# 春节促销活动策划书(十三篇)

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2024-09-29

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。春节促销活动策划书篇一新春来临之际，借由这个喜庆的日子，提高珠宝的销售...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**春节促销活动策划书篇一**

新春来临之际，借由这个喜庆的日子，提高珠宝的销售业绩，而以打折为主的价格战千篇一律，忽视了品牌的建设和维护。珠宝作为业界的翘楚，在春节期间再次强力出手，给市场带来福祉，给消费者带来福音。 珠宝诉求品质，演绎经典，引领时尚。此次策划活动目的是提升公司产品销量及销售额，强化品牌认知度及美誉度，同时也是部分新品的上市。

孙子兵法曰“凡战者,以正合,以奇胜”。集中优势兵力，重点突破，选择节日营销的重点市场。

1.活动对象：18-35岁追求完美和个性表现、具有消费能力的时尚群体。

2.活动控制的范围：优先选择的特定区域。(一、二级市场)

3.促销的主要对象：职业女性、职业男性。重视工艺、追求时尚;注重品牌;对珠宝有所诉求。

4.促销的次要对象：注重装饰;关心质量和服务。

1、 确定活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。一个好的主题很关键。 我们的主题是：价格折扣+抽奖+服务促销 价格折扣：按产品的实际价值加上合理利润(40%-100%),把得到的结果除以其相应的折扣点，最终的数字作为产品定价。折扣点选择吉祥的数字：八八折、六八折、四八折。

抽奖：具体形式见“活动方式”。

服务促销：继续宣传和推出公司的售后服务。归纳为八项保证服务——保质量、保调换(可等值异地换货)、保纯度、保克重、保维修、保缩放、保清洗、保翻新。

2、包装活动主题

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。 本次促销活动的主题是“高贵、尊崇、祥和”。 整个店面环境设置应该凸现这个主题，员工服装统一是红黄色，最好是唐装，表达春节传统、祥和的意思。 卤素灯不要耀眼，选用一些光线柔和、温暖的，但不要显得暧昧。其次，可分时段 选取一些高雅、柔和、喜气的背景音乐播放。一些顾客可能没看到柜台，但被音乐吸引，而成为潜在顾客。 其它设置如吊旗、灯笼、pop、展架等要尽量凸现春节喜气祥和的气氛，同时彰显\*公司大气精致的形象。

1、确定伙伴：和商场、经销商、加盟商联合，可整合资源，降低费用及风险。具体公关由市场督导负责，和商场敲定活动形式、时间和地点。利用商场春节大型促销宣传吸引自己的人气。

2、确定刺激程度：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。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

建议公司在每个销售网点举办一个抽奖活动：凡是在活动期间购买\*珠宝首饰的顾客：

金额在1000元(实际结算为准，下同)以下：获得一次抽奖机会，限当天抽奖(下同)，或者直接领取安慰奖一份;

金额在1000-3000元：获得两次抽奖机会，或者直接领取五等奖一份;

金额在3000-6000元：获得三次抽奖机会，或者直接领取四等奖一份;

金额在6000-10000元：获得四次抽奖机会，或者直接领取三等奖一份;，

金额在10000-20000元：获得五次抽奖机会，或者直接领取二等奖一份;

奖品设置(设七个等级)，特等奖，一、二、三、四、五等奖及安慰奖。具体内容待商榷。

活动时间：1月24号——2月7号。

此次活动在\*\*珠宝公司所有销售网点同期进行。

此次促销活动在设在商场内专柜、岛柜进行。不搞场外搭台销售。

报纸——

优点：

1.信息的传播可以限制在目标区域内。

2.广告制作速度快。

3.灵活、及时，区域市场覆盖面大，能广泛地被接受，可信赖性强。

缺点：

1.杂乱，针对性差。

2.保存性差，复制质量低，传阅者少。

3.浪费发行量：信息可能被送给很多永远不在市场买公司?品的人。

4.一种高度易见的媒介，竞争对手可以很快获取我们促销活动的情报。

电视——

优点：

1.综合视觉、听觉和动作富有感染力，能引起高度注意，触及面广。

2.能很好地建立形象的一种媒介。

缺点：

1.制作成本高。

2.干扰多，瞬间即逝，观众选择性少。

3.大多数广告只有10到30 秒长，这就限制了我们可传送的信息量。

杂志——

优点：

1.区域、人口可选择性，可信并有一定的权威性。

2.复制率高，保存期长，传阅者多。

缺点：

1.广告购买前置时间长，有些发行量是浪费的，版面位置无保证。

2.篇幅成本和创意成本较高。

前期准备分三块：

1、人员安排:要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\*点。谁负责与商场的沟通?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?谁负责产品介绍?谁负责数据记录?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。活动前对所有营业员进行培训,统一思想,统一口径，明确活动目的、意义、对象和重点。

2、展柜形象：展柜形象是一个系统的工程，在卖场中一般体现在以下方面：企业统一的vi，起到整体形象的塑造;展柜色彩，能够吸引眼球的亮丽色彩或者彰显高贵的神秘色彩;展柜用材：衬托产品形象的材质;展柜灯箱：华丽、明亮、引人注意的灯箱;展示现场商品的pop、x展架、易拉宝等道具：可以充分展示产品个性，突出卖点;展柜现场的装饰布置：如花环、汽球、灯笼、吊旗等道具的采用，给人以灵性、活力的展示。主题烘托春节喜气洋洋的气氛，具体工作由店长和经验丰富的营业员来做。

3、备货：确定新品、促销产品、传统产品的种类，并准备充足的货源。列一个备货清单，按单清点;然后参照每天的销售数据，及时补充。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。 纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传? 综合成本(低)、媒体知名度(高)、受众(多)、宣传时间(及时)及方式(切实可行)，选择当地一两个主流媒体单位。报道这次春节促销活动的主题，展示公司品牌形象。详细操作不报道，以免竞争者效仿。

整个活动费用包括：活动期间员工工资(含加班费)、广告媒体费用、店铺包装费用(购买吊旗、气球、灯笼、制作条幅等)等。总费用单店控制在一万元以下。 另外还要考虑到商场的扣点。建议各个店铺负责人结合本店实际情况，参照策划方案，在活动开展前半个月，拿出详细的费用预算，及店铺包装意见，并传真给公司市场部。

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致客流减少等等。 这些意外可能影响活动的继续进行。各店铺负责人必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。不能因为单店的意外而影响整个公司活动的进行。建立活动期间店铺主管全面负责制，并以此作为其绩效考核的依据。

活动结束后，各店铺应及时盘点库存，整理销售数据(包括销售量和销售额)，销售日志，结算商场扣点，统计购买者情况(大概年龄、性别、穿着、陪同者人数、消费金额)，实际总费用(包括明细帐)等。 从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。 各分店按照以上要求认真总结，将结果在促销活动结束后一星期内反馈给公司市场部。

**春节促销活动策划书篇二**

2月13号——到2月23号活动地点：大润发超市活动主题：“迎春纳福，大礼满天飞舞”，主色调为大红色，白的，黄色为辅。

生鲜：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)食品：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)百货：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)日化：冬天不怕干，护肤我在行(洗浴、个人护理、洗涤)

1、dm海报：

①规格：16k12p，数量：\*万张。②dm版面分标题及商品品类重点：

封面(1p)：迎春纳福，大礼满天飞舞(特惊爆商品2—5款或二级营销活动内容)生鲜(2p)：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)食品(3p)：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)百货(2p)：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)2、主题设计：(1)主题海报的设计

(2)大润发外的玻璃拱门设计

(3)吊旗的主图全部围绕活动主题设计;(4)电梯入口及电梯周围的海报场景设计

(5)入口设计

(6)堆头、展台、场景设计，均围绕主题设计(7)收银台设计

(8)其他一些(例如：装饰海报、装饰品等等)三、促销活动方案

春节大派送会员更省钱活动时间：02月13日至02月23日

活动内容：活动期间，采购部组织20个以上的过年及民生必需品，该类商品必须超值惊暴，如：传统年货、5l食用油、袋装大米、名酒、礼盒、肉品、熟食、蔬果、五谷杂粮、日常洗涤用品、洗发沐浴品、超值家居品等。

注：必须是过年及民生必需品，必须非常惊暴，这些单品关系到此次春节销售的成败，因此我们需要慎重考虑这些单品。

购物积分双倍送

活动内容：活动期间，在\*\*超市购任意年货达\*\*元以上的会员均享受积分翻番(双倍);注：该活动适用于有会员卡消费积分的超市。

年货大采购奖品等你拿活动内容：活动期间在\*\*超市购物168元以上即可凭购物小票直接兑换抽奖卷，参加抽奖领取超值奖品;(一等奖一名，奖29寸电视机一台;二等奖二名，奖名牌微波炉一台;三等奖28名，奖100元购物卷;四等奖100名，奖50元购物卷;纪念奖1000名，奖07年挂历一份)

注：抽奖的奖品可另行安排，可与供应商洽谈来承担部分。

春节年货大展销

此项活动的费用以及奖品采购部负责洽谈提供，可要求供应商负责承担

1、02月13日各超市开始正式设立地堆展销年货、礼篮、礼盒，并布置年货礼品展台;2、购买(指定)年货换礼品

a、活动期间，一次性购买(指定)年货，可凭单张收银小票到服务中心加\*\*元领取礼品一份(或其他)，数量不限、多买多送。

b、活动期间，凡购买年货满150元以上者送红酒一支，以150元为整数倍递增，多买多送，数量有限、送完为止!活动五、除夕之夜美食专家活动时间：02月20日—02月23日

除夕之夜您吃什么?

活动期间本超市为您准备了丰富的年夜饭：

1、3—8款惊爆价熟食，例如：烤全猪、烤鸡、鸭等;2、各种速冻水饺、汤圆买\*\*元送小袋(200g)汤圆;3、各种碟菜、水产等特价销售。注：以上活动仅限生鲜超市进行。四、场景布置：(一)、场外布置：

1、各大卖场外墙悬挂巨幅节日海报(可根据实地尺寸制作，悬挂于卖场门头)，宣传活动内容：活动主题+dm封面单品(费用可联系厂商支持)+活动文字，户外广告报批市政手续由行政部落实;

2、各超市正门上方悬挂春节大红灯笼;(具体数量由各超市上报)3、玻璃拱门上贴上与主题相关的装饰物

4、让布偶在超市外发放宣传海报，对小孩子还可以发放气球，为吸引更多的消费者前来。5、两个大的升天大气球(二)、场内布置：

1、在室内，顶部都挂上吊旗，不同的区域可以选择合适的吊旗来悬挂

2,、电梯入口可做适当的装饰(注意：要方便消费者行走)。其次可在电梯的两边张贴一些宣传促销海报。

3、因为是春节，礼品多，促销商品也多，所以把堆头和展台都设计的喜庆一点，并明确告诉大家促销的方法。

4、陈列年货一条街，在年货一条街上端悬挂吊牌、海报、彩旗、气球、小灯笼等，烘托年货一条街气氛;

5、场景活动的一些布置，围绕迎春纳福的主题。6、场内播音、led电视不间断宣传传

7、最后大家结账时的收银台的设计，根据主题要弄的喜庆，红火，让消费者在离开时也能够感受到浓浓的节日气氛。

8.服务台的设计。服务台的台子外围四周，都会贴上与主题相关的装饰物，顶部还会悬挂写小吊饰----

**春节促销活动策划书篇三**

春节是一年当中最重要的节日，对于客流量较大的超市业态，即是不做活动生意也不会淡，但是在有竞争的情况下，好的企划方案不仅是提高客单价的有效途径，同时也是增强顾客好感度，提升企业美誉度的良好契机。

在做方案之前，我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类——————

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。

消费高峰应該在正月十五之前。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。

佳美精品年货节

xx年2月10日（农历十二月二十三）——————3月5（正月16）

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

2月10日开始

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20xx个送完为止）

2月7日——————2月17

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！

2月7日——————14日

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

2月18日——————2月27日（初一至初十）

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把

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）

2月7日——————2月27日（初十）

团购满20xx元送价值50元的xx一件

团购满3000元送价值99元的xx酒

团购满5000元送价值150元的xx酒

团购满10000元送价值280元的xx礼盒

**春节促销活动策划书篇四**

20xx年春节即将到来，如何做好春节活动方案，搞好促销，不但能为一年的出售博得头彩，而且可让全年的出售任务有了保底的成本。而好的春节活动方案是不仅能助你在20xx年春节促销大战中取胜，更能让你的商场营建出售淡季中的旺季。下面是一篇20xx年春节活动方案供您策划春节活动方案时做为参考。

新春\"满100送150\"、清仓过大年春节活动方案营销企划处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，大型商场将推出\"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。

1、活动时间：20xx年x月x日——20xx年x月x日

2、活动内容：活动期间，在大型商场累计购物满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，可获得大型商场年货券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，在大型商场均可使用。

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，在大型商场均可使用。

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xx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;

7)赠券有效期：发券时间截止到xx月xx日，用券时间除压岁券和元宵券外均截止到xx月xx日;

8)大型商场保留对此券使用的最终解释权。

1、活动时间：20xx年x月x日——20xx年x月x日

2、春节活动方案：新春佳节即将到来，大型商场推出\"大清仓，过大年\"促销活动，活动期间大型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，大型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，打出全年最低价让利消费者。

**春节促销活动策划书篇五**

时间规划：腊月初八—-腊月十四腊八节喜庆年货早买早实惠

腊月十五—-腊月二十四除旧迎新欢欢喜喜过大年

腊月二十五—-除夕新年好礼精彩亮相

春节初一-初六羊年最炫礼福多运多财更多

节日和背景：1月27日腊八节，2月3日腊月十五，2月11日小年，

2月18日除夕，2月19日-24日春节假期

农历春节即将拉开帷幕，商业年度巅峰时刻来到。通过商品组合、风俗习性和市场需求等对商场商品进行整合，配合一些节日性活动链接刺激消费者的关注和信赖，促成业绩的高升。

销售工作重点和促销活动：元旦活动后至春节期间应环环相扣，分段拟定不同的促销重点和主题，这样才能把人气和商品营销完美的结合在一起。

第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

1月27日腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让顾客产生此处可买到便宜年货的感觉。1、本期内以保暖防寒类、洗化清洁护肤纸品类为主，厨房用品为辅的非食、小百货作主打;2、年货启动生鲜牵头：米、面、杂粮、油、生鲜肉类、腊制品、调味品、散干货、南北干货等单品镶嵌;3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

**春节促销活动策划书篇六**

活动时间：2月13号――到2月23号

活动地点：大润发超市

活动主题：“迎春纳福，大礼满天飞舞”，主色调为大红色，白的，黄色为辅。

一、活动策略促销商品：

生鲜：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)食品：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)百货：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)日化：冬天不怕干，护肤我在行(洗浴、个人护理、洗涤)

二、广告支持：

1、dm海报：

①规格：16k12p，数量：x万张。②dm版面分标题及商品品类重点：

封面(1p)：迎春纳福，大礼满天飞舞(特惊爆商品2―5款或二级营销活动内容)生鲜(2p)：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)食品(3p)：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)百货(2p)：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)

2、主题设计：

(1)主题海报的设计

(2)大润发外的玻璃拱门设计

(3)吊旗的主图全部围绕活动主题设计；

(4)电梯入口及电梯周围的海报场景设计

(5)入口设计

(6)堆头、展台、场景设计，均围绕主题设计

(7)收银台设计

(8)其他一些(例如：装饰海报、装饰品等等)

三、促销活动方案

活动一、春节大派送会员更省钱活动时间：02月13日至02月23日

活动内容：活动期间，采购部组织20个以上的过年及民生必需品，该类商品必须超值惊暴，如：传统年货、5l食用油、袋装大米、名酒、礼盒、肉品、熟食、蔬果、五谷杂粮、日常洗涤用品、洗发沐浴品、超值家居品等。

注：必须是过年及民生必需品，必须非常惊暴，这些单品关系到此次春节销售的成败，因此我们需要慎重考虑这些单品。

活动二、购物积分双倍送

活动内容：活动期间，在xx超市购任意年货达xx元以上的会员均享受积分翻番(双倍)；注：该活动适用于有会员卡消费积分的超市。

活动三、年货大采购奖品等你拿活动内容：活动期间在xx超市购物168元以上即可凭购物小票直接兑换抽奖卷，参加抽奖领取超值奖品；(一等奖一名，奖29寸电视机一台；二等奖二名，奖名牌微波炉一台；三等奖28名，奖100元购物卷；四等奖100名，奖50元购物卷；纪念奖1000名，奖07年挂历一份)

注：抽奖的奖品可另行安排，可与供应商洽谈来承担部分。

活动四、春节年货大展销

此项活动的费用以及奖品采购部负责洽谈提供，可要求供应商负责承担

1、02月13日各超市开始正式设立地堆展销年货、礼篮、礼盒，并布置年货礼品展台；

2、购买(指定)年货换礼品

a、活动期间，一次性购买(指定)年货，可凭单张收银小票到服务中心加xx元领取礼品一份(或其他)，数量不限、多买多送。

b、活动期间，凡购买年货满150元以上者送红酒一支，以150元为整数倍递增，多买多送，数量有限、送完为止!

活动五、除夕之夜美食专家

活动时间：02月20日―02月23日

活动内容：除夕之夜您吃什么?

活动期间本超市为您准备了丰富的年夜饭：

1、3―8款惊爆价熟食，例如：烤全猪、烤鸡、鸭等；

2、各种速冻水饺、汤圆买xx元送小袋(200g)汤圆；

3、各种碟菜、水产等特价销售。注：以上活动仅限生鲜超市进行。

四、场景布置：

(一)、场外布置：

1、各大卖场外墙悬挂巨幅节日海报(可根据实地尺寸制作，悬挂于卖场门头)，宣传活动内容：活动主题+dm封面单品(费用可联系厂商支持)+活动文字，户外广告报批市政手续由行政部落实；

2、各超市正门上方悬挂春节大红灯笼；(具体数量由各超市上报)

3、玻璃拱门上贴上与主题相关的装饰物

4、让布偶在超市外发放宣传海报，对小孩子还可以发放气球，为吸引更多的消费者前来。

5、两个大的升天大气球

(二)、场内布置：

1、在室内，顶部都挂上吊旗，不同的区域可以选择合适的吊旗来悬挂

2、电梯入口可做适当的装饰(注意：要方便消费者行走)。其次可在电梯的两边张贴一些宣传促销海报。

3、因为是春节，礼品多，促销商品也多，所以把堆头和展台都设计的喜庆一点，并明确告诉大家促销的方法。

4、陈列年货一条街，在年货一条街上端悬挂吊牌、海报、彩旗、气球、小灯笼等，烘托年货一条街气氛；

5、场景活动的一些布置，围绕迎春纳福的主题。

6、场内播音、led电视不间断宣传传

7、最后大家结账时的收银台的设计，根据主题要弄的喜庆，红火，让消费者在离开时也能够感受到浓浓的节日气氛。

8.服务台的设计。服务台的台子外围四周，都会贴上与主题相关的装饰物，顶部还会悬挂写小吊饰

五、预算(视情况而定)

联系我们

【注】极少数浏览器不支持复制，付费用户如果出现此种情况，请在微信公众号“百家笔记网”按照提示留言，客服一般会在0——3小时内将文档发送给您！在线时间：早上8:00——晚上22:00</em

免费复制

微信扫码关注:百家笔记网

注:需在公众号回复\"验证码\"

输入验证码后可免费复制

付费复制

付费后获得该文章复制权限

价格:4.98元

支付宝支付

联系客服

扫一扫，支付4.98元

正在加载二维码...

支付完成后，等待10秒，请勿关闭此页！

【手机端支付方法】屏幕截图保存此二维码，支付宝扫码——选相册——选此图片。

**春节促销活动策划书篇七**

目的：促进年货销售，增加购买量。

内容：

年货您买了吗?20xx人人都发!只要在xx买年货买满68元以上就可得到抽奖券1张，136元2张，以此类推!多买多送!得到奖券就有机会发财了!奖项设置：

一等奖1名，奖名牌冰箱1台+现金xxxx元+10元礼篮1个+利是封20个

二等奖2名，奖彩电1台+现金200.8元+10元礼篮1个+利是封10个

三等奖5名，奖微波炉1台+10元礼篮1个+利是封10个

四等奖18名，奖名酒2瓶+10元礼篮1个+利是封10个

幸运奖60名，奖10元礼篮1个

安排事宜：

1、奖品陈列在服务中心前面，并标明奖品的价值。

2、奖品外包装贴奖字和标明几等奖。

3、礼篮要喷字《中英礼篮，贺年xxxx》或加中英标志

4、奖品旁贴活动喷绘

5、宣传到位：卖场内挂画20张，场外喷绘，活动巨幅，dm宣传等

6、抽奖注意事项：1-4等奖念出全部号码，幸运奖是一等奖的后两位号码，只要号码中含有一等奖的后两位号码，即可中的幸运奖。

7、奖品为双份，分两次进行。

目的：增进服装销售。

内容：

买服装送现金，满100元以上送20元，200元以上送40元，100元以上不足200元送20元，其他以此类推。多买多送!

100元加送奖券1张，200元2张!多买多送!奖项设置同上。

安排事宜：

1、奖券准备。送奖券由服装收银赠送。

2、送现金登记表准备

3、送现金负责人：服装部，防损监督。

4、卖场宣传挂画20张。

内容：

凡在xx商场购物前100名顾客，均送财神画1张，早来早送!龙年好运!

安排事宜：

购买财神画600张。

内容：

新年好运全家福到!xx祝广大市民新年好运福禄双收。只要您在活动期间全家来到中英可得到超大全家福1张，现场免费拍照。2天后到服务中心领取，购物满68元赠送精美镜框1个。龙年好运全家有福，叫你的全家快来吧!全家福要求：最少人数3人，夫妻携带1名小孩，最多人数不限。每户1张，无底板，可拷贝数码照片。

安排事宜：

1、拍照背景：正门旁，设计“喜庆中国年!吉祥20xx!xx巨献!”字样和底图

2、广告公司相纸数码喷绘，35元/张

**春节促销活动策划书篇八**

xxxx年是马年，马是一种吉祥的动物，也一直是人类忠诚的伙伴，对于“马”，人们赋予了很多褒义的词汇，如马到成功、一马当先、万马奔腾等等。马是速度和耐力的体现，象征着朝气和坚强的毅力。通过表现马的形象也可以赋予商家一种“永远朝气蓬勃、永远向前奔驰”的形象内涵，因此围绕“马”展开主题促销是十分可行的。

xxxx年2月1日-2月20日

注：2月12日是xxxx年农历正月初一，可以提前半个月开展迎春节促销，法定春节放假为7天，因此春节促销可以持续20天至一个月。

“马到成功”

(1)天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马“画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多少送多少等。

操作说明：

1、画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”;红色象征过春节红红火火。

2、画布大小为10\*8米，可根据商场门面大小做调整。

3、“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

(2)一“马”当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实品展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

1、春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。

2、“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并重。

(3)“本命年”的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

(4)与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

1、生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。

2、注意现场清洁卫生，注意给马喂食。

3、挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。

4、为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。

5、此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的方法。同时要记得在现场放置一定的食料，给马喂食。

6、马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

(5)万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

(6)“马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2.5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

1、凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。

2、在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。

3、活动分男女组进行，男的距离设置为2.5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

(7)“马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

1、随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。

2、专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。

3、在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

(8)画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。

**春节促销活动策划书篇九**

珠宝十周年庆浓情献礼 诺爱一生 系列美钻特价促销，寓意： 永恒承诺钟爱你一生一世

20xx年xx月xx日至20xx年xx月xx日

圣诞节、元旦这两个节日没有特定的消费群体，且活动的持续有效期较长，价格战无疑是争取消费者的最佳方法。采用节日期间推出特定款超低特价的商品增加柜台前的人气，从而可以吸引跟多的消费者。

诺爱一生 系列美钻

款式风格：均以经典、高贵、简单、优雅、大方为主珠宝店新年促销策划方案--策划书。

销售对象：首饰名称寓意非常适合新婚佳人选购，款式风格同样也适合大众消费者佩戴，所以适销对象广泛。

主钻定位：10分，15分，20分，款式共10款(10分五款，15分三款，20分两款)。

活动地点： 珠宝全国各地专店/柜

恒久钻石见证美满婚姻

随着 珠宝形象代言人、著名影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款 信守 系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的 钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过 恒久 这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大 珠宝的知名度和美誉度，提高 珠宝的品牌情感附加值。

1. 活动内容：

(1)三年之约：

我们签约的形式担保凡购买 珠宝 信守 系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的 三年之约 策划书。如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还(在钻饰无损情况下);

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经 珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款(在购买前协议离婚者不在退款范围之内)。

(2)牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得 珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得 珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加 珠宝举办的各种联谊活动等等。

**春节促销活动策划书篇十**

“马到成功”

(1)天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马“画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多少送多少等。

操作说明：

画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”;红色象征过春节红红火火。

画布大小为10\*8米，可根据商场门面大小做调整。

“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

(2)一“马”当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实品展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。

“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并重。

(3)“本命年”的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

(4)与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。

注意现场清洁卫生，注意给马喂食。

挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。

为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。

此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的方法。同时要记得在现场放置一定的食料，给马喂食。

马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

(5)万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

(6)“马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2.5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。

在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。

活动分男女组进行，男的距离设置为2.5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

(7)“马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。

专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。

在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

(8)画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。

**春节促销活动策划书篇十一**

活动目的：通过举办春节期间的一系列促销宣传活动，进一步提升餐厅在当地的知名度，让顾客感受到餐厅在当地的影响力和知名度，吸引客源，扩大消费群体，进而能够很好的增加本店的经营收入，扩大品牌影响力。在当地做到良好的口碑营销。

活动内容：根据春节期间的节日特点，选择适合自己的促销方式。

1、餐厅店面贴一些与春节相关的图片及店内的宣传促销内容海报，以红色为主，突出节日的喜庆氛围。

2、由餐厅在周末分别布置礼品展台，对就餐客人进行有针对性的促销工作

3、从2月初开始每天的午、晚在店内一定时间段内播放相关的宣传资料。

1、宣传单张。

2、报纸广告。

3、海报制作。

解释说明：有广告宣传需要的加盟店可提前与企划部联系，配合其制作宣传效果图，并提前做好广告预热宣传。

1、宣传单的派发由相关部门完成；

2、散客、常客预订工作由各店面具体负责；

4、促销及预订工作由店经理全面负责。

1、“大型团体餐促销活动”

活动内容：活动期间，凡是到本店就餐的顾客，可以根据相应的人数享受不同的优惠（正月十五当日除外）。

2人——4人可以享受9折优惠。

5人——8人可以享受8、8折优惠。

9人——12人可以享受7、8折优惠。

春节，也是中国百姓最舍得花钱的日子，如何开发春节市场显然大有文章可做。那么餐饮业又该如何抓住春节消费蕴含的商机呢？当然是首先搞好市场调研，准确把握春节期间人们的消费变化趋势，进而制订出针对性较强的促销策略。从最近两年春节期间居民的消费新变化可以看出，春节消费有三大明显特征：

餐饮业要把握好以下节日服务型经营方式：

a、主妇型。即饭店为市民家庭配送成套的年夜饭半成品或净菜，代替家庭主妇以往蒸包子、做肉丸、炒花生的“忙年”活动，饭店只收取少量的加工费。

b、包办型。即饭店为市民预订到饭店就餐的年夜饭或节日家宴。餐馆酒店要本着勤俭节约、物美价廉、面向市民、为大众服务的原则，推出“敬老宴”、“爱心宴”、“关心宴”、“合家团圆”等众多菜谱，意在把工薪阶层拉向自己，以扩大目标市场。

c、系列型。为适应现代人的消费需求，餐馆酒店应推出面向家庭的除夕宴席快送、“出租厨师”，向居民开放客房、卡拉犗犓厅、洗澡间等等休闲娱乐设施和场所，以吸引居民到酒店里自娱自乐过春节。

同时，餐饮业的经营者，还应在文化品味上做文章。要以饮食文化搭台，让劳碌了一年的人们吃个轻松，吃个愉快，吃个情趣。餐馆、饭店、茶馆可以在店内推出书画摄影展览、读书弹唱、名曲欣赏、民俗、杂技、魔术表演、名厨教授顾客“绝活菜”活动等，让顾客集食、饮、赏、览、听于一体，吃得潇洒，玩得开心，同时又得到精神享受。

营销活动应在以下五个方面下功夫：

a、要搞好“降价促销”。“一个便宜十个爱”。年终岁尾，商家应以真诚回报消费者为宗旨，开展打折销售、买大件赠小件，“天天让利、日日优惠”，等促销活动。

酒店春节的布置及装饰：

1、在正门口立放金童玉女一对，延用至元宵节，酒店提供照相留影服务（客人洗相费用自理）。

2、在酒店外围植物上绕挂满天星，在酒店正门两侧分别立一大盆金桔，顶棚挂大红灯笼。外围草坪上斜拉彩旗。

3、大门口悬挂“xxx大酒店恭祝全市人民新春快乐”横幅。

4、大门口两侧玄武岩贴对联“金杯醉酒乾坤大”“玉兔迎春岁月新”横批为“恭贺新禧”。

5、酒店大堂两侧玻璃门贴牛年生肖剪纸图案

6、酒店正门口安排两位工作人员（人事部选好的那对员工），穿小牛服装戴小牛头套，负责为前来酒店用餐年纪大约在10岁以下的孩子发放气球（一支），水果糖（2粒

7、三楼、四楼阳台栏杆插彩旗。

酒店餐厅春节促销活动：

1、春节套票：实惠多多，惊喜多多，春节推出“吉祥如意”套票

餐饮：666元/桌（含服务费，仅限三楼餐厅）

客房：288元/间、天（含双早）

娱乐：12：30—16：30赠送包房3小时16：30—02：00赠送包房2小时

客房：自大年三十至正月十五每天推出20间特惠标准间208元/间、天

凡入住特惠标准间者，均可获得精美春节礼品一份

大年三十（18：00—21：00）推出“吉祥”年夜饭：588元/桌688元/桌888元/桌

大年三十（21：00—12：30）推出“富贵”年夜饭888元/桌1080元/桌1288元/桌（0：00赠送吉祥如意饺子一份

提前预定年夜饭，有小礼品赠送。定餐满1000元，赠送大抱枕一个（抱枕价值20—30元左右，抱枕是办公室一族和居家生活必不可少的用品之一，消费赠送抱枕，对顾客来说比较实在）、将不同生肖吉祥物藏在抱枕里，客人可凭此吉祥物到总台换取相应的奖品、生肖为兔的吉祥物对应奖品为时尚台历一部、其他生肖吉祥物均为小中国结一个

春节期间宴会厅推出春节套餐

金玉满堂宴： 688元/桌

富贵吉祥宴： 788元/桌

五福临门宴： 888元/桌

春节是餐饮业销售的黄金季节，商家都明白这个道理，然而春节消费的特点，却年年有变化，谁能洞察先机，抓住热点，谁就是赢家。从微观角度看是如此，而从宏观角度看，如何统筹策划，引导消费，形成热点，搞好“贺岁工程”，就更是一篇大文章了。

2、“特别的情人节，温馨与甜蜜，xxx送给您！”

活动内容：大年初一情人节当天，昂贵菜品全部八折优惠，而且情侣消费更有甜蜜礼品赠送。

解释说明：礼品可以选有纪念意义的，能够让消费者能收藏，甚至可以定做精致的小礼品，一定要让消费者看到这个礼品就能想到xxx。当天其他活动不予进行。

3、“春节抓钱大行动，抓出新年好财运”

活动内容：活动期间，每桌消费满100元，即可亲自动手去抓钱，抓出财运，抓出精彩！

解释说明：此活动的目的是为了活跃店内的气氛，让顾客在春节期间觉得店内的活动有心意，而且寓意很好。可以先准备好一个小罐子，罐口可以小些，罐内放入硬币，硬币的面值主要以1角和5角为主，但也要放入一些1元的。自己反复实验，争取用最少的金额获得最好的效果。（此活动与其他活动不能同时参与）。

4、“您消费，我送“财””

活动内容：活动期间，凡是进店消费的顾客，每桌赠送两道精品涮菜！

解释说明：送“财”的“财”即为涮菜，取其谐音。赠送的两道菜，应取一个与“财”有关的名字，突出新意。

5、“正月十五元宵节，美味元宵送给您”

活动内容：正月十五当天，只要来本店就餐，每桌顾客将免费获得本店赠送的美味元宵一份。让您在元宵节的夜晚感受xxx的温暖。

解释说明：此活动的目的是提升餐厅在顾客心目中的形象，加深顾客对餐厅的好感。元宵方面，可以事先准备好一些价格始终、口味较好的产品。

在餐厅推出元宵节、情人节商品促销活动的同时，宾馆、酒店、酒吧也不失时机地推出了各种各样的“团圆宴”、“情人套餐”、“烛光晚宴”，一些酒吧还推出了情人节舞会。餐厅除了吃团圆宴赠元宵外，还制作了象征团圆、吉祥的五彩元宵进行外卖，推出了就餐送玫瑰、巧克力和红酒，以及多个档次的团圆宴、情侣套餐、烛光晚宴。

西餐历来是情人节餐饮的主角，今年的情人节餐饮市场仍不例外。虽离情人节还有好几天，一些西餐厅便早早行动了，有的餐厅已经打出了“2·14情人节情侣套餐”、“温馨浪漫烛光晚宴”的条幅。在那摇曳的烛光、可口的手扒饭和冷餐会让人感觉好极了，体验到最甜蜜的情人节活动，为此，他们的西餐厅推出了“一世情缘”浪漫情人节烛光晚宴，同时餐厅也可以推出“情系情人树，爱在哈根达斯”活动，将向客人献上世界闻名的哈根达斯冰淇淋。元宵节，餐厅还将向客人送上自制的五款馅心元宵。

**春节促销活动策划书篇十二**

我们可以将消费者的消费心理历程划分为注意、兴趣、联想、欲望、比较、确信、决定7个阶段，春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，广告位招商 也就是说，在此期间这7个阶段的消费心理变化时间将大大缩短。有效地与消费者沟通就是采用视觉，语言，演示的方式将春节促销信息传递给消费者，抓住消费心理变化的瞬间，促使消费者快速形成购买决策的过程。

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息。抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”， 求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣 （针对这次送福，送财）春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）

可以通过多种信息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。在销售生动化过程当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。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点:

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。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中，陈列还要注意以下主要原则：

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。

各店在实际操作过程当中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和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。

**春节促销活动策划书篇十三**

宏观分析：黄材位于宁乡西，属一个重镇.崔坪，金马，白合，关坳，八渡水，祖塔，井冲等紧靠黄材，有一个广阔的客源空间.

微观分析：本镇已有五六家商场和众多的批发和杂货商店，将来可能还会有新开，所以本商场要急于改造和改良经营方式.

本镇企业少，居民收入的主要来源是：a 外出打工收入

b 农业收入，副业收入

针对此情况，本店应定位中低档产品，以生活必需品和食品为主的自选商场.

降低进货成本是本店发展最根本的因素.

a 在大卖场采购商品，降低商品的成本.本店最接近的大卖场是高桥大市场.

b 与供应商签定合同,采取月结,有利于达到融资的目的,购买新产品,以需定购。

c 供应商定期送货，节省运费。

d 与供应商达成协议，以提成来赢利，这样有利于陈货处理，本店可以全心投入销售，而不必考虑库存剩余。

e 时刻关注市场动态，使本店的产品急于换新。

a 营造一个良好的店堂环境。(附录)

b 员工统一着装，给人一个专业的感觉，吸引顾客。

c 员工以服务第一，留住顾客。微笑对待顾客，5米注意，3米观注，1米搭讪。

d 店堂应有一个振奋人心，共同向上的口号。

\"小事做起，自己做起，各尽全力，展望未来\"

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