# 2024年鞋店最新促销活动方案(5篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-06-28

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。鞋店促销活动方案篇一开鞋店成功做促销活动，最好...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**鞋店促销活动方案篇一**

开鞋店成功做促销活动，最好能够事先制定出详细的计划，那些成功的促销活动无不是一步步有条理的进行的，他们都是有着明确的目标和计划的，这样才能使促销活动有序进行，达到自己想要的效果。

1、准确定位，主题鲜明。

你要明白你的鞋店做促销到底是传达给消费者品牌形象还是现实售卖。

2、确定最佳的促销方案。

除了事前周密的计划和人员安排，还要有一个好的方案把活动目的和主旨深入到每一个人心中，充分调动其积极性，还要对促销人员进行详尽的促销方案及细节培训。

把详细的促销方案传达给促销人员，明确分工，避免到时候手忙脚乱；其次为了激发他们的销售激情，可以适当提出物质激励的策略。

3、确定时间，鞋店促销时间宜早不宜迟。

最好比对手早三天，以免被对手抢先。再好的策划也要把握好时机。同时还要提前做好宣传，光靠促销期间的吸引客流是不够的，你需要提前就让消费者知道具体的促销时间和吸引人的促销方法，最好是提前散发一些宣传单之类的。

4、营造好现场氛围。

如pop海报要出彩，店堂音乐要恰到好处，刺激顾客的购买欲望。同时把促销的商品摆在最显眼的地方，便于顾客一进店就能看到。

5、制定一个恰当的销售目标和激励方案。

总的来说，促销成功有序地进行，依靠的还是销售人员的努力，因此要充分调动起他们的积极性。

6、控制促销成本，要“因己制宜”，这样才能有较好效果。

7、作好评估总结，为下次促销活动积累经验

。鞋店促销写促销总结从以下方面着手：

（1）促销主题配合度。

促销主题是否针对整个促销活动的内容；促销内容、方式？口号是否富有新意、吸引人，是否简单明确；促销主题是否抓住了顾客的需求和市场的卖点。

（2）创意与目标销售额之间的差距。

促销创意是否偏离预期目标销售额；创意很好，然而是否符合促销活动的主题和整个内容；创意是否过于沉闷、正统、陈旧，缺乏创造力、想象力和吸引力。

（3）促销商品选择的正确与否。

促销商品能否反映超级市场的经营特色；是否选择了消费者真正需要的商品；能否给消费者增添实际利益；能否帮助超级市场或供应商处理积压商品；促销商品的销售额与毛利额是否与预期目标相一致。

总之鞋店做促销是个完整的过程，促销前要把促销目的、促销方法、促销宣传、促销实施、促销总结等一步步呈现出来，这样更方便与施行。

**鞋店促销活动方案篇二**

1.礼动新春贺佳节--来店有喜，买即送拜年礼

3.金狗送福好运连连--红火靓礼满100六重送

4.金狗报喜刮卡连年--购物满200元，立丹为您备足精选年货过新年

5.立丹新春礼上礼---合家满堂红红红火火过新年

6.金狗进门全家旺--立丹迎春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

7.浓情蜜意爱要久久--温馨恋爱礼2.14千支玫瑰送给您

二、活动时间：

20\_\_年\_\_月\_\_日

三、活动内容：

1、礼动新春贺佳节-来店有喜，买即送拜年礼

1.活动时间：\_\_年\_\_月\_\_日--\_\_年\_\_月\_\_日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：

活动期间，凡在本商场1楼-4楼购百货商品顾客即送拜年礼一份，每日限量派送，先购先送，送完为止。(赠奖地点：大门外赠奖处)

1.活动时间：20\_\_年\_\_月\_\_日--\_\_年\_\_月\_\_日

2.活动地点：1-4楼

印刷气氛牌：3，000张费用预算：1680元(单色单面)

3、金狗送福好运连连-红火靓礼满100六重送

1.活动时间：\_年\_\_月\_\_日--\_\_年\_\_月\_\_日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满100元以上(金额不可累计)可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“红火靓礼六重送”的活动，领取相应级数的礼品，顾客朋友在兑换礼品时可按消费金额随心自由搭配。

“红火靓礼六重送”奖品设置

100元-200元级;送成本价2.5元的礼品(赠品：牙膏、卷筒纸二选一)

201元-300元级;送成本价5元的礼品(赠品：洗衣粉、洗洁布二选一)

301元-400元级;送成本价7.5元的礼品(赠品：新年鸿运袜、纯牛奶二选一)

401元-500元级;送成本价10元的\'礼品(赠品：精美靠垫、百事可乐2.25升二选一)

501元-600元级;送成本价12.5元的礼品(赠品：套装烹调碗、精美卷纸一提二选一)

601元-800元级;送成本价15元的礼品(赠品：不锈钢厨具、精装中老年核桃粉二选一)

注：(礼品金额设置按每一级别奖品最小金额\_2.5%计算所得)

(黄金珠宝、钟表单张小票满800元-1600元领第一级礼品，1601元-2400元领第二级礼品，2401元-3200元领第三级礼品依次类推)。

赠品：(见上)数量：400份/天\_17天=6800份合计赠品预算：平均价8.75元/份\_6800份=59500元每日赠品预算：59500元/17=3500元/天占每日预估营业额1.6%(按每日营业额220，000元计算)

印刷气氛牌：2，000张费用预算：1120元(单色单面)

1.活动时间：\_年\_\_月\_\_日--\_\_年\_\_月\_\_日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“金狗报喜刮刮乐”活动，刮出金狗心动礼品。201抽一张;401抽二张;601抽三张;最多可抽3张，(黄金珠宝、钟表单张小票满800元为一张，1600元为二张，依次类推)最多3张。

4.奖项设置：

(一等奖1名金狗抢钱送、笔记本电电脑一台或台式家用电脑一台)

成本金额：3000元\_1=3000元

(二等奖2名鸿运当头送、名牌数码相机一台)

成本金额：1720元\_2=3440元

(三等奖3名旗开得胜送、名牌微波炉一台)

成本金额：200元\_3=600元

(四等奖16名合家欢乐送、名牌暖被一床)

成本金额：100元\_16=1600元

(五等奖32名富贵临门送、中式年货一套含香肠、腊肉、年糕等)

成本金额：55元\_32=1760元

(六等奖64名年年有余送、高级餐具或牛奶一件)

成本金额：38元\_64=2432元

(纪念奖无奖欢天喜地送、糖果、花生一把抓)

印刷刮刮卡：10，000张费用预算：2，800元(四色双面)

道具预算(装糖果花生用)：425元

5、新春礼上礼---合家满堂红红红火火过新年

1.活动时间：\_\_年\_\_月\_\_日(初一)-\_\_年\_\_月\_\_日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处“红葡萄酒”一瓶，每人限领一瓶。每天50瓶，送完为止。

道具预算：红包装纸和包装带共计200元

6、金狗进门全家旺--春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

1.活动时间：\_\_年\_\_月\_\_日--\_\_年\_\_月\_\_日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间营运部组织大量换季商品大门花车进行新春特卖会商品折扣低至2折起，和组织黄金饰品在(2月18日-2月20日)举行零点利商品活动。

印刷气氛牌：1，000张费用预算：760元(单色单面)

7、浓情蜜意爱要久久--温馨恋爱礼2.14千支玫瑰送给您

1.活动时间：\_\_年\_\_月\_\_日--\_\_年\_\_月\_\_日

2.活动地点：1-4楼

让浪漫的情歌表达你的爱意!用深情优美的旋律打动她的芳心。立丹百货为您推出情歌点播站，凡在本商场消费购物单张票满50元的顾客均可为你的心上人点歌一曲。3、情人节期间在本商场消费购物单张票满100元的顾客可凭收银小票到一楼总服务台免费包装商品。

道具预算：情人节礼品包装纸和包装带共计200元

四、气氛布置：

写真、喷绘：

费用预算:6，782元杂费：520元

2.印刷类：

2.印刷刮刮卡：10，000张费用预算：2，800元(四色双面)

印刷费用预算:10，320元

五、宣传1.17天(广场广告架占道费)2，312元/1个

2.2月9日晨报四分之一套红36，600元

六、新春道具：

七、赠品费用预算：(略)

**鞋店促销活动方案篇三**

随着三四年前内销制鞋行业大中型企业生产能力的成倍增加，再加上近几年这些企业不断扩大的品牌影响力，以及市场网络日益健全，这类内销鞋企的销售额大多数实现了二三倍甚至四五倍的增长。随之而来的是在品牌鞋企的蚕食下，一些开发能力弱、市场网络不健全的中小鞋业由原来自己做市场转而变为加工厂，以至最后慢慢地退出制鞋行业。以中国内销鞋业强势品牌最为集中的浙江永嘉为例，三四年前，以奥康、红蜻蜓为领头羊的近百家鞋企“百花齐放，百家争鸣”，展现出“永嘉鞋业红遍天”的繁荣表象。但时至今日，该县十之八九的中小型鞋企已经“关停并转”(关门倒闭、停产歇业、被大集团兼并、转行经营)。真正能健康生存下来并继续坚持走自己品牌之路的仅剩下奥康、红蜻蜓、蜘蛛王、日泰、杰豪、红草帽、统邦、陆陆顺、鼎派等为数不多的十来家企业，而奥康、红蜻蜓也实现了由当初2亿元～3亿元至十几亿元的跨越。可以说，整个内销制鞋行业大鱼吃小鱼的时代已经完全结束，随之而来的是狮子吃老虎的时代，中国鞋业市场开始了大企业间综合能力的竞争。在产品开发不相上下和贴牌盛行的现实情况下，大型鞋企间营销能力的竞争凸现出来。一般的品牌鞋企大约拥有2,000家～3,000家网点，因而对终端的掌控成为企业是否能健康发展的先决条件。“决胜终端”已不再是理论上的说教。

根据市场调研，中国品牌鞋企的销售网络尚处于发展期，距成熟期还有很大一段距离，一些企业即使有二千多家零售网点，但真正健康有效益的网点一般不过四五百家，剩余的其中一半处于保本状态，另一半则处于亏损的态势。由于企业产品开发和营销模式的问题，摆在制鞋企业终端零售商面前最主要的难题就是处理库存。有的是企业由于物流原因造成的库存，有的是由于开发观念落伍造成的库存(新产品一上市，由于款式不对路，马上就成为库存)，有的是行业生产过剩造成的库存。据了解，一般的店铺，10双鞋中卖掉8双，积压的2双如能处理掉就是利润，如不能及时处理掉，则没有利润。因此，能否及时清除库存已成为鞋业零售商生存的关键，可以说，50%～70%的零售商的利润就是他每年的库存，能否处理好库存已经成为影响鞋业零售商生存的关键因素，而促销无疑是鞋业零售商清除库存的利器。

什么是促销呢?所有促进产品销售的行为都是促销。

作为促销活动的主战场——鞋业终端网点的基础管理工作首先应该到位。尤其是品牌鞋企的专卖店或专柜的形象应该遵循以下几项要求:首先应该将产品舞台化，以产品为核心，把最新的鞋款置于消费者最易关注到的地方;其次应该创立一个良好的购物环境，实现销售网点的公园化、生活化，网点不仅只是卖鞋，而是卖一种生活方式，就像房地产一样，卖的不是水泥和砖，而是一种居住环境，一种生活乐趣。在这方面，红蜻蜓集团的卖场应是做得最有特色的，鞋文化、绿草地、大自然，建立一种亲和温馨的购物环境，自然就会调动消费者的购买欲望;最后应实现服务功能的多样化，如在温州美特斯·邦威的终端里面既可以上网，又可以感触休闲文化，还能买到产品。雪凡妮的时装店，楼上卖服装，楼下餐饮休闲，给人宾至如归的感觉，这本身也是一种促销方式。

首先要先“发”制人。俗话说，一步先，吃遍天，除活动时间抢先外，活动形式也应创新抢先，比如每年促销效果较好的“五一”和“十一”两个黄金周，很多鞋企的促销活动一般都在节日开始后才促销。但笔者从红蜻蜓企划部了解到，他们往年的促销活动在节日前三四天就开始了，而且效果非常好，因为一部分人提前购买鞋子出游，一部分回家探亲的为避开交通高峰也提前购鞋回家。所以，促销活动首先突出一个“先”字。

第二，鞋企促销活动要遵循“新、奇、特”的原则。当今时代，信息变化万千，机遇稍纵即逝，谁及时吸引并捕捉到受众的目光，谁就在竞争中占得了先机。“新、奇、特”的促销活动自然就能达到这一效果。这首先要求促销广告设计要出巧、显眼，像20xx年春节期间，奥康推出的“红红火火奥康年”系列促销活动，从机场路的大广告牌到小路牌，再到物流车，通体是红遍天的统一新奇的宣传形象，首先吸引住了受众的目光。其次是要多准备一些新颖终端宣传品，终端卖点的气氛布置要出巧、要热情，像今年红草帽鞋业全国统一推出的“付迪生、任静”夫妇拜年系列促销活动，除店堂布置得喜庆吉祥外，单单一个手提袋就做足了文章，大红配以两个形象代言人的拜年图片，很多消费者看到这个袋子后本来打算只买一双，结果买了好几双，因为送给亲朋好友时感到喜庆吉祥。

第三，促销活动要执行到位，有一句话叫“一流的策划:+二流的执行能力=三流的效果”，可见执行能力的重要性。在鞋企的促销活动中，30%靠策划，活动效果的70%靠执行。如何才能达到好的促销效果呢?首先，广告宣传要到位，像奥康20xx年8月8日在马鞍山做了一次名为周年店庆的促销活动，内容为买100送100，提前在温州当地报纸、电视、当地网点和街区做足了宣传。活动开始后，销售情况轰动全城，场面气氛难得一见，只听到“前方告急”声不断，6天的销量达到五千多双。其次，活动内容要实惠，受众参与方便。如20xx年，康奈集团在部分销售网点推出的“淘金大行动”，在一个玻璃缸制作的透明箱子里面放上一元、五角和成分的硬币，让买鞋的顾客伸进一只手抓，能抓到多少送多少。再如澳伦鞋业在河南推出的节日有礼，“码”上送惊喜活动，顾客买40码的鞋送40元人民币，买42码的送42元，活动内容实惠，顾客参与方便。

促销活动并非像一些鞋企认为的那样随时随地都可以做，而是必须要根据市场的情况和零售网点的实际需要制定。如一个品牌鞋企的专卖店长时间没有顾客进门或很少有顾客进门，说明这个品牌需要做广告宣传提升知名度了，而一个专卖店如果每天都有很多顾客进来，但达成交易的寥寥无几，说明这个店的款式不对路，需要补充新款了。根据区域市场和时节的不同，促销可分为节假日促销和淡季促销两大类。

(一)节假日促销

节假日促销是一些鞋企最为常用的一种促销方式，如元旦、五一、中秋、国庆、春节五大节日，每年的这个时候总是商家最为忙碌和促销活动最频繁的时候。根据节假日的性质，节假日促销又可以分为广告型节日促销、市场型节日促销和选择型节日促销三种方式。

随着市场的变化，促销除有清除库存的性质外，渐渐演变成了一种广告宣传手段，因此广告型的节日促销最为常见。这种类型的促销最为经典的案例当属奥康集团于20xx年4月29日至5月1日在浙江省所有专卖店举行的促销活动。内容是为庆祝“五一”劳动节，凡编号尾数为“51”的人民币，均可按面值翻倍在奥康专卖店使用。这个促销创意简直是一奇迹，从4月29日到5月1日，短短3天时间，奥康皮鞋在浙江省范围内的销售额高达1,800万元。人们排起长队购物，这次促销，奥康专卖店卖得只剩下货架和营业员了。鞋企同行纷纷感叹:节日的生意都让奥康做了。再如康奈在去年“五一”期间推出的“倒计时打折”活动效果都非常棒，从4月29日开始持续到5月7日，由最初的8折打到8.8(附带一些小礼品)，每天都是顾客盈门，这样既卖掉了产品，又起到了一定的广告宣传效果。如果促销方式新奇，有时甚至会成为市民街头巷议的话题。品牌的关注度、知名度均能得到很大程度地提升。

除广告型节假日促销外，市场型节日促销方式中的地位也日益提升，因为它不仅能帮助零售网点卖掉产品，同时又能开拓一个全新的市场，有时还能争取到很大的团购订单。如康奈集团在20xx年“非典”期间5月12日的护士节，在杭州推出针对当时最受社会瞩目的群体——护士的促销活动，凡是持护士证件的消费者到康奈专卖店里买鞋一律打到7.5折，仅仅两三天的时间，销售额就近50万元，在获取经济效益的同时又获得了良好的社会效益。又如，在教师节、记者节，为特定的社会群体发送金卡、贵宾卡都能达到很好的效果。

与上述两种节假日促销方式相比，选择性节日促销常有一定的区域性。如洋味十足的情人节，就需要在经济较为发达、情人节影响力很大的南方或东南沿海一些城市搞一些“情人节送情人鞋”之类的促销活动。再如云南的泼水节，内蒙古的那达牧大会，可借当地的民俗民风搞一些特定的针对当地人和外地游客的促销活动。选择性节假日促销活动要根据区域市场的实际情况来进行，如选择不当，效果往往会适得其反。

(二)淡季促销策略

对于皮鞋行业而言，每年的6月～8月是生意最为清淡的三个月，再加上近几年气候反常，凉鞋季节时长时短，所以70%～80%的零售网点很难赚钱，还有女鞋款式变化奇快，尤其是女凉鞋，季节一过几乎成为废品，不像有的男款式可以连续几年不衰。由于6月～8月很少有新款上市，这几个月也几乎成为整个鞋业零售点处理库存、重新开业装修和促销活动最为活跃的时期。库存处理无疑是这个季节最为重要的促销任务。

随着二三级市场的活跃，近年来，鞋业库存处理方式呈现多元化的趋势。有的在某一区域较好的网点开设处理店，提早把市场较为难卖的产品推向处理店，尤其是女凉鞋，在4月中旬正式上市，至5月初如果货走不动，就应早早推向处理店，以免造成库存;有的利用展会和农村集市处理库存;有的把积压较大的皮鞋一次性以较低的价格转向外销，或许有点亏损，但省时省力又省心;有的品牌型鞋企还可自行策划展销会，如去年红蜻蜒在武汉搞的“红蜻蜒鞋文化巡展”广场促销活动，每天可卖掉一千多双库存，既展示了企业形象，又清除了库存，一举两得。不过，在组织以上类别的促销活动时，首先要注意选择平时销售较好的网点去做，其次要注意好促销区域的特殊性，根据自己品牌的主要营销区域去进行促销，如卡美多可能在四川有非常高的知名度，在温州的影响力就不够，如果在温州搞卡美多皮鞋的促销活动成功的几率非常低，而在它自己的主销区去做十有八九会取得很好的效果。

另外，每年这个淡季来临的时候，切记不能留女鞋，应尽量一次性处理干净。到六七月份，如库存还很多或适逢店面装修，这时可打出“本店扩装(让消费者感到你的生意越做越大，越来越火)，重新装璜，全场40元起”的促销活动，这比“本店清仓大处理，全场40元起”要到位得多。再如奥康去年在二级市场推出的买200送200活动，效果也非常好，这是因为在这类市场中，消费水平相对较高，一些女孩子一般在这个季节都能消费掉二三双凉鞋。

再有在一些特定区域，可开展一些有个性有特色的促销活动，如四川人爱打麻将，可在开业时“掷骰子”活动，掷几个点就送多少钱。随着一些新店开业促销活动的结束，生意可能会冷清很多，这时应多开展一些回报老顾客，吸引回头客的促销活动，以强化品牌宣传，以此促进销售。如在中秋节可免费送给老顾客一盒月饼，以示尊重，还可开展积分促销活动，包括积分送礼品，满8送1(买8双送1双)，赠送金卡、银卡等。

适时的到位的促销活动不但能吸引更多的新的消费者，回访老主顾，更能及时帮助零售商处理库存产品，提高物流水平，带动利润的产生。虽然说“促销不是万能的”，但“没有促销是万万不能的”。

在鞋业零售的过程中，促销活动无疑是处理库存产品的最主要武器，但按正常的市场规律，一个专卖店80%的销量是靠20%的回头客创造的，大部分促销活动只是吸引新顾客来消费的，因此促销只是一个短期的战术问题而不是战略问题。在战略上，制鞋企业应将提升品牌知名度，开发出适应市场的款式，提高物流及终端的整体经营水平作为工作重点。很多促销活动会产生大量的费用，如买鞋送礼，包括鞋油、雨伞等小礼品及宣传，动辄一个店就要上万元，这是一笔不小的开支。另外，经常性的促销活动也会对品牌造成一定的伤害，因为一个鞋业品牌如果经常促销，消费者就会认为平时不用来买，等到促销时节再买也不迟。所以，大型鞋企对促销的时间选择非常谨慎。首先，要求促销活动不能影响品牌的知名度、美誉度，其次要保证活动的成功。像样的大型促销活动，企业一般一两年才做一次。企业考虑到促销优势的同时，还要考虑到它的副作用。因为市场容量是有限的，如果一个品牌鞋企每个节假日都开展促销活动，那么活动过后，终端的生意会冷清很多，这是促销活动提前透支了市场的缘故。针对制鞋业来讲，适时到位的广告宣传;每季最新流行款式的补充上柜;企业整体形象或专卖店、专柜形象的整改，如康奈、红蜻蜓、奥康、蜘蛛王等鞋企近年来整体形象的大变脸;改善商品的陈列;提高导购服务的水平;加强店员的业务培训;经常开展针对新老顾客的回访和服务;提高整体经营水平，这才是鞋企零售网点核心竞争力的所在。

**鞋店促销活动方案篇四**

喜迎新春，元旦感恩大回馈。

中国已经连续12年成为全世界最大的女鞋消费市场。未来十年中国中小城市女鞋市场将以超常速度发展，巨大市场容量，超乎商家的想象。到20xx年，女鞋消费总量将超过80亿双，市场总交易额估计高达3000亿元。这组惊人的数据足以证明女鞋背后蕴藏着巨大的商机。故将元旦作为突破点，通过促销迅速扩大销量，占领市场，提升知名度。

1）针对目标人群，强化品牌的宣传力度，形成搞品牌知名度。

2）让广大居民了解雪迪羊的独特魅力，发展更多的客户群体，拥有更多的潜在客户。

3）开展品牌个性化宣传，寻求女鞋差异化生存。

4）严格把关产品质量，不断提高产品里，强化目标消费群体对雪迪羊女鞋的品牌印象。

5）用良好的品牌形象，卓越的产品品质，平稳的市场价格，倾力打造“人人买得起的品牌”。

6）提高雪迪羊在女鞋行业的市场占有率，增加其销售量。

7）减少库存，利于资金的再生周转。

时间：20xx年1月1日——20xx年1月3日

**鞋店促销活动方案篇五**

1.礼动新春贺佳节--来店有喜，买即送拜年礼

3.金狗送福好运连连--红火靓礼满100六重送

4.金狗报喜刮卡连年--购物满200元，立丹为您备足精选年货过新年

5.立丹新春礼上礼---合家满堂红红红火火过新年

6.金狗进门全家旺--立丹迎春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

7.浓情蜜意爱要久久--温馨恋爱礼2.14千支玫瑰送给您

20xx年xx月xx日

1、礼动新春贺佳节-来店有喜，买即送拜年礼

1.活动时间：xx年xx月xx日--xx年xx月xx日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：

活动期间，凡在本商场1楼-4楼购百货商品顾客即送拜年礼一份，每日限量派送，先购先送，送完为止。(赠奖地点：大门外赠奖处)

1.活动时间：20xx年xx月xx日--xx年xx月xx日

2.活动地点：1-4楼

印刷气氛牌：3，000张费用预算：1680元(单色单面)

3、金狗送福好运连连-红火靓礼满100六重送

1.活动时间：20xx年xx月xx日--xx年xx月xx日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满100元以上(金额不可累计)可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“红火靓礼六重送”的活动，领取相应级数的礼品，顾客朋友在兑换礼品时可按消费金额随心自由搭配。

“红火靓礼六重送”奖品设置

100元-200元级;送成本价2.5元的礼品(赠品：牙膏、卷筒纸二选一)

201元-300元级;送成本价5元的礼品(赠品：洗衣粉、洗洁布二选一)

301元-400元级;送成本价7.5元的礼品(赠品：新年鸿运袜、纯牛奶二选一)

401元-500元级;送成本价10元的礼品(赠品：精美靠垫、百事可乐2.25升二选一)

501元-600元级;送成本价12.5元的礼品(赠品：套装烹调碗、精美卷纸一提二选一)

601元-800元级;送成本价15元的礼品(赠品：不锈钢厨具、精装中老年核桃粉二选一)

注：(礼品金额设置按每一级别奖品最小金额\*2.5%计算所得)

(黄金珠宝、钟表单张小票满800元-1600元领第一级礼品，1601元-2400元领第二级礼品，2401元-3200元领第三级礼品依次类推)。

赠品：(见上)数量：400份/天\*17天=6800份合计赠品预算：平均价8.75元/份\*6800份=59500元每日赠品预算：59500元/17=3500元/天占每日预估营业额1.6%(按每日营业额220，000元计算)

印刷气氛牌：2，000张费用预算：1120元(单色单面)

1.活动时间：x20xx年xx月xx日--xx年xx月xx日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“金狗报喜刮刮乐”活动，刮出金狗心动礼品。201抽一张;401抽二张;601抽三张;最多可抽3张，(黄金珠宝、钟表单张小票满800元为一张，1600元为二张，依次类推)最多3张。

4.奖项设置：

(一等奖1名金狗抢钱送、笔记本电电脑一台或台式家用电脑一台)

成本金额：3000元\*1=3000元

(二等奖2名鸿运当头送、名牌数码相机一台)

成本金额：1720元\*2=3440元

(三等奖3名旗开得胜送、名牌微波炉一台)

成本金额：200元\*3=600元

(四等奖16名合家欢乐送、名牌暖被一床)

成本金额：100元\*16=1600元

(五等奖32名富贵临门送、中式年货一套含香肠、腊肉、年糕等)

成本金额：55元\*32=1760元

(六等奖64名年年有余送、高级餐具或牛奶一件)

成本金额：38元\*64=2432元

(纪念奖无奖欢天喜地送、糖果、花生一把抓)

印刷刮刮卡：10，000张费用预算：2，800元(四色双面)

道具预算(装糖果花生用)：425元

5、新春礼上礼---合家满堂红红红火火过新年

1.活动时间：xx年xx月xx日(初一)-xx年xx月xx日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处“红葡萄酒”一瓶，每人限领一瓶。每天50瓶，送完为止。

道具预算：红包装纸和包装带共计200元

6、金狗进门全家旺--春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

1.活动时间：xx年xx月xx日--xx年xx月xx日

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间营运部组织大量换季商品大门花车进行新春特卖会商品折扣低至2折起，和组织黄金饰品在(2月18日-2月20日)举行零点利商品活动。

印刷气氛牌：1，000张费用预算：760元(单色单面)

7、浓情蜜意爱要久久--温馨恋爱礼2.14千支玫瑰送给您

1.活动时间：xx年xx月xx日--xx年xx月xx日

2.活动地点：1-4楼

让浪漫的情歌表达你的爱意!用深情优美的旋律打动她的芳心。立丹百货为您推出情歌点播站，凡在本商场消费购物单张票满50元的顾客均可为你的心上人点歌一曲。3、情人节期间在本商场消费购物单张票满100元的顾客可凭收银小票到一楼总服务台免费包装商品。

道具预算：情人节礼品包装纸和包装带共计200元

写真、喷绘：

费用预算:6，782元杂费：520元

2.印刷类：

2.印刷刮刮卡：10，000张费用预算：2，800元(四色双面)

印刷费用预算:10，320元

2.2月9日晨报四分之一套红36，600元

(略)

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