# 最新感恩节促销活动策划方案(二十一篇)

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2024-06-29

*为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。感恩节促销...*

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**感恩节促销活动策划方案篇一**

二、活动主题：海龙商场感恩节隆重开幕!

三、活动时间：20xx年11月25日至12月1日

四、活动内容：

活动一：金秋感恩价-----感恩篇隆重开幕，感恩节期间，穿着类商品，百货类商品，家电类商品全场感恩价(部分商品低于成本价)，价格一降到底，好机会一年一次，不容错过。

活动二：感恩节期间，每天进店前100名顾客，购物满88元即可凭小票到一楼服务台领取感恩大礼包一份.(玩具娃娃、花束、精美手套、50元购物券、精品装饰品、护手霜)

活动三：实惠感恩----送会员卡

感恩节期间，超市购物满38元、送会员卡一张，凭此卡到会员专区可购买特价会员商品，本区经常会更新商品望广大朋友亲临本店。(超市二楼设立2组会员专区)

活动四：父母感恩日------买赠篇

感恩节期间，凡是送老人、父母、老师的朋友购物满298元送袜子，满498元送电磁宝，满598元送保暖棉裤一条、满998元送保暖内衣一套。

活动五：感恩宣言-----送祝福

感恩节，感恩礼、感恩价、感恩心，在这感恩的时刻，让我们在感恩

长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，表达我们感恩的心。(用黄色的条幅写上对友人的祝福 。地点：客服门口。征集感恩祝福语并随时送给他们的朋友们)

广告宣传：

条幅 地点：超市门口 标语：海龙超市感恩购物月，无尽的爱，感恩的心，用行动回馈顾客。

音乐 地点：客服 主题：《感恩的心》

喷绘 地点：超市门口 背景：感恩为题

气球 地点：超市内入口 形状：心型拱门

堆头 地点：收银台前 商品：针织、食品

祝语 地点：人事部 征集：感恩祝福语

活动效果：

通过展开活动，让更多的人保持一颗感恩的心，学会发现、学会珍惜 学会感恩、学会回报。

**感恩节促销活动策划方案篇二**

一、活动目的：

1.感恩节的起源：自20xx年开始，每年xx月份都会凭借雄厚的实力和品牌号召力推出“感恩节”大型促销活动。这是与“百团大战”、“八月重头戏”相呼应的独创的三大促销活动，是强大的促销活动品牌。感恩节活动期间，将携手众多合作伙伴，精选出具有超级震撼的低价商品及系列优惠活动，为xx人民奉献丰盛的购物盛宴。

二、活动主题：第x届感恩节隆重开幕!

三、活动时间： 20xx年xx月xx日至xx月xx日

四、活动内容：

活动一：金秋感恩价---感恩篇

秋冬商品、全新上市，第x届感恩节隆重开幕，感恩节期间，穿着类商品、百货类商品，家电类商品全场感恩价(部分商品低于成本价)，价格一降到底，好机会一年一次，不容错过。

活动二：真情感恩礼---礼包篇

感恩节期间，每天进店前100名顾客，购物满20元即可凭票到一楼总服务台领取感恩大礼包一份。

活动三：实惠感恩心---送券篇

感恩节期间，超市购物满39元、服装、百货、家电类满88元赠华诚美食广场肥牛10元代金券一张，以此类推，单张小票限5张。

活动四：新郎感恩日---买赠篇

感恩节期间，新郎西服送豪礼，满298元赠袜子，满498元赠领带，满598元赠腰带，满998元赠衬衣，满1598元赠衬衣.腰带，满3000元赠498元休闲服一件。

新郎休闲服全场6折起，并推出衣旧换新活动：一套旧西服折价：150元，单件折价：100元。

活动五：感恩宣言---祝福篇!

感恩节，感恩礼、感恩价、感恩心，在这感恩的时刻，让我们在感恩长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，表达我们感恩的心。

五、广告宣传：

序号项目位置备注

1.电视台广告、飞字广告，电视台媒体播放时间：xx月xx日至xx月xx日

2.气象局广告电视台媒体播放时间：xx月xx日至xx月xx日

(2万份)活动内容大度8开2张4页码

4.感恩价格牌1万 500份全楼通用.7\*14=1万 17\*25=500

5.喷绘中厅活动内容

6.播音服务台全楼播音内容为：促销信息

7.卖场看板全楼主要通道看板吊挂等

8.地贴全楼卖场主要通道

9.门贴一楼所有通道门

10.门外看板东门、圆门、南门大看板写真看板

**感恩节促销活动策划方案篇三**

【活动时间】11月27日

【活动主题】全球感恩节，兴隆大厦感恩日——感恩大礼送给你!

【活动内容一】感恩行动，真情摇奖，100份感恩大礼送给你!

11月18日——11月27日，在兴隆大厦累计购物100元的顾客就可以换取感恩节摇奖券一张，参加11月27日感恩节当天感恩节晚会后的摇奖活动，奖品为价值200――\*\*元不等的100份时尚感恩大礼。

奖项设置：

1、感谢母亲大礼，创维高清电视

2、感谢父亲大礼，海尔时尚冰箱

3、感谢恩人大礼，安吉尔饮水机

4、感谢丈夫大礼，飞利浦剃须刀

5、感谢妻子大礼，松下时尚洗衣机

6、感谢孩子大礼，千岛时尚mp4

7、感谢亲人大礼，亚都时尚加湿器

8、感谢同学大礼，格兰仕微波炉

9、感谢朋友大礼，康宝消毒柜

10、感谢恩师大礼，三星时尚数

每项大礼各十份

【活动内容二】感恩会员，免费摇奖

20xx年11月27日，兴隆大厦、兴隆大厦二百、兴隆大厦三百会员顾客凭年度积分可免费领取数量不等的感恩节摇奖券。钻石卡会员10张、金卡会员6张、10000--\*\*0分积分会员4张、5000――10000分积分会员3张、――5000分积分会员1张。

【活动内容三】感恩商品，真情巨献

11月24日感恩节，大厦各楼层充分引导商品节日礼品的概念，营造浓烈的感恩的消费氛围，创造销售高峰，民众网开展一系列丰富多彩的商品营销推广活动。感恩节引导商品感恩对象为1、感谢母亲;2、感谢父亲;3、感谢恩人;4、感谢丈夫;5、感谢妻子;6、感谢孩子;7、感谢亲人;8、感谢同学;9、感谢朋友;10、感谢恩师。

【活动内容四】感恩宣言，真情演绎

1、致盘锦市民一封感恩信，通过报纸、广播电台等媒体及大厦内部宣传手段表达企业感恩节感谢顾客、感谢社会及借节表达人与人之间亲情、友情、爱情的感恩真情。

2、11月26日晚举办“真情爱你感恩宣言”晚会。整场节目以感恩、感谢、感激为核心，体现祝福、关爱、欢乐的内容;晚会同时现场摇出100份感恩大礼。

3、11月26日当天，大厦门外举办感恩签名大行动，顾客可在百米长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，此长卷在楼外长廊上展出。

4、通过员工配戴特制感恩节小胸牌、商场做“感恩节快乐“的心型汽球、顾客购物赠送特制感恩卡等氛围的营造、渲染感恩的浓烈氛围。

5、感恩节当天楼内播放《感恩的心》等各种关于感恩、感谢为主题的歌曲;迎宾词以感恩概念为主。

**感恩节促销活动策划方案篇四**

为庆祝“五一劳动节”，优惠新老顾客，提高我电器城的品牌知名度及销售业绩，特于20xx年5月1日～5月3日期间举行为期三天的“庆‘五一’，欢乐购物中大奖”促销活动。

我电器城在××地区所有连锁店均参加本次活动。

庆五一，欢乐购物中大奖。

100%中奖，具体的奖项设置如下表所示。

奖项设置一览表

奖项 获奖名额 奖品

一等奖 每天2名 各奖名牌冰箱一台

二等奖 每天5名 各奖名牌电动自行车一辆

三等奖 每天30名 各奖名牌电热水壶一只

参与奖 若干名 各奖××牌洗衣粉(200g)一袋

(一)抽奖规则

活动期间，凡在我电器城当日全场累积消费满500元即可参加抽奖一次，满1000元可参加两次，以此类推，多买多中，上不封项。

(二)

凭购物小票领取抽奖券，每500元购物小票可领取一张抽奖券，每张抽奖券可抽奖一次。在活动期间，顾客可以随时凭抽奖券到商场门口特设的抽奖处参加抽奖。抽中奖品后，立即发放。

为保证促销的知名度和效果，拟采用的促销活动宣传方式如下表所示。

促销活动宣传方式一览表

宣传方式 具体实施内容

活动现场宣传 1.海报、单页、挂旗、折页、pop

2.条幅、拱形门、气球

宣传媒介组合 1.报纸媒体：选择《××晚报》、《时报》、《信报》

2.广播媒体：选择。

**感恩节促销活动策划方案篇五**

:201x年3月4日-6日

:201x年元宵节促销策划

浓情元宵(相会在元宵、又到元宵佳节时、共度元宵良辰美景、大红灯笼高高挂、红红火火过元宵)

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此商家的促销可重点围绕跟元宵有关的食物、商品展开促销。同时借助烟花爆竹、舞师舞龙、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛。

2、春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

1、开辟汤圆食物专柜，包括各种品牌汤圆:如龙凤汤圆系列、思念汤圆系列、三全凌系列、佑康系列。口味有八宝果仁、黑芝麻、麻蓉花生、玫瑰豆沙、山楂、五仁、花生芝麻、无糖、清真、米酒等。

2、超市购物满88元，即赠送汤圆一袋，或小灯笼一个，价值5元左右。

在大商场和大型超市门口开设小吃一条街，开设十个左右摊位，包括汤圆冰糖葫芦臭豆腐炸香肠羊肉串里脊肉等，现场制作，购物满100元赠即送价值10元小吃券，满200元送20元，以此类推，多买多送，超市限单张小票。

活动说明:

1、元宵节除了逛街赏灯玩乐外，吃喝也是必不可缺少的，在购物之余，吃上一些香喷喷的小吃对顾客来说必定是一个极大的诱惑。

2、在现场设立一服务处，顾客凭购物小票到服务处领取小吃券，顾客凭小吃券即可到摊位上购买小吃。

3、小吃券不可兑换现金，也不设找兑。

4、小吃制作必须注意卫生，要采取一定措施避免油烟污染及灰尘影响，同时要预防自然风雨的影响。

5、 小吃摊位设置:除了把一些商家已经有的小吃搬到现场外，还可以邀请一些地方名小吃店到现场制作售卖。

6、 除了用小吃券消费外，顾客也可用现金购买，必须在现场明码标出小吃价格，让顾客一目了然。

开辟一元宵游乐区，搭成葡萄架形式，悬挂各式灯笼，内含各种字谜，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美小礼物或购物券，价值根据各字谜难易程度确定，奖品可直接标在灯笼上，一般奖品价值为10元以下。

同时游乐区内可增设套圈、一些民间杂技表演等活动。

**感恩节促销活动策划方案篇六**

一、活动概述：长治大昌丰田4s店是一经营丰田品牌全系列轿车的整车销售、零配件销售和售后维修服务的品牌4s店，为回报一年来所有的新老客户对本店的支持，借此一周年店庆之机会，特举办这次真情回馈活动。

二、活动时间地点：地点：长治大昌丰田4s店庆典活动时间：晚会：20xx月21日晚上18：00---21：00优惠活动时间：20xx年7月21-8月21日

三、活动主题：丰田品质感谢长治感恩周年---联袂演绎感恩月，用真诚、用质量、用优惠，回报社会和车友。风雨兼程喜奥运风雨兼程一路同行

四、活动目的：

(1)提高丰田系列车型的品牌影响力，行业知名度和认知度，宣传汽车化，提升企业形象，巩固消费者对品牌的忠诚度。提高4s店知名度和美誉度;

(2)促进产品销售;

五、活动说明：目前首先要解决的题是：提高大昌丰田的知名度，解决客流量的题，而客流量和销售量是成正比的，所以此次活动偏重于拓展客户关系，为以后的销售做准备。活动主要分为四个阶段：人员邀请期：根据人员需求：如媒体、丰田区域经理等相关人士，目标消费群：根据以前来店看车的用户资料群。根据长治公关协会群，也属于潜在消费群媒体造势期：利用上党晚报、电视台等相关媒体进一步宣传活动执行期：聚餐、晚会、展示、小礼品、资料包赠送后期跟踪期：进一步整理客户资料、回。(活动3天后)

六、活动对象：老用户、潜在用户、政界领导

七、活动内容：

1、所有车型：现场购所有车型享受以下政策非常感恩，延长质保期至年或公里;现场抽取大昌丰田非常感恩，精彩生活，缤纷大礼(价值20xx00);

2、新老好友齐惊喜：活动期间大昌丰田新老客户介绍新客户购车，可获赠价值1000元精品;

3、现场订车用户：送vp金卡会员(可选择附件里的任何一款)

4、现场大奖：(见附件礼品)

八、前期准备：

(1)物料准备：1、拱门、横幅、鲜花花蓝、升空热气球、礼花、霓虹灯、背景板(以丰田的企业lg作为舞台背板，直接展现的企业实力及企业化)红地毯、烧烤、啤酒、10层高蛋糕塔、音响设备、礼品、资料包的整理条幅2)签到台a2张(嘉宾签到台和领导、媒体签到台)b主要物品：覆红色绒布桌子2张，椅子4把，签到本2册、名片盒2个c人员：每张签到台2人，共4人(职责：分别负责嘉宾和媒体的接待签到、分发奖票)3)鲜花花蓝一边8个，共16个。4)礼仪小姐(2-4人)5)展示试驾车5台和车模2名：2、多功能厅：1)主席台：大型背景板(1个)：尺寸，材质，内容设计横幅(悬于正门，内容a小型演讲台(1个，位于主席台上中间，放置立式麦克风，装饰鲜花)b投影设备：(一套，播放宣传片)，投影机自备2)重要嘉宾区(正对主席台的第一排)3)媒体记者区(正对主席台第二排)4)邀请与会用户席5)会场两侧a易拉宝或x展架每侧各2个b摄像机

(2)现场布置：a舞台搭建(以黑或银色的材料作为主色调)b氛围配合布置：外面门口：拱门(上面做字体：“大昌丰田4s店周年庆典”)大厅门口：，花环或气球搭建弓形入口并在上边安装霓虹灯字体。(大昌丰田4s店周年庆典)门口通道：铺红色地毯和和大厅通道连接。氢气球：配条幅c舞台设计以深色的地毯作为铺设，烘托特殊气氛。d背板以丰田的企业lg作为舞台背板，直接展现的企业实力及企业化。e签到台装饰签到台侧面及台面，台面上放置鲜花和嘉宾签名薄，签到簿用于核对来宾到场情况。f佳宾通道设立晚会佳宾通道，佳宾通道：由两行花篮和红地毯铺就佳宾通道。在通道最后搭建小台阶。g桌椅摆放位置以全场观众都能看到舞台情况为宜。h餐饮：烧烤、啤酒主持人为了充分调动每一位来宾的情绪，达到轻松、活跃、紧凑的氛围。摄像现场进行活动的摄像，记录整个活动的精彩部分，将录像资料留作以后的原始资料，以备在电视或影视广告中采用。

(3)活动现场氛围营造：a音乐第一篇章：创新飞跃以后重激昂的的音乐作为衬乐，(例如：nub)寓意大昌丰田4s店辉煌的征程和不断创新的企业宗旨。第二篇章：科技灵感音乐以轻快柔和的轻音乐为主，使观众在静静的聆听中感受丰田企业信条与服务理念。第三篇章：激情感动背景音乐以动感快的音乐为主，营造会场热烈快的节日气氛。使每一位现场嘉宾都可以感受到丰田人的热情。b10层高蛋糕塔专门定制10层高蛋糕塔，活动第三篇章“感动”高潮氛围时，现场推出蛋糕塔，邀请领导进行切蛋糕仪式，来宾共同举杯庆贺大昌丰田4s店周年庆典。

**感恩节促销活动策划方案篇七**

8月是商家清仓甩卖的季节，建议在8月3日-5日期间搞一促销，主题是过季商品清仓，处理库存及断号断码的商品，在宣传方式上建议提前一周宣传。

一、活动目的：

1、针对淡季搞旺卖场人气，处理过季库存商品，提升销售额

二、活动时间：8月1日-5日

三、活动设置：

活动一，8月清仓价从天降全场3折起1元买t恤

活动3天,全天各个清仓惊爆商品价从天降，让您心动!每日光临新世纪的前200名顾客均可获得刮刮卡一张,刮中指定图案可凭刮刮卡在卖场内购买特惠商品。

活动细则：1.顾客须在卖场入口指定排队处领取刮刮卡。/2.此刮刮卡只限在活动期间购买有效。/3.每天限排队前200名顾客领取刮刮卡。

物资准备

a.刮刮卡两处每天各100张

b.中奖礼品明细(中奖卡根据以下数量配)

\*10名1元买t恤(原价)

\*20名5元买服装(原价)

\*30名10元买服装(原价)

\*40名15元买服装(原价)

\*100名30元买服装(原价)

活动二：8月清仓飓风首次袭击莒城

活动3天,全天各个清仓惊爆商品价从天降，让您心动!过季商品5折起，部分2折起，当日累计购物满100元以上，再送5元左右商品

满200元以上，再送10元左右商品

满300元以上，再送30元左右商品

满500元以上，再送100元商品

满1000元及以上，再送100元商品

附加小活动：

超市洗化篇：超市生鲜篇：

清风长卷卫生纸1000g原价14.80元现价.20元

风筝长卷卫生纸1200g原价10.00元现价8.90元

清风长卷卫生纸1000g原价14.80元现价.20元

法门寺长卷卫生纸1550g原价14.00元现价.50元

小宝贝长卷卫生纸1400g原价19.50元现价15.90元

清风盒抽纸200抽原价6.30元现价4.99元

四楼家电篇：

四、广告宣传：

1.拱门：新世纪购物广场8月清仓飓风首次袭击莒城

2.小区条幅(喷绘)：20条

新世纪购物广场8月清仓月火爆开始了!抢购时间：8月3日-5日

3.16开彩页：30000张(全城发放)

4.电视台宣传

5.气象局宣传

6.报纸宣传

7.卖场活动看板

8.卖场活动氛围装饰

**感恩节促销活动策划方案篇八**

一、促销主题：秋日师语 感恩回报

二、促销目的：

1. 提升商场对外知名度和美誉度。

2. 提升商场大众关注度。

三、促销核心：促销宣传

四、促销时间：20xx年9月10日—9月12日。

五、礼品发放地点：

二楼客服中心。

六、促销活动：

活动一 情聚在国芳 “老师，您辛苦了!”

a.凡在9月10日当天持本人教师证即可免费银卡一张。

b. 凡在9月10日当天持本人教师证即可领取免费体检卡一张和精美礼品一份并送上国芳百盛大世界商业广场最诚挚的问候。

活动二 感恩免费点歌台

9月10日“教师节”当天，凭当日购物小票(金额不限)免费为您的老师在客服中心点歌一首，

并附50字内的广播内容。广播将带去您对老师感恩的心情。

活动三 感恩教师送礼

夏末秋初，新货抢先购，活动期间凭教师资格证即可领取10元代金卷一张，享受活动专柜的打折优惠活动并可与现金卷同时使用，单张小票只可抵卷一张。

详见各专柜明示pop

活动四 我和我的老师，征文大赛

参赛时间：本活动从20xx年9月1日开始报名参赛，9月10日下午18:00结束。

参赛要求：题材要求与自己的老师有关。

参赛范围：只要您有一份感恩的心，均可参加本项活动。

展示地点：国芳百盛大世界一楼南侧玻璃门斗。

评选方式：国芳百盛将评选出：

一等奖1名，品牌复读机1台;

二等奖3名，奖收音机1台;

三等奖5名，奖学习用具1套;

鼓励奖10名，奖精美笔盒1个;

参与奖各奖圆珠笔1支。

演讲时间：20xx年9月10日下午14:10(如有变动，及时通知)

活动结束时间：作品在9月13日取下后，电话通知领取，并有精美小礼品赠送。

七、促销广告支持：

1. 电视广告和我商场的led大屏从20xx年8月25日开始投放宣传，9月12日晚电视宣传结束，9月12日闭店led大屏宣传结束。

2. 手机短信在20xx年8月25日和20xx年9月1日,8日分三次次对外发送，每次6000条左右，各楼面整理提供电子版楼面顾客信息电话。

3.. 户外喷绘宣传，场内气氛布置。

八、费用预算

九、礼品预算

十、广告费用

**感恩节促销活动策划方案篇九**

一、活动背景

沃尔玛由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”.并逐步发展成为零售企业的龙头老大

其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评.从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业.现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下：

二、活动目的：

1.基本目标：为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客.扩散商场知名度树立良好的企业形象.

3.营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润.

3.长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一.

三、目前营销状况：

1.市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者.

2.产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全.

3.宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大.

四、swot问题分析：

优势：沃尔玛具有很强的规模效应.在一定程度上具有很大的竞争力.而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营销具有特色培训体系健全化等显著特点.

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多.

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮.

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多.

五、价格策略：

1.以成本为基础以同类产品价格为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品.

2.给予适当数量折扣鼓励多购.

六、促销策略：

1.综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得最佳的经济效益.

2.保持本土化经营.

七、广告宣传：

1.“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客沃尔玛在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售.

2.并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“天天低价”原则.

3.在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价.

4.注重卖点的广告宣传即pop广告.

八、公共关系：

1.建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系.

2.企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转.

3.设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系.

4.赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象.

5.邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式.

九：营业推广：

1.实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务.

2.对消费者促销：赠送样品减价推销.

3.把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额.

**感恩节促销活动策划方案篇十**

自x年x月x日起至x年x月x日止，为期3个月。

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销x公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购x产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a、b、c三地举行，借此活动将x进口家电，重点引向x国市场。

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买x公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1.性能诉求：

真正世界第一!

x家电!

2.s.p.诉求：

买x产品，现在买!

赶上年货接力大搬家!

(一)为配合年度公司“x家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以x公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15〃广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助，规划方案《电器促销活动方案》。

(一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1.圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。

2.圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻;交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在x国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1.“接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名，b地150名，c地150名，如下表：

表5-4 “接力大搬家”幸运奖地域分布

区 别 次 别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合 计200名150名150名

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3)每户10分钟，以接力方式进行。

2.“猜猜看”活动奖额

(1)完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2)附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠x品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四)活动内容说明

1.收件期间：自x年x月x日至x年x月x日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于x月x日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15〃cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

2.分两次抽奖原因：

①早买中奖机会高，第一次未中，还可参加第二次抽奖。

②活动期间较长，可藉抽奖分次活动，刺激 消费者恢复销售高潮。

3.参加资格及办法

(1)超级市场接力大搬家部分

凡自活动日起购买x公司产品价值1000美元以上者，以1000美元为一单位，可向各地总经销商索取幸运券一张，参加抽奖，多买多送。

①如电视5120美元即送5张。

②幸运券填妥寄x总公司。

③三地各分北、中、南三区，幸运券亦分3色区别。

④以1000美元为单位即赠幸运券一张之理由如下：

不限买x家电方可参加，对所有x公司产品均有相互促销作用。

b.让消费者依购买额之多寡，持有较多幸运券，吸引力较强。

c.对预算奖额并无差异。

d.经销商依各产品之在库金额请领幸运券，可以其为p.r.用。

e.x公司、经销店以及参与企划、活动单位之员工及其亲属，不得

参加比抽奖活动，抽中者如被察觉，视为无效。

(2)“猜猜看”部分

任何人都可以参加，猜三地各区接力大搬家，搬得最多之金额，猜中者可得同等额之奖品，若两人以上同时猜中，则均分其奖额。另选数字相近之5人，各赠x牌家庭影院一套。x月x日截止。(来源:中华管理在线)

(3)幸运的新婚蜜月环岛旅游

凡被抽中为参加“接力大搬家”之幸运者，同时又是于此活动期间新婚者，另赠蜜月旅游券两张，以刺激结婚期x公司产品之销售。

(4)奖额预算

300万美元以内。

**感恩节促销活动策划方案篇十一**

一.活动主题

庆中秋，迎五一————荣辱与共，爱在广东

二、活动时间

(1)如有条件，建议活动分为两波。

(2)选择活动时间为3天的经销商必须具备以下条件：

具备良好的市场基础;具备优良的市场口碑;拥有较强的执行能力。

三、活动内容

1进店有礼活动期间，凡进店者，均送精美小礼品一份;每日进店前3名者均免费赠送广东家私精美小雨伞一把或地垫一张。

2抢相因(限量)抢相因(限量)广东精品餐边柜298元;精品沙发2188元。

3购家具，送电器。(正价产品)购家具，送电器。(正价产品)。(正价产品满4900元，送：品牌电磁炉一套(约5个点或折现230元)满8900元，送：品牌微波炉一台(约6个点或折现500元)满14900元，送：品牌洗衣机一台(约8个点或折现1100元)

4购物返现(特价计量，不反现)购物返现(特价计量，不反现)活动期间，凡教师，家有在校上大学家庭，军属及退伍军人等在交定金一周后凭相关有效证件至所购家具专卖店领取购物金额6%的现金反现。

5抢先一步，锁定实惠。抢先一步，锁定实惠。活动期间，只要交定金20xx元，在活动结束后四个月仍可享受五一期间相应项目相因优惠。

四，公司支持

(1)参加活动产品：主流系列与原林b系列两个系列产品;在20xx年9月6日-15日期间打款,在20xx年9月6日-10月10日期间提货达到如下要求可享受下列优惠(特价款记量不反点，先打款优先选择货品);先打款优先选择货品);(特价款记量不反点，预存3万元,可以提主流系列或原林b系列单系列3.15万元(约5%)的产品;预存5万元,可以提主流系列或原林b系列单系列5.4万元(约8%)的产品;预存10万元,可以提主流系列或原林b系列单系列11万元(约10%)的产品;预存20万元,可以提主流系列或原林b系列单系列22.8万元(约14%)的产品;

(2)欣尚时空餐边柜250元/个。每家最多5个;数量有限，先提先得。010-65沙发公司出厂价1480元，需要提前下单。优派w1011+w5011+w3001，主流b1017+3005=5003-10;公司出厂价2500元。在9月10日-10月10日期间，正价提货3万配5套，5万配8套，8万配15套。发货时按2690开单。10月30日之前按提货量相关达标标准核销反现冲货。。(常规特价款计入提货量

(3)宣传费用支持。(常规特价款计入提货量))宣传费用支持。(常规特价款计入提货量)九十两月提货总量达20万元，需投入广告10000元以上，公司补助4000元;九十两月提货总量达16万元，需投入广告8000元以上，公司补助3000元;九十两月提货总量达12万元，需投入广告6000元以上，公司补助20xx元;

(4)公司可提供印有广东字样的地垫和小雨伞，按半价收费。半价为地垫11元，雨伞为4元。最多每家合计不能超过20张个。(请各经销商在9月12日之前将所需提供的数量确认回传公司，过时不侯)

五,活动宣传

①商场外围：采用喷绘、横幅、巨幅、宣传单、彩旗、彩虹门、升空气球、花篮等手段营造出热闹的气氛。

②商场门口：用拉网展架、x展架、活动细则海报等物品进一步刺激进入商场的每一位客户。

③商场内：采用小气球、吊旗、特价标签、绿色盆栽加红或黄色飘带，(内容：特价，优费酬宾等)。为了增加节日气氛，专卖店应适当增加其他促销方式，做到厅厅有特价，处处有促销。

六：广告费用核销

活动结束后，所有费用在20xx年11月10日至30日进行补助，过期没有将相关证据交与公司进行审核核销的，相关补助费用视为专卖店自动放弃!

七.活动注意事项

(1)活动前对导购人员进行统一的活动培训及其活动前期动员，贯彻活动促销思路，统一口径，明确促销内容，提高导购员积极性;

(2)关注竞争对手动态;

(3)专卖店必须严格按照上报公司要求执行本次促销活动，不得擅自更改促销内容及其产品价格;

(4)广告宣传必须在活动前一周全部投放，否则追究相关责任人责任;

(5)强化促销活动的店内气氛布置。

(6)活动期间，经销商在活动执行过程中须按照公司的要求运作，若发现违规行为，公司将立即取消其参加活动的资格，并取消本次活动的一切补贴费用。

备注：(1)活动事项及相关物料设计不清楚请与片区业务人员联系。

(2)公司对区域市场重点客户核定九十两月任务量，区域业务人员将全程全力进行协助监督。

(3)活动期间公司将派市场督导巡检活动执行情况，若发现有违反公司规定现象，严厉处罚并全国通报。

**感恩节促销活动策划方案篇十二**

一、活动目的

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么，是处理库存，是提升销量，是打击竞争对手，是新品上市，还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、活动对象

活动针对的目标是市场的每一个人，还是某一特定群体?活动控制在多大范围内?哪些人是促销的主要目标，哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题在这一部分，主要解决2个问题，即确定活动主题和包装活动主题。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，要考虑活动的目标、竞争条件和环境，以及促销的费用预算和分配。在确定了主题之后，要尽可能艺术化地“拉虎皮做大旗”，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。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，它把一个简简单单的降阶促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动，但不可借鉴。这一部分是促销活动方案的核心部分，应力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

四、活动方式

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有2个问题要重点考虑：一是确定伙伴。拉上政 府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手，或是与其它厂家联合促销?和政 府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合，可整合资源，降低费用及风险。二是确定刺激程度。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。

五、活动时间和地点

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短，会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现;持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、广告配合方式

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、前期准备

前期准备分三块：

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\*点。谁负责与政 府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。 尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

八、中期操作

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，在方案中对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。

九、后期延续

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?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、费用预算

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。 十一、意外防范

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、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。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。 十二、效果预估

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，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。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最 佳效益。 有了一份有说服力和操作性强的的活动方案，才能让公司支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，使促销活动起到四两拨千金的效果。

**感恩节促销活动策划方案篇十三**

6月10日-15日

凡在6月10日-15日促销时间内，在各连锁超市一次性购物满18元的顾客，凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动。

在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽籽，让顾客进行粽籽品牌及价格竟猜；商品由采购部门落实价格一定要相当低，以顾客意想不到的价格出售给顾客，使顾客感受到真下的实惠，为节子下一步的销售立下口啤打下基础。

1、《五月端午节，包粽赛》

1）我司去年已经举行过，顾客凡响强烈，效果也不错，实施与否敬请公司领导定夺；

2）操作步骤：采购部门洽谈粽子材料--材料到位--活动宣传--各店组织比赛；

3）参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。

2、《五月端午射粽赛》

1）活动时间：6月20日-22日

2）活动内容：凡在6月20日-22日促销时间内，在各连锁超市一次性购物满38元的顾客，凭电脑小票均可参加《五月端午射粽赛》活动。

3）活动方式：

凭电脑小票每人可获得5枚飞镖，在活动指定地点（商场大门口有场地门店），参加射粽籽活动，射中的是标识为“豆沙”即获得该种粽子一个；射中的为“肉粽”，即获得该种粽子一个；

7）道具要求：气球、挡板、飞镖；

8）负责人--由店长安排相关人员。

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

2、我司dm快讯宣传（分配数量见附件）；dm快讯第一、二期各40000份，第三期单张快讯40000份平均每店1800份（如祖庙丽园、莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量）

3、场外海报和场内广播宣传。

1、采购部门联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；

2、采购部门联系洽谈1000斤粽子材料，举行包粽比赛；

3、采购部门联系洽谈2200只粽子，举行射粽比赛；

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动：靓粽每店限送200只/22店=4400只；

2、《猜靓粽，超级价格平》活动：（数量价格由赞助商在各店促销决定）；

3、《五月端午节，包粽赛》活动：粽子散装米每店30斤/22店=660斤；

4、《五月端午射粽赛》活动：粽子每店100只/22店=2200只。

1、装饰布置，气球、横幅、主题陈列饰物，平均每店300元，费用约6600元；

2、吊旗费用：10000元

六月份促销总费用：约16600元

**感恩节促销活动策划方案篇十四**

一、活动名称：“315”国际消费者权益日纪念活动

二、活动时间：20xx年3月11日12点开始

三、活动地点：\*\*市总工会大厦门前

四、具体内容：

(一)纪念活动仪式：

主要议题有：市工商局领导讲话、市政府领导讲话、诚信单位代表宣读企业公民道德建设活动倡议书、公布“打假维权十大典型案件”、公布“消费者投诉十大案例”、介绍各行政执法部门xx年案件查处情况及销毁假冒伪劣商品情况、宣布3.15咨询活动开始等。

参加人员：区、市两级党委、政府、人大有关领导，工商、质监、卫生、药品监督、环保等部门的领导及工作人员，企业及个体经营者代表(\*\*区工商局组织并确定人数)。参会单位和经营者代表整队入场。

(二)3.15宣传咨询活动:

各有关执法部门依照市消协的统一安排设立咨询台，并选派懂法律法规、懂政策、业务素质好的人员参加有关法律、法规和政策的宣传，现场受理消费者咨询、投诉，展示有关假冒伪劣商品(有关资料、展品由各部门自行解决);有关企业展示名优商品(不得搞展销活动)、或诚信经营的做法。

(三)销毁假冒伪劣商品

各有关执法部门将拟销毁的假冒伪劣商品品种、名称、数量、案值等报送至市工商局市场经济检查大队(电话：)，各单位自行装车，3月14日由市工商局市场经检大队统一组织销毁。

(四)几点要求：

1、参加3.15活动的单位和个人，要在3.15活动领导小组和办公室的统一组织下，服从指挥，开展工作，严禁各行其是。

现场活动总指挥：

场地布置、划分联系人：;

记者现场采访协调人：

2、着装要求：正式参加3.15活动的工商干部着冬装、穿大衣(不带毛领)、戴大沿帽。其他人员可着便装。

3、3.15活动(包含3.15晚会)期间，各工商局、所要加强值班制度，采取有效措施，确保消费者投诉及时得到解决。

4、如有变化另行通知，或与市消协联系(电话：00000)

五、具体分工

(一)市局合同消保科负责：

1、制定3.15系列活动的实施方案。

2、召开相关理事单位(工商、质监、卫生、药监、环保、农牧、烟酒专卖、发计委、经贸委、盐务等)参加的协调会，协商3.15活动有关事宜。

主要内容：通报前期准备情况，征求各相关部门的意见或建议;各部门确定3.15活动领导小组办公室成员名单和参会人员情况;各部门案件查处及没收假冒伪劣商品情况和销假情况;报送典型案例;打假维权成果板报展的要求;其他有关事宜。

上述工作3月1日底前落实完毕。

3、提供制作宣传车录音带所需文字材料。

4、收集、撰写工商系统及相关部门xx年打假维权十大典型案件。

5、收集、撰写市消协系统xx年受理消费者投诉十大典型案例。

6、整理部分食品平安典型案例在板报展上公布。

上述工作3月7日前落实完毕。

(二)市局商广科负责

1、负责与电视台广告经营部联系，3月份免费连续1个月滚动播出宣传口号。

2、安排宣传单的印制，协助区工商局做好广告经营单位条幅、横幅制作事宜。

3、会同市消协、办公室与电台、电视台、报社取得联系，做好3.15活动月的宣传策划。

315消费者权益日活动策划方案四

4、联系市广播电台现场直播3.15活动实况。

(三)\*\*区工商局、消协负责：

1、围绕“消费与环境”年主题，全权负责文化大厦门前活动现场布置(桌凳摆放、音响设备、主席台、主会标、各单位位置、彩门放置、热气球等)及活动安排(包含各相关单位的咨询台、受理台、曝光台的位置摆放及人员安排、参加活动的企业安排等);联系公安交警部门维护活动现场秩序。

2、动员广告经营单位义务制作悬挂宣传标语:1在允许悬挂的主街道悬挂若干条横幅，在文化大厦楼体上悬挂条幅在活动现场前后挂出，悬挂时间7天左右2负责3月15日活动现场文化大厦主会标的悬挂和摘取3明确横幅条幅制作单位的具体数量及悬挂位置。

3、组织协调各部门制作打假维权成果板报展示，并制作市、区工商局及消协系统打假维权展板部分内容由市局合同消保科提供，要求图文并茂、规格统一展板规格:1.8米×1.2米、摆放一致。

4、组织辖区内各大商业、服务企业在各自店堂门前悬挂宣传横幅。

5、动员各辖区规模大、信誉好的有关企业踊跃参加现场活动，进行名优商品展示严禁搞商品展销、宣传本企业在食品安全方面的做法、支持赞助3.15活动。

6、指定诚信单位“经营企业公民道德建设活动倡议书”发言人及审稿。

7、3.15活动宣传车的装饰及音响设备安装，确定行车路线。

上述工作均在3月9日前落实到位。

(四)市局市场经济检查大队负责：

1、做好局机关及各区需销毁的假冒伪劣商品统计上报工作(按规定时间完成)。

2、假冒伪劣商品现场展示(3月10日前落实)。

3、假冒伪劣商品销毁现场的组织安排(3月9日前完成)。

4、整理、汇总各行政执法部门20xx年案件查处和销毁假冒伪劣商品情况说明。

(五)市局办公室负责：

1、撰写市政府领导和局领导在3.15咨询服务活动现场的讲话，消保科提供必要的素材(3月5日前完成)。

2、邀请市、区两级政府、人大、政协等领导参加3.15纪念活动(3月10日前落实)。

3、联系媒体(电台、电视台、报社)记者，并负责现场活动时记者的接送。协助消协、商广科和新闻媒体做好3.15活动宣传策划工作(3月10日前落实)。

(六)市局法制科负责：宣传录音带(维、汉两种语言)的录制(3月5日前完成)，录音带由办公室提供，内容由消保科提供。

(七)市局组教科、纪检监察室、财务科、注册登记科、私个协会负责：宣传材料的发放。

**感恩节促销活动策划方案篇十五**

一、活动背景：

“双11”购物狂欢节，已经成为中国，乃至世界范围内影响力的消费节日之一。而每一位商家，每一位消费者，才是这个舞台的真正主角。20xx，我们将邀请更多品牌和实力商家共同参与，以您的独特方式，导演一场品质购物的狂欢盛典!

20xx年的“双11”，大力发展本土电子商务，发展的新增长点，促进我市特色优势产业发展。提供更多就业岗位的同时开业。

20xx11“万众商城”及小九城市wifi新时尚。

二、活动目的：

在“双1111月11日举行“张掖本土购物狂欢节”，狂欢节将打出“超优惠”、“真特价”、“免费送”等活动来引人关注，将电子商务理念深入人心，推动张掖电子商务的飞速发展。

三、活动方：

主办方：张掖市商务局、张掖市人力资源与社会保障局

承办方：张掖市、张掖市瑞景科技有限责任公司

协办方：甘州电视台、甘州广播电台、张掖圈子、百度张掖吧、大漠户外、号角户外等。

四、活动时间：

20xx年11月11日开幕

五、活动地点：张掖市中心广场

六、参会单位：

工七、活动造势：

一、宣传造势新闻发布会

免费开设电子商务创业培训班;后续服务。

八、活动流程：

1、准备流程

活动展示平台：张掖万众商城、小九智慧城市wifi、微官网

商家报名时间：20xx年10月27日08:30:00-20xx年11月1日18:00:00商家审核时间：20xx年11月02日08:30:00-20xx年11月6日18:00:00

活动启动时间：20xx年11月11日00:00:00-20xx年11月11日23:59:592、“双11”启动流程

20xx年11月11日09:30主持人致开场白

20xx年11月11日09:40各局领导及活动方讲话致辞20xx年11月11日10:30狂欢节启动仪式20xx年11月11日10:40狂欢节正式开始

十、活动内容：

1、你来我就送。万众商城102到不敢想。

3有小九1112、参展商家准备

报名选拔审核后，择时召开商家大会。

商家大会内容：商家工作准备、折扣敲定、抵金券商议。商家大会时间：待定3、商家展位划分

按商家产品分类划分展示区域

4、工作人员筹备

5、硬件准备

活动场地、led大屏、led移动屏音响设备、礼炮、启动仪式道具红包印制、抵金券印制拱门、拱门条幅x展架、商家展位

十一、安保准备：

**感恩节促销活动策划方案篇十六**

一、活动名称：“315”国际消费者权益日纪念活动

二、活动时间：20xx年3月11日12点开始

三、活动地点：\*\*市总工会大厦门前

四、具体内容：

(一)纪念活动仪式：

主要议题有：市工商局领导讲话、市政府领导讲话、诚信单位代表宣读企业公民道德建设活动倡议书、公布“打假维权十大典型案件”、公布“消费者投诉十大案例”、介绍各行政执法部门xx年案件查处情况及销毁假冒伪劣商品情况、宣布3.15咨询活动开始等。

参加人员：区、市两级党委、政府、人大有关领导，工商、质监、卫生、药品监督、环保等部门的领导及工作人员，企业及个体经营者代表(\*\*区工商局组织并确定人数)。参会单位和经营者代表整队入场。

(二)3.15宣传咨询活动:

各有关执法部门依照市消协的统一安排设立咨询台，并选派懂法律法规、懂政策、业务素质好的人员参加有关法律、法规和政策的宣传，现场受理消费者咨询、投诉，展示有关假冒伪劣商品(有关资料、展品由各部门自行解决);有关企业展示名优商品(不得搞展销活动)、或诚信经营的做法。

(三)销毁假冒伪劣商品

各有关执法部门将拟销毁的假冒伪劣商品品种、名称、数量、案值等报送至市工商局市场经济检查大队(电话：)，各单位自行装车，3月14日由市工商局市场经检大队统一组织销毁。

(四)几点要求：

1、参加3.15活动的单位和个人，要在3.15活动领导小组和办公室的统一组织下，服从指挥，开展工作，严禁各行其是。

现场活动总指挥：

场地布置、划分联系人：;

记者现场采访协调人：

2、着装要求：正式参加3.15活动的工商干部着冬装、穿大衣(不带毛领)、戴大沿帽。其他人员可着便装。

3、3.15活动(包含3.15晚会)期间，各工商局、所要加强值班制度，采取有效措施，确保消费者投诉及时得到解决。

4、如有变化另行通知，或与市消协联系(电话：00000)

五、具体分工

(一)市局合同消保科负责：

1、制定3.15系列活动的实施方案。

2、召开相关理事单位(工商、质监、卫生、药监、环保、农牧、烟酒专卖、发计委、经贸委、盐务等)参加的协调会，协商3.15活动有关事宜。

主要内容：通报前期准备情况，征求各相关部门的意见或建议;各部门确定3.15活动领导小组办公室成员名单和参会人员情况;各部门案件查处及没收假冒伪劣商品情况和销假情况;报送典型案例;打假维权成果板报展的要求;其他有关事宜。

上述工作3月1日底前落实完毕。

3、提供制作宣传车录音带所需文字材料。

4、收集、撰写工商系统及相关部门xx年打假维权十大典型案件。

5、收集、撰写市消协系统xx年受理消费者投诉十大典型案例。

6、整理部分食品平安典型案例在板报展上公布。

上述工作3月7日前落实完毕。

(二)市局商广科负责

1、负责与电视台广告经营部联系，3月份免费连续1个月滚动播出宣传口号。

2、安排宣传单的印制，协助区工商局做好广告经营单位条幅、横幅制作事宜。

3、会同市消协、办公室与电台、电视台、报社取得联系，做好3.15活动月的宣传策划。

315消费者权益日活动策划方案四

4、联系市广播电台现场直播3.15活动实况。

(三)\*\*区工商局、消协负责：

1、围绕“消费与环境”年主题，全权负责文化大厦门前活动现场布置(桌凳摆放、音响设备、主席台、主会标、各单位位置、彩门放置、热气球等)及活动安排(包含各相关单位的咨询台、受理台、曝光台的位置摆放及人员安排、参加活动的企业安排等);联系公安交警部门维护活动现场秩序。

2、 动员广告经营单位义务制作悬挂宣传标语: 1在允许悬挂的主街道悬挂若干条横幅，在文化大厦楼体上悬挂条幅在活动现场前后挂出，悬挂时间 7天左右2负责 3 月 15 日活动现场文化大厦主会标的悬挂和摘取3明确横幅条幅制作单位的具体数量及悬挂位置。

3、组织协调各部门制作打假维权成果板报展示，并制作市、区工商局及消协系统打假维权展板部分内容由市局合同消保科提供， 要求图文并茂、规格统一展板规格:1.8 米×1.2 米、摆放一致。

4、组织辖区内各大商业、服务企业在各自店堂门前悬挂宣传横幅。

5、动员各辖区规模大、信誉好的有关企业踊跃参加现场活动，进行名优商品展示严禁搞商品展销、宣传本企业在食品安全方面的做法、支持赞助 3.15活动。

6、指定诚信单位“经营企业公民道德建设活动倡议书”发言人及审稿。

7、3.15 活动宣传车的装饰及音响设备安装，确定行车路线。

上述工作均在3月9日前落实到位。

(四)市局市场经济检查大队负责：

1、做好局机关及各区需销毁的假冒伪劣商品统计上报工作(按规定时间完成)。

2、假冒伪劣商品现场展示(3月10日前落实)。

3、假冒伪劣商品销毁现场的组织安排(3月9日前完成)。

4、整理、汇总各行政执法部门20xx年案件查处和销毁假冒伪劣商品情况说明。

(五)市局办公室负责：

1、撰写市政府领导和局领导在3.15咨询服务活动现场的讲话，消保科提供必要的素材(3月5日前完成)。

2、邀请市、区两级政府、人大、政协等领导参加3.15纪念活动(3月10日前落实)。

3、联系媒体(电台、电视台、报社)记者，并负责现场活动时记者的接送。协助消协、商广科和新闻媒体做好3.15活动宣传策划工作(3月10日前落实)。

(六)市局法制科负责：宣传录音带(维、汉两种语言)的录制(3月5日前完成)，录音带由办公室提供，内容由消保科提供。

(七)市局组教科、纪检监察室、财务科、注册登记科、私个协会负责：宣传材料的发放。

**感恩节促销活动策划方案篇十七**

欧爱赠回馈，满意辞岁行

目的：贯彻执行公司发展战略，树立欧爱汽车快修美容连锁品牌形象。

目标：发扬欧爱文化，提高知名度，发展并挖掘新客户，提高效益，延伸客户消费。针对人群：所有新老车主

1、活动时间：20xx-01-15—20xx-02-05具体工作安排：

2、活动总体计划

项目一：欧爱回馈节

一.凡单次单日在欧爱消费满2xx元，均赠送台历一份

1.日历标识：台历上印刷出一些关于欧爱的标志，欧爱的文化及历史，工人的作业及保险业务介绍和欧爱的一些产品以及各种美容卡的价格和优惠。

2.优惠回馈：日历每个月上都有相对应的优惠券及其代金券或是免费赠送活动，各种优惠消费满100元起用，

1,12月份：三清一次赠送打腊，8元兑换玻璃水

2,xx月份：免费空调清洗一次，养护免工时费

3,10月份：代金券10元，室内清洗9折

4,9月份：贴膜赠送精洗，室内美容赠空调清洗.

5,8月份：水晶被膜赠送打腊，代金券10元

6,7月份：免费空调清洗一次，精品全场9折

二.注意事项：

1.优惠券限当月使用;

2.请在结账前出示该优惠券;

3.不得兑换现金，复印，残损，买卖无效，当月两种优惠券不能同时使用;

4.若有疑问请咨询，最终解释权由北京欧爱汽车服务有限公司

项目二“冰凉冬日，清洗回馈，满意欧爱，洁净而归”清新大行动

项目内容：凡在欧爱消费满1000元，或做室内清洗350元一次，均赠送空调清洗一次.

总体计划效果：通过日历的形式，可以提升车主的消费，并且优惠券可以转送他人，也可提高欧爱的品牌知名度，为连锁店的创立打下良好的客源基础。

计划参与效果：

项目一日历赠送100份;

项目二计划参与人数35人，完成销售额(含满额赠送的销售额1000元以及室内清洗的消费)

共计15000元;

项目二计划参与人数30人，完成销售额(含满额赠送的销售额1000元以及室内清洗的消费)

共计120xx元;

4、奖励办法

1.奖励办法：特许经营事业部将规定计划销售额，完成计划销售额，将获得实际销售额1%的奖励;完成超过计划销售额10%，将获得实际销售额2%的奖励;完成超过计划销售额20%，获得实际销售额3%的奖励;

完成超过计划销售额30%，获得实际销售额4%的奖励;完成超过计划销售额40%，获得实际销售额5%的奖励;完成超过计划销售额50%或以上，获得实际销售额6%的奖励

2.特许经营事业部其他人员奖励分配比例

他人奖励分别为经理奖励金额的50%，30%，20%分三个等级，由经理评价后提出奖励方案报给总经理批准后执行。

5、方案弥补应急及相关措施

1.流程车主来到欧爱店面后，由服务顾问介绍项目二优惠，对于仅仅洗车的车主，也可以由洗车师傅亲自传达此项活动，使其了解，当次赠送可由顾客转赠或当此使用，如遇消费满1000元并含室内清洗一次，仅赠送单次得空调清洗，如遇室内清洗车主消费额减去室内清洗的价格满1000消费，则赠送2次室内清洗，给与车主室内清洗卡片，该卡片有效期到20xx.6.30，最终解释权归北京汽车欧爱服务有限公司所有。

2.记录由收银员发放清洗卡片，并在《空调清洗发放记录登记表》做好记录工作，当天当次受赠做空调清洗的客户，在表格中当次中标识清楚即可。如客人无室内清洗消费，但销售额满1000元，则在消费金额一栏填写金额，销售总额一栏与销售金额数字保持一致;若客人做室内清洗，并伴有其他项目，而除室内清洗外的其他项目金额并没有满1000元，则在销售金额一栏写清其他项目金额，销售总额为其相加的总数;

若客人做室内清洗的同时做其他项目，除去清洗外的销售金额满1000元(含1000元)则在销售金额一栏中明确标注，销售总额为两者之和，赠送2次空调清洗，并标明其赠送数量，当赠送客人2次空调清洗，有单日单次做空调清洗，则在当此一栏打钩，发放数量一栏写1，若当此不做，发放数量写2，并给客户发放空调清洗卡;若除去清洗外销售金额大于20xx，则不再予以多赠。

**感恩节促销活动策划方案篇十八**

一，活动背景：

即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度。20xx年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，2100万人的集体疯抢，150多家知名品牌参与。单日成交额9.36亿!

二，活动目的：

由于活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法得到淘宝商城展示位支持。但是我们可以利用这次高流量高成交的机会，在店铺内推出相应活动，在这次疯狂网购中分一杯羹。

三，活动内容：

全场满2元减1元(相当于全场五折)拍下即减!还全场包邮哦!宣传语：陈慧琳告诉您:全场五折还包邮!活动时间：20xx.11.11凌晨一点至24点。

四，活动分析：

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

五，团队配合：

美工：设计以为主题的首页，以及活动广告图片。文案：提炼活动广告宣传语。推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺活动宣传。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格，发货员：备货以及快递公司提前联系准备。

**感恩节促销活动策划方案篇十九**

一、活动背景

七夕，一年中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情释放，真诚的渴望与期待等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒不熄的爱的火花。

七夕是一个典型的中国式情人节，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，在这一天，情侣们都会安排很多活动来庆祝这个特殊的节日。这样一来就使七夕情人节成了消费高峰。很多商家都积极主动的抓住这个机会，搞各种各样的促销活动以期提高人气。同样的我们也不例外，也要抓住这个机会。

二、活动名称：

广场“爱就在身边”情人节真情联欢

三、活动主题

“玫瑰心情，情系你我”

主题演绎要求：以“简单却让人印象深刻”为设计思路，结合情侣从相识相知到相恋相爱的情感历程，通过互动游戏穿插节目表演的形式，塑造情人节浪漫、温馨、浓厚的氛围，揭示爱情的真谛和表达方式，让人们快乐参与和享受，学会表达爱、珍惜爱和呵护爱。

同时给年轻情侣提供一个表达情感的舞台和互动联欢的机会，创造“爱就在身边”的快乐场景，引发“和谐.关爱”的思考，进而推出本次活动的主题。

四、活动目的

(1)在这样一个浪漫的日子里，我们以实际行动送上真诚的祝福，愿天下有情人终成眷属，白头偕老，美满幸福。

(2)借活动提高东方广场人气，体现广场人性化的关怀，提升东方广场在生活时尚方面的品牌知名度和美誉度。

五、时间地点

时间：20xx年农历七月初七日

地点：广场

六、组织机构

主办单位：

承办单位：

七、活动内容

主要分为以下四个基本环节：

每个主题环节的互动游戏穿插嘉宾节目表演，用以衔接。

1、★唯一·示爱★

开场节目：爱在表达——嘉宾表演经典情歌对唱(略)

互动游戏：爱在互动——大声说出你的爱、歌曲接龙(男女拉歌)(略)

参与者：主持人以及现场挑选的情侣

道具需求：无线话筒、小礼物、哨子或小手掌等(略)

2、★唯一·藏爱★

衔接节目：爱在用心——嘉宾表演现代舞蹈(略)

互动游戏：爱在惊喜——神秘送礼，真情告白(略)

参与者：希望在情人节送出自己精心准备的礼物，让对方惊喜的大众

道具需求：情侣自备的礼物、鲜花等(略)

3、★唯一·珍爱

★衔接节目：爱在付出——嘉宾或主持人情诗朗诵或情感故事诉说或小品(略)

互动游戏：爱在默契——心有灵犀，通过测试考验情侣的默契程度(略)

爱在细心——百里挑一，通过情侣之间的辨认考验彼此的熟悉程度(略)

爱在珍惜——感同身受，模拟情景让情侣感受各自在对方心中的重要性(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：若干统一的情侣衫，寻找正确的情侣可获得一套活动中所穿的情侣装(略)

4、★唯一·永爱★

衔接节目：爱在持久——嘉宾表演民乐演奏(略)

互动游戏：爱在承诺——真情宣言大募集，传递深情，现场告(略)

爱在同心——通过共同努力，排除阻难，搭建属于两个人的爱的小屋(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：积木，橡皮绳，篮筐，桌子等(略)

八、组织实施：

1、活动组织

“唯一•示爱”、“唯一•藏爱”、“唯一•珍爱”、“唯一•永爱”板块的策划，由各组织单位协商一致共同实施。

2、新闻公关

负责邀请有关指导单位领导，

并负责对各新闻单位的联系和组织报道。

拟邀请广播电台等主要新闻单位采访及报道。

3、资金物品：

广场提供活动经费，并负责场地安排及相关事宜。

九、媒体宣传

宣传方式：拟采用“电视媒体+网络传媒+平面报纸+广播电台+

活动现场pop广告+宣传单页”六种方式相结合的形式进行宣传。

主要媒体：(1)

电视媒体：自贡电视台、生活时尚频道等

(2)网络传媒：新浪、搜狐、东方广场活动主页、各大校园等

(3)平面报纸：文汇报、新闻晨报、青年报等

媒体计划：

前期：在主要报纸上刊登主题广告，让东方广场成为各界的焦点。

中期：在东方广场及五星街及近及各大高校开展系列宣传活动，打造广场人文关怀的“名片”。

后期：以广场的活动中心为主会场，开展情人节真情联欢活动，汇聚四方人气。

十、现场布置

配合本次活动主题，主要突出“浪漫、温馨、浓厚”的氛围。

舞台用特殊饰物装饰，营造一个流星划过的氛围，突出浪漫的流星搭载着我们虔诚的誓言穿过天空，象征“心语星愿”。同时注意道具的位置，以便游戏的开展和互动。(具体布置略)

主背景板显著位置摆放一大型“双心结”，用以展现

情人们对完美爱情的祈盼和祝愿。

活动现场的主要入口附近显著位置摆放一个大展板，用玫瑰化装点四周，用以展现活动各项内容。

“爱心”围栏：在活动现场搭设一颗巨大的“爱心”，爱心之内作为观众站立区域，爱心的四周可考虑留一个小口方便行人出入

十一、前期准备

1、人员安排

2、物资准备

十二、后期延续：

1、“爱在承诺——真情宣言大募集”是一个很好的跟踪报道环节。

2、“情人节文化展览厅”

十三、活动预算

十四、效果监测评估

1、活动主题与商场品牌形象的高度一致性。本活动与人文关怀主题相结合，并突出政府和社会、每个人共同关注的“和谐.关爱”主题，可谓“立意高，创意新”。特别是紧扣商场品牌形象特点设计活动方案，可以展示主办单位的人文关怀方面的全新社会公众形象。从“人文关怀”聚焦“真情联欢”，再由“真情联欢”演绎“人文关怀”，可以很好地展示良好的社会公益形象。广场比较缺乏此类大型的公益活动，特别是结合青年活动对象为主题的活动。为此本次活动特别有助于广场在年轻一代中重塑时尚形象，使万达与“人文关怀”、“和谐.关爱”等具有良好公共形象的活动联系起来。

2、活动体现了高度的自主参与性和可塑性。本次活动将通过社会情侣报名和组织内部推荐等形式，可以最大限度地体现其活动的水准和有效管理。活动注重良好的参与程度，呈现活动与参与者兴趣的统一。同时活动设计结合兴趣特点，还将考虑深层的文化理念，使活动丰富且具有纪念意义，可激发人们的持久吸引力和思考，并可以使本次活动成为长期运作的品牌项目，进行积极的形象塑造，有利于新闻的多则面、持久的跟踪宣传报道。由此，活动必将在参与者和社会公众中产生持久的影响力。

3、活动还将有效配合“情人节文化长廊、”的创建。建议广场在可能的情况下，考虑创建“情人文化长廊”，诉说情人节的由来和发展，同时募集“天使情侣”各种形式的合影、制作等等，将这些悬挂在展厅里的显眼位置，让他们的爱情和万达一起成长。这样一来，活动就充满了人情和文化，正好体现了广场兼具文化与时尚的形象。“天使情侣”的合影照片、制作在长廊悬挂，不仅体现出活动的长效性，还体现了广场海纳百川的胸怀与气魄。(“情人节文化长廊”方案另行策划。)可通过此次活动丰富展览内容，作为一个铺垫和开始，吸引到广场购物和游玩的顾客参观和拍照留念，将极大推动企业形象的宣传展示。

**感恩节促销活动策划方案篇二十**

一：套票

春节套票：实惠多多 惊喜多多

春节期间隆重推出“富贵吉祥”套票：888元/张，包括：

(1)、餐饮： 600元/桌，(含服务费、仅限1、2、17楼餐厅)

(2)、客房：160元/间.天(含双早、含服务费)

(3)、娱乐： 12：30—17：30赠送包房5小时：17：30—02：00赠送包房3小时，并可消费价值128元的商品。(商品不打折、含服务费)

二、客房：

1、自2月8日(年三十)至23日(正月十五)每天推出20间特惠房180元/间.天(含早、含服)

2、2月8日—14日，凡入住荣华客房者，均获得精美礼品一份。

三、餐饮：

1、春节特别推出“鸡祥如意”年夜饭：

577元/桌 、677元/桌、877元/桌

提前预定年夜饭，赠送“荣华富贵吉祥饺子”一份，同时惠赠“全家福”一张。

预定热线：8122228 8122281

2、二楼宴会厅推出春节套餐：

良朋相聚宴：699元/桌

金玉满堂宴：799元/桌

富贵吉祥宴：899元/桌

四：温馨服务、阳光娱乐：

(1)荣华大酒店三楼歌舞厅配有一流的音响设备及专业的dj技师，能容纳50—100人，是同学聚会、生日party、小型舞会的最好去处。春节期间包场5折优惠。

(2) 名烟专柜汇聚国内外上百种畅销名烟，品种齐全、价格适中，是节庆礼品的首选。

(3) 茶艺吧礼品茶七折优惠，可提供代存茶品服务.

五、情人节：甜蜜情人节烛光套餐

“情人节烛光套餐” 360元(包括餐饮：200元、客房160元)无服务费，客房含双份早餐。

提前一周预定者，可免费在临沂广播电台点歌一首

提前三天预定者，可获赠精美巧克力一盒

**感恩节促销活动策划方案篇二十一**

一、活动主题

“以书会友，相约龙睛;光棍之夜，告别单身”

二、活动背景

值此光棍节到来之际，我社团举办以“光棍节”为主题的社团活动，一方面想让小伙伴们体验大学的美好生活，感受“光棍节”的欢乐气氛;另一方面让小伙伴们交流感情，促进会员之间的了解，提高团队协作能力和凝聚力。

三、活动目的

增加本社团与其他社团之间的交流与联系;丰富小伙伴们的课余生活，让其体验大学的美好生活;增加小伙伴们之间的交流和了解，提高团队的协作能力和凝聚力，让小伙伴们在社团中得到应有的锻炼等。

四、活动对象

龙睛读书社全体成员及其他兄弟社团部分成员

五、活动时间、地点

时间：11月11日

地点：教学楼a楼

六、活动前期准备

1、社团内部做好宣传工作，向会员们征求活动意见及建议

2、会长、部长合理分配任务

3、做好活动之前的材料、设备及道具的准备工作

4、做好预案，确保活动的有序开展

1、携手共度难关

2、情牵龙睛

3、同一个龙睛，同一个家

八、活动细节

活动一：

“携手共度难关”

活动说明：

小伙伴们男女之间两俩组合，记忆书名，男生或女生转十圈后，如果能准确说出书名，则不需惩罚，如果说出书名错误，则两人相互背靠背夹气球绕班级一圈，期间不允许气球掉落，否则从头开始。

实施步骤：

1、活动前准备好大量气球和需要记忆的书籍，供游戏时使用

2、做好活动中男女队员之间的分配，组建好挑战队伍(可以男女速配或抽签决定)

3、结束活动

活动二：

“情牵龙睛”

活动说明：

光棍之夜，速配脱单。根据我社团的实际情况(女多男少)活动二实行相亲环节，但有所不同的是女生作为嘉宾，女生选取台上心仪的男生作为对象。男生也应争取女生能够选择自己，期间各部长也可帮助男生说服女嘉宾并且提问问题等。

实施步骤：

1、布置好相亲现场

2、安排好男女嘉宾，有序进行活动，并拍照留恋

3、现场观众提问，可以给与女嘉宾建议等

4、活动结束

活动三：

“同一个龙睛，同一个家”

活动说明：

由龙睛全体成员集体合唱歌曲(单身情歌)并录制mv留作纪念

实施步骤：

1、集体合唱歌曲

2、唱歌的同时录制mv，并于班级里播放

3、活动结束

九、活动意义

让刚步入大学的小伙伴们体验了一个不一样的，丰富了他们的课后生活，体验了大学生活的丰富多彩，同时，也加强了同学之间交流与了解，增进同学们之间的友谊，有利于增强社团内部的凝聚力，是社团更加团结，促进社团发展。

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