# 2024年市场营销促销活动方案(六篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-07-01

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。市场营销促销活动方案篇一11月26日是感恩节，1月1日是...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**市场营销促销活动方案篇一**

11月26日是感恩节，1月1日是元旦，这两大节日正是商家吸引客户，营销活动的最佳时节，促销活动、降价活动纷纷而至。我们应该以独特的营销策略，吸引客户到店。感恩节期间，利用促销活动达到宣传企业文化，提升品牌，强化知名度的效果。让更多的消费者知道广汽本田，知道广汽本田惠东店!

二、活动概述

活动主题 ：感恩节购“惠” ——本田惠东店圣诞秒杀行动

活动时间 ：11月26日至11月30日

活动目的 ：

1、利用双节促销，提高销量

2、提高品牌及企业知名度

3、提高客户忠诚度

活动内容

1、团购惠

优惠政策：

车 型销售报价优惠价格(元)

雅阁2.4ex荣誉版

雅阁2.4ex纪念版

雅阁2.0ex庆典版

雅阁2.0ex豪华版

锋范1.5at旗舰版

锋范1.5at精英版

2、抽奖活动

感恩回馈，凡是在店内消费者都有机会抽奖，礼品内容为：工时代金券、小枕头、抱枕、方向盘套、汽车香水等。(更多礼品与精品部协商确定)

3、豪礼相迎

五重礼：

3、尊享礼：购雅阁尊享超级盛惠，可获大礼包;

4、转介绍礼：老客户成功介绍新客户可获赠500元工时代金券一张;

5、服务礼：冬季服务免费检测，工时费优惠，预约有礼。

电话邀约及短信内容

三、活动宣传

1、短信群发：针对惠东高端客户，覆盖面积要大，要广，利用电信与联通的资源，进行群发短信。

2、电话邀约：针对新购车的客户及保养维修的老客户，对其进行电话邀请。

3、网络推广：通过广汽本田惠东店官方网站及合作的大型汽车网、广汽本田惠东店车主qq群，把活动信息挂出去。

4、电视广告及电台：把活动及优惠信息进入现在正在播的广告宣传片内，编写电台广告软文让惠东电台dj广播。

四、活动任务

活动期间销售部须邀约客人18批到店，详细邀约数如下表：

黄金菊罗振纯屠朝瑜

4批4批4批

杨彩云郭伟森

2批4批

五、费用预算

物品数量单位单价金额

活动短信20\_\_条0.07元140元

恭迎牌kt板1个50元50元

大x展架1个80元80元

圣诞袜20只10元200元

毛公仔20个20元400元

合计：870元

**市场营销促销活动方案篇二**

9月5日，20xx年淘宝双11双12嘉年华活动正式启动。(提前两个月卖家开始就预热了起来)

9月15日—10月9日 活动准备期

10月10日—10月11日 淘宝在杭州举办了卖家动员大会，针对此次双11双12大促进行动员。

10月10日—10月31日 商家报名

11月1日—11月30日 商品报名

12月1日—12月11日 活动预热期

12月12日 正式售卖

二、20xx淘宝双十二活动主分会场报名条件：

淘宝双十二主分会场报名条件与今年双十一类似。相比双十一的签到送彩票，收藏送红包，设置无线端，淘金币抵扣，大促承接页，五折包邮。双十二少了两条必要条件。

1)全场五折版包邮：活动商品要求当前一口价的5折，且需要低于近期30天的最低拍下价格(非最终成交价)

2)1212购物卷全场通用：参加活动的商品设置可以使用双12购物卷(原双12红包)金额(5的倍数，200为上限)。而用户通过各类小游戏获得双12购物卷。在双12当天，商品活动价格可以再减去双12购物券的金额来购买该商品。

3)设置无线店铺及无线详情页：这点与双11的要求一致，从今年双十一42.6%的成交比例不难看出，无线端设置确实有很大必要。

4)大促承接页：主分会场链接到的页面，可以装修但不可以删除。

三、20xx淘宝双十二活动主分会场情况：

今年淘宝双十二pc端与无线端分会场有所区别。在pc端此次共将会有154个会场，其中1个主会场、23个分会场、130个行业分分会场。而无线端讲设置10个行业分会场。

其中pc段的分会场为：女装、男装、内衣、男女鞋、箱包/配件、美妆、珠宝配饰、母婴用品、童装童鞋玩具、百货宠物、家居、家装、数码、家电、手机、运动户外、汽车、食品、虚拟、全球购、淘金币、拍卖、聚划算。而无线端的10个分会场为：女装、男装、男女鞋、箱包配件、运动、食品、数码家电、家居百货、母婴及美妆。

四、20xx淘宝双十二活动主分会场卖家激励机制

双十二主分会场之间的轮播仍然采用的是双十一的赛马机制。不同会场间从低到高晋级，按会场从低到高晋级。其晋级顺序为：行业分分会场楼层—行业分会场楼层—行业分会场海景房—主会场楼层—主会场海景房。

其中，在预热期，以天为单位赛马，根据全店加购情况安排会场展示。而在双十二当天，以小时为单位赛马，根据全店成交情况，以及红包消耗总金额安排会场展示。

五、20xx淘宝双十二活动红包(购物券)用法简介：

今年的淘宝双十二红包改名为1212购物券(原1212红包)，主要玩法是，通过淘宝网官方派发，集市卖家在单个商品上设置，可在商品1212当天价基础上再使用的红包金额。

例子：a商家a商品(已报名参加双十二活动商品)双十二当天价格为200元，商家设置该商品可用1212红包的金额为10元，若用户有100元的1212红包，那么该用户可以花10元1212红包及190元现金购买该商品。当然，卖家最终收到的款项也是190元。如果用户只有8元的双十二红包，则卖家最终将收到200-8=192元的款项。

也就是说卖家参与双十二的每个商品都需要设置其能使用的双十二红包金额(淘宝官方推荐是商品的20%以下，红包金额只能是5元及5元的倍数，且是200元以下)。而买家则主要通过完成官方的任务随即获得不同面额的1212红包。

六、20xx淘宝双十二活动无线端玩法简介：

本次双十二无线玩法除了传统淘宝无线各种渠道之外，其中值得一提的店铺宝箱互动游戏。当用户浏览卖家在手机淘宝店的首页或者店铺承接页时，有一定概率出现宝箱，用户点击宝箱后，即可在卖家设置的宝箱中抽奖。宝箱可中的奖品有优惠劵，手机流量包，彩票等。(手机流量包：卖家出钱购买的手机流量包，用户抽中后可以自己用也可以转赠他人。)

七、20xx淘宝双十二活动大促承接页解析：

淘宝双十二大促承接页与双十一的要求基本一致，所有报名双十二的商家均可且必须设置大促承接页。主分会场的着陆页均为相应店铺的着陆页。卖家可以在店铺首页设置大促承接页大图以及大促承接页的背景图(主要是烘托双十二活动氛围)。而大促承接页的可选模块为：店铺优惠模块、1212预售商品模块、1212促销宝贝模块以及自定义内容区。以上四个模块为商家可以选择是否展示的(即商家可以编辑，修改及删除的模块)。而大促承接页还有热卖商品模块，将自动提取店铺热卖的40个单品，卖家只可以调整顺序而无法编辑及修改(即买家看到此处为该店铺的实际情况)

值得注意的是大促承接页的pc端虽然将自动同步至无线端，但是自定义模块不会同步到无线端。

结语：

双十二双十一作为淘宝上市后第一年两场大促的第二场，阿里在准备时便已将二者作为一系列来宣传(主要针对卖家)与布置。所以其规则大部分是相近的。不仅如此，双十一的成绩更是作为双十二入选报名的重要考核因素。当然双十二也有其自己单独的玩法，关注本文，简明了解双十二。

**市场营销促销活动方案篇三**

(二)借助国庆节招募新会员，扩展客户群;

(三)形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率;

迎国庆，倾情回馈新老顾客

20xx年10月1日―10月5日(共5天)

全国所有门店

(一)活动期间，部分商品七折优惠(新品除外);

注：1、生日以身份证的日期为准;

(三)会员尊享

1、活动期间，会员部分商品可享受七折优惠，新品享受九折优惠;

2、活动期间，会员卡照常积分;

3、活动期间生日的会员顾客，可凭身份证，领取精美生日礼品一份;

注：生日以身份证的日期为准，会员领取礼品后需登记入簿;

(一)活动pop物料;

(二)宣传单张：请配合印刷宣传单张促进活动力度;

(三)短信宣传：20xx年9月30日发送活动通知短信给会员顾客;

(四)广播宣传：制作促销活动广播，然后在活动期间反复播放;

七、活动筹备期分工表(略)

**市场营销促销活动方案篇四**

一、活动主题：“社区共建话科普，居民亲情闹元宵”

二、活动内容：

(一)、包汤圆·送温馨

组织社区居民和共建单位开展包汤圆·送温馨活动，意在爱心传递。汤圆包好后，将煮熟的汤圆分袋装好，由共建单位和社区干部带领科普志愿者及青少年送到社区孤寡老人家中。

1、活动时间：\_\_月\_\_日(农历正月十四)上午9：30

2、活动地点：zz社区科普学校内

3、活动准备(zz社区负责)：

①活动场地的桌椅摆放整齐

②活动场地背景(投影仪播放)：

社区共建话科普，居民亲情闹元宵

主办：\_\_市科学技术协会

承办：\_\_区\_\_街道zz社区

③准备好包汤圆的米粉和馅等必备工具，多少视情况而定。

④收集好活动开展时要播放的节日音乐，渲染气氛。

4、人员安排：社区负责参加活动人员的通知，安排好送汤圆的孤寡老人家庭。

(二)、猜灯谜·学科普

围绕文学、历史、自然等科学知识共出灯谜200条，供现场居民解答，让居民在愉悦的氛围中学到科普知识。

1、活动时间：\_\_月\_\_日(农历正月十四)下午1：30

2、活动地点：zz社区文化娱乐广场

3、活动准备：

①制作好各类灯谜和科普展板，准备奖励社区居民的小礼品。(共建单位负责)

⑤准备好200条谜语的铁丝线，在广场周边拉好，高度以安全、人能摘取为宜。摆放好科普展板。(zz社区负责)

4、人员安排：共建单位和社区的工作人员共同负责灯谜谜底的核对、奖品发放及宣传拍摄等;社区保卫科负责维持活动期间的秩序。

5、猜灯谜活动规则(共建单位负责制作)：

①谜面共200条。

②必须现场猜谜，一个谜面只允许猜一次，第二次视为无效，不得将猜中的谜面撕下带走。

③谜面上有标记×，则说明是已经猜过的。

④每个灯谜都编有相应的编号，谜底猜出后，只需把谜面编号记住，到指定兑奖处核对谜底，不能将谜面取下。谜底确认无误后，即可领取奖品。已经猜过的灯谜或撕下谜面者视为无效。

⑤猜对一条谜语兑换一份奖品，奖品兑完，活动结束。

⑥兑奖要有秩序，不要互相拥挤。

主办：\_\_市科学技术协会

承办：\_\_区\_\_街道zz社

**市场营销促销活动方案篇五**

第一类：普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从腊月二十三开始到腊月三十。一般消费金额在50、100或200不等，所购商品主要是柴米油盐和特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以100为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应该在正月十五之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠，例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=?钱或牛奶+桶油=?钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入腊月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以尝试把不同金额的团购优惠在dm单上详细的进行宣传，明码标示，刺激销费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题：佳美精品年货节

二、活动时间：

三、整体活动广告语——————

欢乐佳美中国年购物惊喜不间断

四、活动内容

(一)新春到，“福”送到!活动时间：

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断!

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个(共20\_\_个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条!

(三)特别企划情人节专版活动时间：

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少!

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

(四)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。一等奖：1000元礼券2名(1名)二等奖：500元礼券5名(2名)三等奖：100元礼券(3名)四等奖：50元礼券20名(10名)五等奖：20元礼券50名(30名)

(五)团购价低更有礼，财运吉祥送到家!

活动时间：

团购满20\_\_元送价值50元的一件

团购满3000元送价值99元的酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼盒

**市场营销促销活动方案篇六**

1. 全情市场状况：婚纱摄影作为结婚的时尚方式被越来越多的妙龄青年及其父母们的认可，由于工作等其它原因，大多数情侣选择在“五一黄金周”期间的结婚，五一促销活动方案。根据调查显示九江目前市场上共有大小影楼25家，其中中小型影楼占据比率最大。但是，大型婚纱摄影公司攻占九江市场的有3家。这些影楼市场规模庞大，而且知名度较高，人气极旺。

2. 竞争分析：主要来自于大规模影楼以及附近的同等影楼的宣传强度，而且本公司致命度及形象还未完全树立。

3. 消费者分析：五一前后的新婚夫妻以及希望留念补照的中老年夫妻。这些人收入稳定，有着很好的文化素质，多数都已占有一席之地。

swot分析

☆ 优势分析：

1. 巴黎春天在九江市及周边地区有一定的知名度及美誉度。

2. 五月推出的特别活动婚纱摄影、情侣套餐、全家福、个人写真等优惠活动。

3. 价格在同类产品中，产品价格较低，而且质量和服务都是较好的。

4. 各大摄影楼公司推出过较多促销优惠活动，但是并没有本公司的活动具有针对性、密集性，而且活动的优惠服务的面也扩大，规划方案《五一促销活动方案》。

☆ 劣势分析：

1. 同档次的产品竞争比较激烈，（如蒙娜丽纱、丽人行）

2. 消费者对新活动了解不多，很难深入人心。

3. 人们对新的活动存在偏见（有些人总是不太喜欢尝试新的事物，对新事物有所偏见），同时也害怕上当受骗。

☆ 机会点：

1. 新活动具有是针对性服务的，在同类活动中，还未有针对性服务的活动。

2. 促销计划不仅可以吸引新顾客，同时可以拉动老顾客的再次消费。这种促销同时也建立了一个顾客群体。

☆ 威胁：

1. 在五一市场活动中，其他竞争公司肯定也有新的活动的推出，对公司活动造成一定程度威胁。

2. 该活动具有针对性服务，享受顾客面会受到一定程度的限制，失去竞争优势。

促销目标：

占领九江市场

策划、制定新活动进行的从推广期到成熟期的整体促销计划

让消费者尽快了解活动

提高公司知名度，能够深入到九江的各家各户，达到一定的认知量

让消费者逐渐对该活动产生兴趣，成为巴黎春天的忠诚消费者

提高销售量

目标消费群分析：

重点目标消费群：

新婚夫妻及20～～30人群

辅助目标消费群：

希望留念补照的中老年夫妇及儿童。

目标消费群特点：

1. 有一定的经济基础，购买力强，消费心理成熟，文化素质较高，具有开放心潮思想。

2. 注重生活情趣，享受快乐。

3. 追求时尚及品牌服务。

促销时间：

时间 目标 策略 活动 备注

.05.06—05.31 让大多数消费者信赖本公司，成为忠诚的影楼消费者 强化品牌形象 做好报纸电视广播广告，树立品牌，良善服务。

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