# 2024年春节促销活动策划方案汇编(十二篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-10-13

*为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。春节促销活动策划方案汇编篇一中秋是酒...*

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**春节促销活动策划方案汇编篇一**

中秋是酒类下半年

销售旺季的开始，淡季做市场，旺季做销量，因此，此次中秋节以“月圆家圆酒团圆”为主题，打开市场，拉动市场销量，为市场旺季的到来做一个良好的开端。

推动xx酒旺季销售

xxx

1、活动主题：月圆

家圆酒团圆。

此次中秋佳节，月圆、家圆之际，更应当酒团圆，当酒团圆之际，便是把酒畅欢得大礼之时。

2、活动方法

凡是在活动时间内消费本品，只要凑集本酒各大系列的其中一款，即可获得相应的奖品。

大家族系列：指定影楼家族全家福系列套餐

友情系列：指定影楼友情系列套餐

爱情系列：指定影楼爱情系列套餐

小家庭系列：指定影楼小家庭系列套餐

3、活动宣传：

此次促销活动，中奖额不高，但中奖率却很大，在中秋佳节这个阖家团圆的气氛中，刺激消费者进行消费活动，为旺季销售拉开序幕，奠定一个好的基础。

**春节促销活动策划方案汇编篇二**

20xx年春节前夕

xx珠宝全国各地专店/柜

“大声说sorry”美丽心灵假面秀

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。

1、造势宣传：

（1）1月2日在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，扩大活动的覆盖面和影响力，主题是《“大声说sorry”美丽心灵假面秀等你来》，12月24日—30日接受活动报名，参赛者必须到xx专柜现场报名（无论是否购买都可报名），参与活动者登记报名后领取假面和参赛号码（一对夫妻或情侣一个号码）；

（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。

2、活动程序：

（1）上午9：00—9：30现场珠宝模特秀，模特佩带首饰为“信守”、“善美”系列钻饰；

（2）上午9：30—9：50请当地歌手现场演绎《信仰》（张信哲原唱）、《想你的365天》（李玟原唱）的歌曲等等；

（3）9：30—9：55向观众散发选票（一半是选票，一半是xx珠宝的宣传页）；

从9：55开始1号参赛者戴假面上台，主持人即兴采访（问题如：参赛者年龄？当前是什么关系？结婚、谈恋爱几年了？家庭情况如何？等等）；

（4）1号参赛者戴假面相互对双方说“最sorry的一句话（或一件事）”，主持人主要在此过程中起引导作用；

（5）接着2号、3号……参赛者类似1号参赛者进行现场秀；

（6）11：30—11：50现场秀结束，收取观众选票（只收选票的那部分，xx宣传的部分不回收）及在公证员的监督下统计选票，同时艺人演唱《爱就一个字》（张信哲原唱）（也可现场播放录音带）；

（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。

1、珠宝模特秀：300元x5=1500元；

2、艺人现场演唱费：6000元；

3、奖品（信守系列钻饰）费用：4000元左右；

4、x展架：65元x2=160元，条幅：150元，假面：10元x20=200元；

5、场地布置费：1000元左右；

6、选票：0.5元x500份=250元；

7、媒体宣传费：5000元左右；

8、总计：18260元。

另：

活动控制与推广问题说明：

1、参与本次活动加盟伙伴选择好方案后不得在活动过程中随意更改活动细则，如需更改须和xx珠宝推广总部联系，取得总部认同后方可更改；

2、网络推广：联合当地网站做活动宣传广告、活动新闻报道等宣传活动，以新闻事件的形式做好“造势”宣传；

3、注意与当地报纸媒体记者联系，注意做好活动报道工作，以达到长期宣传品牌和长期促进销售的目的；

4、在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录；

5、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xx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。

6、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汇编篇三**

前言

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。

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）

欢乐佳美中国年购物惊喜不间断

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

（一）新春到，“福”送到！

活动时间：

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）

（二）新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：2月7日——2月17日

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：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

（三）新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：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）

（四）团购价低更有礼，财运吉祥送到家！

活动时间：2月7日——2月27日（初十）

团购满20xx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

**春节促销活动策划方案汇编篇四**

一.活动时间：

20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx日

二.活动地点：

珠宝全国各地专店/柜

三.活动主题：

恒久钻石见证美满婚姻

四.活动背景及目的：

随着珠宝形象代言人、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。

五.活动形式：

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”。

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。

造势宣传：

（1）20xx年1月1日（元旦）、xx年1月15日（周六）、20xx年2月5日（周六）以报纸软文的形式炒作（1/8版-1/4版），主题是：“钻石销售突现钻石恒久文化”，在活动开始后5日左右以新闻的形式报道此次活动以宣传造势；

（2）20xx年12月23日、20xx年1月1日（元旦）、20xx年1月15日（周六）、20xx年1月29日（周六）、20xx年2月5日（周六）在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告（1/8版-1/4版），扩大活动的覆盖面和影响力，主题是“珠宝恒久钻石保障婚姻”

（3）活动期间不定期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。

六.活动经费预算

展架：65元×2=130元，条幅：150元；

宣传页（dm）：元/张×1000份=500元；

婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元；

媒体宣传费：5000元左右（各地不同可根据当地情况重新预算）；

总计：8780元。

**春节促销活动策划方案汇编篇五**

共七天（20日—26日大年夜）

千僖迎新，半价返还

（一）主要活动：千僖迎新半价返还。

1、7天中一天半价返还：即在7天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还；

2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元；

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可选择营业额最低的一天）；

4、1月26日（初一）开始，至2月5日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券；

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；

6、家电、电讯等商品除外（商场海报明示）；

（二）可行性：

七天中抽取一天100%返还，相当于全场8。6折；50%返还，相当于全场9。3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

（三）辅助活动

1、男女装特卖场；

2、儿童商场购物送图书；

3、厂方促销活动。

1、报纸广告：

2、电台广告：

3、现场横幅

4、现场彩灯

**春节促销活动策划方案汇编篇六**

本方案围绕元旦、春节、会员节等大节日展开，通过大力度的商品促销、文化营销、顾客参与互动活动及店内外的媒体宣传，实现客流和销售的提升，确保月度经营指标的达成。

第一档：元旦档

1、主题：20新年当头炮

2、时间：1月1日—1月11日（共11天）

个sku48000份。12月23日拍照，12月24日—26日设计，12月27日定稿，12月28—29日印刷，12月30—31日发放。主推商品：新年商品、清洁用品、生鲜食品

扮靓新家迎新年

活动期间，家居清洁用品、新年饰品集中陈列。清洁系列：吸尘器、扫帚、垃圾袋、毛球刷、家具护理液、地板腊、洗衣液、油污净等。新年饰品：龙年玩具、福贴、剪纸、挂件等。

锅碗瓢盆协奏曲

活动期间，锅具、各种规格碗、碟、盘、匙、筷、盆集中陈列，统一氛围装饰。

冬装大出清

冬季棉服、外套、保暖内衣全场出清，超低折扣。

第二档：会员档

1、主题：会员岁末大回馈

2、时间：1月12日—1月25日（共14天）

个sku48000份。12月23日拍照，12月24日—26日设计，12月27日定稿，12月28—29日印刷，12月30—31日发放。主推商品：新年商品、清洁用品、生鲜食品

会员惊爆大抽奖

活动期间，凡在xx超市各门店一次性单票消费满68元即可电脑抽奖。单人单票限参加一次。单店奖项设置

特等奖：2名，各奖液晶电视一台；

一等奖：50名，各奖电饭煲一台；

二等奖：100名，各奖胶棉拖把一个；

三等奖：3000名，各奖纪念品一份。

感恩（23/24/25）会员岁末大回馈

活动期间，xx超市各门店同步推出全品类万种会员抄底价商品，high翻全场，引爆全城！一年一次的巨大优惠，优惠仅三天，不来要后悔哟！感谢会员朋友一年来的支持和厚爱。

第三档：春节档

1、主题：金羊红火年礼享xx

2、时间：1月26日—2月18日（共24天）

个sku48000份。12月29日拍照，12月30日—1月3日日设计，1月4日定稿，1月5日—8日印刷，1月9日—10日发放。主推商品：年货礼盒、春节家宴用品、新年用品

4、年货礼品一条街

团购最快乐，快来xx。精品年货，最实惠，让利，给您贴心一站式满意服务。

5、购物送福、福气多多

活动期间，超市内一次性购物每满48元即可获赠“福”字一对或“红包”一对，多买多赠，每人次最多限赠5对。

6、福乐多龙年小庙会（各门依据情况选择时间段和项目）

1月23日—2月6日（初一至十五）期间，来福乐多超市各门店不仅能挑选到您可心的新年礼品，更有龙年小庙会丰富多彩的节目等着您，好吃好玩又好看！

冰糖葫芦满场卖：售卖人员持棒槌插满冰糖葫芦在超市外围巡走叫卖，如有可能穿着小二古装进行。

趣味滚铁环：每隔2米高一障碍物，共设6组，一次性连贯滚铁环通过障碍物即为获胜，顾客凭小票参与，获胜者即赠小礼品一份。

趣味折纸：卖场设桌、椅、a4纸及场地，场地上空设悬挂挂架、细线等，顾客可随意参加折纸，折纸可做纸飞机、纸船、千纸鹤等，样式不限。每人限折一张，折完后可填写新年寄语，优秀作品进行现场悬挂展示。

水杯吹球：卖场设桌子2张，装满水的水杯10个连排成一条线，放置乒乓球一个，顾客凭小票参与，参与者吹气将乒乓球连续通过10个杯子即可获胜。获胜者赠小礼品一份。

踢毽子：顾客凭小票参与，连续单脚踢20个以上即可获赠小礼品一份。

贴鼻子：各店设一没鼻子的卡通小丑形象，由顾客在5米外拿着鼻贴蒙眼走到小丑前贴上鼻子，贴对者获赠礼品一份，每人一分钟。

我当小老板：年龄12岁以下的小学生可报名参加，在指定场地可现场售卖自带学习用品、玩具等物品。

小小理货员：年龄12岁以下的小学生可报名参加，随卖场内指定员工老师从事义务劳动2小时。参与者获赠纪念品一份。

元旦档：

1、店内氛围

卖场入口主题横幅

主通道灯笼装饰

堆头商品吊牌、围挡

展架

2、媒体宣传（含元旦春节内容）

晚报半版：12月31日

信息半版：12月30日（半版）

手机短信：1月1日（10万条）

春节档：

1、店内氛围

卖场入口主题横幅

超市入口拱门

堆头商品吊牌、围挡

展架

2、媒体宣传

手机短信：1月25日（10万条）

元宵档

1、店内氛围

卖场入口主题横幅

堆头商品吊牌、围挡

展架

（一）采购部

负责dm的选品及谈判、校稿及费用收取。

（二）门店

负责dm的发放。

负责各项活动的人员及组织实施。

负责各项现场氛围的具体营造。

负责龙年小庙会活动的组织筹备实施。

（三）营销部

负责dm的设计印刷。

负责各项营销活动的组织筹备。

负责各项活动及春节节现场氛围的营造。

20xx年新年商品促销活动方案

春节商品活动策划方案20xx活动主题：岁末完美风暴

活动时间：2月1日——2月17日（共17个工作日）活动内容：

一、全场商品2折起

活动期间，全场商品2——折销售（6楼百元街全场8折）（金银珠宝饰品、名表、化妆品详细折扣请见柜内明示）

二、购物一小时幸运5分钟

2月8日——2月17日，在每天正常营业时间，每小时抽出5分钟，凡在此5分钟购物的顾客，将获得所购商品金额的半额返款。

注：

1、返款全部以赠券（a券）形式体现

2、抽奖方法：10：10分抽取9：00——10：00时间段，11：10分抽取10：01分——11：00时间段，以此类推，晚间20：00——21：00时间段获奖结果于当日21：10分抽取，清场时间顺延，请物业公司电工、保安做好相应准备。

3、抽奖地点：6楼促销服务台抽奖现场；

4、返款地点：6楼促销服务台；

5、返款时间：当日营业时间；

6、单笔返款金额以5000元为限，5000元以上视同5000元档；

7、对奖时间以收银机制小票上打印的交易时间为准；

8、幸运中奖顾客务必凭完整购物凭证当日领取返券，过期视同自动放弃；

9、本活动所返赠券使用期限限定在2月18日——3月30日使用，过期作废；

10、抽奖结果及时在现场及广播中公布。活动情况说明：

1、活动期间，商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；

2、厂家或供应商要根据自己的实际情况自行确定折扣幅度，但严禁调高售价之后再打折；

3、各招商经理和客务员要对“调高售价再打折”情况进行严格监督，一经发现虚假打折情况公司将按相关规定严肃处理；

4、各客务员要严格监督供应商，严禁用残次商品应付本次活动；

5、商场管理部应严把商品质量关，严防假冒或伪劣商品进场销售；

6、活动期间，赠券（a券）在6楼使用不再享受折扣；

7、凡需要举办专场特卖的供应商，所需的现场布置须提前提出书面申请，由楼层管理人员按正常卖场要求严格予以管理；

8、凡特卖场地，美工要负责形象把关，并按需求提供相应道具、进行必要美陈布置及pop提供；

9、专场特卖品牌要求必须在长春主要媒体做特卖广告宣传。

活动期间，vip卡折扣功能暂停，积分累计功能正常使用；活动期间，凡折扣销售商品，在价签上需明确标示原价、现价，各楼层客务员要严格检查；各厂家或供应商进行折扣销售，在卖场悬挂条幅、促销导购等必须经营销策划部审核通过，营销策划部和商场管理部将对擅自悬挂条幅或摆设促销导购行为进行严格检查。

**春节促销活动策划方案汇编篇七**

xxxx

x月x日

女装10个、男装2个(温格、资本)、皮具2个、皮鞋5个、休闲运动4个、玉兰油

所有专柜3款情人节特别商品推荐

配套活动(金行，手表，美容院)

部分专柜消费不限金额即送玫瑰

1、情人节“爱她就要大声说出来”

活动时间：x月x日-x月x日

地点：大门中厅

活动内容：活动期间，顾客即可至大门中厅爱情告白墙上留下您的“爱情宣言”，现场进行拍照留念，并把拍好的照片用电子版形式发送给您。(需要顾客留下qq或电子邮箱)

2、贴心礼品包装服务

x月x日—x月x日凡购百货商场内任意商品，凭当日小票即可至客户服务中心享受礼品免费包装服务。

地点：客户服务中心

**春节促销活动策划方案汇编篇八**

春节是中华民族的传统节日，象征着辞旧迎新、吉庆欢乐。

国人传统习惯是办年货、全家团圆、拜访亲友。零售、餐饮业等各行各业必将迎来消费高峰期，同时也是促销活动高峰期、。也是我们通过春节促销活动，拉动产业销售，展示品牌热促销的最好时机。

赢春传心意，惊喜数不尽。

：

店内所有商品（除配件）产品介绍：

森马的产品具有面料质地紧密轻薄，手感光滑柔软，光泽柔和，强力较好，耐磨性好，不虫蛀，不霉变。绚丽的色彩，青春的气息，潮流的设计，合理的剪裁，亲民的价格等众多特点。

（1）活动时间：xx、02、10——xx、02、25

（2）活动地点：森马奉节专卖店

（3）活动目的：开展此次促销活动的目的在于消化目前公司积压库存，帮助终端客户快速销售森马服装，提高消费者对森马服饰品牌的认知度和对森马品牌的好感忠诚度，为即将上市的新款森马服装做好前期的准备工作。

（4）主要活动内容及流程：

即日起，凡来森马专卖店购物的顾客满200元即可享受9折优惠，满300元享受8、5折优惠，满500元享受8折优惠，满700元享受7、5折优惠，满888元即可享受6、5折优惠或森马vip卡一张（注打折不送卡，送卡不打折），购满1000元以上即可6、5折优惠再加森马vip卡一张。

另外凡购满499元的顾客还可以参加抽奖一次。100%中奖率，惊喜等着你。

奖品：

特等奖：999元购物券一张（1名）一等奖：499元购物券一张（5名）二等奖：399元购物券一张（8名）三等奖：299元购物券一张（10名）四等奖：199元购物券一张（15名）五等奖：99购物券一张（20名）六等奖：新年红包一个（50名）幸运奖：精美手机链一个活动前期宣传主要靠发传单和电视广告推广此活动。由临时工和当地广播电视局执行。

活动期间宣传为各个专卖店，由各专卖店销售人员执行。

基础费用：广告费用、宣传单印制、及各种宣传费用、临时工工资及加班费、奖品等等。预计本月促销活动期间成本费大概是4万元，以及各种应急费用1万元，一共5万元。

通过此次促销活动，提高了本月销售产量和市场份额，预计该月销售额将达到平时每月平均销售额的140%，同时森马品牌的影响力也将大大增加，使更多的消费者信赖森马。

**春节促销活动策划方案汇编篇九**

1、随着春节的到来，到4s店进行维修保养及车辆检查的客户日益增多，新车市场也迎来了销售旺季。

2、假日消费在中国已深入人心，消费者往往认为在大型节假日购车将享受到更多平时没有的优惠，决定了很多客户将购车计划放在节假日里。

3、春节黄金周，大部分地区都有媒体组织的各种类型的室内室外车展。通过9月份车展，各经销商均已收集到大量的意向客户，急需组织大型店头活动进行集体消化。

1、本次活动目标集客量：xxx组。目标订单量：xxx台。

2、以“春节节”为契机，通过策划一系列活动，适时推出优惠活动，迎合消费者假日消费的心理期许，达到一个愿打一个愿挨的效果，同时还可以进一步宣传4s店整体形象，提高店铺知名度和美誉度。

3、通过春节长假，最大限度的提高人流量、提升人气、扩大4s店的销售业绩。

4、12月份遗留下来的意向客户，通过本次店头活动进行集体消化，提升1月份整体销量。

5、累积客户信息资源，为日后组建“一汽-大众xx车友会”或“一汽-大众自驾游”等项目做好铺垫。

“七日春节十礼相迎“

1、思路主线：促销信息发布→活动促销订车→吸引集客→店铺购车→形成口碑传播→辐射周边人群购买1、订车促销政策9月21日——30日预热期内订车的用户，可参加2月1日—2月3日店铺抽奖。

2、现场好礼针对春节节试驾及购车的顾客好礼相送，参加现场游戏活动还有惊喜礼品，以最直观的礼品吸引客户落地成交。

3、贴心的活动服务迎合客户的求便心理，活动现场免费提供零食、冷饮。

(一)活动时间、地点：

20xx年2月1日—7日，xxxxxxxxxxxx

(二)活动形式：

订车促销+店内活动

(三)参与对象：

1、xxx一汽-大众4s店

2、xxx一汽-大众4s店微博、微信收听用户

3、xxx一汽-大众4s店合作广播收听用户

4、xxx一汽-大众4s店合作报纸阅读用户

5、街头、户外散客

6、相关网络门户浏览用户

宣传预热：1月21日——30日

(一)广告宣传

1、广播：

xxx一汽-大众4s店合作电台适时发布广告信息。

2、报纸：

xxx一汽-大众4s店合作报纸媒体专版宣传广告。并在报纸中夹放礼品券或抽奖券的方式来组织观众。

3、户外：

海报张贴;街头直投;公交电视、出租车led、灯箱、广场电视等户外媒体按预算适量投放。

4、网络：

xxx一汽-大众4s店合作网络媒体的首页和娱乐专栏进行宣传，可设置文字链、旗帜、按钮等方式。

(二)店铺宣传

1、无线媒介：

xxx一汽-大众4s店微博、经销商微信公众平台。

2、其他宣传媒介：

电话邀请、短信邀请、qq群及时宣传、论坛广播等。

(三)客户招募：

1、电话邀请

2、促销广告信息发布

3、短信邀请

4、抽奖券发放

5、微信、微博互动吸引

6、街头邀请

（一）进店1——见面礼无需消费，进店就有礼。活动期间内所有顾客凭宣传单进店登记姓名联系方式和是否愿意购车的问答卷后均可免费领取精美礼品一份。活动期间礼品发放数量限每天的前30名进店的消费者(商家可以根据自身情况制订)。

（二）进店2——幸运礼持抽奖券及现场抽取的幸运客户，可参加现场抽奖活动。精美礼品、购车款，100%中奖，幸运抽取。

（三）进店3——春节礼凡是在活动期间的每天上午10点和下午16点准时派发春节红包礼，红包派发方式从面额600元发至100元的售后服务工时费现金券，先到先得。

（四）试驾——纪念礼进店试驾的客户可领取试驾纪念礼品一份。

（五）促销1——特价礼惊爆价，推出特价车，不参与其他礼品及服务活动，每天限购3辆。（本数量仅供参考，商家可以根据自身情况自行申请）（六）促销2——订车礼1月21日——30日预热期内订车的用户，可参加2月1日—10月3日店铺订车抽奖。精美礼品、购车款、油卡、现金券等，幸运抽取。

（七）促销2——购车礼(特价车除外)根据不同价位段的车型设立不同的礼品赠送，售价越高利润相对越大。针对购买高端车型的客户，在保证利润的范围内，送豪华大礼包。大礼包可由商家自己购买汽车精品、油卡、现金券等自由组合成多个不同大礼包。

（八）促销3——现金礼(特价车除外)活动期间凡购买正价车型的消费者凭购车发票或收据即可参加抓现金一次。抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

（九）促销4——欢乐礼拼图游戏游戏规则：活动现场进行限时拼图（中国地图）大赛。

奖励规则：规定时间完成者，赠送一份小礼物。

（十）维护——服务礼(售后优惠、服务工时费现金券)凡是xx4s店的客户，在“春节节”促销活动期间都可以来专卖店免费享受清洗、打蜡等维修保养服务。并可以收到价值50元的建达成售后维修服务现金券。

**春节促销活动策划方案汇编篇十**

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、最好的年货，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：满100送150（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150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）。

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，赠券与现金一并退还顾客。

**春节促销活动策划方案汇编篇十一**

中秋节前后的大力宣传、渠道压货和终端促销，提高品牌知名度和产品销量。

8月25日——9月27日

终端客户

xxxx

1、首单进货6万元活动政策：

专业培训：8月25日，8月28日，8月31日，针对店内所有员工进行培训。

葡萄酒品鉴酒会：免费提供培训，酒会用酒免费提供，酒会讲酒、侍酒免费提供。

宣传物料设计提供：x展架，条幅、宣传手册等。

活动期间在店内显著位置进行堆头设置，并有专人负责推荐，店内全员销售。

2、针对终端客户：

活动主题：“葡萄美酒中秋献礼有买即赠活动全面开展”活动期间在店内销售的客户，均可以享受有买即赠活动。

活动一个月期间

团购促销：

（名庄酒除外）购葡萄酒满5万元，即赠28支装酒柜一台，并加送ipad2一台，加油卡1000元；立即升为本店铂金卡会员，此后全年购买葡萄酒享受8.8折优惠，全年免费储酒，免费侍酒，免费送货。

购葡萄酒满2万元，即赠12支装酒柜一台，并加送高档酒杯2盒，海马酒刀两把；立即升为本店金卡会员，此后全年购买葡萄酒享受9折优惠，全年免费储酒，免费侍酒，免费送货。

购葡萄酒满5000元，高脚杯一对，海马酒刀两把；立即升为本店vip会员，此后全年购买葡萄酒享受9.5折优惠，以上四种会员卡均可进行积分，每1元为一分，特价商品除外，本店定期进行积分兑换。

零售促销：

购买xx两支，赠双支红酒礼盒1个；（利润（568-288）\*2-35=245元）

购买xx两支，赠双支红酒礼盒1个；（利润（188-80）\*2-25=191元）

购买波尔xxx两支，赠双支红酒礼盒1个；（利润（168-85）\*2-25=141元）

购买xxx两支，赠双支红酒礼盒1个；（利润（88-48）\*2-25=55元）

购买任意一款产品均可获赠海马酒刀1把或木礼盒1个；（海马酒刀支出为10元，原木礼盒支出为10元）

3、针对店内营业员

为了促进店内销售人员的对红酒销售的积极性，特举办全市“\*\*\*葡萄酒销售高手深度培训班成员选拔赛”并且，对前三名的销售员进行奖励，并选取其中10名进行深度培训，并推荐进行品酒师班的学习和证书获取。

高脚杯20个（300元）、海马酒刀50把（400元）、双支木盒100个（2500元），单只木盒50个（500元），单只皮盒10个（500元），双支皮盒10个（600元），双支手提袋100个、x展架三个、条幅三条、宣传手册100本。

业务人员、促销人员。（店员）

**春节促销活动策划方案汇编篇十二**

大吉大利开门红，志邦开门送现金

20xx年1月30日——2月6日

（备注：1月30日和2月4、5日为活动的爆发期，活动地点可设置主场（如合肥的形象店），主场活动时间可以延长至当天晚上9：00）

志邦厨柜全市各大连锁专卖店

（各销售单元可自行设置）

1、开门送红包：600元现金红包等你来抢

活动期间预定并交纳1000元定金，即赠送600元开门红现金红包。

2、欧州风情：仅售x元/套

活动期间，原价x元/套欧州风情套餐，现仅售x元/套

配置：3m地柜+3m台面+1、2m吊柜+zbom烟机+zbom灶具（配置：a类吸塑+法兰石台面）

3、加200抢20xx

活动期间，定单加200元现金即可获赠20xx元新年购物券，可用于购买zbom电器、水槽或功能用具。

4、全场疯狂折扣：

活动期间美厨/名仕系列和人造石，国产石英石折御庭系列和进口石英石折

1、活动时间：仅限20xx年1月30日至2月6日，预交1000元定金有效；

2、前期预定未签单的用户需重新交纳定金才可享受本次活动优惠，同时前期的优惠活动不能同时享受，参加本次活动的用户20xx年7月31日前签单有效；

3、参与本次活动的用户，预定金不退；

4、套餐每米加x元可换哥德堡石英石，超出套餐尺寸按正价折核算；

5、通过志邦官方网站报名活动的客户，可免费抢得20xx元新年购物券；

6、本活动最终解释权在法律允许范围内归志邦厨柜所有；

（特别说明：

1、本次政策要区别于3.15的活动政策，尽量少进行电器捆绑，让客户不好进行政策对比；

2、本次活动的20xx元购物券不可和其他政策同时享受，例如：不可在3.15的政策之上再使用此券。

3、各地可设置客户的进店有礼奖，不论订单与否均可获赠价值50元左右的订单礼品。）

1、活动时间规划：

活动阶段活动规划

时间内容

抢抓意向阶段20xx年1月12日—20xx年1月29日各渠道和店面抢抓一切可以购买的客户信息，并对意向客户高度关注

预定阶段20xx年1月30日—2月6日（30、4、5日为爆发期各志邦专卖店集中订单

2、宣传安排：

形式信息传达方式发布时间负责人内容

意向客户跟踪短信1月19日各地总负责人人人短信群发：官方提醒春节期间注意安全

短信1月20日各客户负责人私人提醒春节回老家注意安全

短信除夕夜1月22日各客户负责人拜年短信私人祝福

短信年初一1月23日各客户负责人志邦官方拜年短信祝福

短信年初二1月24日各客户负责人私人祝福回娘家

短信年初六1月28日各客户负责人私人提醒春节返程祝福，并告知活动内容

电话年初六1月28日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

短信年初七1月29日各客户负责人私人提醒上班工作顺利，并告知活动内容

电话年初七1月29日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

电话年初八1月30日各客户负责人电话确认客户是否来？何时来？哪天来？来？

店面包装年初六1月28日各地市场负责人包装氛围+活动信息发布

备注：

1、意向抓取每日分解，每人均有日指标。

2、过程维护全员营销，全国各销售单元全体同仁，均需上下同心，确保执行力！

3、物料安排

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