# 2024年春节促销活动策划方案 春节营销活动策划方案(6篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-10-13

*为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。...*

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**春节促销活动策划方案春节营销活动策划方案篇一**

20xx年12月25日――20xx年2月16日每周六

二.活动地点：

珠宝全国各地专店/柜

三.活动主题

“大声说sorry”美丽心灵假面秀

四.活动背景

夫妻和情侣间的隔阂来自于猜疑和不能坦诚相见，加上中国人在情感表达上的含蓄，导致了更多的猜疑和隔阂，我们的“善美”和“信守”两款系列钻饰的诉求都在情感上，我们要从情感上消除这种猜疑和隔阂，达到“善美”和“信守”的目的，同时为了更好的提供给人们一个消除这种猜疑和隔阂的机会，我们策划了这次“大声说soryy”美丽心灵假面秀，使人们勇敢地对自己的爱人说出“sorry”来，同时又通过假面不暴露隐私，从而使夫妻或情侣之间隔阂全消和坦诚相待，突出“善美”和“信守”的情感诉求。

五.活动内容:

造势宣传：

（2）在电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

活动程序：

（5）接着2号、3号……参赛者类似1号参赛者进行现场秀；

（7）11：50主持人公布获奖者，奖项设置如下：

最深情情侣奖：1名奖信守系列首饰一套及圣诞礼物一份；

（8）以《明天更美好》或《同一首歌》谢幕。

六.活动经费预算

珠宝模特秀：300元×5=1500元；

艺人现场演唱费：6000元；

奖品（信守系列钻饰）费用：4000元左右；

场地布置费：1000元左右；

选票：元×500份=250元；

媒体宣传费：5000元左右；

总计：18260元。

另：活动控制与推广问题说明：

活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、顾客反馈意见等收集至珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟商。

印制50元或100元的现金优惠券，同时在后期通过与其他强势非珠宝类品牌经销商、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

**春节促销活动策划方案春节营销活动策划方案篇二**

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

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x2.5%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x17天=6800份合计赠品预算：平均价8。75元/份x6800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）

4、金狗报喜刮卡连年——购物满200元，为您备足精选年货

（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x1=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x2=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x3=600元

（四等奖16名合家欢乐送、名牌暖被一床）

成本金额：100元x16=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x32=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x64=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：xxxx年xx月xx日——xxxx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

（3）活动内容：

活动期间

1、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）到大门外赠奖处领取礼品（女士领取浪漫玫瑰花2支，男士领取巧克力一块）。

2、真情告白，情歌点播站

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：

1、1—4f扶梯顶部横眉6张、

2、侧门立柱、侧门横眉各1套、

3、门廊旗11张、

4、小墙幕1张下面部分、

5、大门看板2张、

6、大门立柱、大门横眉各1套、

7、广场上广告架2幅8。赠奖指示牌子4个

费用预算：6782元，杂费：520元

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

xxxxxxx

（略）

**春节促销活动策划方案春节营销活动策划方案篇三**

新春“满100送150”、清仓过大年春节活动方案营销企划处\_\_年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、的年货，某某商场将推出“满100送150(年货券)”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

春节活动方案一：满100送150(年货券)

1、活动时间：\_\_年\_月\_日——\_\_年\_月\_日

2、活动内容：活动期间，在某某商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元;购买大家电类商品累计1000元，可获得某某商场年货券100元(超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外)。

3、年货券分配比例(全部为购物券)：

1)年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在某某商场均可使用。

2)压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在某某商场均可使用。

3)元宵券：限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4)烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5)礼品券：仅限商场内使用。

6)翡翠券：仅限商场及\_\_珠宝宫使用(黄金、铂金除外)。

4、赠券使用规则：1)赠券只适用于商场内，复印无效;

2)赠券需对等消费或按比例收券;

3)赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券;

4)现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还;

5)赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客;

6)赠券消费，在活动过后退货时，只退还现金部分;

8)某某商场保留对此券使用的最终解释权。

节活动方案二：大家庭，大清仓，过大年

1、活动时间：\_\_年\_月\_日——\_\_年\_月\_日

2、春节活动方案：新春佳节即将到来，某某商场推出“大清仓，过大年”促销活动，活动期间某某商场服饰类应季商品清仓销售，知名品牌全场一折起。

另附：为回报广大顾客对大家庭的支持，某某商场自此将在每年的春节前期和8月份与厂家联手推出两次大规模的应季商品清仓销售活动。清仓活动将以服装和鞋类商品为主，打出全年让利消费者。

**春节促销活动策划方案春节营销活动策划方案篇四**

20xx年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、最好的年货，xx商场将推出“满100送150（年货券）”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

满100送150（年货券）

20xx年2月8日――20xx年2月14日

活动期间，在xx商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元；购买大家电类商品累计1000元，可获得xx商场年货券100元（超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外）。

（1）年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在xx商场均可使用。

（2）压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在xx商场均可使用。

（3）元宵券：限在正月十五（2月28日）使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

（4）烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

（5）礼品券：仅限商场内使用。

（6）翡翠券：仅限商场及兴龙珠宝宫使用（黄金、铂金除外）。

（1）赠券只适用于商场内，复印无效；

（2）赠券需对等消费或按比例收券；

（3）赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券；

（4）现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还；

（5）赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客。

（6）赠券消费，在活动过后退货时，只退还现金部分。

（8）xx商场保留对此券使用的最终解释权。

**春节促销活动策划方案春节营销活动策划方案篇五**

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。

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。

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。

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。

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。

**春节促销活动策划方案春节营销活动策划方案篇六**

新春“满100送xx0”、清仓过大年春节活动方案营销企划处年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、最好的年货，商场将推出“满100送xx0(年货券)”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

春节活动方案：满100送xx0(年货券)

xx年x月x日――xx年x月x日

活动期间，在商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券xx0元;购买大家电类商品累计1000元，可获得商场年货券100元(超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外)。

1)年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

2)压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

3)元宵券：限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4)烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5)礼品券：仅限商场内使用。

6)翡翠券：仅限商场及珠宝宫使用(黄金、铂金除外)。

1)赠券只适用于商场内，复印无效;

2)赠券需对等消费或按比例收券;

3)赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券;

4)现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还;

5)赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客;

6)赠券消费，在活动过后退货时，赠券与现金一并退还顾客。

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