# 最新公司促销活动策划 促销活动策划名词解释(十四篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-10-02

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？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。公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇一挚爱·母恩·礼享亲情服饰文化节的闭幕，暨母亲...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？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。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇一**

挚爱·母恩·礼享亲情

服饰文化节的闭幕，暨母亲节活动开展，时机正适继五一小长假之后，母亲节必将带来五月的第二个销售小高潮；在越来越注重孝顺、注重美丽的今天，如何唤起孝心，如何唤起女性爱美的本能是商家必须考虑的问题。母亲节销售重点放在的化妆品、饰品、女装与女性相关的商品上。争取以商品促销和母亲节气氛营造的优势赢得销售。

挚爱

5月7日-5月8日

xxx万元

增幅：0

促销费用率：0.41%

文化活动：5月8日14：00·/贝尔尼斯女装秀。

促销活动内容：

(全场活动方案1)

1、满额送家政服务，爱母亲送节日轻松

活动说明：购物累计满1000元及以上(贵重商品满1000元)送家政3小时服务卡1张，已参与活动发票余额不累计。

自己设计或印刷卡面，作为赠券或满额送，觉得比较温情又实用。还有新闻价值。

活动目的：丰富商场活动，鼓励消费，整体促销活动更丰满;每天100张，送完为止。

预算：100\*40\*3=12000

(全场活动方案2)

2、满额送银饰祝福母亲平安幸福

活动说明：穿着类购物累计满2800送银饰一条(3选1，价值约50元左右)；已参与活动发票余额不累计。

活动目的：丰富商场活动，鼓励消费，整体促销活动更丰满;吉祥意味，更易为人接受。(百货部或女装部货品。)

预算：100\*50\*3=15000

3、百款爱心特价礼扮靓母亲节

活动时间：5月9日—5月8日(三天)

活动部门：百货部、女装部、休闲部

活动说明：推出一百款母亲节特价商品，形成一定气势；主要是吸引顾客走进柜台寻找，通过特价商品带动其他商品的销售。每个特价商品都要有pop提示“母亲节特价”。另外，可以由各个部门推荐一部分商品，提示“母亲节推荐”，从而使母亲节节日氛围更加浓郁。

《xx晚报》双通19800元，网站、xx商报等各媒体新闻

各柜台“母亲节物价礼”小标贴pop、门厅灯箱、扶梯两侧，大门口广告位告示

广告费：19800元。美工布置：1500元 活动及礼品费用：15000元 合计：36300元。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇二**

8月20日，是中国传统的节日--七夕情人节。上古传说中，农历7月7是天上痴男怨女牛郎、织女一年一度鹊桥相会的日子。引申到现在，特别是近些年来，七夕情人节已成为当代时尚男女追崇时尚、表达爱意的一个特殊节日，和二月十四日情人节有异曲同工之妙。

为作出xxxx俱乐部经营特色，充分体现xxxx“奢糜仙镜、party盛宴”的经营风格，本部门特依照目前公司经营情况、xxxx娱乐市场变化，针对七夕情人节消费群体，作出如下活动策划。

七夕情人节xxxx全新时尚主题派对活动

爱情冲击波寻找你心中的女神

8月15日、16日(星期日、星期一)

1、通过本次活动，提高xxxx俱乐部在周边同行业市场的品牌号召力;

2、提高20%的日均营业额。(例：日平均营业额15万元xx20%=18万元)(活动结束后，由财务部向董事会汇报活动结果)

本次活动综合北京、上海、深圳xxxx、xxxx酒吧已行之有效的促销方法，结合东莞娱乐场所活动经验，针对当前时尚都市男女喜欢寻找激情、寻找新鲜刺激的消费心理来进行策划整合。活动采用大型交友的方法，鼓励来xxxx娱乐的客人努力同“陌生人说话”，再通过我们对交友活动程序仔细、严正的调配方法控制，相信一定能制造出一种欢快、新鲜的夜吧生活模式。(具体控制方法见策划案第六项爱情冲击第一波)

1、整合公司各部门客户资源，统一以短信息的形式向客人发布活动信息;

2、通过户外广告、dj台、led显示屏、包房电脑等向近期光顾公司的客人发布活动信息、内容、活动方法;

3、精心布置活动场地，争取创造出一个浪漫、优美的节日气氛;

4、本活动以passion大厅为活动中心，ktv包房为辅;

5、凡16日光临xxxx女宾，均可在咨客台领取玫瑰花一支

6、大厅开台随台赠送巧克力两枚。

爱情冲击第一波：“寻找你心中的女神”(要注重考虑)

①活动口号：坚决同陌生人说话;

②公司自行设计交友卡，男(绿色)、女(粉红色);交友卡内容为：姓名(呢称)、年龄、爱好、工作、对他/她的要求;

③客人开台/卡后，随开台/卡小食送给客人交友卡，让客人自行填写;

④客人可通过观察，然后委托服务员将交友卡送给心仪的他/她;

⑤如果双方有意，可通过服务员从中双方沟通后开始约会。

⑥为活跃活动期间大厅的经营气氛，公司可考虑安排没进房的dj服务员着便装参加活动。(具体实施安排另行决定)

爱情冲击第二波：“炫自己，火辣mm召集令”(此计划含大厅及包房)由公司总监以上级干部对当晚到场女宾进行观察，如发现有青春靓丽的女生，可通知下属邀请她于公司特定时间上台做简单表演(主持人、表演时间另行安排)，表演结束后可领取公司特制鸡尾酒卡一张，凭酒卡可到鸡尾酒吧领取唐会指定鸡尾酒一杯。

此项活动的评选由公司总经理或总监签批为准。

爱情冲击第三波：“真情告白”

凡是七夕情人节当晚光顾xxxx之热恋情侣，公司可为他们提供走上dj台，大声表达爱意的机会。并可获赠唐会香槟酒一支。

(特殊的日子特殊的真情告白，怎能不感动她/他)

爱情冲击第四波：“浪漫激情”(此计划含大厅及包房)

活动期间7月15日-16日，凡消费一打啤酒以上或消费额满150，均可获7月16日0：00分现场抽奖券一张，依此类推。凭抽奖券现场抽奖。

一等奖：三名xxxx酒店豪华客房一间/一晚

浪漫装饰及香槟酒一瓶

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇三**

促销活动目的：

旺季抢量，同时强化×××音乐手机，完美音质的形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上，手机促销活动方案。

促销主题和内容：

主题：完美音质，随身畅响

20xx年12月20日－20xx年1月31日，凡购买×××音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍：该赠品为便携式旅行小音箱，主要的用户利益点在于手机音乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻，随时随地播放手机中存储的音乐。

促销活动的开展方式：此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法：根据各地促销活动其间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。 配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

赠品配送方式：：赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

促销活动注意事项：从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员;另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备。k098，k028，k128必须配真机。

陈列和形象更新。为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，各地务必在大卖场，核心售点，专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在长沙市投放的的临促数量(300名临促)，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

10、注意元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，第1，2天，省会城市，二级地市的人流量会大，第1天的销量会达到平时7-10倍，第2天达到平时的3—4倍;第3，4，5天，人流回落到地市，县城，乡镇，销量为平时的1.5—2倍;第6，7天，一级城市又有所上市，但总量增长不大，和平时周末类似。各地注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

11、元旦当天要准备低价格机器冲量。比如：k218等。

预防问题：赠品的流失问题，必须有严格的流程控制，促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品，都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。要设定促销目标，开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

附：

终端赠品发放登记表

售点名称： 填表人：编号顾客姓名联系电话手机型号手机imei码赠品名称/数量赠品库存表期初库存实销数量送出赠品期间补货期末库存备注：是否有其他损耗，请在下面注明原因。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇四**

\"欢乐进行时，健康每一天\"

该主题既可以体现出本次活动中所给消费者带来的直接感受，又体现出x一直以来向消费者传达\"健康向上\"的整体形象。整个活动主题朗朗上口，便于消费者记忆。

展示x形象。

促进x产品的推广。

拉动x短期销售。

加深x在消费者心中的地位。

1、孩子

他们的年龄段从4岁到18岁不等，他们喜欢玩，喜欢接触新鲜的事物，他们对任何产品的认识大多取决于第一印象。他们对产品虽然没有最终的确定权，但是他们是左右父母购买的引导权，父母对他们所提出的建议大多都是重视，而这也是实施最终购买很重要的一个环节。

而这次活动，我们就是让孩子像知道麦当劳一样记住x，让x留在他们的脑海里。

2、家长

他们极度关心孩子的健康，只要对孩子的健康有好处的产品，家长们都愿意去尝试。他们在购买此类产品时，可能基本处于一种理性的购买状态之中。但是他们在购买前，经常会听取孩子们的建议，然后再通过进一步地分析，决定最终购买。

而这次活动，就要让家长们知道x是对孩子的成长是非常有利的，同时通过相应有效的促销方案和免费饮用活动，吸引家长完成最终购买。

在北京2家\"家乐福\"(建议在方庄店、马连道店和中关村店中选择两家)门口，展开丰富多彩的现场活动。整个活动包括周末的户外主题活动和工作日的室内礼品派发活动。

因北京另几家家乐福门外均无太大场地，无法实施户外主题活动，故建议选其中两家(白石桥店、国展店)，进行全程的礼品派发、促销、青少年与儿童健康展览等活动。

工作日的礼品派发活动基本安排在每周一到周五，可以购买产品后换取或赠送小礼品的形式派发，也可采用促销员在客流较多时段进行产品派发。

派发的小礼品可以选择为纸灯笼、对联、中国结等，之所以选择这样的小礼品，是因为活动期间距离春节不远，选择一些符合春节气氛的小礼物，能够迎合更多人的心理。

另外，我们还建议：

一、也可以赠送一些印有xlogo的小胸牌，摇摇卡、文具、杯子等小礼品。

二、可以在购买时赠送刮刮卡。刮刮卡现刮现中，中奖率100%,礼品分别为三个层次的奖品(如大奖为三星dv、二等奖为ps2游戏机，欢乐奖为x小礼物等，具体形式、奖品设置待沟通)。

促销配送方案：

1、购买一桶x产品送对联一幅

(杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个)

2、一次性购买二桶x产品送纸灯笼一个

(杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个)

3、一次性购买三桶以上(含三桶)x产品送中国结一个

(或文具一套)

周末的主题活动可设计成标准统一的节目和舞台背景;也可根据每家\"家乐福\"门前场地的面积、形状大小、位置的不同，举行不同的活动。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇五**

活动目标：

端午节是中国的四大节日之一，同学们对端午节的印象只是吃粽子、挂香包、看划龙船，从来没有深入去认识端午节，本活动的设计主要是引导学生深入的去认识端午节。整个活动设计先从端午佳节的习俗切入，让学生去寻找端午节的起源故事，动手做香包，以及认识端午节是诗人节，诗人写了很多赞颂端午的诗歌;进而让学生在吃粽子之余，关心一下自己，如何让自己吃得更健康，在看划龙船之余，也能体会一下团体同心的重要性。

活动准备： 赛龙舟录像 各种香袋及做香袋的材料 有关端午节的诗歌

活动过程：

一、全体立正、各小队整队

二、各小队长向中队长报告人数，中队长向中队辅导员报告人数

三、出旗、奏乐、敬礼

四、唱队歌

五、主题活动开始：

(一)端午奇缘话习俗。(可以通过上网、查阅书籍等方式了解。)

学生畅所欲言，只要跟端午有关的知识和风俗都可以说，以幸大转盘的形式随机上台介绍，也可回答下面的问题。

1、五月初五是什么节日?(端午节)

2、那么，你们知道端午节的来历吗?

3、学生生动地讲述端午节的起源故事。(各种起源故事附后)

(二)外来学生说说自己家乡过端午的习俗。(班上7位外来学生)

(三)做香袋比赛。

(主持人)：同学们，佩香袋是端午节的习俗之一，每到那一天，小朋友的脖子上挂上了妈妈为自己做的各式的香袋，心里乐滋滋的。今天，我们就自己动手做香袋，看谁的手最巧，做的香袋最漂亮。将自己做好的香袋送给妈妈或长辈。

活动前准备：

1、材料：碎布、棉花、香料粉、丝线(或中国结细线)。

2、工具：剪刀、针、缝衣线。

3、将碎布画上自己喜欢的形状，如：圆形、三角形、桃形、动物形等。

4、剪下相对的两片。

5、做法：

(1)用线将三边从反面缝合，留下一边。

(2)翻过来，塞入沾有中药店买回来的香料粉的棉花。

(3)将最后一边缝合，再加长绳装饰即完成。

学生动手做香包，然后进行评比。

(主持人)：同学们，你们有谁知道端午节也是什么节?不知道吧，告诉大家端午节也是诗人节，诗人写了很多赞颂端午的诗歌，下面请各小队表演诗朗诵。

(每一小队自行准备，形式可以自主创设)

(五)观看赛龙船庆端午的录像。

(主持人)：同学们，你看过“龙舟竞赛”吗t端午节龙舟竞渡不单是传统庆祝活动,也是一项体坛盛事!端午节起源于诗人屈原因不满朝廷腐败而投江自尽,敬重他的村民便以喧天的锣鼓声把江中鱼虾吓走，而同时又把粽子抛进江中喂饲鱼虾,以免它们啄食屈原的躯体 。

龙舟竞渡可说是端午节的高潮。龙舟长10米多,以龙头和龙尾作装饰,船身还特意雕上麟状花纹,唯妙唯肖;每只龙舟可容纳20至22人,二人并肩而坐,在船首的鼓 手和船尾的舵手引领下,以及围观人群的呐喊声中划向终点 。现在，我让我们一起加入这一行列。

(播放赛龙船庆端午的录像。)

(主持人)：看了刚才的录像，想谈谈自己的想法吗?

队员们踊跃发表自己的观点。

六、辅导员讲话：

同学们，今天的活动搞得非常成功，在此向你们表示祝贺。老师高兴地看到同学们参与的热情，强烈的表现欲望以及作为一名新时代的少年对信息、资料的搜集能力。通过本次活动，我们近距离接触了端午节，对它有了更深的认识，老师相信今年的端午节大家一定会过得特别有意思。到时候我们再一起来包粽子，表达一份我们对屈原的怀念。

七、呼号。

八、退旗、奏乐、敬礼。

九、宣布活动结束。

方案四：学校端午节活动方案

一、指导思想

中华民族传统节日是民族文化的宝贵财富，每一个传统节日都蕴涵着我们民族独特深层的精神价值观，她是我们中华民族文化的根。在弘扬和培育民族精神的教育活动中，我校以传统节日教育为切入口，将其纳入学校教育教学活动之中。通过开展传统节日教育，弘扬传统美德，提高学生对民族文化的认同感和自豪感。

二、活动的目标

围绕“独具匠心的端午节”这个主题，从“为什么要过端午节?”“端午节有哪些风俗习惯?”“你想怎样过端午节?”这三个部分入手，为学生提供研究方向，让学生成为实践活动的主角，引导学生人人动手，各个参与，自主探究，培养探究能力、创新能力、实践能力和协作能力。活动目标可归纳为：

1、通过活动让学生了解端午节的来历及风俗习惯，培养学生的好奇心和求知欲。

2、在了解端午节由来和风俗习惯时，锻炼学生通过各种渠道(书籍、报刊、网络、他人经验等)获取信息的能力。

3、通过活动，培养学生的合作意识与动手能力。

三、活动的内容

1、结合当地的实际情况，引导学生通过调查询问、网上浏览等方法搜集有关端午节的由来及一些有趣的风俗习惯，如：了解人们为什么要过端午?端午节为什么要吃粽子?人们为什么要给小孩子挂香包、戴手链和五彩线等有关情况。让学生感受到过节的快乐。通过这样的活动让学生再畅想一下“我想怎样过端午节?”

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇六**

随着经济社会的纵深发展，作为大学生的我们仍无法超然物外。没有物质的消费，我们无法生存，我们是一群地地道道的消费者。而通过对大学生超市消费情况的调查及分析表明，大学生群体有着不可小视的潜在商机。

而每年寒暑假过后，各大高校学生纷纷返校，并且会购买一系列的日常生活用品，高学校区各大超市如果针对大学生返校期间进行一些促销活动，吸引刚刚返校的的大学生前来购物，必定会为超市带来可观的经济效益。

为迎接各高校学生返校，本超市特实施此次促销优惠活动，给学生提供最物美价廉的各类产品，让同学们有一个愉快的新学期。

新学期，新梦想

20xx年9月1号20xx年9月7号

乐天玛特芜湖高校店

(一)价格促销

1.特价促销产品，助学在行动

(1)特价产品范围

本项活动针对寒暑假返校后的大学生开展，各类生活用品及学习用品学生本人持身份证及学生证均有优惠，具体产品有以下数种：

①洗漱用品：毛巾、牙刷、漱口杯、洗发水、洗面奶等。

②纸类产品：卫生纸、面纸等。

③食品：泡面、饼干、火腿肠等。

④小型电器：台灯、插座等。

⑤学习用品：笔、笔记本、文件夹。

(2)特价幅度

本次活动特价产品数量多达上百种左右，降价力度达到原销售价格的5-7折。

(3)注意事项

本次活动特价产品的准备要高要求、严标准，禁止出现特价不特的情况。

(二)趣味促销

促销期间，双重好礼等你拿

1、第一重好礼

凡于活动期间每天前来购物的前二十位(按结账时的先后计)同学，每人可获赠新学期大礼包(含牙膏一盒、漱口杯一个、价值10元购物卡1张)一份。

2、第二重好礼

(1)活动对象

凡于活动第一天来我超市购物的学生，单张小票满50元，即可到我超市指定地点参与本活动。

(2)活动时间

活动第一天全天8:00-22:00，随到随抽

(3)活动规则

顾客凭结账小票参与抽奖活动，在预先准备好的抽奖箱内放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有10-60等50各不同的数字，特定不同的数字可以兑换相应金额的奖品。

(4)活动流程：顾客购物满额→工作人员确认小票金额满额→顾客抓取乒乓球→按乒乓球的号数发放价值相应的礼品→工作人员盖已兑奖的章。

(一)事前准备

1、时间进度

2、各部门责任分工

本次活动有采购部、营销部、门店三方面的人员参与与实施。

(1)采购部

工作内容要求：组织好参与厂家对特价产品你的准备，提前做好本次促销活动涉及礼品、奖品、道具等相关物品的落实，协助营销部各方面的工作。活动期间，采购部的一定人员要及时观察店内货架及堆码，货源不足时要及时补货。

(2)营销部

工作内容要求：负责本次促销活动各项执行工作的指导、活动宣传材料及广告的设计制作，超市氛围的营造，管理及监督好个部门的工作。

(二)中期操作

本次促销活动每位参与人员必须遵照流程来工作，遵守活动相关规定与纪律主要各部门负责人和店长要做好榜样作用，发现问题及时采取措施或向上反映，进行有效的促销过程控制：

1、加强与厂商的密切合作。

提前与他们洽谈好所需要的供货数量，以及合作的方式等问题，尽量避免低级错误，如产品质量、包装、赠品、货源等造成的麻烦。

2、活动现场巡视监控。

3、促销人员培训与管理

4、促销费用管理

(三) 后期延续

本次促销结束后，必须进行顾客满意度调查，了解顾客需求的变化情况，适时调整销售策略，或者为以后的活动积累经验，吸取教训。

(四)广告宣传形式

1、店内广播

① 公告特价产品信息

② 送上新学期祝福

2、店内展示板、pop海报

3、门店前广场的彩旗、横幅。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇七**

提高xx品牌形像，提高销售。

20xx年x月x日开始。

xx超市所有门店。

xx超市从20xx年x月x日起，会员卡系统将会全面升级，xx超市本着以顾客的利益优先为原则，实行会员卡的积分换礼制度。

1、顾客申请入会时，必需有相关证件（如：身份证/身份证复印件等）详细填写《xx超市会员申请表》，并支付办理费5元则给予办理。

2、办量方式分：个人办理，单位集体办理。团体办理优惠20%的办理费。

3、会员如以团购形式来购买的个人或单位，则不能享有的会员权利。

4、顾客一次性购物满288元，可免费申请办理会员卡一张。

5、会员卡有效期为二年，顾客会员卡如有到期或遗失申请补办赁时凭原会员卡或“顾客保留联”给与补办，补办工本费为2元，原会员卡并同时作废。

6、原会员卡积分按10比1的比例切换，会员积分礼品以每月1至4号进行兑现。

针对会员积分换礼品共设置八个等级，礼品费用按营销费的0.6%的比列计算，等级分别如下：

一级好礼（80分）：xx元同等价值商品。

二级好礼（100分）：xx元同等价值商品。

三级好礼（200分）：xx元同等价值商品。

四级好礼（600分）：xx元同等价值商品。

五级好礼（800分）：xx元同等价值商品。

六级好礼（1200分）：xx元同等价值商。

七级好礼（2500分）：xx元同等价值商品。

八级好礼（8000分）：xx元同等价值商品。

1、各分公司根据积分方式的内容确定换礼商品，每级积分礼品的商品范围在（1-10个单品内）。

2、各门店利用海报把积分换礼品的方式贴入商场进出口确保宣传力度。

3、会员积分换礼的礼品在兑换前必需到位，在兑换时的商品要列在商场门口，礼品的排放确保量大美观。

4、积分礼品的兑换专由一人负责，兑换负责人要做到服务态度真诚，充分利用服务六大用语，并做好解释工作。

5、执行中各分公司营销科对所辖的商场进行辅导及监督。

（1）说明会员卡今后的用途，这些用途包括：享受积分，兑换礼品，定期参加会员卡号的抽奖活动，享受会员卡联谊单位的优惠待遇等。

（2）已登记办理过会员卡的`顾客，如果会员卡没过期，仍可继续使用，但积分会清为零。

（3）强调商品的价格是十分低价位的，任何消费者都可以享受平价甚至更低价的商品。

（4）说明我超市在调价的同时更注重商品的质量。

（5）如果可行的话，可以让持有会员卡的顾客，如果对购买的商品（需规定是哪些商品）不满意，或是商品有质量问题，可在15天以内退换货，而其他的消费者一般只有7天的时间。

（6）永久会员：指从顾客积分达到8000分，并到商场来换此礼品时，他就成为xx超市的会员，且在今后每年的会员卡更换过程中，不用交纳2元钱的办理工本费，则为永久会员，并且我们要对永久会员的资料做单独的记录。

亲爱的顾客朋友：xx超市从20xx年x月x日起，会员卡系统将会全面升级，xx超市本着以顾客的利益优先为原则，实行会员卡的积分换礼制度。

如果您是xx超市的持卡会员，当您拥有一定的积分，您将会获得意想不到礼品，xx超市将会带给您“一样的消费，不一样的体会”。如果您还没有加入我们的会员，那就赶快行动吧！

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇八**

20xx年春节即将到来，为回报广阔顾客让顾客购得最实惠、最好的年货，某某商场将推出“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。

春节活动方案一：满100送150（年货券）

20xx年x月x日——20xx年x月x日

活动期间，在某某商场累计购物满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，可获得某某商场年货券100元（超市、黄金、手机、裘皮等特别商品除外）。

1）年货券：除黄金、手机、裘皮等特别商品外，在某某商场均可用法。

2）压岁券：限在初一至初七期间用法，除黄金、手机、裘皮等特别商品外，在某某商场均可用法。

3）元宵券：限在正月十五用法，除黄金、手机、裘皮等特别商品外，在商场均可用法。

4）烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5）礼品券：仅限商场内用法。

6）翡翠券：仅限商场及xx珠宝宫用法（黄金、铂金除外）。

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）某某商场保留对此券用法的最终说明权。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇九**

锁定消费群体，利用夜场活动集中激发消费诉求，有针对性地根据当地市场消费需求制定精准的促销活动方案，来提升销售业绩，引导消费回流。

慕名梦幻之夜，我要纵享十一！！！

【活动1】 解放十一 裸奔不留底线

活动时间：9月6日-- 24日

为了能够让消费者以轻松的心情迎接国庆黄金假期，将装修的烦恼抛开，慕名家居广场在活动期间，参与本次活动的各品牌店每天将准备两款厂家直销的产品，来帮助消费者轻松搞定家具。

【活动2】 喜结良缘 我们为您祝福

活动时间：9月14日-- 24日

凡活动期间凭结婚证（20xx年1月1日后登记）和本次活动宣传单页或邀请函，进店即可赠送喜庆精美礼品一份，购物满8000元以上，可再享受特别礼品和红包一个；在24日夜场活动时，凭结婚证（20xx年1月1日后登记）和在活动期间购买产品的单据，可参加抽奖一次，奖次如下：

一等奖一名赠送20xx元蜜月旅游基金（现金）

二等奖两名赠送1000元家具购买抵用卷一张

三等奖20名 赠送800元摄影基金抵用卷一张

幸福奖80名 赠送爱心记忆枕一对

注：1、购买厂家直销价产品不能使用家具购买抵用卷，该抵用卷限本商场使用；

2、摄影基金使用需在本商场指定摄影机构使用。

【活动3】 慕名而来 满载而归

活动时间：9月24日18：00 - 22：00 凡在活动期间凭“慕名梦幻之夜”金卡到场的顾客，即可领取美的电饭煲一个，5公斤装大米一包；还可享受以店长价购买家具。

注：“慕名梦幻之夜”金卡以购买的形式获得，单卡购买金额100元。

【活动4】 梦幻之夜 大神就要猜

活动时间：9月24日18：00 - 22：00

在活动现场以产品实物或者产品写真大图的方式，让顾客参与价格竞猜，竞猜价格最近的为胜，奖励价值50元礼品一份。即可带动人气又可宣传产品。

执行安排：

监督员 4名，活动各项工作安排、协调、监督

执行助理 2名，活动各项数据收集、统计、核查

1、微信/电话/小区地面推广：

在活动前期10天按活动方案细则，以阶段性的方式推进。

地推人员30名，电话/微信推广人员5名。

地推人员经培训后，分为6组，选出组长，以组长负责制，每天各组进行业绩pk，建立严格的奖惩机制，人员管理制度如下：

1）晨会制度：各品牌拓展人员必须严格按照项目规定，每天早上8:30准时在慕名家居广场一楼中厅参加晨会，宣贯思想、统一行动，所有人员按指定区域/计划认真执行。 2）数据上缴：各拓展小组组长从拓展期起每日18:30前必须将当日“慕名梦幻之夜”金卡的数据上交至活动执行管理处。未按时上交者，处罚500元/次。

3）任务管控：

拓展人员售卡张数任务为至少每日1人1张，每日团队获得第一的小组奖励200元，单日超过5张的个人奖励200元，第二日晨会奖励。活动下来总售卡最多的个人，

获得800元奖励。所有奖励拍照留影，在会议室公示表彰，每日更新奖励牌。

每个门店售卡张数任务为每日2张，未完成任务品牌老板处罚50个俯卧撑/张，并拍照留念。 4）电话推广组对所有楼盘信息进行电话营销，并对将每日各业务员所交“慕名梦幻之夜”金卡数据予以核实，如有问题（数据不真实）处罚对应品牌老板500元/张。

2、车队宣传：

组织15辆车，在车子顶部以kt板做金字形状的宣传牌，车身双面都可以贴广告画面，按照计划好的路线巡游南城。确定路线后，通过扩音器播活动信息，行车速度不超过25码/小时，专人跟车，早上以7：30-9：30为主，下午以4：30-5：30人流高峰期为主。

3、小区广告：

在小区里特别是刚交付的楼盘里投放广告，比如大牌、灯箱、横幅、太阳伞等，这类客户多数都要装修入住，购买家具，社区广告在第一时间实现了对业主的现场拦截和信息输出，抢先占据了消费者的心智。

4、定点行销：

与热闹繁华路口举宣传牌，两人一组并立于路口。

5、前期物料制作/准备：

（1）活动物料的跟踪与落实，活动当日夜场冷宴的食品、酒水饮料、餐台操作服务员的准备与落实。

（2）活动前两天开始布置现场，门头、礼品堆、价格签按要求统一布置到位，对专卖店全

部产品定价并填写好价格牌（“梦幻之夜--纵享价”专用价格牌） ，所有活动布置一律要求按时间完成，未完成的店面，单店处罚1000元/次。

（3）活动前一天开始对参与人员进行活动方案讲解。

1.接待组：（4人）

做好整个活动的接待安排工作。并做好促销活动商场服务台的组织协调工作。礼品的分类，摆放，以及活动现场负责礼品的发放。

2.物业组：（6人）

包括保洁（2人）、保安（4人）。

保洁负责店面现场卫生清理与整理工作，保证现场活动环境干净整洁。

保安负责现场的巡视工作，引导车辆的通行，保管好顾客的物品以及交通工具，发生特别事故时，及时处置，冷静操作。以免事态向不可控制方向发展。发生突发情况及时向上级报告。

3、物料准备组：（2人）

广告物件应准备到位；需用奖品准备到位。

4、专车接送：

落实车辆，顾客来店包接送；因为本次活动为夜场抢购会，需安排专用车辆进行顾客接送，定点定时接送。接送车辆计划2台巴士，3台商务车，5台小车做机动车辆，专人专车。所有接送车辆由专人统一调度协调。

1、单店店内布置：

据某国际权威研究结果显示：顾客到商场购物，70%以上的决定是在卖场里面做出的，冲动性消费占了很大一部分。良好的终端气氛，对卖场销售有着非凡的贡献和巨大的意义。中国人喜欢热闹，好奇心强，在节假日和周末休息日，这种心理特征表现得更加明显，家具卖场一定要创造出有效的销售氛围。

1）促销宣传品-----具有很强时限性，以促销信息宣传为主的物料：dm单、吊旗、促销喷绘、写真、kt板、横幅、竖幅、水牌、海报、地贴、产品宣传易拉宝、x展架、抽奖箱等；

1、店内布置要求

2、活动现场布置：

工作人员2名：分别负责宣传资料的发放和讲解以及诚意客户资料的登记，包括小区的类

型、潜在用量、装修时间、入住情况、小区市场条件等，将这些信息详细的记录下来（一定要向业主索要电话，“到时候有一些优惠，好随时通知你”）；

导购数名：在现场发放宣传单，并捕捉有意向客户，领到接待台备份资料。（业绩记入本人）广告物料：接待桌椅（促销台）、太阳伞、dm宣传单、宣传画册、纸、笔、抽奖箱。

1）现场环境：

广告物料：地毯、三角串旗、彩旗、礼仪小姐、大型巨幅喷绘+桁架广告，宣传本次活动内

容：活动优惠政策及图片展示；x展架、充气拱门，花蓝、空飘、条幅。

2）舞台布置：

广告物料：主舞台、主题背景喷绘、主持人、音响设备、地毯、鲜花、支架话筒两支、音响师。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇十**

x春酒业亲情回馈家乡(主要是资源聚焦)

咱们的销售网络已经布全，乡镇14家代理、市区餐饮、流通铺货率80%以上，但是铺货基本上每家店一两件货所以形不成强势推销。

春节将近，广大消费者在节日期间难免会走亲访友，而酒水则是馈赠亲友不可或缺的必备品。由于生活水平的提高，消费者习惯了去商场、超市、便利店采购节日所需礼品。我希望能够以次为契机，在流通领域开展促销活动，全方位出击推动市场，进行强势市场推广销售，为市场旺季的到来做一个良好的开端，争取做到占领当地酒水市场份额。

占领当地酒水市场份额，提升产品在消费者心目中的品牌形象。

20xx年x月x日——20xx年x月x日

各乡镇代理商及市区经销商

(一)活动形式

初步定为买赠形式，分为代理和经销。

(二)活动内容(代理商)

凡在活动时间(一次性打款十万及以上的代理商)内购买50年、30年、红高尔夫系列白酒均有优惠，具体优惠活动如下：

注：此优惠政策适用于代理商，以活动期间货款到账时间为准。

(三)市区促销活动

购买x年x件增本品x件、电动车一辆，购买x年x件赠本品x件、电动车一辆。

(四)控制原则

本次促销活动各代理商必须要落实到网络终端，不许中间截留，如经发现将扣除该代理商的所有返利。

(一)活动发放条件

1、活动以规定时间内货款到账为准(见具体活动通知)。

2、公司经过审核后在开元路统一发放各个乡镇代理的产品和赠品，并有电视台新闻录像。

(二)促销活动的广宣安排

1、在电视台以新闻形式播出。

2、统一发货造势转市区。

3、场外摆展台，促销人员穿广告衫进行销售，扩大宣传力度。

(一)x月x日前确定各项活动政策，完成报批

(二x月x日前完成各项所需物品准备工作。

(三)x月x日正式实施阶段

要求：

各业务员必须在x月x号之前把自己所属区域客户订货数量统计完毕。x月x号之前通知所有代理商货款到位，每个区域代理货款最少x万元。

赠出产品必须详细在报表登记(报表后附)。

各代理商订货品种要求不低于3-3-4得比例。

(四)人员安排

1、负责人：李长军

2、销售部全体(负责前期的广宣品准备和活动期间的监督协调)。

活动提报表

赠品预留登记表

销量表

(预估销量：x年：x件、x年x件、红高尔夫x件)，

销售额：x万+x万+x万=x万

销售费用：100万(能找到便宜的电动车就更好了，现在联系到的x元(质量好的)。

(一)所需奖品电动车x辆

注：

1、能找到便宜的电动车就更好了，现在联系到的x元(质量好的)。

2、做这样的活动属于强势推广，酒质必须要好才能做，这一点咱们具备，所以这么做的好处是：

整个市场没有模仿的品牌

各经销商自己拿现款进的货会全力推广，给他压力。

占领的市场份额

造势上也能一炮打响

让消费者真正的能喝到咱们的酒

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇十一**

五金欲成就品牌持久生存并取得长远发展的关键是塑造品牌成长基因，从观念、价值观与行为模式着手，为包括销售团队与经销商在内的销售体系注入强劲的品牌发展哲学。用简单的语言概括就是：思想先行、传播理念，统一价值观；品牌经营、摒弃浮躁，塑造忠诚度；独家代理、守区销售，维护市场稳定；构筑网络、净化渠道，强化服务功能；用心经营、全神关注，发展战略伙伴；系统支持，环节掌控，保证专卖店成功经营。

对市场的提升工作是一项持续、复杂、系统性强、需要不断完善的工作。做好提升工作，促使经销商销售的规范、正常与不断增长，才能为某五金的品牌发展奠定良好基础。具体做提升工作的人员一般做好以下各项工作才能使提升工作见到实效：

五金类品牌现在多以专卖形式销售产品，这是有原因的。第一，专卖店可以展示企业与产品的良好的、特有的品牌形象；第二，专卖店可以通过专卖与系列相对完善的产品让顾客一站式配齐产品，缩小了顾客对品牌的可选择性；第三，专卖店因其专业、规范的形象，可以增强顾客对品牌的信任感；第四，通过专卖体系的一致性，公司可以增强营销网络的力量。专卖店就是公司在区域销售的依托，所以对专卖方法进行管理是非常重要的。

提升工作所涉及到的因素众多，工作人员往往会很茫然，不知道从哪里下手才好。所以在上述工作没有太大问题后，应着眼于对当地市场进行准确分析，找准工作的突破方向。分析的要素包括：本地五金品牌的多少，操作市场的主要方法；我们经销商的主要优势；当地使用专卖产品的主要群体以及怎样通过合适的渠道促成主要群体的认知与接受。通过与经销商的沟通，通过对品牌在当地市场准确切入点的判断，通过与当地更多的业内人员的沟通，可以确定每一个时期的主要工作与目标，并得到经销商的认同。同时需要确定眼下的主要工作，主要的突破方向，能带给经销商以更大经营信心的工作方向。这一点必然是与经销商本身的长处相结合才能确定的。

装饰公司可能是我们开展工作后寻求合作的一个重点。尤其是在相对发达的地区，由于地区经济增长、房地产的发展、消费观念变化的复合作用，使装饰行业的发展越来越迅速，装饰公司对五金品牌也就越来越重要。除了装饰公司外，装修队也是我们应当关注的一个销售途径。

在小区推广方面，经销商始终是开展活动的主体。至于公司怎样支持，是一个需要相互协商的问题。公司应提供的，是促销人员统一的服装，促销活动统一的形象，提供必要的广告宣传用品如x展架、横幅、桌面写真喷绘、统一的产品促销说辞与必要的促销品。只有当这些东西落实了，促销方案确定了，经销商对于开展促销活动的外围工作如与城管、小区、建材市场管理部门等的协调工作做好了，促销人员到位并经过培训了，才可以开展相应的促销推广活动。每一个促销活动，都必须保证专业、规范、有规模、形象统一等特征，这样才能起到应有作用。每次促销活动后，必须要有总结与评估，并回传给公司市场部。以便既有收获，又明白下次如何在一些环节上做得更好。

在一些大城市或重要的中型工业化城市，建材超市具有非常显著的作用。我们需要了解当地建材市场都有哪些五金企业产品进驻，销售量如何？怎样结款？价格怎样？主要的款式是哪些？需要分析假定\*\*产品进驻销售量如何？销售量形成的基础在哪里？需要了解当地是否有有影响力巨大的建材超市，应当引导当地经销商进驻。这不只是销售渠道的拓宽，也对品牌力提升有非常大的好处。

鼓励、引导、协助经销商扩展同城分销渠道，占领所有主要的建材市场。鉴于五金产品购买的特殊性与消费者选择时的顾虑心态，比较心态，我们需要占领更多的终端，具备更多的影响，形成\*\*产品的区域系统销售势能。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇十二**

促销是在打折、降价、赠品等促进销售的基础之上，与消费者进行深度沟通的有力武器，在这一过程当中，更容易建立起消费者对品牌的关注与理解，并建立起品牌的忠诚，另类思维，策划非常促销。沿着这条思维，我们再探讨一下新思维下的促销应该如何着手。

即使是一次普通的价格促销，也可以组合出各种不同的玩法，达到相应的促销目的，这才是创新促销的魅力所在。而当我们把销售促进与品牌整合在一起时，就可以创造出真正的更多更好的，具有绝对差异化的促销。

统一“鲜橙多”为了配合其品牌核心内涵“多喝多漂亮”而推出的一系列促销组合，相当不错，不但完成了销售促进，同时亦达到了品牌与消费者有效沟通，建立品牌忠诚的目的。

统一结合品牌定位与目标消费者的特点，开展了一系列的与“漂亮”有关的促销活动，以加深消费者对品牌的理解。比如统一在不同的区域市场就推出了“统一鲜橙多tv-girl选拔赛”、“统一鲜橙多·资生堂都市漂亮秀”、“统一鲜橙多阳光女孩”及“阳光频率统一鲜橙多闪亮dj大挑战”等活动，极大地提高了产品在主要消费人群中的知名度与美誉度，促进了终端消费的形成，扫除了终端消费与识别的障碍。

创新思维的来源并不复杂，只要我们重新审视促销的作用，从“促销只不过是降价促进销售”的误区中跳脱出来，理解新促销是品牌营销的润滑剂这一观念，并对新促销的主要作用重新理解，那么设计出如鲜橙多、名人或麦当劳式的成功促销组合，就会变得相当轻松，以下是对新促销的十大作用的描述：

一次成功的促销活动，无论是降价、打折还是现场秀，都必需同时传递一个统一的信息，而这个信息恰恰与品牌的核心价值息息相关，这样的促销不但不会对品牌造成伤害，反而可以建立起品牌忠诚。

如名人掌上电脑降价传递的单一信息是：“技术更高，价格更低”；统一“鲜橙多”的一系列促销活动传递的单一信息是：青春漂亮等等，管理论文《另类思维，策划非常促销》。

主动与消费者沟通，告诉我们的促销活动的背景及目的，加强消费者对促销活动本身的理解，加强品牌本身与消费者的互动，促进品牌信息传递的准确性及广泛性。

名人几次降价的“普及风暴”、“双剑行动”等，都是在降价的基础上，主动沟通的典范。

好的促销活动可以直接促进品牌推广，建立起消费者与品牌的忠诚依赖关系，并在此基础之上直接促进销售。

如笔者某新品上市设计的“美丽银行---存储美丽的积分促销”及“会员互动俱乐部”等促销形式，不但直接刺激消费者的购买热情，同时也建立起了消费者与品牌长期互动的关系。

促销的原始目的就是促进销售，这一点已被大部分人员所运作与理解，在此就不举例说明了。

一个好的促销策划与设计，不但可以提升销售，促进品牌传播，同时也可提升品牌的竞争力，进而在竞争中立天不败之地。

“舒蕾”洗发水在上市之初，面对新品竞争力弱的情况，就采取了直入终端进行促销的模式，其推出的“对手不促销，我们常促销，对手常促销，我们大促销”等策略，有力地提升了品牌的竞争能力。

好的促销一定是一次资源整合的过程，在这一过程当中，不但免费利用了各种社会资源，同时也用最小的投入，达到最佳的促销目的。

“汰渍”洗衣粉，“富绅”衬衫，“海尔”等组合在一起的促销活动，就是对资源整合的一个案例，没有直接竞争但又相关的资源整合在一起，使促销活动更加大气，是一个多品牌共赢的典范。

成功的促销活动，除了促进销售之外，同时一定也是一次成功的品牌传播过程，这一过程甚至能通过新闻、软文等传播形式，把促销活动的效果无限放大。

比如笔者为科龙空调执行策划的“科龙空调/华宝空调千禧寻宝大行动”，就是一次成功的在现场促销的基础上进行传播的案例。在寻宝当日，不但现场参与人数近两万，更是引起了新闻媒体的极大关注与广泛报导，使科龙空调在淡季亦显

科学系统的促销活动，可以建立起品牌忠诚，尤其是系统的文化促销，这种忠诚就会更加稳固。

比如麦当劳通过各种各样的文化促销形式（如推出系列史努比公仔引来学生哥的追捧），极大地建立起了消费者对品牌的忠诚，使得麦当劳这一品牌在世界的各个落扎根。试想一下，如果麦当劳有一天不再推出任何促销活动，只是拼命地讲汉堡如何如何好吃，真不知它还能存活几天。

好的促销活动一定是有计划的，与消费者长期互动的，这样才能建立起消费者与品牌的长期的互动与理解。

比如现在推出的各种俱乐部、会员优惠等等，都是比较好的促销形式，当然，如果能在此基础上，进行组合与创新，效果将更加明显。

好的促销活动，不但可以提升销售，同时亦可形成一股新的潮流，使品牌形成强势的氛围，进而更大范围的提升品牌，促进销售。

比如我们为名人掌上电脑设计的“新酷一族真人秀”全国巡展活动，就有力地推动了“智能王”形成掌上潮流的进程，提升了品牌的科技内涵，提升了终端销售力量。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇十三**

每年五月的第二个星期天，这是传统的“母亲节”。这个节日是为为母亲设计的，是一个温暖的节日。超市，家庭主妇经常光顾的，我们可以在这一天经营“亲情”，并做一些有助于超市形象的公关促销活动。

5月8日至5月10日

超市康乃馨节，或温暖母亲节

活动1：母亲节特价商品

食物：蛋糕、巧克力、牛奶、生鲜等等；

日用品：纸制品、卫生巾等；

化妆品：洁面乳、营养霜等。

活动2：凡在超市购物单张收银小票满100元者，凭购物小票送康乃馨一扎。

成本计算：母亲节康乃馨（10支）的成本约为5元人民币，相当于让利5％。如果数量减少到5枝一扎，估计费用约为2。5元。

活动3：真心真语祝妈妈

内容：在“母亲节”之际，您最想对母亲说些什么？从5月8日到5月10日，您可将最想对妈妈说的话填在超市的“留言本”上。由超市把这些话在超市的显眼处张贴公布。

1、在上述第二项活动中，为了防止作弊，礼品必须在购物小票后标明。

2、在活动三中，您需要准备一份高档的留言簿，将其放在超市门口，方便顾客在购物后留言；留言簿上的精彩内容由计算机处理，并张贴在一个显眼的位置供客户欣赏，内容包括消息人的姓名和受祝福的人的姓名。

**公司促销活动策划 促销活动策划名词解释篇十四**

：五一大促销

在4月28日到5月7日期间，凡在某超市各分店购物满300元顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游名额，到海南天涯海角去感受“海味道”

特等奖2名

(5个店共10名)各奖海南四日游名额一个

一等奖3名(5个店共15名)各奖美吸尘器一个

二等奖10名(5个店共50名)各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名(5个店共500名) 各奖柯达胶卷一卷

在4月27日到5月26日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

一重奏：全城至低(各种商品价格全城至低，便宜至极)

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

4月28日至5月9日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

5月1日至7日，一次性在某超市购物满30元顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米、500ml食用调和油。

：(略)

五一期间某超市共推出了近千种特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品(本次活动最终解释权归某超市所有)

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