# 元旦营销方案设计(15篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-06-18

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。元旦营销方案设计篇...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**元旦营销方案设计篇一**

1、借圣诞节及元旦之契机，扩大宣传，聚集人气，提高知名度，拉动淡季销量提升；

2、树立品牌形象，在消费者心目中建立良好的品牌形象和美誉度。加强武安地区客户对奇力能源的认知度；

3、拓展、建立长期服务关系，不断提升服务质量从而提高客户满意度。

迎双节，办卡有礼、加油抽奖

20xx年xx月xx日07:00——20xx年xx月xx日24:00

xxxx四个加油站（ ）

1、 xx月xx日-xx月xx日，确定活动方案，落实加油卡和积分卡广告宣传；

2、 xx月xx日-xx月xx日，主要宣传进站加油办卡可抽奖活动，及活动当日奖项设置；

3、 xx月xx日-xx月xx日，各站站长安排重点邀约客户；

4、 xx月xx日，布展（条幅、奖品）到位，为活动造势；

5、活动举行（20xx年xx月xx日08:00——20xx年xx月xx日00:00）；

6、xx月xx日，统计奖品兑奖情况，奖品入库，统计活动销售额情况；

7、总站长及各分站长总结活动效果，书写报告。

1、凡是于20xx年xx月xx日前在xx能源办理加油卡或积分卡的的车主，均可享受xx能源的优惠活动（详见店内广告）。

2、凡是于20xx年xx月xx日前在xx能源办理加油卡或积分卡的的车主，均可参加20xx年xx月xx日--xx日的大抽奖活动。

3、活动当日，单车单次进站加油满100元，持加油卡或积分卡即可参加抽奖，一次加油仅限抽奖一次，不累计抽奖；

4、奖项设置及奖品见附件。

5、喜获一等奖、特等奖的车主，各站站长负责拍照留念、登记信息。

1、各站于醒目处悬挂条幅（公司统一制作）；

2、加油员大力宣传抽奖活动，加快推进加油卡及积分卡的办理速度，为活动造势；

3、进行广告宣传，奖品提前陈列。

1. 各站悬挂条幅：迎双节，办卡有礼、加油抽奖 30元\*4条=120元

2. 报纸宣传：亚太广告半版 300元\*10期=3000元

3. 短信群发：主要针对会员客户，需找潜在客户资料。 0.035元\*1万条= 350元 短信内容：

4. 网络宣传：

5. 电话预约：

a 潜在的客户电话通知购买 。

b 重点加油卡顾客，电话回访。

6. 微信息消息推送

1、活动总调度：

2、活动应急指挥：

活动策划组织：

活动营销宣传：

1 确定活动方案，制作任务单

2 奖券、奖箱、拍照、网络宣传

3 落实加油卡和积分卡广告宣传

4 奖品采购、调度、盘点、入库

5 督促加油员大力宣传抽奖活动，推进加油卡及积分卡的办理速度，为活动造势；

6 协调班长交接班奖品与奖券的统计，保证无偏差；保证奖箱始终位位于主监控下，位置不得移动；本站员工不得私自抽奖，一经发现立即开除。

7 十处站活动期间白天需安排两名班长上班，维持秩序

8 广告宣传（报纸、微信、短信、电视台等）

9 处理紧急情况和突发事件。

**元旦营销方案设计篇二**

圣诞节及元旦是西方与中国的两个重要节日，也是人们消费的高峰期，许多商家都会在这期间加大力度宣传、吸引顾客。因此在节日期间一个好的促销方案是必不可少的，这不仅会增加利润，也会增强火锅店的知名度，为以后的经营创造更大的消费群体来源，为今后的发展做好更坚实准备。

另外，通过在圣诞元旦期间开展一系列的餐厅环境氛围营造、打折优惠和现场互动等促销活动内容，达到增加餐厅双节期间经营销售收入的目的，同时提高餐厅在本区域内的品牌知名度，在消费者心目中，特别是周围大众和学生消费者心目中良好的企业形象和优质的产品服务，为酒店餐厅的除夕年夜饭、元宵节等后续的促销活动做好顾客资源准备。

缤纷圣诞，激情元旦

好礼送不断

20xx年12月20日—1月5日

主活动：活动期间凡在本店消费的顾客，均享受8折优惠。期间学生聚餐超十人以上者，凭借学生证可享受酒水7.5折优惠。（酒水优惠后不再算入总活动优惠当中）

活动一:消费有礼,礼品连连：（所依据费用为最终实际消费额）

20xx年12月20日—20xx年12月27日（除去平安夜当晚）

凡一次性消费满400元的赠送价值20元的圣诞手套一副

凡一次性消费满600元的赠送价值35元的圣诞老人一个

凡一次性消费满800元的赠送价值50元的圣诞树一株

20xx年12月28日——20xx年1月5日（除去元旦当天）

凡一次性消费满400元的赠送价值20元的卡通兔一对

凡一次性消费满600元的赠送价值35元的中国风茶具一套

凡一次性消费满800元的赠送价值50元的中国结一对

备注：再出此方案前我们实地到火锅店进行了考察，据老板介绍平均每桌的消费超过350，聚餐时应该会大约600—800元，因此制定此项按照消费金额赠送礼品的活动。

活动二：24号当天活动

1、所有服务员带上圣诞帽，让服务员装扮成圣诞老人和麋鹿，在客流高峰期时给顾客赠送糖果和巧克力及小饰品

2、圣诞红包：在店内服务台空旷处的圣诞树上悬挂上红包，红包里写有礼品名称（消费代金券、酒水券、小吃券、菜品券、圣诞吉祥物、新年贺卡等），在规定时间（20:00—22:00）邀请顾客上来选择红包（每桌一位顾客，选一个红包）

3、推出圣诞优惠菜系每桌赠送羊肉、五花肉各一盘，以及圣诞优惠套餐（消费满五百）。

4、一次性消费满300元的顾客，发放元旦优惠的代金券50元，元旦活动期间进店消费可使用代金券，每桌限用一张代金券。

元旦当天活动：

1、大红大喜：进店的顾客身上凡是带有红色物品的都赠送转为元旦设计的红辣锅底一份（为偏好辣味的人准备）汤

2、店内服务员同一着红色工作服，并向进店的顾客问好（元旦快乐，兔年吉祥）

3、推出多种新品小吃，特色菜，可在中国传统过年食物上进行加工，如年糕，春卷，拼盘等四：活动期间店内场地布置

1、20xx年12月20日——20xx年12月27日期间

1、店内装扮及氛围打造

（1）圣诞期间：店内的玻璃上都贴上泡沫雪花片，屋内用泡沫铃铛，雪球，礼盒等一系列与圣诞有关的小装饰品来装扮

（2）门口服务员带上圣诞帽，让服务员装扮成圣诞老人在客流高峰期时给顾客赠送糖果和巧克力及小饰品

（3）圣诞红包：在店内服务台空旷处的圣诞树上悬挂上红包，红包里写有礼品名称

元旦期间：用红色和黄色的彩条布置屋顶，床上贴上中国传统剪纸和“福”字样的窗花

（4）店外悬挂上条幅，写“由你坐煮火锅店”祝新老顾客圣诞元旦快乐（大字体）进店惊喜连连（小字体）

圣诞期间：门口摆放充气圣诞老人或麋鹿，并播放与节日有关的欢乐歌曲

元旦期间：门口挂上大红灯笼，贴上对联，贴上的具有中国节日韵味的窗花剪纸。

（5）店内中心摆放一棵大圣诞树，用于活动期间抽奖活动

（6）店面门口放置一音响，播放欢庆的歌曲，这样不仅能营造一种节日气氛，也能吸引路人关注本店的活动。

店内布置情侣套餐，全家福套餐（可用于集体聚会）亲情奉上

1、在大堂的左面一排设置情侣座位，专门为情侣就餐设计。平安夜和元旦当晚设置烛光晚餐。

2、在大堂右边设置一排全家福套餐座椅，专门供聚餐和全家集体就餐专用。

1、制作宣传单。简要介绍活动内容，在店面周围的主干道，如三好街发放，并找兼职学生在周边东北大学，沈阳音乐学院，鲁迅美术学院发放。

2、将此传单在小区内进行发放，保证点周围的小区内都能知道本店在举行此类活动。

3、在经由店面的公交车上坐车载电视广告宣传。主要在166路和244路公交车上宣传。

4、联系学校的学生代表，让其深入到学生中去宣传促销，让更多的学生知道本店在举行此活动，并且知道此次活动对学生的优惠很多。

5、沈阳晚报广告宣传。

6、店面门口挂一幅大的海报详细介绍活动具体内容，并把店面装饰成一种喜庆气氛，给人一种直观醒目的感觉。

活动可行性分析：

1、鉴于圣诞节和元旦节双节即将来临，大家都希望借此次节日机会，家人朋友小聚一下，加强交流和沟通。而在沈阳这寒冷的冬天火锅店是普通大众最适宜的聚餐地点，实惠而温暖。

2、南门火锅店靠近东北大学等高校，当今学生对过圣诞节十分有热情，而学校内的很多组织都在以各种各样的形式在元旦和圣诞节聚餐，打出学生优惠这一措施对广大学生不失为很好的手段。

3、依靠广大的学生群体，立足平民消费。

1、人员安排：策划写作、礼品购买及发放、现场布置、发放传单、与媒体沟通、为顾客服务等；

2、物品准备：礼品、菜品及酒水、制作传单、饰品、工作服、广播稿等。

主要是对现场进行控制，工作人员各司其职，使得场面有条不紊，忙而不乱；每一部分设定一个负责人，负责人要掌控全局，及时对出现的问题作出解决，必要时可对方案作出调整使得方案能够完美执行。

购买礼品：3000元；装饰店面的饰品：4000元；

传单：1000元；

媒体宣传：20000元（报纸、广告）；校内代理人员：1000元

其它：7000元（运费等其它机动费用）；总计36000元

对于物资短缺、消费者投诉、天气原因等意外情况制定出合理的解决方案，以做好全面的人力、物力、财力的准备。

**元旦营销方案设计篇三**

屋顶之下，本该无醛！定制美好生活，是我们永恒不变的主题。

在圣诞、元旦双节促销节点即将来临之际，亚丹集团特推出“年终盛典，无醛到底”的庆圣诞、迎元旦活动，为全国消费者送去20xx年超级环保定制福利！

此次活动方案从营销的角度是为了：

订单储蓄

通过预售5000元特权定金卡锁定年底最大让利政策的方式，提前锁定20xx年有家装需求的消费者，为20xx年储蓄需求订单。

年终盛典，无醛到底

环保禾香板套餐低至

16800元/20m2

20xx年12月26日——12月31日

1．5000元特权定金卡全国放送

活动期间，面向全国售卖5000元特权定金卡，可锁定20xx年最低折扣：全屋禾香板定制16800元/20㎡（投影面积），平板时尚简约款型。

（1）5000特权卡核心利益点：

①锁定【16800元/20m2】全屋环保禾香板特价套餐；

②尊享20xx全年【0元设计】免费上门服务。

（2）特权卡使用规则：

①该卡仅在活动期间出售，即12月26日至12月31日；

②使用期限为20xx年03月01日至20xx年12月31日，请在期限前核销使用；

③20xx年12月31日前该卡可退，可转售；

2．活动产品政策：

全屋禾香板环保套餐

16800元/20㎡（投影面积）

套餐包含衣柜、书柜、鞋柜、餐边柜、电视柜、阳台柜（不含榻榻米）。

面积：套餐内面积按16800元/20㎡（投影面积）；超出部分按999元/㎡（投影面积）计算，全屋最高可享受40㎡（投影面积）优惠

花色：北美胡桃/麻色格布纹

门型&门框：平开门/平板移门、基础五金

（详情咨询门店）

3．年终盛典经销商支持政策

详情请见附录一：《20xx年12月份年终盛典支持政策》

详情请见附录二：《20xx年12月份年终盛典支持订单报备表》

情况1：客户在小程序平台拍下特权卡

情况2：客户直接在门店现金支付方式买卡

“亚丹生态家”微信小程序

总部将推出相关宣传物料，届时可以通过微信群、朋友圈等分享渠道发出，客户长按二维码即可进入微信小程序购买特权卡。

广州市亚丹柜业有限公司

20xx年12月25日

附录一：《20xx年12月份年终盛典支持政策》

20xx年12月份年终盛典支持政策

亚丹【20xx】yd—1225

致全国经销商：

在圣诞&元旦双节大促即将来临之际，公司特推出“年终盛典，无醛到底”的庆圣诞、迎元旦促销活动！屋顶之下，本该无醛，为了帮助终端打赢20xx最后的环保战，经公司研究决定，12月给予终端年终盛典支持政策，具体如下：

1、禾香板整单优惠支持

1）情况一：已购买5000特权卡且所有柜体为禾香板的订单，整单享受8。8折优惠支持；

2）情况二：20xx年1月1日至11月30日，对厂结算总额达到100万及以上的门店，已购买5000特权卡且所有柜体为禾香板的订单，整单享受8.5折优惠支持。

3）情况一和情况二的禾香板折扣优惠支持，不可叠加使用；

2、施行有效报备制度，只有报备的订单才能享受8。8折/8。5折优惠政策。每个订单提前新建一个订单号，填写一份禾香板订单优惠报备表至公司助理，《20xx年12月份年终盛典支持订单优惠报备表》详见附件。

3、报备时间：20xx年12月26日—12月31日

4、每成功报备一个禾香板订单，需向公司缴纳5000元禾香板报备金，此报备金只能用于本订单的货款抵扣使用。

5、所有已报备的订单，在20xx年12月31日前下单，都可此享受优惠政策。

6、本政策不与其他政策叠加使用

7、本政策解释权归广州市亚丹柜业有限公司

广州市亚丹柜业有限公司

20xx年12月25日

附录二：《20xx年12月份年终盛典订单报备表》

20xx年12月份年终盛典

订单优惠报备表

店面信息

店面名称

经销商姓名

联系电话

店面地址

报备时间

20xx年12月xx日

业主信息

订单信息

业主姓名

业主电话

业主小区地址

订单号

预计下厂时间

附件

备注

战区总监

审核

集团总裁

审核

**元旦营销方案设计篇四**

立足元旦、新年期间的短销效果，借助有竞争力的营销活动，有吸引力的活动礼品，提高“双节”期间消费者的购买率与客单量。通过活动开展，拉动卖场人气，提升元旦品牌，最终促进一般图书销售业务。

文化过节：元旦感恩季，读书暖情怀

20xx年月1日——2月24日

在图书销售形势越来越多元化的今天，如何才能俘获消费者的心，令元旦品牌摆脱单纯的卖产品阶段，增强客户忠诚度，提高品牌附加值，相信这是全省书店经营者孜孜追求的目标。在我们倡导品牌理念和品牌文化的同时，确立元旦品牌优势，牢牢抓住顾客的消费心理特点，并在“双节”期间配以适当的活动，才能巩固原有顾客，吸引新顾客。

1、消费的盲目性：“双节”期间上班族们有着国家法定节假日，教师和学生们的寒假也接踵而来，图书市场的消费容量极大。客户们很少会考虑自己的消费是不是合理的，只要走进卖场看到别人买什么自己会很少的加以考虑也买同样的种类。

2、节日色彩浓重：过节消费者过的是气氛和礼节，从“送礼送健康”到“送礼送文化”，过节期间那些礼品装，礼盒装的图书市场容量都很大，也可以将部分重点图书二次豪华包装，将商品变成礼品。

3、从众心理：消费者拥有好奇心理并有从众心理，过节消费也是这样的，针对某一些图书品种在卖场码堆，如果做的很漂亮，有几个人围了过去，马上就会有很多人围过去，如果一个人拿了起来就会带动很多人购买。

4、迎合学生需求：在新学期即将来临的假期中，家长和教师为了丰富中小学生、大学生们的假期生活，图书是他们做为文化教育的首选。所以，儿童、学生课余用书也可以搞一些家庭装，礼品装，将同一系列的产品放在一个包装里，既可以做销量又可以做市场。

1、辞旧迎新——喜迎新春献贺礼

根据消费者不同的消费额送出不同的红包，这种形式其实是巧妙的打折。红包内装有购书券，比如消费50元送5元或10元购书券，依次类推。送红包的形式除了是换一种方式的打折形式之外，在中国还是一种送吉利送祝福的传统方式。(“送红包”活动应在收银台和服务台前醒目位置用pop海报再次宣传标注)

2、欢聚假日——组合购书大优惠

巧妙的捆绑销售。比如家庭类烹饪方面图书，可以中餐、西餐、甜点等书组合在一起进行8折促销，女性美容类如瑜伽、瘦身、化妆等自由组合，儿童类、教育类、生活类等图书都可以三本或五本同类型自由组合8折销售，这种形式主要是促进家庭或团体性的销售。

3、能者多得——知识问答巧推销

在儿童图书和文教图书板块，推出买图书即可翻卡片，卡片上为智力小问答，答对问题的小朋友可以获得我们精心准备的小礼物并享受购书8折的特权。这样既抓住了小朋友喜欢逞能的特点，又有小赠品的满足感，还能带动家长们的消费。

4、助学行动——元旦感恩送真情

在元旦三天假期和新年七天假期里举行一个极具意义的助学行动，每天到店的前十名中小学生，凭借学生证并填写学生用书需求调查表，即可获得书店准备的一本文教图书、笔记本和文具盒等，调查表主要设置学生个人信息、喜欢的图书类别等，并有专人为得到礼品的学生拍照留念以进行媒体宣传，以此提升元旦品牌宣传。各店也可根据调查表了解学生大致购买范围。

5、礼品图书——文化好礼喜相送

正值“元旦”和“新年”两大佳节期间，礼品书的销售市场更为巨大，目标客户也更为广泛。店外的礼品图书销售工作我们可以抽出一定的人员服务上门，并附上精美卡片送去祝福。店内销售可在卖场内设立专门的礼品包装柜台，并附送注有元旦品牌的贺卡和书签，提供全方位的温馨服务。

6、温情回馈——特别的礼给特别的你

回馈老客户活动。在活动期间发展新客户之机，也要给老客户送去与众不同的温暖。活动期间，老客户还可以凭会员卡满额获赠精美礼品，礼品可以是手套、帽子、围巾、拖鞋等生活用品，让一直支持我们的老客户在这个冬天像拥有家人拥抱般的温暖，不再寒冷。

**元旦营销方案设计篇五**

20xx/12/24-20xx/01/04

庆圣诞、元旦，让我们约“惠”吧!

1、各门面可以按自己的想法来布置自己门面。只要布置得有节日的氛围，让人路过店门口就能一目了然的知道我们火锅店在做活动就行。

2、采购人员必须在11.22号前把东西全部采购完。

3、横幅必须在11.23前做好，横幅内容：庆圣诞、元旦，让我们约“惠”吧!

4、11.23开始布置店面，售后部每个店派一个师傅协助，先完成的帮没有完成的，直到全部店面布置完成。

5、售后服务部编辑活动信息统一发送给客户。

6、各门面根据自己店的情况推出特价火锅套餐，以下仅作参考

xx店：套餐1，岁未特惠价￥299，套餐2，岁未特惠价￥399

xx店：套餐1，岁未特惠价￥399，套餐2，岁未特惠价￥499

xx店：套餐1，岁未特惠价￥399，套餐2，岁未特惠价￥499

xx店：套餐1，岁未特惠价￥499，套餐2，岁未特惠价￥599

xx店：套餐1，岁未特惠价￥299，套餐2，岁未特惠价￥399

xxx

1、销售部：全部活动的安排与执行。

2、售后部：协助销售部的工作、配合各门面所需要的人员调动。

3、仓库：保证货品检查，发货做到0失误。

4、财务部：活动经费准备与礼品的采购。

1、活动期间要求各工作人员不能请假。

2、各工作必须对活动期间的活动内容了解透。

3、未尽事宜，由各部门之间协商解决。

**元旦营销方案设计篇六**

1、为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用元旦新年的有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我酒店营业额的稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

20xx年元月1日

中、西餐厅及客房

相约212，相聚丽晶

(一)西餐：

1、凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张(自行制作)。

2、元旦当日一次性消费满3元的客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。

3、元旦当日一次性消费满6元的客户，可获赠优惠房券(凭此优惠券可获门市价6折优惠)一张。

(二)中餐：

1、凡元旦当天在中餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张。

2、元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满5元可获赠西餐早餐券一张。

3、包房一次性消费满1元，获赠面值1元现金券(此现金券可在本酒店任营业区消费)一张。

4、元旦当日一次性消费满xx元，即赠送贵宾卡一张。

5、元旦当日在中餐一次性消费满3元，赠送标准客房一间一晚。

(三)客房：

1.凡元旦当天在客房入住的客户均可获赠奥运纪念卡一张。

2、元旦当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。

**元旦营销方案设计篇七**

1月1日晚21点（征求意见）

“欢庆20xx年元旦，爱我”

为欢庆20xx年元旦，加强酒店员工之间的沟通，增强酒店的凝聚力。丽都假日酒店办公室决定于20xx年1月1日晚21点，在酒店员工餐厅举办一台以“欢庆20xx年元旦，爱我”为主题的元旦联欢会，为我假日酒店员工展示才华提供一个广阔的舞台，也希望通过本次晚会大家一起努力吧我们的工作做得更好，更地为我们这个”家”做点贡献，也为20xx年假日酒店献上一份厚礼。现对联欢会策划与筹备做如下安排：（注：要求酒店各部门出节目）

1、主持人开场白：首先要感谢个位嘉宾的光临，元旦是新的一年的开始，祝大家在新的一年里。。。。。希望大家在元旦晚会玩的愉快，各位领导，各位同事：大家晚上好！光阴荏苒、斗转星移，光辉灿烂的20xx年即将过去，充满希望和挑战的20xx年悄然来临。我们假日酒店员工欢聚于此，庆祝即将到来的元旦佳节！

2、介绍到场嘉宾

假日酒店领导讲话（征求意见）

3、节目开始节目顺序：例如：

1、独唱表演者：道具：麦克风一个

2、独唱表演者：道具：小麦克风一个。

3表演者：

4、击鼓传气球

道具：鼓乐、气球6个，节目纸条

5、独唱表演者：

6、托乒乓球跑

道具：12个纸篓、6个气球、120个气球、智力抢答题6道

7、动作模拟道具：书包、8张凳子

8、歌曲接力赛道具：六首歌曲

9、抽奖

道具：抽奖箱、两副扑克牌、3—4张凳子

注：第一阶段：以趣味游戏为主的联欢活动；活动内容：

5—6个简单、有趣、观众参与较强的竞技性趣味游戏（如击鼓传气球、模拟动作、托球跑、挑战100秒等），其中穿插3—4个火爆的小节目（如霹雳舞、吉他弹唱、歌曲等），活动进行中每隔半小时相应抽出一等、二等、三等奖。每一位参与游戏的同学根据其竞技结果奖励相应的奖品。场景布置：

1、为了提高游戏的参与性和竞争性，现场将根据桌椅摆放的位置分成六组。

2、晚会进行当中，有服务人员拿着托盘为大家添加水果、饮料和点心。

击鼓传气球。进行6次，具体次数由主持人依照当时到场的人数和气氛定夺。现场以激昂的鼓点音乐开始（可以考虑使用现场背景舞台鼓乐），在观众中手拍传递气球，音乐突然停止，气球传到谁手中或者气球被谁拍爆了，谁就必须上台表演一个小节目。如果过程进行当中出现气球落入场中，形成死球时，则最后一个接触气球的人也需要表演节目（此处主持人一定要高度注意，否则可能会说不清楚）。最后由这6人单独表演节目。

道具：鼓乐、气球6个，节目纸条

奖品预算：表演节目的人都获得奖品，奖品（毛巾、牙膏、牙刷、香皂、洗发水），

经费预算：气球（￥）食品（糖、葵花、花生￥），奖品（￥）横幅（￥）等等经费预算大约在350到400左右。

注：（以上活动策划方案可能有些地方不全或不周的地方，希望根据酒店实际情况决定。）“欢庆20xx年元旦，爱我”元旦晚会！

a、参与活动的贵宾与书画家的合影

b、x酒店的风采（员工、老板、社会活动，如领导参观、捐款收据放大样、荣誉等）

c、接受采访的贵宾照片及感言（采访者同意这样做）

封底：与封面相同，加上地址、电话、网站、邮箱、qq等联络工具印刷数量：凡参与者必须有。其他可视情况定。

五、活动的新闻传达

可以在活动结束后，委托新闻单位以x大酒店注重文化建设为题进行报道。

**元旦营销方案设计篇八**

本案二期自年10月开盘销售以来，通过房展会、报纸广告等有效地宣传媒体达到了市场初步认知的目的，截至到年11月29日累计销售房屋套，取得了较好的销售业绩。

自开盘以来，通过人传人的口碑宣传，使本案积累了众多的潜在客户，为了促进客户成交，拟开展“元旦促销活动”，主要有以下目的：

本案自开盘销售以来，还没有开展过项目形象宣传，主要是因为希望尽量减少广告费用的投入，为开发公司节约费用，注重宣传的实效性，注重有效客户的挖掘工作。

众所周知对于房地产销售而言，每年的一、二月份因受“元旦”和“春节”的影响通常是销售淡季。但因本案开盘销售时间较晚，为了巩固刚刚形成的良好的销售局面，不能放弃一、二月份的销售机会。在一、二月份报纸广告量适当减少的情况下，举办促销活动为较有效的促销方式。

在每个成功销售的房地产案例中，不仅要求不断地吸引新客户成交，而且还要注重对老客户的服务和深度挖掘工作，以便使其能介绍亲朋好友购房，同开发公司及销售人员建立朋友式的关系，长期为本案的销售工作提供帮助。

此次活动，计划安排在20xx年元月1日至元月15日之间（以下简称此时段）进行。

1。购买一期的住宅按揭优惠3万元，一次性4万元，商铺按揭2万元，一次性3万元

2。

3。购买二期的住宅按揭优惠2万元，一次性3万元。购买二期住宅的客户购买150平方以上的另外优惠1。5万元

1。于20xx年1月1日之前，在“楚天都市报”做出夹报广告；分时段共做两次；将这次购房优惠内容广而告之。

2。给已经登记未购房客户发短信广而告之。

**元旦营销方案设计篇九**

为什么要注重春节氛围的营销

1、注重年节氛围布置，凸显浓郁节日氛围;

2、有效刺激顾客潜在的购物需求和欲望;

3、对于提高销售，有着重要的作用

为什么要注重春节促销

1、春节一月的销售等于平时两到三个月销售

2、奠定商业格局的最佳时机

3、扭转定位，让市场认同

4、提升员工能力和水平的最佳考验。

春节促销商品选择要素

1、年节促销的商品一定是年节中使用率高、易消耗或较高毛利的商品：比如粮油、调味、南北干货、酒水、家用电器、针织品等

2、不要选择单价太低或者规格太小的商品。

3、全店的毛利率不会因品类促销而全线降低。

4、差异化的商品。要突出商品的与众不同，或者独家拥有的商品!

5、可以选择主题商品促销、关联商品促销，比如厨房配件、糖果、干果炒货等。

春节促销商品采购的要点

1、促销品类要品种齐全且花样翻新。

2、促销品类要尽量缩短账期，或者给予供应商预付款，保证货源和低价。

3、要比其它竞争对手提前3-7天，做到先入为主，先声夺人之势。

春节期间卖场的调整

1营运、采购部做提前进行沟通，进行卖场的布局和区域货架调整计划;

2调整重点年节商品分类的陈列，最大限度利用货架空间;

3采购部做好货架调整计划;

4相应的部分货架要做压缩和增加;

5门店根据货架调整计划做好货架的调整;

6突出重点分类和重点商品;

各部门要有全局观和大局意识：

1、极大的扩展促销品类的商品陈列面，充分利用促销墙、端架、地堆，最好要将品类促销的商品集中陈列，突出惊爆价和超低价商品的陈列面。

2、惊爆价、超低价的商品更要加大倍数下订单。

年节商品订单提可参考性的历史数据依据：

(1)、去年正常月份、过年当月的销售数据

(考证正常与非正常月份的销售比例)

(2)、今年与去年同期销售+、-%

(去年与今年的总体销售趋势)

**元旦营销方案设计篇十**

随着元旦、春节等节日的来临，很多酒水经销商都在积极行动，渠道、推广、人员都开始下大力度，同时也在不断的寻求良好的促销手段，想法设法让终端动销，打好旺季硬仗。节庆之下众口难调，但经销商却“见招拆招”、“奇招频频”，一场“新春大卖”已然拉开序幕。然而在现实中，有的经销商赚得盆满钵满，也有的因缺乏规划，品牌和价格结构不合理，缺乏精确的绩效考核体系等原因，导致严重库存积压、资金链不畅，最终一无所获。那么，酒商如何在新一年“双节”来临时避免这些尴尬，做到双节营销“有利有节”，实现红红火火过新年呢?

对于众多酒商而言，双节销售的关键点就是起量，销售政策必须围绕销量进行。一些成功的酒商告诉我们，既选择畅销、次畅销品牌，同时也顾及费用，采取销售返点的方法进行弥补。有一个酒水经销商通过在双节代理控制品牌数量，达到了提升促销的效果，同时，也有利于增强经销商与生产厂家谈判的议价能力。

他们的做法是，通过精选几个酒品而进行“主推”，进一步集中资源，赢得生产厂家更大的支持。酒商有着多年运做高端酒水的经验，口碑良好，从高端酒水的品项来看，也比对手有优势。另外，该公司与竞争对手重合的酒水品牌走量远大于竞争对手，对于和对手重合的品牌，在价格上与其保持一致，靠多年的口碑赢得销量。对于自身独有的品牌适当提高价格，确保利润空间。再加上其独家代理的几个高端品牌，就更加彰显了其优势地位。并且，酒商将销量指标进行细分，将任务细化、量化到每一个人头上，并出台了诱人的激励政策。尽管酒水品牌引进不如以前多，但销售业绩却是去年的三倍，更是将竞争对手远远地甩在了后面。同时其独家代理的几款酒水也在当地打开了销路，实现了快速走量，赢得了生产厂家的大力支持，品牌的实际销售排名与公司“主推”顺序接近，成为了当地大名鼎鼎的酒水经销酒商。

一些成功酒水经销商的经验为我们做了双节促销提醒：及早进行市场分析，收集和挖掘往年的销售数据，展开市场调研并认真分析结果，控制品牌数量，集中营销资源，制定合理价格避免直接竞争，获取合理利润;减少库存，制定详细的业绩考核指标和奖惩制度，制定详尽的营运计划并强化执行力。

许多酒商在双节做促销活动，根本就不管自己的产品是什么，有什么特点。如果针对性的找到产品的特异性，就可不必看到市场上某一促销活动搞得红火并有效果而照猫画虎，生搬硬套地来实施促销活动，这个时候，就可大胆地实施促销创新活动。那些与产品本质没有任何关联，这种促销即使短期内有一些效果，也马上会被竞争对手效仿，还有可能竞争对手用更强一点的促销力度来打败你，促销活动的实施应该是与渠道—价值链紧密相关的。

很多酒商做促销只抓住了渠道的一个点，这样不但是不系统，更大的问题是价值链没有产生连带效应，将促销活动的效果有效传达并且扩大到另一个层级，有时其它层级还有可能会出现促销的负效应—不支持或者抵抗促销活动;或者即使一竿子插到底只针对消费者进行促销活动，这是很好的办法，但极有可能不划算，酒商本身由于不盈利而使价值链断裂。比如酒行业的———瓶盖有奖促销，它考虑到了促销的几大重要因素：时效性、消费者促销与渠道促销兼具、隐蔽性，还最深地抓住了消费者“赌博”的心理，是对渠道—价值链的一种完全理解。这是完全按照渠道—价值链进行合理设计促销活动的办法：从消费者方面来讲，消费者可得到多大的奖或购买几次得到一个奖，才能被吸引进行消费，这样可设计出合理的中奖比率，消费者会有真正的得到实惠和被酒商关注的感觉。

酒商在双节促销过程中，如何结合产品的名称赋予产品更多的文化内涵、如何通过缤纷的色彩表现产品包装的品位和喜庆氛围给消费者以最大的视觉冲击力是进行产品传播推广的基础。其实，常用的促销方法也很多，但我们要做好促销元素的有效组合。比如适逢元旦春节将至，亲切感人、扣动人心弦的广告词往往会打动远离家乡的游子的心，酒商应以感性诉求为出发点，紧紧围绕产品的营销概念来突出广告的主题，以此拉动消费。另外，酒商还可以考虑采用一些互动式的广告活动，如围绕营销概念进行对联征集活动等。

另外，公关策略也是提高酒商产品的美誉度、影响公众行为、为酒商塑造良好形象、为酒商创造良好的市场营销环境的一种更高级的促销方式，是酒商进行品牌推广的重要战略部署。酒商可以考虑运用短期性的刺激工具以刺激消费者迅速购买产品。

1、在大型商场或公共场所，多搞一些娱乐性与趣味性相结合的有奖销售、产品知识竞赛等活动，以制造节日快乐的气氛，吸引更多消费者的积极参与。

2、采用捆绑销售形式，在新春佳节酒商可以采用买酒水送香皂、送烟等一些既实用又充满亲情的东西，如某酒水酒商就采用购酒水一箱赠送植物油一桶的做法，深受广大消费者欢迎。

3、终端销售人员的职责不仅要使终端售点生动化，而且还要与消费者直接进行交流，向消费者推荐产品的利益，要做好终端促销人员的组织与培训等细微工作。投消费者所好把握好“利”与“度”

现在竞品越来越多，要做一次非常出彩的促销难度也增大了。元旦春节酒水商促销关键还在于如何设置把握好“量”和“利”的度。让顾客把自己的产品消费掉，要实现产品的使用价值，不仅要拿出优惠的诚意，更要显示该酒作为礼品酒的尊贵之处，满足消费心理。

酒商如果和合作伙伴一起搞一些活动，可能会比自己势单力薄地做促销效果要好些。比如说在元旦结婚的新人较多，有一个案例较为成功。m酒为扩大知名度，在当地的主要媒体上登了这样一则广告：凡是元旦当日结婚的新人，只要在以下酒店举办婚宴，将给每一桌宾客赠送一瓶价值xx元的m酒。促销活动结束后，该酒在当地知名度大幅提高，通过婚宴人群集中实现了产品质量的口碑传播;同时因为提高了酒品在节日期间的上量，客情关系也搞好了，可谓一举几得。

放眼节日市场，促销活动中买赠的比例是非常高。如果酒商在节日促销时的媒体宣传、策划活动是“空战”的话，那么利用促销品、赠品实际扩大销量就是“巷战”了。应该说赠品在买赠促销中起着关键性的作用。买赠的作用大家是公认的，关键就是赠什么，怎么赠的问题。在商场多用捆绑销售，但是，1瓶200元的酒送一瓶3元钱的`可乐，对顾客就没有多少吸引力。如果赠送价值可能在15元左右的精美茶具(消费者会以为价值更高)效果就不一样了。关于促销品的选择，首先是赠精品。送东西，切记不能让顾客认为你的东西不值钱。因此在赠品的.选择不可太小气、存在“将就”心理。不要在小投入上舍不得而造成不可因小失。其次，赠品尽可能是有内在联系的、使用频率高的、重复购买率高的、低质易耗的。如赠送酒具，比如南方喝酒喜欢用的小陶瓷杯。

对于酒商来讲，双节促销非常重要，促销要持续不断，而且促销的方式除了简单的买赠、送小礼品等方式外，还要进行大胆创新，当然创新要结合实际，最重要的要吸引消费者的猎奇心理，抓住消费者的需求。比如，在过节期间，展开“喝某酒拨打热线拿大奖”。顾客每购买一瓶xx酒水便可获得一张顾客服务卡，顾客可按卡上的服务卡上的热线电话及验证码，拨打酒水酒商服务热线，回答问题，有机会获得大奖。大奖还可设置成赠彩票方式：顾客在购买或者消费一定数量酒水时候就赠送一定数量的福利彩票或者体育彩票，大力宣传可能中xx万元大奖，吸引消费者积极参与。

比如，还有个酒商在节日促时采用“寻宝行动”。酒商事先与有关广场公园管理部门联系好，将酒商的产品隐藏在公园的某几个角落，并贴出告示，声称公园中有“宝”，游客可以到公园的各个角落找，谁能找到，“宝物”就归谁所有。除此之外，找到“宝物”的人还有可能获得大奖。在寻宝过程中，酒商的形象和产品也借此声名远播。再加上媒体的宣传，得到很好的效果。

好的促销创意，关键在于执行，在于执行中的气氛营造和促销人员的灵活推销。酒商自身或可联合厂家开展社区行活动或征文大赛。联合电视台，通过大型的文艺路演和现场的演示、推介，拉近和消费者的距离，为了激发人们的兴趣和爱好，还可以搞有奖问答，赠送小礼品，这样，在居民的心中就能留下深刻的印象。联合报纸、电视、网络等媒体，举行大型征文比赛，设置不同奖项，成立专家组对征文进行评选，评选结果在报纸公告。同时，为吸引年轻的消费者群体，酒商还可采取“美女家教服务活动”专门聘请美女大学生作为促销员，当消费者购买一定金额的酒水，大学生可以免费为消费者的子女进行家教服务，家教服务可以是文化课也可以是才艺辅导。

此外，酒水在元旦春节的双节竞争是十分惨烈的，在每年此时短暂的销售旺季，酒水经销商还应该运用策略来突破终端，扩大分销网络。同时，在终端放置吸引人的甚至煽情的易拉宝、pop单对促销也是非常有必要的。

酒水经销商完成了对终端的突破，以新、奇、特的双节营销模式，创造了“眼球经济”，销量自然水到渠成。酒商如通过这种“有利有节”淋漓尽致的促销创新与体验，红红火火过新年并非痴人说梦，反而更加热闹非凡。

**元旦营销方案设计篇十一**

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用元旦新年的有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我酒店营业额的稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

20xx年元月1日。

中、西餐厅及客房。

相约20xx，相聚xx大酒店。

(一) 西餐：

1、 凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠纪念卡一张(自行制作)。

2、 元旦当日一次性消费满xx元的客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。

3、 元旦当日一次性消费满xx元的客户，可获赠优惠房券(凭此优惠券可获门市价6折优惠)一张。

(二) 中餐：

1、 凡元旦当天在中餐消费的客户均可获赠纪念卡一张。

2、 元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满xx元可获赠西餐早餐券一张。

3、 包房一次性消费满xx元，获赠面值xx元现金券(此现金券可在本酒店任营业区消费)一张。

4、 元旦当日一次性消费满xx元 ，即赠送贵宾卡一张。

5、 元旦当日在中餐一次性消费满xx元，赠送标准客房一间一晚。

6、 元旦当日在中餐一次性消费满xx元，可获赠电影门票一张。

(三) 客房：

1、凡元旦当天在客房入住的客户均可获赠纪念卡一张。

2、元旦当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。

3、元旦当晚一次性开房满8间者，送电影门票一张。

1、 广告宣传：

(1) pop广告牌三块：大堂一块，中餐入口一块，西餐入口一块。布标一条，放置酒店大门。 内容为：相约20xx，相聚x大酒店!

(2) 设计制作彩色宣传单张。

(3) 设计制作西餐早餐券。

(4) 设计制作赠房券。

(5) 设计制作现金券。

2、 口碑宣传：

销售部及营业部，以销售部为主，各营业部为辅 。

3、 短信宣传：

销售部及营业部各部门经理利用手机短信形式向客户发送此次活动信息，以达到宣传，吸引客户消费的作用。

(1)大门正对面绿色植物区，制作新年倒计时。

(2)酒店大门及西餐侧门吊大红灯笼，以衬托节日气氛。

(3)酒店大门正对面，制作“元旦快乐”装饰。

1、总指挥：x总。

2、总执行及总协调：x副总。

3、布场：市场营销部，各部门配合。

4、策划宣传：市场营销部负责各类广告宣传、票券的设计及制作。

6、采购：财务部负责关于本次活动的物品采购，美工跟进。

注：世博会门票需财务部跟进落实，确保当日能顺利把门票送到客人手中。

1、纪念品若干;

2、电影票若干(须提前预订);

3、布标一条;

4、彩色宣传单。

十、费用预算

1、纪念品若干约xx元;

2、电影票若干约xx元;

3、布标一条约xx元;

4、彩色宣传单约xx元。

合计：xx元

**元旦营销方案设计篇十二**

通过圣诞、元旦活动，扩大公司的知名度与影响力，增强和客户的感情，引导附近地区居民的餐饮消费，进而获得一定的经济与社会效益。

(一)、圣诞、元旦活动安排

1、砸金蛋

日期：20xx年1月1号--20xx年1月8日

时间：中午11：00至12：00，晚上17：00至20：00

活动地点：酒店北大厅

形式：

(1)娱乐活动拉动客房餐饮消费

(二)元旦宣传安排

电台、广播、报纸、微信、微博、城市led宣传

1、媒体：《连云港早报》《联合新闻》、连云港广电、宣传单、微信、微博等

2、宣传方式：活动介绍、新闻跟踪报道、专题报道、活动录音报道、会场图文报道等等

3、宣传时间：20xx年12月24日-20xx年1月8日

4、宣传频率：

(1)报纸：《连云港早报》公告一次，每一项活动分别做一次介绍。《联合新闻》公告一次，新闻报道与现场图片刊登总共是六次。

(2)连云港广电：以“圣诞化妆party”作为主题，开展宣传连云港帆船大酒店节目，每日六次，每次15秒。

(3)酒店微信公众平台，播出有关的新闻，整体情况介绍，同时配合最少10幅的宣传图片。

(4)通过新闻公告形式开展一次活动介绍、20xx年12月25日-20xx年1月9号每日在广告时段开展间隔性的宣传、对于活动筹备情况做出二到三次的跟踪报道、活动现场录制之后可i在一次专题报道。

(5)印制10000份宣传单页在整个连云港发放。

(6)对于高端顾客开展群发短信宣传。

(7)制作城市led的宣传广告，滚动宣传20个月

活动主题：庆元旦，砸金蛋，欢喜获大奖。

活动时间：20xx年1月1号--20xx年1月8号：中午11：00到12：00，晚上17：00到22：00

活动内容：从20xx年1月1日的中午11：00开始到20xx年1月18日22：00，餐饮一次性消费满1000元，在活动期内客人入住超三晚的顾客结帐的时候可至收银台领取一张金蛋卡片，每日限供100个金蛋，凭幸运金蛋卡片可在大堂金蛋中从工作人员手里面领一个幸运锤，选择喜欢的号码，然后砸下去，顷刻之间金花四溅，幸运来临，给来酒店消费的顾客送去节日的祝福和慰问。顾客凭金蛋中的奖品卡到商场领取相应的奖品。

现场布置与奖品明细附后：

奖项与奖品：

特等奖1名(奖品双人套房980元体验卷5张)

1等奖5名(奖品双人套房980元体验卷3张)

2等奖10名(奖品酒店自助餐券10张)

3等奖50名(奖品酒店自助餐券5张)

**元旦营销方案设计篇十三**

一、活动主题：

感恩大回馈，燃情12月

二、活动目标：

活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长10%。

三、活动内容：

1、疯狂时段天天有b)活动地点：1-4楼

2、超市购物新鲜派加1元多一件

a)活动地点：\_\_。活动期间，凡当日在我商场一次性购物满28元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。(每日限量，先到先得)

d)等级设置：

购物满28元加1元得1包抽纸(日限量500包)购物满88元以上加1元得生抽一瓶(日限量100瓶)

3、立丹暖万家冬季“羊毛衫、内衣、床品”大展销

a)活动地点：商场大门外步行街c)组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。(建议降扣，让厂家以特价进行销售)

4、耶诞礼品特卖会

a)活动地点：商场大门和侧门外步行街c)组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

5、耶诞“奇遇”来店惊喜

a)活动地点：全场c)活动内容：活动期间，圣诞老人将不定期出现在各楼层卖场，凡当日光临本店的朋友可在店内寻找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。特别提醒：在12/24关店时，出店顾客还可以得到一份特别的关店礼!数量有限，送完为止。

6、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜

a)活动地点：大门外步行街c)活动内容：为了营造节日的热烈气氛，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

四、媒体宣传规划：

1.媒体宣传：b)报纸广告：12月5日在《==晚报》上发布半版活动信息广告1期;

五、费用预估：

1.超市购物新鲜派加1元多一件

500元x19天=9，500元

2、耶诞“奇遇”来店惊喜2，000元

3、 “耶诞欢乐园”激情圣诞夜15，000元

4、报纸广告及其他宣传费用：20，000元。

5、活动及圣诞气氛布置10，000元

6、合计56，500

六、承担方式

本次活动费用，百货部分，可参照去年，通过圣诞气氛布置费用，按厂家每平米加收1元进行分摊，超市建议让厂家承担4000元。

**元旦营销方案设计篇十四**

讲究新年的“新”，突出好礼的“礼”。将节日休闲购物与享受实惠娱乐完美结合，让顾客在卖场内感受到新年的愉悦和购物的乐趣，充分体现xxxx超市的家园式购物氛围及无微不至的人性化服务，为春节消费高峰期的来临做好舆论优势。

20xx年12月28日————20xx年01月2日

元旦送礼乐翻天

1、冬至（12月22日）当天推出较多火锅料、汤料、水饺、汤圆等特价销售，可关联性陈列，并快讯推介相关的调味系列商品及火锅用品。

2、圣诞节前期推出圣诞贺卡、圣诞礼品、圣诞装饰品、圣诞帽、散装糖果、朱古力等应季商品。

3、元旦促销期建议加强会员价的覆盖面及特价幅度。在新的一年里，给会员顾客留下一个良好的印象；（目前，我司会员价与零售价相差甚微，顾客意见很大，达不到真正的实惠会员，因此，元旦节日销售，建议各大分类销售排名前几位的商品不妨拉大零售价与会员价的距离，做超低会员价销售，并做快讯主题推介。）

4、元旦快讯促销品以清洁用品为主，烟、酒、礼品、保健品等开始推介。

5、生鲜商品建议每天做1—2个超低价，上快讯的水果、蔬菜需要全部订出价格。

**元旦营销方案设计篇十五**

通过大型促销活动，形成年度销售冲刺，并减少为不良库存。

通过特买活动进一步拉升梦飞品牌在当地消费者和同行中的影响力。

通过特买带动常规品的销售。

全国各地区现有专卖店、专柜。

梦飞家纺岁末清仓大型特卖会。

会员特供：（活动期间配发会员金卡及银卡）

平面体现：在派发海报、x展架上公布会员有礼信息。

会员通知：活动前3天通过电话、手机通信、邮寄资料等不同方式通知会员促销活动信息，并告知会员在活动开始前一天持会员卡到店内可提前选购商品。

人气抢购：吸引更多消费人群，达到现场购物的火爆场面，从而提高每天销售。

具体产品：待定…

套餐系列（用于海报的设计）可以选择：

1、经济套餐。2、乔迁套餐。3、新娘套餐。4、新年套餐。

活动方式：

全天分三次人气、分别为：堆头陈列以多为主，辅以其他人气产品；以小件产品（如：………）为主，辅以其他人气产品；以特价产品辅以其他人气产品。这可以以人气价格购买以上人气产品。

（金卡、银卡）金卡全国统一5折，银卡全国统一6。5折。

活动期内一次性购店内任何商品1000元，可获赠金卡一张。

活动期内一次性购店内任何商品500元，可获赠银卡一张。

（户外）以下方式可根据情选择做：

海报一对一派发、报纸广告、电视游动字幕广告、车体广告、宣传车、拱门、小区横幅、小区电梯、模特秀、灾区义卖、于婚庆影楼婚

庆公司合作等。

（室内）以下方式可根据情选择做：

促销纸箱、包柱包墙气氛写真、橱窗海报、地喷、特价牌、彩球、地毯、倒计时牌、音响、店员（语言）、店员（动作）、喊话器、x架、托儿等。

以上所有策划公司可派人现场协助。

1、促销活动前5天在主要街道、小区做广告宣传。

2、促销活动前3天进行报纸、电视、海报派发、企事业单位邮寄等宣传。

3、促销活动前3天通过电话、手机短信、邮寄等形式通知会员在活动前一天进店选购产品。

4、人员准备：一般店内店员配备2名，但活动期间应多配备2名，并分工安排（1名收银、2名导购，1名维持秩序）。活动期间一百平米专卖店应配备导购5名，面积每增加二十平米增加一名导购员，其他工作人员为1名收银、1名秩序维持员、两名出门验票员。

5、仓库准备：大型活动最好租借临时仓库，建议离活动地点不超过500米，以备随时补货。

6、促销期每天早上按时开门营业，在营业前不要放顾客进店购买促销品。

7、在店内顾客特别拥挤的情况下，可先放一批顾客进店购买，其余顾客在店外等候，这样给顾客一种神秘好奇感，在人越聚越多的情况下，造成抢购风潮。

8、提前一天把小件产品的票据开好，不造成第二天顾客多时来不及开票的局面。

9、人气产品在店内聚集众多顾客时再拿出，通常在每天早上9点后顾客聚集越多的情况下开始卖人气产品。

10、不同促销产品要求各折开一套进行陈列展示，便于顾客购买。

11、堆头摆放要求丰满，同系列产品堆放在一起。不要分开摆放，这样导购员能同时介绍到每款产品，顾客挑选也方便。

12、当某款促销品出现滞销时，调整该产品原摆放位置，移到店内最醒目处，重点陈列摆放，导购员加强对该款产品的介绍。

13、导购员介绍产品时，抓住顾客心理，重点介绍顾客感兴趣的产品，不要无重点的每款产品都去推荐。

14、当某款促销品销售到仅剩一套时，把这套产品作为样品陈列，如顾客看中，须付20%定金，十天后给货。

15、销售过程中不要两位导购员同时对一位顾客介绍产品。如一对夫妻来店购物，重点放在可做主的一方进行介绍。

16、导购员在活动期间采用定位销售，选择自己最长的产品区域进行介绍。不脱离岗位。

17、在店内客流量下降时，派专人到人流多的地段发放海报，指引顾客来店购买。

18、促销活动前5天，以推介促销品为主；活动开始后的第5天，以推介正价品为主。第一天销售的产品应绝大部分为最便宜的产品，充分吸引人流，进店后不致产生退却和上当的感觉，以后逐渐加大中、高档价格的产品比例，让顾客看到陈列的变化；

14、促销第一天结束，做促销产品进度信息分析，快速补货，减少脱货、断货情况

发生。如来不及到公司补货，可在周边城市调货。

15、活动结束后：立即收起促销品，并恢复原价，显示促销的真实性，有利于下次活动。

1、活动客户一次性汇款、发货5万元以上【常规品】（含5万）的可享受7000份免费三折页海报。（或享受1200元的宣传费）两者不可同时享受。人气品不限量。

2、活动客户一次性汇款10万元以上（含10万），发货【常规品】可享受15000份免费三折页海报。（或享受4000元的宣传费）两者不可同时享受。人气品不限量。

3、活动客户一次性汇款20万元以上（含20万）发货【常规品】可享受35000份免费三折页海报。（或享受10000元的宣传费用）两者不可同时享受。人气品不限量。

4、活动客户一次性汇款30万元以上（含30万）发货【常规品】可享受60000份免费三折页海报。（或享受18000元的宣传费用）两者不可同时享受。人气品不限量。

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