# 最新珠宝店七夕活动策划方案通用(9篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-10-10

*最新珠宝店七夕活动策划方案通用一缘定今生，爱在七夕xxx年x月x日——xxx年x月x日由于淡季美容院的业绩不够理想，为了促使经济效益得到增长，这次的活动主旨就在于通过七夕情人节来为美容院扭转颓势提升业绩。依靠多种渠道对美容院进行宣传，扩大美...*

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用一**

缘定今生，爱在七夕

xxx年x月x日——xxx年x月x日

由于淡季美容院的业绩不够理想，为了促使经济效益得到增长，这次的活动主旨就在于通过七夕情人节来为美容院扭转颓势提升业绩。依靠多种渠道对美容院进行宣传，扩大美容院加盟店的品牌影响力，从而提升店面形象和人气，达成刺激顾客的消费行为。

1、将客户的信息资源进行全面整合后，通过平台渠道发布活动的具体方案。比如说利用店外led灯、电话短信、网络媒体等形式向顾客发布此次情人节优惠活动。

2、在情人节那天，必然会有大量的情侣们互相之间赠送礼物，而这些礼物大部分都是鲜花、玩偶、巧克力、珠宝首饰、音乐盒、香水、化妆品、打火机等等物品。那么美容院就可以联合周边其它店面例如电影院、鲜花店、餐厅、珠宝店等商家来共同举办这次的促销活动，从而提升美容院的影响力号召力。

3、活动方案要灵活，而不是墨守成规地死板执行。每家美容院都应该根据自己店面的实际情况来调整、更改或补充促销计划。

1、大家都知道，七夕情人节是为了纪念牛郎织女两之间凄美的爱情故事。牛郎与织女真心相爱却不能长相厮守，那么我们通过这个故事就要更加珍惜自己的爱人。美容院可以举办一个情侣或夫妻间的合影活动，从客户的微博、qq、微信等通讯工具或是在现场收集并征集情侣照、夫妻照、全家福等等。在x月x日的当天，随机抽取10张照片出来，即可获得美容院价值一定金额的护理卡一张。

2、联合当地附近的各大商家、比如珠宝首饰、婚纱摄影店、化妆品店等联合冠名提供活动礼品。凡是活动期间在美容院内消费满520元的顾客，均可以享受到周边商家优惠活动。

3、许多情侣在情人节当天都会选择去电影院看一场符合气氛的影片，比如爱情片。那么美容院就可以针对这个现象，在活动期间每天给消费金额排前10名的顾客免费赠送电影票兑换卷两张。

在活动期间做好宣传工作是非常重要的，特别是对于宣传内容的标语和图片一定要精心设计，着重强调符合情人节的浪漫气氛。另外要制定好业绩目标，将任务合理安排给美容院的工作人员，要做到人岗匹配，各司其职。在活动结束之后要及时地为美容师们进行奖励，鼓舞团队士气，使大家在淡季中也能用斗志昂扬的精神面貌去迎接每一天的工作。

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用二**

我的情人节浪漫，我来作主!——爱恒信珠宝点亮20xx2.14情人节

这一天，天使的眼泪凝结成钻石，原来爱，早有天意。

你可曾知道，在时间的最初，世界一片荒蛮，有颗钻石已经降落到地底因为这段感情，祝福划落爱神的脸庞，那划过的弧线便是这一生注定的邂逅，冥冥之中，爱有天意。

有些爱，早已命中注定是万亿年，远古苍茫大地与浩瀚宇宙，这颗眼泪被神静静包裹着，凝结成唯一的一颗。是幸福是祝福亦是瞬间感悟，那璀璨切面，映出的灿烂笑容，今生，命中注定只为你一人绽放。

20xx的情人节，浪漫如期而至，爱恒信珠宝捕捉“她”在收到钻石那一刻，眼中无尽惊喜与幸福幻化的璀璨泪光，以爱之名，用钻石把瞬间凝固成永恒。让你眼中的她因钻石而得到心仪已久的幸福。

世人相信，每段感情都早已注定，而爱恒信相信，钻石是这份天意唯一的见证。在时间的最初，爱神为每一段姻缘落下的一颗晶莹泪珠，从天堂滴落地心，凝结着祝福与祈愿，经历亿万年的情境交错，在这个特殊的日子寻到她真正的归宿，化成她喜极而泣的眼中那晶莹泪光。

希腊传说中，钻石本就是天神的眼泪，形成于33亿年前，超越了时间和自然的力量，经历了难以想象的旅程，来到我们面前，带着从未黯淡永恒坚定的光芒，见证每一段被爱神以泪祝福的爱情。没有任何事物比钻石更能喻示真爱的特质：坚韧璀璨，经历时间空间转换仍历久弥新，而最为重要的是，它象征天长地久的永恒，33亿年，在天荒地老之前就已经为爱而生。还有什么，能比在庆祝爱情的这一天，用钻石永恒光芒照亮她的笑容更美，勇敢说爱吧，以钻石的名义，这爱是被上天祝福的宿命。2月14日，爱神的眼泪坠落人间，照耀注定数十亿年的幸福。

当爱情命中注定，就有一颗钻石为你们存在

她是人类目前所知最坚硬的天然物质，比地球上硬度仅次于她的矿物质还要硬58倍。“钻石”一词来源于希腊语“adamas”，意为不可征服的，———如人类的爱情。

我们用钻石表明爱的坚定，我们用钻石证明一生一世的誓言，从浪漫到坚贞，钻石涵盖了爱的所有美丽语言，那顽强而灿烂的光亮，闪耀着冥冥之中无声的约定，亿万年至今，生生不息。

希腊人认为钻石是天神的泪珠，每一段爱情都已经为上天注定，爱神的那滴眼泪凝聚祝福与保佑，经历数十亿年的历练，到达主人手中，终于见证预言成真，幸福的永恒。

不仅是神话，每一颗钻石，都是跨越艰难才来到主人手中，那璀璨光芒中闪烁着缘分与天意。最年轻的钻石，都有九亿年的故事，它们形成于高温高压的地球深处，直到强大的力量把它们和火山熔岩一起送上地表，这地表之旅充满危险，它们可能被岩浆湮没，亦可能变成二氧化碳气体，或者受水流冲刷，被埋没于泥沙之中，等待被人类发现的那一天。一块钻矿石，经过划线，辟开，打磨和切割，天然的璀璨光芒才能破茧而出，为有情人见证永恒，凝视那一颗经历了千辛万苦才映射会心笑容的钻石，你一定会明白，这正是爱，动荡和磨砺，时间空间自然的改变，都无法磨灭真爱璀璨而顽强的闪烁，即使天地黑暗，那一点钻石光芒，足够照亮希望，指引爱情方向。

属于你们的钻石是独一无二的，因为你们爱情是独一无二的

刚开采出来的钻石在进行切割和打磨之前会依照切工，净度和色泽分选入多达16，000隔不同的品类，钻石的4c标准(颜色，重量，切割以及净度)，决定了世界上没有两颗完全相同的钻石，——如爱情。

谁说，幸福的人都是相同的?每一段爱情，从缘起到牵手，再到永远，都是独一无二，唯有以钻石的璀璨方能呼应你们对幸福的感念。人们相信，钻石是有灵性的宝石，能够呼应出拥有人的独特气质，闪耀主人的真我光彩。每个女人都希望自己是特别的，尤其在爱她的人眼中，她值得最好的。用钻石赞美她的独一无二吧!闪耀默契的光芒，沉静而灿烂，那是心心相印的自豪，是属于你们的`独特的印记，刻在彼此心上，如钻石闪耀，永恒不灭。

2月14日，西方浪漫的情人节，地球上每个角落都在宣扬爱情，同一时刻，闪耀各不相同的感人瞬间。用钻石告诉她，她是特殊的，是这世间独一无二的只属于你的幸福，她值得这一颗命中注定来到她手中的钻石，那灿烂光芒，是你们无声的约定，上天见证，你们相爱，不离不弃，即使如钻石一般经历沧桑变迁，仍然顽强闪亮真爱光芒，这钻石，是爱神用眼泪凝结的祝福，也是期待，数十亿年的约定，因你们而圆满。

璀璨美钻：

经年累月的大自然奇迹

钻石是极之罕有的天然瑰宝。每颗钻石的独特个性与其背后不同的故事赋予它更人性和珍贵的价值。过去数百年来，钻石一直见证人类每个重要的时刻。今日，钻石继续以神秘浪漫气质令世人倾倒：戴上爱恒信钻石，见证幸福永恒的爱!

以上内容做成大的展板，通过文字的包装描述来表达钻石的情感载体。进而提升品牌美誉度，促使消费者对钻石的拥有欲望埋下伏笔。

1、店外布置：x展架、悬挂活动主题条幅、2米(高)\*2.5米(长)kt板加背胶展板

2、店内布置：布置成浪漫氛围，吊旗、心形粉色汽球搭成拱门、玫瑰花在橱窗集中展示并写上花语、情侣大公仔展示

3、音乐：情人节快乐、你最珍贵、知心爱人、情深深雨蒙蒙

4、物料：宣传单张、品牌册、x展架、横幅、kt板、礼品、寻宝标签

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用三**

2月14日是西方的情人节，由于国人越来越珍视民俗节日和西方文化，再加上商家每年大张旗鼓的宣传炒作，情人节已经成为情侣必过的节日之一。

珠宝行业作为情人节主力商品之一，借情人节的巨大商机给钻饰节带来一个好的开端。

2月6号—2月14号

爱你一世真爱相伴

凡进店购物者送玫瑰一支，成交顾客送一个红包（价值x元的抵扣卷）

1、“爱你一世缘定今生”倾力为您打造不用您操心花钱的高雅且浪漫婚礼，

凡在本店购买情侣对戒第二件半价

凡在本店购买其它钻石饰品3700元送价值元定制婚纱一套

凡在本店购买其它钻石饰品5700元送价值元浪漫结婚照一套

凡在本店购买其它钻石饰品17000元送价值元蜜月双人游

2、“爱我、你敢承诺多久？”见证你们的爱，让爱保值、让爱升华。

凡活动期间来店购买钻石饰品，均可参与“爱的承诺”活动，写下爱的誓言。并签下双方的真实姓名及盖上手印。

珠宝公司承诺：四年后可凭相关证件我公司按原价回收所购产品，如不愿回收，可赠送一件价值元饰品。可续签承诺书，六年后来店，可得到原产品价格一半的钻石饰品。

3、“浪漫佳节金玉良缘”

活动期间黄金冰点价0利润惠动全城，

翡翠、银饰品买元送元

4、“情人节抢购会”

活动期间，每天13点14分到下午2点14分举办一场特价金镶玉抢购会，原价元和元的高档千足金金镶玉，只卖元和元，每场抢购会两款各卖13件和14件，限时抢购，售完为止。

注：每逢到点抢购会时，提前15分钟广告宣传，确保店内和店外的朋友都能听到。

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用四**

转眼两个多月过去了，在大家的帮助和自己的努力下，我在工作上收获了很多，也有很多的思考和体会。为了更好地做好今后的各项工作，现对以往的工作做一下总结并为公司提出一些的建议。

我是二月份进入我们公司的。入职以前，我对王府井的商圈的情况作了一番仔细的调查。我发现王府井商场虽然交通便利，周围人口密度也大，但潜在的消费能量却没有释放出来。主要的原因是这里虽然人口密集，但居住的人群大多是原先大型国营企业的员工，他们在改革开放后的收入每况愈下，很多企业破产重组，家庭收入积累较少，在奢侈品的消费上非常苛刻。另外，一些新移民虽然买了房子，但大多是年轻人，房贷负担和收入微薄也让他们在珠宝首饰消费上很谨慎。还有，这里虽交通便利，但这里是个快速公交通道，很多人只是路过这里，因为这里的没有政府的办事机构和繁华的商圈，他们并不在这里停留消费，这样，王府井商场不太容易吸引来高端消费群体，给奢侈品的销售带来了很多困难。基于以上情况，我入职后更加注重提升自己的业务能力和销售技巧。主要是从以下方面做出努力

1、迅速了解我公司的企业文化、产品定位和销售策略熟悉一个公司的企业文化和产品定位是做好工作的基本条件。

我原先所在的公司是一个创办时间较长的公司，公司非常注重对员工企业文化的教育和熏陶，使员工能把公司的历史和理念作为自己行为的有机组成部分自觉行动。但各个公司的文化没有高低贵贱之分，只有文化和公司本身融合与匹配程度的区别。新的公司有新的文化理念，我要尽快融入新公司的文化中，克服老公司文化对自己认同新公司上的影响。

通过学习，我知道德瑞恩公司是一个充满新生命力的公司，致力于达到“让每一位渴望拥有钻石的人都能够得到适合自己的钻石”的目标。公司尊尊每一个人的情感独特性和性，就像钻石的每一面都有不同的光泽一样。充分体现了崇高的人文精神和人性关怀，让钻石充满温度，散发着迷人的芳香。

我们公司经过近二十年的发展，通过与国际顶尖钻石生产机构的合作，已经形成了设计、开发、生产包装到销售的一条龙产业模式，让消费者真正享受与世界同步享受全球钻石资源。

这给我们的销售增强了必胜的信心和强大的保障。公司高起点整合资源，在渠道开发、产品设计、价格竞争、质量保证、全程服务、宣传推广等方面都做了很好的顶层设计与思考，使我们的公司的销售策略非常明晰。为我们的努力指明非常准确的目标。

2、提升自己的销售能力和技巧作为一线销售人员，销售能力和技巧直接关系到公司销售目标的达成。销售能力是一个终端销售顾问综合实力的表现。

在认知上，销售人员要充分了解产品的性质和特征，赋予产品美好的故事，让顾客买产品的同时，获得更多的精神超附加值，增加对产品的认同度。

在情感体验上，销售人员要赋予产品不同方式的美感体验，要近乎痴迷的热爱自己的产品，这样才能对顾客进行情感传递，让顾客佩戴钻石的时候，内心充满温暖，充满爱的力量，增加对产品的忠诚度。

在行为表达上，销售员要学会高超的产品展示技巧，要换位考虑对方的佩戴需求并合理展示。销售顾问是消费者的镜子，标准完美的展示会让顾客看到自己佩戴钻石高贵的形象，促成购买并形成连锁购买效应。为消费者设计佩戴方式和传授保养方法，会让消费者成为流动的宣传员，让你的产品无时无刻都在说话，从而增加产品的知名度。

3、认真观察消费者的消费心理消费心理是消费者在消费前、消费中、消费后的一种动态的心理过程。包括了对产品的直觉判断和理性权衡，也包括产品咨询、试戴和购买全程的情感体验。这些微小的细节我们都必须察觉，及时发现顾客的购买顾虑，引导顾客准确表达需求并及时解决，这样顾客就会放心购买，减少顾客到别的单位对比，引发恶性竞争和跑单现象。

4、加强团队合作与销售配合团队的整体心理结构与销售业绩的提升关系很大，尤其以女性销售为主的团队里，团队的整体心理相对复杂和微妙。入职以来，我积极与店长沟通，了解整体销售目标和管理目标，自觉遵守各项规章制度，做到以身作则。与其他同事交流销售技巧并共同探讨销售中遇到的问题，使大家的劲往一处使，心往一处想。当然还要合理摆正自己的位臵，认真把岗位职责要求的工作做好，与大家做到无缝配合，并在恰当的时候发挥自己的主观能动性。

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用五**

拥有200亿美元/年销售额的中国珠宝市场，如一块巨大、诱人的香气腾腾的蛋糕，吸引了无数厂家来分一杯羹。目前，中国的珠宝市场，以“谢瑞麟”、“周大福”为代表的香港品牌和以“戴比尔斯”为代表的国际品牌，携资金、品牌、管理、渠道等各方面的优势纷纷登陆祖国内地，同国产品牌“老凤祥”、“戴梦得”等，上演了一场刀光剑影的珠宝市场争夺之战；而位于二线及三线品牌的一些品牌，也不甘示弱，则直接打起了价格战，使竞争几近白热化程度。

经过市场调研，我们发现以下的市场营销策划问题：

1、珠宝品牌竞争手段低层。现在各厂商的目光都聚焦到了广告、价格这些比较低层次的竞争手段上，还没有进入更高层次的服务与形象竞争的范畴。各大品牌皆通过价格战来建立市场份额，是目前竞争中最习以为常的手段之一。

2、品牌形象及个性十分贫乏。各珠宝品牌由于长时间的品牌个性没有鲜明地塑造而出，给人一直都是很模糊，以及在品牌的内涵上十分浅薄，便给人感觉缺乏品牌魅力，由此带来了品牌的形象贫乏。

3、营销管理涣散。由于疏于管理，使得市场部以及位于市场销售第一线的销售人员处在一种散漫的状态，市场基础工作较差。

4、公司士气低落，缺乏凝聚力和核心向心力。

针对以上问题，我们走访了目标消费群、一线产品销售人员及企业内部管理人员，市场营销策划并暗访了主要的竞争对手一线销售情况，对市场畅销品种、价格状况、渠道情况、促销情况有了比较深的了解，同时我们还就产品卖点、品牌定位、消费者品牌喜好、推广方式、媒介喜好等做了一系列的专业测试，最终形成了以下市场策略：

1、树立产品品牌、打造品牌个性，并要遵循个性鲜明、易于传播的原则；

2、在传播上，要巧妙借势，争取达到“四两拨千斤”的效果；

3、销售终端展示一定要建设好，努力营造一种高贵、时尚的氛围，以提升品牌的含金量和档次；

4、坚决不打价格战，以避免对品牌形象造成的不利影响，不过通过一些巧妙的事件营销，给消费者实现间接让利，进而吸引消费者；

5、重新塑造服务体系，并通过各种直观的方式直接传达并影响消费者，通过企业软件的建设，全面打造产品的竞争力，使消费者放心购买，逐步培养客户的认知度和忠诚度。

珠宝营销策划案例

这次珠宝营销策划主要从两方面进行策划分析，第一部分是整合营销策划，网络营销策划是进行珠宝营销的思想第二部分是根据任主你提出的在春节、情人节、元宵节三节合一的营销策略，希望对你有帮助。

第一部分：整合营销策略

（1）以重大节日为销售导向，强化产品情感诉求：立足五一、十一、元旦、新年四大重要销售旺季，以该阶段主要消费人群为核心，挖掘每个节日的核心情感诉求作为销售导向，通过放大情感需要，配合大力度促销优惠政策，结合报纸、广播、终端达到促进销售的效果。这方面的营销策略就是下面所要叙述的三节合一的策略

（2）结合重要事件，借势炒作，提高品牌曝光率：借助媒体对重要事件的聚焦关注，发现xxxx珠宝同重要事件的结合点，将消费者的关注从事件转嫁到对xxxx珠宝品牌、产品的关注，提高xxxx珠宝品牌知名度、美誉度。在重要事件营销策略中，20\_年的大事件就是5月份—10月份的世博会，我们是不是也可以利用这件事进行营销？例如20\_的汶川地震有个珠宝公司制作了“川型珠宝链”以及王老吉的捐款都使公司企业形象得以提升和营业额增加，不过这不是我今天的任务，只是给任主提个醒

（3）加强同目标群体的沟通，提高其品牌忠诚度：通过提高vip服务质量、vip线下活动、开设珠宝讲座等，企业营销策划加强xxxx珠宝同目标群体的信息传递，不断向其灌输xxxx珠宝的品牌、产品特点，提高目标群体对xxxx珠宝的品牌认知、品牌忠诚度。

（4）加强异业合作，扩大潜在目标客户群体：通过整合银行高端客户资源，开拓直接客户群体信息接触终端，扩大xxxx珠宝品牌影响，扩大xxxx珠宝潜在目标客户群体，扩展销售渠道。

（5）合理分配传播资源，有效提高传播效果：依据xxxx珠宝品牌及产品特点，结合目标人群信息接触习惯，合理分配报纸、电视、广播、终端、网络等传播资源配比，从而有效提高传播效果，品牌营销策划达到传播效果集约化、最大化。

第二部分：三节合一营销策划

备注：以下有需要用到珠宝公司名称的地方用xxxx代替

方案一、新年促销方案

活动时间：

元月29日——2月18日

活动主题：鸿福临门，新金添喜/新金送福，虎年添喜——xxxx珠宝新年大喜，福运红包送给你岁岁福临门，年年添金喜——买珠宝，送福气，拿红包，xxxx珠宝旺新年策划思路新年是消费者在本年的最后一次消费热潮，市场必然洋溢着各种节日喜气，用“鸿福临门”来表达人们对新的一年能有更好的“福运”的美好憧憬，借助各、种表达“福”“喜”的传统礼品来祝福消费者，通过传统的“现金红包”来将新年促销推上高潮。

促销内容：

1、金玉满堂购素金首饰满1000减30元；购铂金首饰满1000减80元；珠宝镶嵌类饰品5——7折，折后满1000再减50元；

2、鸿福临门2月14日（大年三十）前，汽车营销策划案例购买任意首饰珠宝消费者均可获得xxxx珠宝新年福运礼包一份（福字贴、新年对联、新年红包袋）；

3、年年有余2月14日前，凡购买任意珠宝首饰，满2888元，送50元年货（中百购物卡50元）满4888元，送100元年货（中百购物卡100元）满8888元，送300元年货（中百购物卡300元）

4、恭喜发财2月14日——2月18日（年初一至初五）购任意首饰满1888元，送58元红包满3888元，送88元红包满6888元，送168元红包满8888元，送188元红包要点：“中国结”

1、在任主珠宝公司全国各分店内悬挂各种带有传统喜气的挂饰，“红、、灯笼”“福字”等；

2、各种宣传品以“红”色调为主，渲染出一片节日喜庆氛围；

3、制作新年首饰导购手册，将各类xxxx珠宝产品标上祝福语向消费者发放。

4、店门口放置大型pop展板，画面以“鸿福临门，新金添喜”“虎”为主题；

5、12月10日——12月20日物料设计制作：吊旗、报广、宣传单页、pop展板、网络营销策划案例xxxx珠宝红包（3000个）设计制作、xxxx珠宝福字礼包制作10000份（含赠送vip）；

6、12月20日——12月25日店面布置物料采购：中国结、红灯笼、福字；

7、12月28日店面布置完毕。

方案一：xxx珠宝迎新春，送金喜，祝江城人民金玉满堂，全场珠宝打折直减；祝各地人民鸿福临门，购珠宝就送福运大礼包；祝全国人民年年有余，购珠宝就送中百购物卡；营销策划案例分析恭喜各地人民新年发大财，购珠宝满就送红包。“新年购珠宝得个好彩头”——xxxx珠宝迎新年向人民送福运“新年金饰为您添旺气”

活动时间：

20\_年2月10日——20\_年2月14日（由于春节前会放假，所以宣传提前）

活动主题：

只要有你在身边，天天都是情人节——xxxx珠宝帮你为她营造完美情人节策划思路：20\_年情人节正值春节，（农历一月一日）消费者多数和家人一起过，这对很多情侣来说，情人节得在新年前过了，通过提出“提前过情人节”的新想法，从而避开其他商家的促销锋芒，提前抢占情人节市场先机。

促销内容：

1、凡在促销期间购买xxxx珠宝产品；满1999元，赠1束玫瑰、贺卡、情人节甜蜜礼品一份；满3999元，赠1束玫瑰、1盒巧克力、贺卡、情人节甜蜜礼品一份；满5999元，赠双人烛光晚餐、1盒巧克力、贺卡、情人节甜蜜礼品一份；

2、购素金首饰满1000减30元；购铂金首饰满1000减80元；珠宝镶嵌类饰品5——7折，折后满1000再减50元；

执行要点：

1、鲜花、巧克力、烛光晚餐均可由相关企业提供兑换券，无需使用实物，汽车营销案例消费者购满即可兑换券，这样也可避免库存礼品；

2、2月1日——2月8日物料设计制作：宣传海报、展架、贺卡、宣传单页设计制作。

3、各金店门口张贴促销主题海报；“今年情人节流行提前过”——xxx珠宝为xxx地方情侣定制情人节

方案三、元宵节

活动时间：2月26日——2月28日

活动主题：欢乐新金，团圆今宵——xxxx珠宝迎元宵派发团圆大礼

策划思路：元宵节以“团圆”为核心，通过赠送著名的五芳斋汤圆契合该主题，用情感打动消费者，达到提升销售的目的。

促销内容：

1、购素金首饰满1000减30元；购铂金首饰满1000减80元；珠宝镶嵌类饰品5——7折，折后满1000再减50元；

2、凡购买任意珠宝首饰满3888元，即可获赠五芳斋汤圆一份，不累计，领完即止；

执行要点：市场营销案例分析-销售痛恨市场营销十大原因

1、汤圆可由五芳斋是中国老字号提供兑换券，无需使用实物，消费者购满即可兑换券，这样也可避免库存礼品；

2、2月1日——2月8日物料设计制作：宣传海报、展架、贺卡、宣传单页设计制作。

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用六**

一、美的极限，清心雅韵。

二、清心雅韵珠宝，值得你眷顾。

三、珠圆玉润，清心雅韵。

四、佩金带紫，清心雅韵。

五、清心雅韵，看不到的品位。

六、爱的东方明珠，就在清心雅韵。

七、清心雅韵，品位有您更美。

八、非凡成就经典清心雅韵珠宝，经典生活骄傲！

九、清心雅韵缘自今生，相濡以沫携手天涯。

十、情比金坚，爱比钻透。

十一、大器轻尘，清心雅韵。

十二、唯爱尊贵，清心雅韵。

十三、美而清，雅而韵。

十四、清心雅韵，真爱永恒。

十五、西施梦，在清心雅韵。

十六、清心明志，雅韵流芳。

十七、爱清心，爱雅韵。

十八、高在清心，贵在雅韵。

十九、温润儒雅，激情绽放。

二十、独享尊贵，韵雅心间。

二十一、清新俊逸，心有所属。

二十二、清心雅韵，非凡品质！

二十三、清心雅韵，戴上高贵气质。

二十四、清心恒久远，雅韵情悠悠。

二十五、清心雅韵，留芳古今。

二十六、芙蓉灵菊天然瑞，清心雅韵到我家。

二十七、典雅品质，塑造尊贵人生。

二十八、一见你就清心雅韵。

二十九、清心雅韵，幸福一辈子。

三十、一见清心，彰显高雅意韵。

三十一、一倾天下，雅韵顿生。

三十二、美丽清心，雅韵随心倾心之选，好运相伴！

三十三、珠宝清心，彰显雅韵。

三十四、饰尚天成，清心雅韵。

三十五、清心之选，雅韵天成！

三十六、倾心打造，雅韵之美。

三十七、清心雅韵，艺饰人生。

三十八、奢华无尽，清心雅韵。

三十九、雅之韵，清于心。

四十、倾”心“玡”韵，高贵之尊。

四十一、清心雅韵皇家梦想，清心雅韵。

四十二、珠宝彰显魅力，清心雅韵演绎！

四十三、爱的真谛，你我共享！

四十四、清贤心慧妩媚无暇，典雅精韵大度贵气！

四十五、清成于心，雅随与韵。

四十六、清心若水，雅韵幽情。

四十七、珠宝全方位，时尚零距离。

四十八、清心雅韵，珠联璧合。

四十九、是你的，就该拥有！

五十、懂你的珠宝一见清心，雅韵别致。

五十一、纯真之光，永恒之爱。

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用七**

2月14日，一年中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情释放，真诚的渴望与期待等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒不熄的爱的火花。在这样一个浪漫的日子里，我们以实际行动送上真诚的祝福，愿天下有情人终成眷属，白头偕老，美满幸福。

“心语星愿”借浪漫的星，许下诚挚的愿，与他（她）共续前世的缘。

1、最终目的：提高产品销售量；

2、直接目的：借活动提高品牌知名度和美誉度；

1月23日————2月20日

xx珠宝华北区各卖点

xx珠宝有限公司

分三部分

1、献给能够共度情人节的情人们；

2、献给不能共度情人节的情人们；

3、献给单身贵族们的。

具体如下

1、献给能够共度情人节的情人们

与他（她）共谱一首浪漫的诗，与他（她）共同立下一个神圣的盟约，与他（她）一同分享心灵深处的语言，今生与他（她）共牵手，共续前世的缘。

倾情推荐：“心语”

2、献给不能共度情人节的情人们

有你也有他（她），不变的真情，永恒的期待，只因为爱在我们的心中。送给他，送给你们一个共同的祝福吧，会实现的，因为它就是爱的化身。

倾情推荐：“心海”

3、献给单身贵族们的

彩碟成双的日子里，让我们暂时放下重担，和流星有个约会，相信它会带着我们的心愿飞向梦想实现的地方。

倾情推荐：“天使之吻”

活动亮点一

“心语星愿”

对你的他（她）许下诚挚的誓言，让流星附载着你们的真情，穿过世界的每一个角落，相信心中的梦一定可以实现。

（目的\'：为情人们制造一个浪漫的氛围，让他们感受到xx珠宝的与众不同。）

道具准备：陨石，放在精致的玻璃盒子内，代表着流星的百分之一、千分之一、万分之一、亿分之一的永恒的爱。

活动亮点二

“真情宣言大募集”

参加者把您对他（她）的宣言填写在我们为您专门制作的卡片上，我们将在3月3日评选出最有创意宣言、最感动人宣言、最浪漫的宣言。一定注意要留下您的他（她）的联系方式哦！我们会帮您把您的深情传达给您的他（她）。

（目的：给情人们创造一个发泄感情的空间和场地，另一方面还可以借此提高品牌的知名度和美誉度。）

为了作到评奖的公正：我们特别为填写宣言者，准备了一个密闭性的箱子、一个信封。填写完毕，封闭进信封内，然后由填写者亲自投入箱子内，以备评委评选。

道具准备：活动宣传单页预留适当空间。另外宣传单页要力求做到新颖、别致、与众不同，给人一种想认真阅读的欲望。

要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。此点即是来刺激目标对象的一点。

活动亮点三

“购物有礼”

凡在2月14日当天购物的所有顾客，均有小礼品赠送。（鲜花）

活动亮点四

您还可以在我们的各大卖点为您的他（她），专门设计、加工你们的专有钻石首饰，一定另有一番风趣哦！

不过您一定要记得要提前定做的，才可以在情人节当天为您的他（她）献上与众不同的钻石饰品。

另外：可以与咖啡店（烛光晚餐）、茶馆、迪厅共赴浪漫和温馨。

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用八**

一、如何构建终端珠宝店的优越服务体系：

第一步：服务礼仪，销售就是人与人的的沟通，作为终端销售店面，我们会直接面对客户，不管客户是否购买我们产品，作为终端销售服务人员必需赐予可优质、优越的服务质量，然客户成我们的产品关注人。

第二步：员工销售技巧的服务培训，以及对我们公司产品的特性说辞，产品核心卖点说辞，珠宝专业学问，销售技巧，场景问答范例的培训，员工对于产品的娴熟掌握也是对客户的一种敬重。

第三步：顾客分析，顾客类型分析，顾客心理分析，产品对比分析。

二、市场分析

(1)、入公司之后，首先要了解公司。我将用两到三天的时间了解和熟识公司的产品运作方向、经营模式、主打产品和各部的人事状况等。

(2)、从第三天开头，我将多看其它公司的网站产品的个性说明和文字资料比如钻石小鸟等。将这些信息变成自己思想的一部分，

加以融会贯穿，变成自己的东西，近而写出更好的个性说明和文字资料。

(3)、从第六天开头，定时每一个半月针对文明城市的全部珠宝业做一个“市场调查”。“市场调查”的内容是：

1、各公司0.1ct以下、0.1~0.2ct、0.2~0.3ct、0.5ct、1ct钻石珠宝的市场零售价。

2、各相应重量珠宝的颜色、净度、切工。

3、有什么样的打折促销活动。

4、各节假日期间，有什么样的独特促销活动。

5、了解别的公司有什么新款钻戒出现在市场上，进而掌握钻戒市场的动态走向。

6、了解每个商场珠宝专柜有几家柜台，每家柜台展示产品或许有多少款及最新销售价格。

三、产品规划

在做好了“市场调查”之后第二天，进一步要做的就是“产品的规划”。以以往我在周六福和i do的工作经历，再加上现有的“市场调查”。对现在市场上我们需要什么样的产品进行一个规划。“产品规划”的内容：

1、什么样的款式能让大众型客人和时尚型客人喜爱?;

2、我们的产品要把价位定在什么位置才有竞争力;

3、我们可以做一些什么样的打折促销活动(比如情愿花钱买钻石珠宝的人，什么样的礼物和活动对他们有吸引力。)

四、市场商业联盟

1、联系各种行业的优秀企业，掌握各行业的高端的消费群体的个人信息，加大客户联系准时推广我们公司最新产品及促销活动。

2、增加我们公司的销售宣扬渠道。

3、更多了解各个消费群体的消费心理。

五、增加销售业绩

怎样增加销售业绩是各个行业都在关注的行业，作为珠宝行业目前还处于本市的高端消费市场，应当从客户方面进行提高：

1、 增加客户数量，作为终端服务店面只有增加进入店面人数，才能增加售卖交易机滤，

2、增加客户消费频率。

3、增加客户消费的单次消费金额。

**最新珠宝店七夕活动策划方案通用九**

“心手相连”戒指第二份半价

“珠光闪闪”耳钉8.5折

“环环紧扣”手链8.5折

寻找属于你的缘分光棍节不再一个人：

你听说过粉水晶的传说吗?希腊神话帕里斯小时候一次放牧，爱神阿佛洛狄忒给了他一个粉晶手链，上面有爱情预言。最后帕里斯把海伦(当时世界上最美的女人)带回了特洛伊，并举行了隆重的婚礼，成为了夫妻。所以，粉晶具有可以招桃花，带来异性缘的文化底蕴。

所以人们一直把粉水晶当做是能招来爱情好运的水晶，就在这个双十一，艾达珠宝所有的粉水晶8.5折出售，你没有看错every粉水晶都是8.5折。艾达珠宝为你提供这个机会，说不定就在这个双十一你就不是一个人。同时我们也推出了双十一特别款脱单神器粉晶手链，心动了还不赶紧来购买。

黄金终身免费换，想表白的，秀恩爱的，看过来啦!

世界级的惊喜，等您来发现!

活动期间购买k金饰品、镶嵌类饰品每满1000赠送1克金条。

您的黄金首饰是否旧了?

您的黄金首饰是否坏了?

来为爱珠宝，365天，天天免费为你更换靓丽首饰。

从发布活动信息起添加为爱珠宝微信公众平台关注并点赞的朋友，

皆有精美礼品送的哦!

活动期间购物即可办会员，并赠送精美礼品。

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