%。

疯狂时段天天有

a)活动时间：12月6日-12月25日

b)活动地点：1-4楼

c)活动内容：活动期间，周一至周五每天不定期选择1个时段(在人潮高峰期)，周六至周日(另含24、25日)每天不定期选择2个时段，在1-4f选1家专柜举行为时20分钟的限时抢购活动，即在现价的基础上5折优惠。(抢购期间所售商品，建议免扣)

2.超市购物新鲜派加1元多一件

a)活动地点：-1f

b)活动时间：12月6日-25日

c)活动期间，凡当日在我商场一次性购物满28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)

d)等级设置：

购物满28元加1元得1包抽纸(日限量500包)

购物满48元加1元得柚子一个(日限量200个自理)

购物满88元以上加1元得生抽一瓶(日限量100瓶)

3.立丹暖万家冬季\"羊毛衫、内衣、床品\"大展销

a)活动地点：商场大门外步行街

b)活动时间：12月6日-20日

c)组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。(建议降扣，让厂家以特价进行销售)

4.耶诞礼品特卖会

a)活动地点：商场大门和侧门外步行街

b)活动时间：12月21日-25日

c)组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

5.耶诞\"奇遇\"来店惊喜

a)活动地点：全场

b)活动时间：12月24日-25日

c)活动内容：活动期间，圣诞老人将不定期出现在各楼层卖场，凡当日光临本店的朋友可在店内寻

找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。特别提醒：在12/24关店时，出店顾客还可以得到一份特别的关店礼!数量有限，送完为止。

6.\"耶诞欢乐园\"激情圣诞夜

a)活动地点：大门外步行街

b)活动时间：12月24日、25日晚上7：30-9：00

c)活动内容：为了营造节日的热烈气氛，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

1.媒体宣传：

a)dm宣传单：于12月6日通过夹报和入户派发的方式发放2万份dm宣传单。

b)报纸广告：12月5日在《==晚报》上发布半版活动信息广告1期;

1.超市购物新鲜派加1元多一件

500元×19天=9，500元

2、耶诞\"奇遇\"来店惊喜

2，000元

3、\"耶诞欢乐园\"激情圣诞夜

15，000元

4、报纸广告及其他宣传费用：

20，000元。

5、活动及圣诞气氛布置

10，000元

6、合计

56，500

本次活动费用，百货部分，可参照去年，通过圣诞气氛布置费用，按厂家每平米加收1元进行分摊，超市建议让厂家承担4000元。

促销活动策划方案 篇8

：感恩大回馈，燃情12月

12月6日(六)——12月25日(二)

活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长10%。

疯狂时段天天有

a) 活动时间：12月6日-12月25日

b) 活动地点：1-4楼

c) 活动内容：活动期间，周一至周五每天不定期选择1个时段(在人潮高峰期)，周六至周日(另含24、25日)每天不定期选择2个时段，在1—4f选1家专柜举行为时20分钟的限时抢购活动，即在现价的基础上5折优惠。(抢购期间所售商品，建议免扣)

2. 超市购物新鲜派 加1元多一件

a) 活动地点：-1f

b) 活动时间：12月6日-25日

c) 活动期间，凡当日在我商场一次性购物满28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)

d) 等级设置：

购物满28元加1元得1包抽纸(日限量500包)

购物满48元加1元得柚子一个(日限量200个自理)

购物满88元以上加1元得生抽一瓶(日限量100瓶)

3. 立丹暖万家 冬季“羊毛衫、内衣、床品”大展销

a) 活动地点：商场大门外步行街

b) 活动时间：12月6日-20日

c) 组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。(建议降扣，让厂家以特价进行销售)

4. 耶诞礼品特卖会

a) 活动地点：商场大门和侧门外步行街

b) 活动时间：12月21日-25日

c) 组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

5. 耶诞“奇遇” 来店惊喜

a) 活动地点：全场

b) 活动时间：12月24日-25日

c) 活动内容：活动期间，圣诞老人将不定期出现在各楼层卖场，凡当日光临本店的朋友可在店内寻

找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。特别提醒：在12/24关店时，出店顾客还可以得到一份特别的关店礼!数量有限，送完为止。

6. “耶诞欢乐园”激情圣诞夜

a) 活动地点：大门外步行街

b) 活动时间：12月24日、25日晚上7：30-9：00

c) 活动内容：为了营造节日的热烈气氛，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

1. 媒体宣传：

a) dm宣传单：于12月6日通过夹报和入户派发的方式发放2万份dm宣传单。

b) 报纸广告：12月5日在《==晚报》上发布半版活动信息广告1期;

1. 超市购物新鲜派 加1元多一件

500元×19天=9，500元

2、 耶诞“奇遇” 来店惊喜 2，000元

3、 “耶诞欢乐园”激情圣诞夜 15，000元

4、 报纸广告及其他宣传费用： 20，000元。

5、 活动及圣诞气氛布置 10，000元

6、 合计56，500元

本次活动费用，百货部分，可参照去年，通过圣诞气氛布置费用，按厂家每平米加收1元进行分摊，超市建议让厂家承担4000元

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找