# 2024年双旦促销活动策划(十五篇)

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2024-09-08

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。双旦促销活...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**双旦促销活动策划篇一**

以重阳传统佳节为切入点，大肆宣传 敬老”这一中华传统美德，利用受众感性 面，大打感情牌，突出“xx骷牌的经营理念，拉近与消费者之间的距离，树立品牌 形象，最终达到拉动销售的目的。

活动以老年人体验服务为主，同时宣传老年人生活保健常识，宣传关爱老年人 的重要性。

人问白善孝为先，九九重阳感恩情

关爱老人就是关爱自己

关心我们的父母，关心我们的未来

10月5日全天

待定

1、九九重阳节，金菊贺天伦

a、活动时间：10月5日

b、活动表现形式:

c、活动流程

■l在甘雨亭商场购物的老年顾客，凭电脑小票可在收银台免费领取菊花茶一

■攵银台工作人员在已领取礼品的小票上做好记号，并登记领取人基本资料

d、准备工作及完成时间

项目

责任部门

完成时间

备注

各门店余围布置

门店、企划部

10月2——3日

企划部出方案，各门店由店长督导执行

菊花茶米购

采购部

10月2——3日

23日前必须分发到各门店

&注意事项

?」、票不拆分，不累计，当日领取，逾期视为无效

■攵银台工作人员做好领取登记工作，避免重复领取

f、两点建议

■峰活动赠送的菊花茶，可洽谈由供货方赞助，公司方面在dm单（或促销海报）

上提出特别鸣谢字样予以回报

■队活动经费成本方面考虑，可采取 “3兆菊花茶/店/天”的形式赠送

2、九九敬老日，浓浓感恩情

a、活动时间：10月x日一11月x日

b、活动表现形式：特价

c、活动流程

■帷备与节日相关的促销商品（老年人保健品、生活用品为宜）

■旺活动时间内，以感恩的噱头特价销售

销商品摆放在门店显眼处

作大的特价标识，吸引视线，刺激销售

d、准备工作及完成时间

项目

责任部门

完成时间

备注

特价商品

采购部

10月21日

促销商品堆头摆放

各门店

10月23日

特价牌

企划部、门店

10月23日

企划部设计、制作，各门店自行安排悬挂

&注意事项

■峰活动特价商品要有绝对的针对性和冲击力

f、一点建议

■舌动持续一周时间，可细分为两天或三天为一单元，每单元推出一到两款特 价商品，以保持消费者对活动的新鲜感

媒体支持

本活动是以促销活动与形象活动相结合的形式进行，带动销售为主，树立品牌 形象为辅助，所以，预计本次活动的销售量较以往会有大幅度提高。而节日主题活 动的举行，亦可很好的树立品牌形象，并与本月甘雨亭著名商标”授牌仪式相呼应，能使品牌美誉度的提升起到拉动作用。

**双旦促销活动策划篇二**

1、圣诞节、元旦双节将至，正是化妆品销售的旺季，本活动可以提升日销量，促进店内的整体销售。

2、本活动方案以店内整体销售为出发点，力求增加整体销量。

3、这次活动对进一步提升\*\*店在当地的知名度会有较大的促进作用，同时也会帮助该店在与其它竞争对手的力量对比中占据比较有利的地位。

4、这次活动会有利于经销商规划店内的品牌，有利于全店的精细管理。

\*\*市内及周边的化妆品消费者

迎双节 纯美情动女人心

⑴活动方式：

\*\*化妆品店可采用几店联动的连锁促销方式，以四条线作为活动的有序开展模式。

a、以迎双节为主线，以纯美情动女人心，圣诞元旦送炫礼这个主题为第一条线，突出纯美化妆品店的整体特色，建议印制纯美丽人储蓄卡，只要在店内消费48元的顾客均可赠送本卡一张，成为本店的会员，同时获得精美礼品一份，这样的储蓄卡可以建立贵店与顾客的长期合作关系，并在一定程度上打造纯美化妆品店的形象。本卡可根据顾客的消费情况抵现使用。

b、以“ 迎双节 盛券在我”为主题，两种促销模式

⑴ 68元+1元=168元

购物满68元+1元送价值100元产品(此产品以厂家或代理商免费配送的产品为主，增大刺激性)

⑵ 200元=400元赠代金券

购物满200元赠总价值200元代金券

(此代金券以购买指定产品为主，在购买指定产品时可冲抵现金使用，可选择要处理掉的产品为主)

c、以买赠为第二条线，突出纯美化妆品店对支持和关爱的顾客朋友的真情回馈，以利益吸引消费者进店购物。

主打品牌的赠送以买28送8元，买98送18元为主。

d、以各品牌的独立赠送为第三条线，各品牌可以根据自身的条件提出赠送方案，这样可以巩固本品牌的老顾客，也可吸引一些新顾客，但需要注意的是尽量使各品牌的赠送力度达到一个动态的平衡，这样才能保持多品牌齐头并进的态势，对于维护品牌的长期生存具有重要的作用和意义。

⑵确定刺激程度：促销要取得成功，必须使活动具有刺激性，能刺激

目标对象参预。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递减。因此，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。

十二月三十日至元月四日。

一次成功的促销活动，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，选择什么样的煤体炒作，这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

根据这次活动的情况，建议经销商印制dm宣传彩页，幅面以a4大小，双面四色铜版为宜。dm彩页要设计精美，更能吸引消费者的目光。

同时建议店方在店内将参加活动的产品，及赠送给消费者的产品做形象堆头，并在适当地点摆放各品牌的x展架，最好用汽球、小挂件等装饰店内空间，为这次活动营造温馨喜庆的购物氛围，从消费心理上刺激消费者的购买欲望。

⑴人员安排：要“人人有事做，事事有人管”，各个环节都考虑清楚，无空白点，也无交叉点，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

⑵物资准备：对活动需要的赠品、代金卷、中样、试用装、抽奖用品及其它备用品要准备妥当，用单子罗列出来后，按单准备，确保齐全，否则必然导致现场的忙乱。

⑶方案实验：本方案是在经验的基础上确定的，因此有必要进行实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。

中期操作的主要内容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。在方案中就对参预人员各方面的纪律做出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，做到忙而不乱，有条不紊。同时，在实施过程中，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。

鉴于其它精品店的成功经验，建议王姐在发展会员方面再下一番功夫，因为会员数量的多少能对贵店的发展起到至关重要的作用。

按40%的利润点计算，此次活动的销售量应在40000元以上，那么利润为15000元左右，以上活动方案的投入比率应该达到利润额的30—40%。

每次活动都可能出现意外。比如天气变化导致促促销活动的无法进行、城管等政府部门的干涉等无法继续进行，所以必须对各种可能出现的意外事件做出必要的人力、物力、财力方面的准备。

预测这次活动达到什么样的效果，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经验和失败的教训。

如果各个环节配合默契，这次活动应该能够达到预定的销量。

**双旦促销活动策划篇三**

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=66块钱或牛奶+桶油=58块钱等，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：20xx年2月10日（农历十二月二十三）——3月5（正月16）

三、整体活动广告语

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

四、活动内容

（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

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

（四）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元的衣服一件

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

**双旦促销活动策划篇四**

1、把握520促销网店策划商机，让顾客有新鲜感，刺激其消费欲望;

2、提升网店浏览量，吸纳新客源;

3、打造网店的信誉度，提升顾客忠诚度;

20xx年5月10日(提前十天)——20xx年5月20日(5.20日结束)

我爱你，丝丝心动

针对20到30岁的女性客户。

“我爱你，丝丝心动”特惠活动

买家真人秀，分享美丽赢好礼!

1分享即有奖：上传宝贝试穿的真人图，写下内心的感受，秀出你的美腿来。

(人人有奖)

2幸运降临奖(每月1名)

3忠诚客户奖(年终1名)

情人节促销活动策划14

活动时间：3月6日--15日

活动主题：情人节促销

活动说明：满就送，购物满不同的金额送不同等次的礼品。

125元——-你爱我享有初恋滋味冰淇淋+中国结手机挂坠;

365元——-天天爱你享有冰淇淋船一份+索芙特水白晶一盒+情侣来电闪一对

521元——-我爱你享有雪里相思冰淇淋一份+情侣来电闪一对+池之王葡萄酒一瓶+索芙特水白晶一盒

721元——-亲爱的享有伊甸园冰咖啡一份+情侣纯银对戒指一对

999元——-长长久久享有出水芙蓉冰淇淋一份+池之王精品干红、干白各一瓶+名牌皮带一条

1314元——一生一世享有郑明明三件套一套+情侣来电闪一对+登喜路钱夹一个

其他活动：

1、最佳情侣装秀评选

3月1日--7日最先报名的10对情侣可参加比赛，要求必须为情侣装搭配。

2、情人节免费礼品包装处

为了给您的情人节增添浪漫，我们将在1、2、4、6楼分别设立免费包装处。

3、玫瑰情缘!

台词：暗香浮动，花香隽永，阳光下，一场美丽的玫瑰雨，飘飘洒洒不停，在这一个叫爱情的日子里，携手你的玫瑰情缘，来一趟，早春浪漫的阳光之旅……

导演：xx百货·人物：爱之侣

序曲：20xx年春夏时装发布会：周末下午16:30~17:30,在阳光百货一楼中央大厅举办xx百货20xx春夏品牌时尚发布会。

节目：活动期间，当日购物满299元，就可获取玫瑰卡一张，有机会获得价值1600元的幸运奖或100元的纪念奖。同时获赠情人节礼品一份(玫瑰花一束或巧克力一盒)。

背景音乐：珠宝、化妆品、饰品、服饰等品牌买赠活动：

x施华洛世奇、谢瑞麟、周大福、金至尊、安娜苏、欧珀莱、安莉芳等品牌同贺情人节，推系列买赠促销活动!

**双旦促销活动策划篇五**

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。

**双旦促销活动策划篇六**

20xx年xxxx月xxxx日——20xx年xx月xx日。

xxxx珠宝“摇钱树”送礼百分百。

通过xxxx珠宝光棍节“摇钱树”活动活跃光棍节节日欢乐气氛，同时通过现金利是包、新年礼品等切实回报消费者。

1.主题活动：

凡在xxxx珠宝全国加盟店/柜购买任何一款xxxx钻饰的顾客即可参加“摇钱树”活动：

摇摇xxxx珠宝专店门口或专柜旁边的摇钱树(圣诞树装扮而成)，即可从树上摇掉下来的幸运号码(以胶纸粘住100个幸运号码)，以第一个掉下来的幸运号码兑换10-100元不等的现金利是包、xxxx珠宝的精美挂历、抱枕等，保证每个参加活动的顾客都有奖。

兑换规则如下：

1-18号兑换利是包;

19-68号兑换xx珠宝抱枕;

69-100号兑换xxxx珠宝挂历。

2.宣传造势：

(1)在活动前(约xxxx月xxxx日)和活动中(xx月xxxx日、xx月xxxx日)在各大报纸予以活动宣传报道，主题是“xxxx珠宝‘摇钱树’送礼百分百”(1/4-1/8版)，介绍活动的奖品及参与细则。

(2)在活动前印制活动宣传单页在店前派发(有条件还可在人流汇集区及社区派发)，扩大活动影响力和宣传力度。

(3)在店前做好活动宣传海报，在柜台安排咨询活动咨询员(如有条件可设立咨询电话)。

(4)店头pop：xxxx展架宣传活动，同时增加热卖场氛围。

1.“xxxx”费用：50元×18=900元;

2.抱枕：30元×49=1470元;挂历：30元×31=930元;

展架：65元/个×2=130元，喷绘海报：120元;

4.宣传页(dm)：0.5元/张×1000份=500元;

5.广告宣传费约5000元;

6.总计：9050元。

**双旦促销活动策划篇七**

xxx时装店，由xxxx时装店服饰有限公司全资经营。xx时装店品牌创立于20xx年，xx时装店是国内知名的互联网快时尚品牌，截止20xx年x月，xx时装店下设xx个业务部门，员工人数超过xxx人，有超过xxx万的会员，是x电子商务的代表企业。

x时装店是韩风快时尚第一品牌，旗下有四大品牌，女xx，男xxx，童xxx，设计师品牌：xxx。

各个品牌的定位：

xx时装店xxx—韩风快时尚女装第一品牌

xx时装店xxx—韩风快时尚男装第一品牌

xx时装店xxx——韩风快时尚童装第一品牌

xxx——东方复古设计师品牌

xx时装店的目标销售对象为都市时尚人群，公司旗下拥有百余位专业的时尚选款师和设计师，并在韩国拥有分公司，同xxx余家韩国时尚品牌保持紧密的、全方位的合作关系。以产品“款式多，更新快，性价比高”而迅速赢得都市时尚人群信赖。

xx时装店致力于打造“韩风快时尚”的都市时尚人群服饰品牌，秉承“韩国时尚专家”这一品牌理念，将韩国的时尚元素第一时间引入国内，在引入韩国设计的同时与中国的审美相结合，

演绎的淋漓尽致，目前，xx时装店已经成为国内知名时尚品牌。20xx年xx时装店评为“全国十大网货品牌”“全球化实践网商”、“全球网商三十强”。

（一）促销的最终目的是以任何手段将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。xx商城的光棍节半价促销活动是最近热到发烫的一种促销方式。

（二）促销的过程

1、确定促销的商品、并备好充足的货。

2、要确定顾客人群。

（1）确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对感官与好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。

（2）要确定顾客人群：确定商品之后最重要的就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

活动时间：xx年xx月xx日x点x分x秒到xx月xx号x点x分x秒

活动方式：淘金币：挑选10款产品（顾家支持）上淘金币活聚划算：挑选3款产品（顾家支持）上聚划算活动顾家商品，原价xxx，淘金币价xxx，xxx淘金币，数量xxx份，折扣5—7折，附送一些小礼品等，例如礼品杯，环保袋，鼠标垫。

（1）包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货；

（2）快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材（色带、墨盒）准备，为提升打单环节的速度，不建议双12大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

（3）本次双十二活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。

对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果。

**双旦促销活动策划篇八**

促销主题是促销活动的灵魂，是顾客心理上接受促销的最好借口，当时正直中秋来临，所以我们的促销主题为“中秋大团圆，健康合家欢，×××关爱生命大行动”，并临时印制了活动宣传单。

既然是促销，大部分商家必涉及优惠或“打折”问题，促销价格制定必须迎合顾客对当前普遍产品促销的认知心态，降价幅度小了，没兴趣，太大了，消费者又没信心，而且商家还要考虑成本，所以本次促销活动的优惠政策经我们反复讨论设定在优惠幅度为80元（即原价248元，促销价168元）。并且我们对优惠设定了一条理由“企业回报社会，纯成本销售，只做宣传工作”。

本产品属于中档层次产品，所以促销现场选择在小区的菜市场附近的一个三叉路口处，此路口刚好是此小区80%的居民和小部分其它小区的居民的必经之道。有一个重要的信息是，当地因位置较偏僻，类似商业行为较少，对促销将大大有利。

菜市场的人流高峰一般在早上7：30——9：30左右，同时为了避免炎热的天气，我们决定促销时间是7：00——

10：00。

因按摩器的促销以现场体验为主，所以我们在三叉路口旁选择了约20平方米左右的空地，空地后方摆放了两张促销台供存放货品和资料使用，同时后上方二条鲜明的6米长横幅“生命的不断延续，需要健康每一刻”（内涵在于——本按摩器方便实用，随时呵护你的健康），“中秋大团圆，健康合家欢，×××关爱生命大行动”。空地前方一

字型摆放4顶广告太阳伞，整个场面显眼，基本达到引起路人注意的目的。为了能留住顾客，还准备了4台风扇及一台饮水机给顾客“降温”。

我们知道，只有充分的前期准备，才能做好一场促销活动。为规范整体促销形象，提高顾客的消费信心，我们规定员工统一工作装，佩带工牌，并且规定标准用语，称呼一律去掉“先生、小姐”，改用“叔叔、阿姨、大哥、大姐、

**双旦促销活动策划篇九**

时间：20xx年10月1日—10月4日

地点：武都区钟楼滩金升购物中心

形式：国庆促销、节目表演

风格：喜庆、回馈、少许商业x元素

回馈老客户，吸引新客户；欢庆国庆，促销金升购物中心商品。

倡导一站式购物理念。

打造实惠、便捷的购物模式。

倡导低碳建材生活。

1、达成国庆期间的直接促销目的；

2、提高品牌知名度，美誉度；

3、扩大金升购物中心品牌影响力。

此次活动以商家为主要服务对象，体现金升集团的对商家关注度，为商家搭建平台与消费

者互动，构建对品牌的认知度，体现一站式服务的理念。

在节目设计和与顾客的互动中，加入商家的产品，宣传商户的品牌，让消费者在参与过程中，能得到实惠和惊喜，为打入一站式消费理念，对商家的经营产生预期的效果。

为商家自行出资定制宣传册，宣传册包括商家信息及此次活动的促销信息

商家在此次互动中，提供互动商品，现金大奖，消费优惠券，抵用现金券。

建议商家制作宣传册页。此宣传册意在为商家提供一个与各商家、消费者进行信息交流的平台。

此宣传册将包含商家所代理的品牌信息、商家铺位信息、促销信息、行业动态、金升购物中心动态等内容，并可以进行长远规划，以周刊、月刊的形式创建金升购物中心的自有刊物，进行对外宣传。

国庆活动宣传册的优点：

1、打造信息集约化发布的平台；

2、方便消费者了解商家促销信息；

3、可以成为长远宣传金升购物中心手段之一；

4、由于以宣传册的形式出现，利于消费者长期保存，达到一次发放长期影响的效果。

尺寸：竖版16开，220毫米x295毫米

总页数：预计为48p（实际页数将以同意商家数为准）

封面：4p

扉一：4p

正文：40p

尺寸：整版面（220毫米x295毫米）；1/2版面（竖版：110毫米x295毫米；横板：220毫米x147毫米）

宣传册刊例

为增加本次活动的趣味性和互动性，特设立奖项与奖品。

1、增加活动趣味性

2、提高消费者参与积极性

3、树立商家回馈客户的形象

4、与奖项、奖品的操作方式相结合直接刺激消费者的消费欲望

幸运卡片，现金奖

一等奖20xx元；二等奖1000元、三等奖500元从低至高派送。引发悬念，聚集人气

2、商品赠送

商家实物商品赠送。（互动游戏环节）树立商家乐于回馈顾客的形象，增加消费信心

3、纪念奖

凡参与游戏、互动环节，均可得到纪念品奖励。吸引眼球，聚集人气

4、礼券

凡购买商品的消费者满500元送100元抵用券，以此类推，按照消费金额发放。刺激消费者的购买欲，商家提供商品

**双旦促销活动策划篇十**

一、购物满18元以上均可获赠父亲节精美礼品一份。（扇子或剃须刀片）二、凡6月18日出生的父亲凭有效证件可在麦吉利享受购生日蛋糕6折优惠。

三、送给父亲的祝福（顾客持会员卡购男士用品可享受免费礼品包装。）四、想看到平时温文尔雅的爸爸，豪情万丈，豪饮美酒的样子吗？快和爸爸到超市发超市来吧!只要在喝啤酒的比赛中胜出的话，就可以获得丰富的礼品具体操作：时间：6月16日（周六）、17日（周日）每天分两个场次上午10：30-11：00；下午17：00-17：

地点：大厦店换购处细则：a：凡持本店当日单张38元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛。

：每场次分两组，每组5人。由主持人下令，能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听钟楼啤酒，商品准备：水杯，男士内衣，吉列系列，酒类，凉席，凉枕卖场布置：换购处吊挂父亲节吊牌，卖场内制作父亲节提示。

第一部分父亲节促销方案一、营销目的由于父亲节和端午节只相差几天，并在同一快讯档期，而父亲节相对端午节来说，仅仅是一个小节日，两者只能选择其一做为促销重点，因此，今年父亲节的促销不做主题式促销，主要以商品促销为重点，来达到销售的目的。

二、快讯档期月10日-6月24日三、促销主题、扮靓父亲，重返年轻、给老爸一个温馨的父亲节、真情实意送父亲，健康礼品更贴心四、促销方式一）商品选择选择男士商品和季节性商品进行促销，以下商品谨供参考：

、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等；、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀、体育用品、高档礼品等；、烟酒类。

二）商品特卖由采购部针对相关商品与供应商洽谈特价销售：

、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀等特卖；、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖；、让父亲更快乐：一些精美高档礼品等特卖；三）商品促销、要求采购部洽谈供应商，争取供应商对相关男士用品开展打折、买赠活动，如买空调送毛巾被、买西服送领带、买烟酒送打火机、买保健品送一小盒西洋参等；四）商品陈列由各连锁分店根据本店与专柜情况，针对相关特价商品进行突出和重点陈列，以促进和达到节日销售的目的。

二。“神气老爸“孝子亲情绘画大赛活动时间：

活动地点：绘画成品交至1f服务台；获奖作品展示于iy西侧橱窗活动内容：

父亲节即将来临，为了表达对父亲的敬意与感谢，用你的画笔将老爸最具特色的一面画下来并在画像背面附上简短的说明寄给我们。如：“健康老爸“、“快乐老爸“、“帅气老爸“等。进行评选后，我们从中评选出50名获奖作品在店外进行展示。参赛者年龄限18岁以下（含18岁），画体风格不限。6/5---6/12为作品收集期，6/13为作品评选期，6/14---6/16为获奖作品展示期，6/16进行现场颁奖。

奖项设置一等奖：1名价值300元的礼品二等奖：1名价值100元的礼品三等奖：2名价值50元的礼品纪念奖：46名精美礼品一份三。“巧手老爸“手包粽子比赛活动时间：

活动地点：正门外淑女屋旁报名方式：

活动内容：

父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报50队。在规定的时间内，包粽子的数量最多、最规范者即为获胜，所包粽子参赛者可带走。

奖项设置：

冠军：1名价值300元的礼品亚军：2名价值100元的礼品季军：3名价值50元的礼品参与奖：44名精美礼品一份四。“勇敢老爸“旱地龙舟比赛活动时间：

活动地点：iy西侧橱窗活动内容：

举办旱地龙舟比赛。在端午节这天，自古就有赛龙舟、吃粽子等传统习俗。你想尝试划龙舟的乐趣吗？你想让今年的端午节过得更有意义吗？那么赶快参与我们的旱地龙舟大赛。参赛队伍组成：康师傅一支队伍，观众三支队伍，春熙路街道办两支队伍。参赛队伍可获精美小礼品一份五。父子闯关趣味赛活动时间：

活动地点：1f正门活动内容：

父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报30队。比赛分为：父子颠足球接力、父子卡拉ok对唱(伴奏带自备)、你做我猜--父子默契大考验，真情传递。参赛先手需按要求完成以上内容，比赛采用计分制，根据部分评出冠、亚、季军。

奖项设置：

冠军：1名价值400元的礼品亚军：1名价值200元的礼品季军：2名价值100元的礼品参与奖：26名精美礼品一份父亲节超市促销活动方案。仅供参考。

**双旦促销活动策划篇十一**

持医保卡消费优惠多多。

：利用促销活动传递开通医保的信息 ，提升企业知名度，维护老顾客，开发新顾客，从而提升销售业绩。

11月1日-----11月5日

1、凭医保卡可免费办会员卡，享受会员权益。

2、保健品8.8折（汤臣倍健系列、惠世康系列），中药贵细精品8.8折

3、持医保卡消费满就送：

持医保卡消费满28元送洗洁精1瓶

持医保卡消费满48元海天酱油一瓶

持医保卡消费满68元送奥妙洗衣粉一包

持医保卡消费满88元送纸巾一条（10小包）

持医保卡消费满128元送小沐浴露1瓶(名牌)

持医保卡消费满198元送纸巾一条（10卷）

持医保卡消费满288元送5kg香米一包

持医保卡消费满498元送4l金龙鱼调和油1瓶

4、惊爆超低价：龟苓膏10元/6盒， 抗病毒口服液16.5元/盒， 王老吉凉茶12元/包， 太极玄麦柑桔颗粒11.8元/包， 阿胶液体42元/盒， 修正益气养血口服液35元/盒， 999润通茶25.8元/盒， 701跌打镇痛膏3.9元/盒（大参林会员价4元/盒）， 25mg倍他乐克5.5元/盒，北京降压0号6元/盒，复方丹参滴丸（150粒）19.9元/盒， 拜新同33.5元/盒。

**双旦促销活动策划篇十二**

每年的农历五月初五，是我国富有民俗传统文化的节日——端午节，今年是x月x日（星期x）。

端午节的起源起初是纪念爱国诗人屈原，但在现代生活当中，更重要的是象征着吃粽子，喝黄酒，插蒲子叶等，满足人们＂驱邪，消毒，避疫＂的心理，另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛，因此，根据这一节日特点，特制定本促销方案提高超市利润和知名度。

20xx年x月x日~x月x日。

活动时间：20xx年x月x日~x日。

活动方式：卖场堆头陈列、捆绑销售、够买搭赠、免费品尝、现做现卖。

（1）当天购物金额数每满xx元可获赠超市提供的优质粽子一个，依此类推，多买多送。

（2）结合端午节特点，粽子、皮蛋、盐蛋、绿豆糕等食品提供特价销售，刺激消费者购买欲望。单品xx个左右，其中食品xx个，非食品xx个，生鲜xx个。部分商品限时限量抢购。粽子、盐蛋皮蛋礼盒端午节前三天采取“大甩卖”销售。

活动时间：x月x日—x日。

活动内容：凡在x月x日—x日促销时间内，在本超市一次性购物满xx元的顾客，凭电脑小票均可参加《闻香识粽子》活动。

活动方式：在超市消费满xx元的顾客可凭小票到超市前台报名参加比赛，工作人员会给每个参赛选手发放一个眼罩，比赛分组进行，每组x人，比赛开始时选手将双眼蒙住，通过粽子的香气分辨粽子的馅料，规定时间内闻出最多的获胜，比赛取前三名发放礼品。

第一名：端午大礼包一份。（价值xxx元）

第二名：高邮鸭蛋一盒。（价值xx元）

第三名：真空包装烤鸭一只。（价值xx元）

活动时间：20xx年x月x日~x日。

活动内容：凡在活动期间的xx：xx~xx：xx在笨超市购物满xx元即可参加词活动。

活动规则：顾客满额可凭小票参与此抽奖活动，在预先准备好的奖箱里，放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有不同的数字，不同的数字可以兑换不同的礼品。

15号球：价值1元礼品一份，xxx份/天

25号球：价值2元礼品一份，xx份/天

35号球：价值5元礼品一份，xx份/天

45号球：价值10元礼品一份，xx份/天

55号球：价值20元礼品一份，xx分/天

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xxx份，第三期单张快讯xxx份平均每店xxx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、采购部联系洽谈xxx只粽子做顾客赠送；

2、采购部联系洽谈xxx斤粽子材料，举行闻粽子比赛；

1、《闻香识粽子》活动：粽子（数量价格由赞助商在各店促销决定），奖品费用xxx。

2、《浓情55送好礼》活动：礼品费用xxx。

1、装饰布置，气球、横幅、主题陈列饰物，平均每店xxx元，费用约xxx元；

2、吊旗费用：xxx元。

六月份促销总费用：约xxx元。

**双旦促销活动策划篇十三**

“五.一”黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

4月28日——5月13日

每个季节都有礼！——“五一”有礼！

（一）劳模有礼

5月1—7日，凡历年获得过市级（含）以上荣誉的劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份（衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣40件）。

（二）购物有礼

凡在4月28日——5月7日活动期间，购物单票金额在100元以上的顾客，即送洗衣粉一袋。

购物累计金额500元以上的顾客，送价值48元遮阳伞一把；

累计满5000元的前十位顾客，可领取价值288元的红宝石黄金吊坠一枚；

累计满10000元的前两位顾客，可领取价值2750元的红宝石黄金手链一条。（图书、双星、三楼黄金首饰不参与，团购不参与，其它柜组全部参与！）

（三）母亲节有礼

“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’！”

1、为庆祝5月13日母亲节的到来，5月1日起，20xx只“祥鹤”，20xx个祝福，为20xx位顾客准备，送给20xx位慈爱的母亲！（凡购物的顾客均可凭小票到正门口工作人员处领取“祥鹤”，并留下你的真挚祝福，亲自悬挂在中厅许愿树上。

2、5月13日——母亲节当天，凡在我商场购物满100元的前100名顾客，加2元即可获得“康乃馨”鲜花一束。

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制10000张小型“背粘胶”，打上“平顶山商场赠送”字样，所有礼品上都要粘贴。

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以“五.一”促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传（包括x展架）。

4、各专厅可以pop海报、打折牌宣传价位及打折信息，喧染气氛，主题统一为——“五.一”有礼！（部经理配合实施）

1、4月30日，以软文的形式在晚报上以《劳模与xx商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传本次“五一”促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’！”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

1、各部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。（每天活动工作人员名单另文下发）

4、4月27日、5月13日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。

5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可假公济私。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票；不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

1、中厅布置：1000元

2、“背粘胶”印刷：3000元；

3、室内外布置：1000元；

4、活动奖品预算：16000元；

5、报纸广告：3000元

总计：24000元

其中：4月28日——5月13日（母亲节）共16天时间按各专柜销售额的1%进行扣点，其余商场负担。

**双旦促销活动策划篇十四**

我国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

1、活动主题

xx期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到。

具体时间：xx月xx日——xx月xx日。

xx期间活动口号：一元家电惊爆全城，挑战价格极限。

具体时间：xx月xx日——xx月xx日。

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现xx辉煌历史。

3、活动时间：xx月xx日——xx月xx日。

\_xx各连锁店。

总监督：xx

总负责部门：销售管理、采购部、各分店。

各分店总负责人：各分店店长。

1、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）。

活动主要针对司庆期间光临xx电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

2、购又送（购物送麦当劳券）。

活动主要针对国庆期间在xx电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

3、一元超低价活动。

a、活动时间：xx月xx日——xx日；xx月xx日——xx日

（a）、每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。（凭单张排队）

（b）、xx月xx日—xx月xx日各分店每天购物满1000元以上即送1张，每天最多送出50张，每店至10月3日通过购物最多送出550张。

d、方法：xx月xx日—xx日；xx月xx日—x日各分店每天上午9：30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“xx商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：xx。派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序（廖总事先安排），派发人员：文员、财务人员。

e、美工在活动前书写抽奖明细海报（活动开始前日晚在店门口划出“领取现金抽号券及购买超低特价机”排队处，并拉起排队隔离绳墙。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f、超低价抽号券由市场部设计，数量4000张，各分店平分，由行政专员负责盖店章并负责暂时保管，于活动前交现场负责人。现场派发超低价抽号券及超低价商品购物负责人：行政专员、文员、财务人员。

g、所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分店负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h、当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i、活动开始的前一天晚上（营业结束时），各店把超低特价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j、在派发超低价购物券前由现场负责人通过咪头或大声公讲解超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由售后中心安排维修师傅（4人）维持现场秩序。

7、购物抓现金活动。

a、活动时间：xx月xx日——xx日；xx月xx日——xx日。

b、活动地点：xx各连锁店

c、活动方式：购物抓现金

d、方法规则：

（a）、活动期间凭本公司购物满xx元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满xx元及以上抓两次；购物满xx元以上可抓三次，最多三次。

（b）、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。

（c）、顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。（须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等）

e、美工在活动前书写抓现奖明细海报（活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f、各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾。

a、活动时间：xx月xx日—xx日、xx月xx日—xx日、xx月xx日—xx日。

b、活动地点：xx各连锁店店门外。

c、活动形式：根据厂家提供的文艺资源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系活动。

d、场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响（调试）、产品展示为主。

e、采购部根据厂家回复情况；方案＇范文，库.为您.搜集-整理/与市场部做统一调整和安排表演具体时间、内容、具体厂家。

f、司仪、文艺节目、互动游戏、现场赠送礼品（糖果火为主）要提前由市场部审核，尽量做到最好最有影响力。

9、放心服务全方位体验。

a、活动目的：目的是在消费者心中提升我司的服务形象，本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

b、活动时间：xx月xx日——xx月xx日

c、活动主题：xx电器放心服务全方位体验；

d、活动内容：

（a）售前服务体验；

（b）售中服务体验；

（c）售后服务体验。

e、活动详解及分。

注：售前服务：主要是指免费接送消费者，目前在家电零售行业免费接送在\_\_还未曾见过，在超市行业已早实施，推出此项业务主要基于：创造xx首家，制造舆论效果，从侧面提升xx的影响力、费用不是很大。

**双旦促销活动策划篇十五**

1、直接打折

在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和诱惑力，直接打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不清真伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。

因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法 缺点是不能解决根本的营销困境，只可能带来短期的销售提升。

不能解决市场提升的深层次问题;同时，产品价格的下降将导致企业利润的下降，而且，产品一旦下降，想要恢复到以前没有折价的水平，可能性非常小。乱打折会打击消费者对品牌的忠诚度。

2、买赠

从维护形象的角度看，买赠更体面些，送赠品可以创造产品的差异化，是一种常规性的促销手段，具体做法是买满多少金额的货品，赠送相应的物品，以达到增加销量的目的。

选择赠送的礼品时，要考虑这一消费群体的喜好，应特别注意，礼品一定要精致，因为，相对来说，赠送的礼品的金额不大。如果因此而采购一些质量不好的礼品，对于促销活动、对于企业品牌都是伤害。

3、会员促销

目前，开展对会员促销的店铺越来越多，通过买一定金额可以达到什么级别的会员，不同级别的会员可以享受正价产品的折扣，这是长期的。还有会员的其它促销比如对会员提供一款特殊价格的产品或礼品，每个月有固定的时间对会员进行促销，可以是特价，可以是送赠品，也可以是免费送小礼品做服务，如果会员很多的还有可以做会员促销专场。

4、特价专区

很多店铺都有特价专区，划出一个区域用花车或落地架陈列特价产品，一是为了与正价产品区分从而不影响正价产品的销售，二是让消费者容易找到，实行特价专区的要在花车和落地架上有相应的宣传内容。

5、场外促销

场外促销主要借店外人流量加特价产品来吸引人气，可以把顾客带到店里推销其它产品，一箭双雕。如果店铺前面空间较大，人流量也不错的，可以采用店外促销，效果好，要求花车为，主数量要多，形成气势，花车周围用有吸引力的内容做成促销海报围起来。

有关系的还可以与商场联系在门口做促销专场，那更好，人流量大。如果有条件的最好用大的遮阳蓬，一来可遮阳二来防下雨，还要注意与城管的关系，要得到批准，以免产生不必要的麻烦。

6、新品促销

灯饰店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要是想通过旺季多抓顾客，以提高老顾客数量，在新品牌店铺居多，一般新品促销主要是通过赠送小礼品，不采用新品直接打折的方法。

7、节日促销

中国节日比较多，都是大家搞促销的好理由，因为在这段时期，消费力量激增，是灯饰销售的黄金时期，所以，每个店铺都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性，可以打折也可以送礼品。最好配上促销宣传，门口的横幅比较显眼，加上会员促销短信效果会更好。

8、主题促销

主题促销，是创造一个主题，然后以围绕主题展开促销活动，让消费者认为这是名付其实。如店庆、门面装修、厂庆、节假日等，事出有因，促销更要如此，不明不白的促销不能引起顾客的认同感。有句话说得好，“没有理由创造理由也要促销”。

9、联合促销

是指两个或者两个以上的品牌或者公司合作开展促销活动，一般是在两个知名品牌之间展开，讲究的是强强

联合促销

灯饰店铺可以联合家居、建材、实景店等一起做促销。这样一种互动的促销手段，能有效整合两个品牌的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了双方的资金，因此，是一个不错的方式。

但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算，费用分摊的原则举行的促销活动。

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