

促销活动计划(优质8篇)

创业计划的一个重要组成部分是盈利模式的设计，也就是我们如何通过创造价值来获得利润。读书计划是一个制定和安排自己阅读的计划，它可以帮助我们合理安排时间，高效率地进行阅读。一个好的读书计划可以帮助我们提高阅读效果，丰富知识，提升思维能力。我们每个人都需要一个读书计划，它能帮助我们养成良好的阅读习惯，培养自己的学习兴趣。通过制定读书计划，我们可以有针对性地选择书籍，提升自己在特定领域的知识水平。读书计划是一个助力我们实现个人成长目标的重要工具，它能让我们更好地了解自己的阅读需求和兴趣。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

促销活动计划篇一

1、新进厦门,在厦门是一家新生的公司.

2、由于在__喜糖喜饼这个品牌进入厦门之前,厦门就已经存在一个同样名字的婚纱摄影公司,所以市民对__这个品牌的认知,很大程度上都停留在婚纱摄影这个概念上.

3、在__进入厦门前,厦门的喜糖喜饼市场就已经被安德鲁森,向阳坊,仁真,中宇和大红庄等企业瓜分.要与他们争天下,需要的不仅仅是宣传,在产品上也应该有所区别.就是在产品策略上采用差异化策略.

二、针对性策略

针对现状,__目前最紧迫的事情有以下三个:

1、扭转厦门消费者对__这个品牌的认知;

2、打开知名度;

3、树立品牌形象.

据此,可以通过广告宣传,和活动宣传这两个方式来达到以上的三个目的.要扭转厦门人对此品牌的认知,有必要做大型的活动和宣传,最好是以大型活动为主,宣传为辅,但宣传的力度和广度都是必要的.这样的做法是成本高,收效好.如果能有与其产品相关的喜庆类活动,而成本也能为___所接受的话,那就更好了.

方法一:自己组织活动,请媒体做宣传.就是运用公关手段,策划新闻.

方法二:与丽莎贝拉一起做活动,费用按比例分担.(即与厦门有档次的婚纱摄影或者相关的企业合作.)这样有助于让丽莎贝拉的新老客户知道___不是做婚纱摄影的,有利于纠正消费者对___的品牌认知。

方法三:在主流媒体或分众媒体上做广告.这样成本将会很高.主流媒体的千人成本高,收效不大,但对知名度的提高有很大帮助.分众媒体的千人成本相对较低,针对性强,有助于培养忠诚度高的消费者.

方法四:门店或者商场柜台的促销活动.只能是短期行为.

促销活动计划

一、店铺周边环境分析

1、地处禾祥路中间地段,交通方便,周围是办公地方,附近是居民区,居民购买力强.

2、在店铺附近有几个竞争对手的店铺,安德鲁森,特香包等,

虽然这几个企业从档次上讲不是___的同档次对手,但在月饼这个市场来说,目前来看还是强有力的对手.

3、城市光廊和城达以及禾祥商城都在附近,都能吸引大量的消费者.

4、周边的居民和上班族基本都会对这个店铺有所了解,而且,据门店店员说,每天买月饼的人挺多的.

二、活动的方案

1、活动的目的:此次活动主要是针对即将到来的中秋节而做,月饼促销,即提高门店月饼的销售量,同时尽量消化月饼库存,减少损失;同时,也借此机会宣传品牌,提升品牌认知度及美誉度。

2、活动的对象:活动的主要对象是要送礼的人群,这主要是出于对___产品本身包装比较适合送礼的考虑。次要对象是女性白领,和家庭消费。

3、活动的时间:___年9月24--29日.其中24日主要工作是做宣传,主要是告知消费者将来几天的活动;25、26日为主要活动时间,27、28、29三天为次要活动时间.

4、活动的内容

1)宣传:以发传单为主,店门摆放pop□

2)现场活动:考虑到___现有的资源和材料,计划内主要安排两个活动(具体操作执行细则由伊莎被尔制定)

a□发送礼券、礼品。当然要以买月饼为前提。先买后送。如果在24日有顾客要求,或提及活动,可以让消费者先购买礼券,在将来几天的活动时间内来提取货物时,可参加活动,

这样一可以提前备货，二可以得到一些及时的反馈信息。25、26两天为主要活动时间，这主要是考虑到周末大部分人不用上班，而中秋节临近，正是尚未购买月饼的消费者购买月饼的最好时机，所以人会比较多，这是活动的重点时段。前提是前一天的宣传一定要做好。

b□糕点知识咨询活动。选派两个工作人员，专门负责介绍__产品的保存、食用等知识。重点是介绍中秋节月饼食用的卫生、安全等各方面的知识。

3)现场信息收集：店员必须注意留意顾客的年龄、性别、知识阶层、社会层次等资料，重要的是判断。同时也要注意当天的人流量，这信息需要和当天的成交量做比较分析。

5、活动所需要的材料：

a□传单：包括活动宣传传单，公司产品介绍传单，月饼、糕点食用卫生等知识传单

b□商品准备：月饼，礼品等

c□饮用水：这是准备给客户的。在门店的里面，有两个桌子，这可以用来为一些有意向购买但又有点犹豫的顾客使用，可以作为谈判、休息等用途。

d□其他

6、活动费用预算(略)

注意：

1、门店门口不大，注意安全

2、店内的设计高雅，不适合过多的人

- 3、注意和城管和工商局沟通好
- 4、注意活动刺激的力度
- 5、注意人员的安排必须到位，不能有空白点
- 6、注意考虑门店门口是否允许摆放东西

活动必须有针对性，所以传单的设计必须要有针对性。

购物广场春节促销计划书

一、项目概述

___购物广场开业以来取得巨大成就，为进一步提高销售额，扩大影响力，在平政高水附近居民心中树立优秀形象，形成良好口碑，特举行规模宏大的春节促销方案。力争创立开业以来客流量和销售额新高，人流量相交提升50%以上，销售额提高40%以上让顾客感受到真正的实惠，提高美誉度，成为附近居民心中的首先购物中心，并且对较远处居民形成一定的影响力。

二、项目目的

人流量达到_____人次

销售额达到_____元

完成季度任务__%，年度任务__%

顾客满意度提高__%

三、促销方案

活动时间：___年春节前后

活动地点：___购物广场

活动人员：___购物广场全体员工

临时促销人员

活动主题：岁末促销、新年促销、迎春节促销

活动重点说明：

___年春节前后将是商品销售高峰，一方面是冬季服装、家电等当季商品的将热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对会员、单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的促销同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升超市形象。

活动内容：

1、新年惊喜换购价

购物满___元，加_元可换购价值__元的商品；购物满____元，加_元可换购价值__元的商品(换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等)

操作说明：凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

2、噼里啪啦迎新年

在超市内购物满___元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。满___元扎两个，以此类推，单张小票限扎__个。奖券设置：(奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券)

一等奖：在奖券上标有5个超市司徽，2名，奖品为价值_____元的礼品或消费券；二等奖：4个司徽，5名，奖品价值为_____元；三等奖：3个司徽，10名，奖品价值_____元；四等奖：2个司徽，20名，奖品价值_____元；五等奖：1个司徽，奖品为价值_____元。操作说明：可以在超市内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

3、购物送马克杯感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时，随着流行时尚的不断变化，现在人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上，又称马克杯，天天相伴，时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

购物满_____元，即可赠送一个马克杯，顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上，每个马克杯成本在_____元左右。立拍立显，立等可取，体现个性魅力，可作为自己的专用杯，也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

4、羊年拼图大赛

报名人数控制在30对左右。

活动可与厂家联合举办，由厂家提供拼图。

5、一谏值千元倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际，听听顾客的意见，

是十分有必要的，有助于超市对过去一年进行更好的总结和反思，也有助于超市在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到超市的真诚。

选择周末两天，超市老总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物(价值_ _元，如台历、小型工艺品或印有超市名称的实用商品等)，而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予_ _元的奖励，并于次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予_ _元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，超市还可以聘为兼职监督员。

操作说明□a.地点可以选择在超市中央大厅或服务台一侧，准备好建议单(上面标有建议内容、建议人、联系地址或电话等选项)，同时准备好笔、椅子、桌子等□b.具体奖励金额也可以视超市自身实力而定，不过当然是金额越高，吸引力也越大，正所谓重赏之下，必有谏夫□c.选择超市老总坐堂值班，是体现超市的诚恳，可以是老总和副总轮流值班。

6、其他活动

羊年礼品展：跟羊有关的礼品和商品，有羊图案的商品，如壁毯、羊拼图、羊造型玩具等。

编织围巾教学：冷冷的冬天，为心爱的人编织一条暖暖的围巾，你知道如何编织围巾吗?邀请专业人士在超市现场讲解示范如何编织围巾，并提供材料供顾客购买。

四、实施与控制

1、费用管理(单位:元):

总预算:

促销员工资：

礼品费：

广告宣传费：

促销活动费：

日杂开支：

2、效益核算

资金使用效率__%以上，赤字率不超过_%为优

吸引足够人流量达到并超过_____人为优

销售额达到并超过_____元为优

顾客满意度达到并超过为优

3、组织保障

撰写组织分配书一份，责任明确到人到事；

制定明确的奖惩制定

成立监察小组

项目负责人：店长

人员组

礼品组

宣传组

4、衡量效果

其中：

圆满完成=60分

优秀=89分

非常优秀=90

分失败=50分

非常失败=25分

彻底失败=0分

总分=30%人流量效果分+40%销售额效果分+30%顾客满意度效果分。

促销活动计划篇二

5月17日—19日，凡在店庆三日累计购物满100元、大家电、黄白金累计购物满500元，（餐饮除外）即可凭购物小票到商厦一层共享大厅参加摸球活动，100%中奖。

摸奖设置：

设置四个透明有机玻璃摸奖箱，每个摸奖箱内装摸奖的玻璃球。顾客手背向上，一次性摸出多少玻璃球即赠送相应金额的购物券。（经过实验，一般一次抓出18—23个球，最多能抓出25个玻璃球）。

摸奖方法：

顾客凭购物小票到摸奖处摸奖，每100元为一次；大家电、黄

白金累计购物满500元摸一次，每票最多摸10次。奖金以顾客抓出玻璃球的数量确定，每个球1元，抓多少，送多少。并现场制作奖券，经财务登记、盖章后，发给顾客。此奖券可在全场通用。购物券消费不参加此活动。如顾客出现太多抓球机会，如20次以上，可根据情况征得顾客同意后，连抓5次取平均数赠券。

奖券发放：

每组设置4人，一人登记发票，确认抓球次数；一人组织活动的开展；令两人进行监督和配合。每张奖金券的数额为空白，工作人员根据顾客摸出的球数登记，每一球为一元，合计以大写的文字表示。如顾客抓出23个球，工作人员就应在奖金券上登记“贰叁元”，代表23元，并在登记表上注明。

发放部门：

企划部人员组织顾客摸奖；财务部审核小票、发放购物券；商管部登记、监督，三部门配合完成。

预计奖金：

预计店庆三日销售200万元，每笔100元，最多有20000人摸奖。按每人平均20元计算，合计约40万元（实际仅为20万元，费用约为实际销售的10%。

要求：

- 2、企划部负责活动的宣传和组织。
- 3、保卫部负责活动现场的秩序维护。
- 4、财务部负责活动购物券的发放和统计。
- 5、商管部负责店庆日摸奖活动的登记和监督。

6、业务部负责对摸球工作人员的培训。

7、总务部负责摸球道具和购物券的准备。

8、摸球人员要求认真负责，要耐心对顾客讲解。如出现差二元的顾客，应酌情参加活动，并赠送相应的礼券。

促销活动计划篇三

随着市场经济的不断发展,组织和开展各种形式的促销活动已经成为企业获取新客户、稳定老客户、提升经营业绩的重要手段。本文是本站小编为大家整理的促销活动计划书范文,仅供参考。

一、现状分析

1、新进厦门,在厦门是一家新生的公司.

2、由于在喜糖喜饼这个品牌进入厦门之前,厦门就已经存在一个同样名字的婚纱摄影公司,所以市民对这个品牌的认知,很大程度上都停留在婚纱摄影这个概念上.

3、在进入厦门前,厦门的喜糖喜饼市场就已经被安德鲁森,向阳坊,仁真,中宇和大红庄等企业瓜分.要与他们争天下,需要的不仅仅是宣传,在产品上也应该有所区别.就是在产品策略上采用差异化策略.

二、针对性策略

针对现状,目前最紧迫的事情有以下三个:

1、扭转厦门消费者对这个品牌的认知;

2、打开知名度;

3、树立品牌形象.

据此,可以通过广告宣传,和活动宣传这两个方式来达到以上的三个目的.要扭转厦门人对此品牌的认知,有必要做大型的活动和宣传,最好是以大型活动为主,宣传为辅,但宣传的力度和广度都是必要的.这样的做法是成本高,收效好.如果能有与其产品相关的喜庆类活动,而成本也能为所接受的话,那就更好了.

方法一:自己组织活动,请媒体做宣传.就是运用公关手段,策划新闻.

方法二:与丽莎贝拉一起做活动,费用按比例分担.(即与厦门有档次的婚纱摄影或者相关的企业合作.)这样有助于让丽莎贝拉的新老客户知道不是做婚纱摄影的,有利于纠正消费者对品牌认知。

方法三:在主流媒体或分众媒体上做广告.这样成本将会很高.主流媒体的千人成本高,收效不大,但对知名度的提高有很大帮助.分众媒体的千人成本相对较低,针对性强,有助于培养忠诚度高度的消费者.

方法四:门店或者商场柜台的促销活动.只能是短期行为.

xxx路店的促销活动计划

一、店铺周边环境分析

1、地处禾祥路中间地段,交通方便,周围是办公地方,附近是居民区,居民购买力强.

2、在店铺附近有几个竞争对手的店铺,安德鲁森,特香包等,虽然这几个企业从档次上讲不是同档次对手,但在月饼这个市场来说,目前来看还是强有力的对手.

3、城市光廊和城达以及禾祥商城都在附近, 都能吸引大量的消费者.

4、周边的居民和上班族基本都会对这个店铺有所了解, 而且, 据门店店员说, 每天买月饼的人挺多的.

二、活动的方案

1、活动的目的: 此次活动主要是针对即将到来的中秋节而做, 月饼促销, 即提高门店月饼的销售量, 同时尽量消化月饼库存, 减少损失; 同时, 也借此机会宣传品牌, 提升品牌认知度及美誉度。

2、活动的对象: 活动的主要对象是要送礼的人群, 这主要是出于对产品本身包装比较适合送礼的考虑。次要对象是女性白领, 和家庭消费。

3、活动的时间: xx年9月24--29日. 其中24日主要工作是做宣传, 主要是告知消费者将来几天的活动; 25、26日为主要活动时间, 27、28、29三天为次要活动时间.

4、活动的内容

1) 宣传: 以发传单为主, 店门摆放pop□

2) 现场活动: 考虑到现有的资源和材料, 计划内主要安排两个活动(具体操作执行细则由伊莎被尔制定)

a□发送礼券、礼品。当然要以买月饼为前提。先买后送。如果在24日有顾客要求, 或提及活动, 可以让消费者先购买礼券, 在将来几天的活动时间内来提取货物时, 可参加活动, 这样一可以提前备货, 二可以得到一些及时的反馈信息。25、26两天为主要活动时间, 这主要是考虑到周末大部分人不用上班, 而中秋节临近, 正是尚未购买月饼的消费者购买月饼

的最好时机，所以人会比较多，这是活动的重点时段。前提是前一天的宣传一定要做好。

b□糕点知识咨询活动。选派两个工作人员，专门负责介绍产品的保存、食用等知识。重点是介绍中秋节月饼食用的卫生、安全等各方面的知识。

3)现场信息收集：店员必须注意留意顾客的年龄、性别、知识阶层、社会层次等资料，重要的是判断。同时也要注意当天的人流量，这信息需要和当天的成交量做比较分析。

5、活动所需要的材料：

a□传单：包括活动宣传传单，公司产品介绍传单，月饼、糕点食用卫生等知识传单

b□商品准备：月饼，礼品等

c□饮用水：这是准备给客户的。在门店的里面，有两个桌子，这可以用来为一些有意向购买但又有点犹豫的顾客使用，可以作为谈判、休息等用途。

d□其他

6、活动费用预算(略)

注意：

- 1、 门店门口不大，注意安全
- 2、 店内的设计高雅，不适合过多的人
- 3、 注意和城管和工商局沟通好

- 4、 注意活动刺激的力度
- 5、 注意人员的安排必须到位，不能有空白点
- 6、 注意考虑门店门口是否允许摆放东西

活动必须有针对性，所以传单的设计必须要有针对性。

一、项目概述

xxx购物广场开业以来取得巨大成就，为进一步提高销售额，扩大影响力，在平政高水附近居民心中树立优秀形象，形成良好口碑，特举行规模宏大的春节促销方案。力争创立开业以来客流量和销售额新高，人流量相交提升50%以上，销售额提高40%以上让顾客感受到真正的实惠，提高美誉度，成为附近居民心中的首先购物中心，并且对较远处居民形成一定的影响力。

二、项目目的

人流量达到xxxxxxx人次

销售额达到xxxxxxx元

完成季度任务xx%□年度任务xx%

顾客满意度提高xx%

三、促销方案

活动时间□x年春节前后

活动地点□xxx购物广场

活动人员□xxx购物广场全体员工

临时促销人员

活动主题：岁末促销、新年促销、迎春节促销

活动重点说明：

x年春节前后将是商品销售高峰，一方面是冬季服装、家电等当季商品的将热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对会员、单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的促销同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升超市形象。

活动内容：

1、新年惊喜换购价

购物满xxx元，加x元可换购价值xx元的商品；购物满xxxxx元，加x元可换购价值xx元的商品（换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等）

操作说明：凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

2、噼里啪啦迎新年

在超市内购物满xxx元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。满xxx元扎两个，以此类推，单张小票限扎xx个。奖券设置：（奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券）

一等奖：在奖券上标有5个超市司徽，2名，奖品为价值xxxxx

元的礼品或消费券;二等奖: 4个司徽, 5名, 奖品价值为xxxx元;三等奖: 3个司徽, 10名, 奖品价值xxxx元;四等奖: 2个司徽, 20名, 奖品价值xx元;五等奖: 1个司徽, 奖品为价值xx元。 操作说明: 可以在超市内圈定一个区域, 在里面摆放各种颜色的气球, 顾客凭购物小票进内扎气球。

3、购物送马克杯——感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时, 随着流行时尚的不断变化, 现在人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上, 又称马克杯, 天天相伴, 时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体: 重点针对年轻情侣或三口之家, 将恋人的照片或家人的相片印在杯子上, 可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

购物满xxx元, 即可赠送一个马克杯, 顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上, 每个马克杯成本在x元左右。立拍立显, 立等可取, 体现个性魅力, 可作为自己的专用杯, 也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备, 或与专业个性彩印店联合举办此活动。

4、猪年拼图大赛

报名人数控制在30对左右。

活动可与厂家联合举办, 由厂家提供拼图。

5、一谏值千元——倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际, 听听顾客的意见, 是十分有必要的, 有助于超市对过去一年进行更好的总结和

反思，也有助于超市在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到超市的真诚。

选择周末两天，超市老总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物(价值x-xx元，如台历、小型工艺品或印有超市名称的实用商品等)，而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予xxxx元的奖励，并予次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予xxxx元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，超市还可以聘为兼职监督员。

操作说明□a.地点可以选择在超市中央大厅或服务台一侧，准备好建议单(上面标有建议内容、建议人、联系地址或电话等选项)，同时准备好笔、椅子、桌子等□b.具体奖励金额也可以视超市自身实力而定，不过当然是金额越高，吸引力也越大，正所谓“重赏之下，必有谏夫□”c.选择超市老总坐堂值班，是体现超市的诚恳，可以是老总和副总轮流值班。

6、其他活动

猪年礼品展：跟羊有关的礼品和商品，有羊图案的商品，如壁毯、羊拼图、羊造型玩具等。

编织围巾教学：冷冷的冬天，为心爱的人编织一条暖暖的围巾，你知道如何编织围巾吗?邀请专业人士在超市现场讲解示范如何编织围巾，并提供材料供顾客购买。

四、实施与控制

1、费用管理(单位:元):

总预算:

促销员工资:

礼品费：

广告宣传费：

促销活动费：

日杂开支：

2、效益核算

资金使用效率xx%以上，赤字率不超过x%为优

吸引足够人流量达到并超过xxxxxx人为优

销售额达到并超过xxxxxxx元为优

顾客满意度达到并超过为优

3、组织保障

撰写组织分配书一份，责任明确到人到事；

制定明确的奖惩制定

成立监察小组

项目负责人： 店长

人员组

礼品组

宣传组

4、衡量效果

其中：

圆满完成=60分

优秀=89分

非常优秀=90

分失败=50分

非常失败=25分

彻底失败=0分

总分=30%人流量效果分+40%销售额效果分+30%顾客满意度效果分

一、平时在与店铺的经营者沟通时，我们发现组织促销活动存在的如下若干问题：

4、搞促销活动的时候感觉人力紧张，人手不够；

5、难有促销新意，特别是顾客对活动麻木；

二、那怎么才能组织相对低成本而又有效的促销活动呢？我们在经营中，通常会规定公司的促销大纲。我们会按以下原则来部署：

1、把促销活动分为：常规促销、节日促销、主题促销、新店开业促销、店庆促销以及针对竞争对手的应对性促销活动。

5、每期促销活动另配促销方案、商品清单、赠品、物料清单以及陈列标准指引；

三、很多商家经常为组织活动的主题而头痛，其实做好规划

后，你会发现并没有这么难。

一年中各个节日活动，加上如“店周年庆、新店开业、营销事件、春季彩妆、夏季洗护节、冬季护肤节、面膜节、年末大优惠、会员优惠活动”等主题活动，你会发现一年活动已经排的满满的。

四、组织活动主题必须明白的道理：

- 1、节日只是一个载体，商品的优惠活动才是我们真正吸引顾客购买的因素；
- 2、节日对于商家来说只是一个销售的机会或者是商机，
- 3、要理解不同节日的不同消费习惯；
- 4、针对不同节日我们要规划不同的促销活动，特别是活动的主题一定要明朗
- 5、形成节日商机主要有五个方面：

五、我们要根据节日来设定促销活动的的内容

第4、5类节日 主要是商家根据自己的策划能力而组织的活动；当然我们都要考虑当时的气候而推荐的商品品类，如夏季推荐防晒，冬季推荐滋润、保湿护肤。

六、我们分析屈臣氏的促销活动案例，屈臣氏在促销活动策划的杰出成就大家有目共睹，接下来就给大家分析一下：

凡是重点节日，屈臣氏会以单页的形式来加强宣传，而常规的活动主要是以活动的优惠内容来做主要宣传点。

3月8日，作为女性的一个重大节日，屈臣氏开始做重点宣传并举办大型促销活动。五一、十一等节日，我们可以发现，

宣传重点在优惠内容而不重视节日氛围，而春节、情人节、圣诞节会更重视节日的氛围。

商品优惠永远是最有效的促销手段，最近2年，屈臣氏越来越直接的采取品牌折扣形式来促销，这也是屈臣氏对日化精品店攻击的利器。在研究屈臣氏的历年的促销活动，我们可以发现，常规促销发展的趋势：

- 1、发展有效会员，利用短信平台是一个持续发展的方式；
- 2、丰富内容具有可读性的、版面美观的dm；
- 3、有效利用厂家资源，整合好促销活动；
- 4、店铺的活动的氛围布置对销售很有帮助；
- 5、员工熟悉活动的内容并积极给顾客推荐；
- 6、有效的员工促销考核方案；
- 7、坚持持续不断的策划促销活动，培养顾客消费习惯；
- 8、完善的促销计划及促销操作流程；
- 9、优惠对顾客仍然是最有吸引力的；
- 10、提升交易次数与客单价是促销的最终目的；

七、一个连锁企业，一定要规范公司的促销活动流程，要规范各部门的工作职责。

《年度促销计划大纲》《促销方案》（说明：促销时间、活动店铺、促销主题、促销内容、费用预算、激励方案等）《促销活动部门工作时间安排表》《促销操作须知》《促销商品配置表》《促销物料分配表》《月度促销市调表》《促销活动

执行监督表》《月度促销商品销量评估表》这些都非常重要，要高效运营，一定要有标准化的操作流程。

八、很多公司，特别是规模还不是很大的企业，会有个苦恼的问题：每次搞活动都是这些品牌，每次都是这些商品，怎么办？我个人认为：

第一、没有关系，大家都是这样情况；

第二、坚持努力寻找有卖点的新商品；

第三、适当变换主题；

第五、控制好库存，不要造成积压，积压商品快速处理；

第六、做好促销活动的费用预算，在合理的预算中坚持适当的宣传资金投入；

促销活动计划篇四

我光棍，我快乐！

让光棍节见鬼去吧！

提升餐厅营业额，提升餐厅知名度。

大厅。

XXX

今年的光棍节也格外引人关注，社会上越来越多的光棍们，想摆脱光棍的生活状态，因为我们餐厅推出光棍节活动满足光棍们的需求，避免下一个光棍节的光棍。

1. 活动当晚两人男女通行，免费一个。最低消费需要150元。时间在当天7点至23点。

2. 凭埋单收据，参与大转盘，（奖品设计有玫瑰花、公仔、精美小礼品）

1. 一楼大门口大型海报一张、店内k展架3幅、电梯小海报4张。

2. 策划部市场单位展架13幅、不同规格海报3张。

让光棍节见鬼去吧，两人男女行，一人买单。

快快行动吧，在花容酒楼告别你的单身！

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会！

促销活动计划篇五

随着市场经济的不断发展,组织和开展各种形式的促销活动已经成为企业获取新客户、稳定老客户、提升经营业绩的重要手段。本文是小编为大家整理的促销活动计划书范文,仅供参考。

促销活动计划书范文

一、现状分析

1、新进厦门,在厦门是一家新生的公司.

2、由于在喜糖喜饼这个品牌进入厦门之前,厦门就已经存在一个同样名字的婚纱摄影公司,所以市民对这个品牌的认知,很大程度上都停留在婚纱摄影这个概念上.

3、在进入厦门前,厦门的喜糖喜饼市场就已经被安德鲁森,向

阳坊, 仁真, 中宇和大红庄等企业瓜分. 要与他们争天下, 需要的不仅仅是宣传, 在产品上也应该有所区别. 就是在产品策略上采用差异化策略.

二、针对性策略

针对现状, 目前最紧迫的事情有以下三个:

- 1、扭转厦门消费者对这个品牌的认知;
- 2、打开知名度;
- 3、树立品牌形象.

据此, 可以通过广告宣传, 和活动宣传这两个方式来达到以上的三个目的. 要扭转厦门人对此品牌的认知, 有必要做大型的活动和宣传, 最好是以大型活动为主, 宣传为辅, 但宣传的力度和广度都是必要的. 这样的做法是成本高, 收效好. 如果能有与其产品相关的喜庆类活动, 而成本也能为所接受的话, 那就更好了.

方法一: 自己组织活动, 请媒体做宣传. 就是运用公关手段, 策划新闻.

方法二: 与丽莎贝拉一起做活动, 费用按比例分担. (即与厦门有档次的婚纱摄影或者相关的企业合作.) 这样有助于让丽莎贝拉的新老客户知道不是做婚纱摄影的, 有利于纠正消费者对品牌认知。

方法三: 在主流媒体或分众媒体上做广告. 这样成本将会很高. 主流媒体的千人成本高, 收效不大, 但对知名度的提高有很大帮助. 分众媒体的千人成本相对较低, 针对性强, 有助于培养忠诚度高的消费者.

方法四:门店或者商场柜台的促销活动.只能是短期行为.

xxx路店的促销活动计划

一、店铺周边环境分析

- 1、地处禾祥路中间地段,交通方便,周围是办公地方,附近是居民区,居民购买力强.
- 2、在店铺附近有几个竞争对手的店铺,安德鲁森,特香包等,虽然这几个企业从档次上讲不是同档次对手,但在月饼这个市场来说,目前来看还是强有力的对手.
- 3、城市光廊和城达以及禾祥商城都在附近,都能吸引大量的消费者.
- 4、周边的居民和上班族基本都会对这个店铺有所了解,而且,据门店店员说,每天买月饼的人挺多的.

二、活动的方案

- 1、活动的目的:此次活动主要是针对即将到来的中秋节而做,月饼促销,即提高门店月饼的销售量,同时尽量消化月饼库存,减少损失;同时,也借此机会宣传品牌,提升品牌认知度及美誉度。
- 2、活动的对象:活动的主要对象是要送礼的人群,这主要是出于对产品本身包装比较适合送礼的考虑。次要对象是女性白领,和家庭消费。
- 3、活动的时间:xx年9月24--29日.其中24日主要工作是做宣传,主要是告知消费者将来几天的活动;25、26日为主要活动时间,27、28、29三天为次要活动时间.

4、活动的内容

1) 宣传:以发传单为主,店门摆放pop□

2) 现场活动:考虑到现有的资源和材料,计划内主要安排两个活动(具体操作执行细则由伊莎被尔制定)

a□发送礼券、礼品。当然要以买月饼为前提。先买后送。如果在24日有顾客要求,或提及活动,可以让消费者先购买礼券,在将来几天的活动时间内来提取货物时,可参加活动,这样一可以提前备货,二可以得到一些及时的反馈信息。25、26两天为主要活动时间,这主要是考虑到周末大部分人不用上班,而中秋节临近,正是尚未购买月饼的消费者购买月饼的最好时机,所以人会比较多,这是活动的重点时段。前提是前一天的宣传一定要做好。

b□糕点知识咨询活动。选派两个工作人员,专门负责介绍产品的保存、食用等知识。重点是介绍中秋节月饼食用的卫生、安全等各方面的知识。

3) 现场信息收集:店员必须注意留意顾客的年龄、性别、知识阶层、社会层次等资料,重要的是判断。同时也要注意当天的人流量,这信息需要和当天的成交量做比较分析。

5、活动所需要的材料:

a□传单:包括活动宣传传单,公司产品介绍传单,月饼、糕点食用卫生等知识传单

b□商品准备:月饼,礼品等

c□饮用水:这是准备给客户的。在门店的里面,有两个桌子,这可以用来为一些有意向购买但又有点犹豫的顾客使用,可以作为谈判、休息等用途。

d□其他

6、活动费用预算(略)

注意：

- 1、 门店门口不大，注意安全
- 2、 店内的设计高雅，不适合过多的人
- 3、 注意和城管和工商局沟通好
- 4、 注意活动刺激的力度
- 5、 注意人员的安排必须到位，不能有空白点
- 6、 注意考虑门店门口是否允许摆放东西

活动必须有针对性，所以传单的设计必须要有针对性。

一、项目概述

xxx购物广场开业以来取得巨大成就，为进一步提高销售额，扩大影响力，在平政高水附近居民心中树立优秀形象，形成良好口碑，特举行规模宏大的春节促销方案。力争创立开业以来客流量和销售额新高，人流量相交提升50%以上，销售额提高40%以上让顾客感受到真正的实惠，提高美誉度，成为附近居民心中的首先购物中心，并且对较远处居民形成一定的影响力。

二、项目目的

人流量达到xxxxxx人次

销售额达到xxxxxx元

完成季度任务xx%□年度任务xx%

顾客满意度提高xx%

三、促销方案

活动时间□x年春节前后

活动地点□xxx购物广场

活动人员□xxx购物广场全体员工

临时促销人员

活动主题：岁末促销、新年促销、迎春节促销

活动重点说明：

x年春节前后将是商品销售高峰，一方面是冬季服装、家电等当季商品的将热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对会员、单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的促销同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升超市形象。

活动内容：

1、新年惊喜换购价

购物满xxx元，加x元可换购价值xx元的商品；购物满xxxxx元，加x元可换购价值xx元的商品（换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等）

操作说明：凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

2、噼里啪啦迎新年

在超市内购物满xxx元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。满xxx元扎两个，以此类推，单张小票限扎xx个。奖券设置：(奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券)

一等奖：在奖券上标有5个超市司徽，2名，奖品为价值xxxxx元的礼品或消费券；二等奖：4个司徽，5名，奖品价值为xxxx元；三等奖：3个司徽，10名，奖品价值xxxx元；四等奖：2个司徽，20名，奖品价值xx元；五等奖：1个司徽，奖品为价值xx元。操作说明：可以在超市内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

3、购物送马克杯感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时，随着流行时尚的不断变化，现在人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上，又称马克杯，天天相伴，时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

购物满xxx元，即可赠送一个马克杯，顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上，每个马克杯成本在x元左右。立拍立显，立等可取，体现个性魅力，可作为自己的专用杯，也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店

联合举办此活动。

4、猪年拼图大赛

报名人数控制在30对左右。

活动可与厂家联合举办，由厂家提供拼图。

5、一谏值千元倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际，听听顾客的意见，是十分有必要的，有助于超市对过去一年进行更好的总结和反思，也有助于超市在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到超市的真诚。

选择周末两天，超市老总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物(价值x-xx元，如台历、小型工艺品或印有超市名称的实用商品等)，而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予xxxx元的奖励，并于次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予xxxx元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，超市还可以聘为兼职监督员。

操作说明□a.地点可以选择在超市中央大厅或服务台一侧，准备好建议单(上面标有建议内容、建议人、联系地址或电话等选项)，同时准备好笔、椅子、桌子等□b.具体奖励金额也可以视超市自身实力而定，不过当然是金额越高，吸引力也越大，正所谓重赏之下，必有谏夫□c.选择超市老总坐堂值班，是体现超市的诚恳，可以是老总和副总轮流值班。

6、其他活动

猪年礼品展：跟羊有关的礼品和商品，有羊图案的商品，如壁毯、羊拼图、羊造型玩具等。

编织围巾教学：冷冷的冬天，为心爱的人编织一条暖暖的围巾，你知道如何编织围巾吗?邀请专业人士在超市现场讲解示范如何编织围巾，并提供材料供顾客购买。

四、实施与控制

1、费用管理(单位:元):

总预算:

促销员工资:

礼品费:

广告宣传费:

促销活动费:

日杂开支:

2、效益核算

资金使用效率xx%以上，赤字率不超过x%为优

吸引足够人流量达到并超过xxxxxx人为优

销售额达到并超过xxxxxxx元为优

顾客满意度达到并超过为优

3、组织保障

撰写组织分配书一份，责任明确到人到事;

制定明确的奖惩制定

成立监察小组

项目负责人： 店长

人员组

礼品组

宣传组

4、衡量效果

其中：

圆满完成=60分

优秀=89分

非常优秀=90

分失败=50分

非常失败=25分

彻底失败=0分

总分=30%人流量效果分+40%销售额效果分+30%顾客满意度效果分。

促销活动计划篇六

一、【活动主题】：

“哥姐们过得不是光棍节，是一种境界！”

二、【活动目的】：

在每年的这一天，一直习惯过着单身的你是否感到寂寞、孤独、繁忙的学习与生活你是否糟糕透了？你忧郁的眼神表露出了你对美好生活的向往！然而你却无能为力。那么现在有一个好的机会，那就是来到“哥们们过得不是光棍节，是一种境界”的主题活动中释放一下你久违的激情给自己一个机会好好的放松一下。沉重的心理需要得到释放、寂寞的心需要朋友来安慰、平淡的生活需要一点刺激和浪漫。我们倡导健康、快乐、自信、时尚、让生活可以更美好！不管你抱着怎样的心理来看待我们这次活动，首先请用一颗开放的心来体验一下。我们将尽可能把快乐带给美一个人！

三、【活动口号】：

“单身无罪，光棍光荣！”

四、【活动意义】：

11月11日光棍节是所有单身年轻人的节日，也是所有单身朋友展示自己的舞台。如今光棍节不仅是校园趣味文化的代表产品之一，更成为弥散于社会的一种文化形态。在这里，我希望通过这个活动加深群员间的感情，促进光棍节的文化气氛，为了给明年的情人节做准备，为了促进中国人口的发展，为了群友们的将来，为了守卫世界的和平，贯彻爱与真实的邪恶，特此举办此次活动！

五、【活动时间】

20xx年11月11日

六、【活动地点】

10号统一通知

七、【活动对象】

群员

八、【活动内容】

经过商议，特此宣布：

1： 20： 30在通知地点，吼歌比赛《一辈子孤单》《男人哭吧哭吧不是罪》《分手快乐》《单身快乐》《单身情歌》。

2： 11.11分集体高呼我们活动口号“单身无罪，光棍光荣！”

九、【资源需要】

需要资源：物力资源，赞助商

十、【广告宣传】：

海报，互联网等。内容如下：你累了吗？你寂寞了吗？曾经让你引以为豪的自由，在光棍节到来的这一天让你陡感凄凉了吗？你曾在某个夜晚强烈地思念某个人吗？你做过多次努力也忘不了她（他）的笑脸吗？在这个特殊的夜晚请来我们的“哥姐俩过得不是光棍节，是一种境界！”的主题活动吧！这里牛郎，织女与您有约。这里有着你想不到的惊喜与激情！我们热烈欢迎您的参与！

十一、【活动注意事项】

1、制造气氛的要积极主动。

2、自身注意安全，后果自负。

3、如果因为本次活动出现情侣分手、横刀夺爱的悲剧，该活

动策划组织人员一律不负任何责任，参加活动前还请达内。

4、本活动乃健康文明有良有序的活动，禁止一切暴力、粗俗、下流的言行与动作出现，违犯者当场清理出局。决不留情。

5、所有人员必须爱护公共物品如有损坏需要自行赔付。

十二、活动主题：

“光棍狂欢之夜”

活动背景：在每年的这一天，一直习惯过着单身的你是否感到寂寞、孤独、繁忙的工作让我们的生活糟糕透了。你忧郁的眼神表露出了你对美好生活的向往！然而你却无能为力。那么现在有一个好的机会，那就是来到“光棍狂欢之夜”释放一下你久违的激情给自己一个机会好好的放松一下。沉重的心理需要得到释放、寂寞的心需要朋友来安慰、平淡的生活需要一点刺激和浪漫。我们倡导健康、快乐、自信、时尚、让生活可以更美好！不管你抱着怎样的心理来看待我们这次活动，首先请用一颗开放的心来体验一下。我们将尽可能把快乐带给美一个人。

活动时间：11月11日晚上《8.40——凌晨》

活动地点□ktv□在10号前活动参与人员确定后我们在确定场地)

活动口号：交友万岁，单身无罪。

活动费用：男120元女免

活动内容：

1、娱乐游戏

2、悲伤情歌大pk

3、光棍节之重头戏“狂欢夜”

注意事项：所有人员必须爱护公共物品如有损坏需要自行配付。

报名事项：发送报名表至xx□

促销活动计划篇七

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达合美嘉家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升，家具促销活动方案。

二、活动主题：

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来合美嘉

三、活动思路

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合美嘉的品牌影响。

四、活动时间：

20__年9月10日—20__年10月5日

五、活动地点：

郑汴路凤凰城合美嘉家居自选商场

六、活动内容：

- 1、合美嘉一元“秒杀”更劲爆！
- 2、合美嘉预订套装家具更惊喜！
- 3、合美嘉套装组合家具更超值！

活动一“合美嘉·一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

20__年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：

持有合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

1、9月10日—10月5日期间，至合美嘉家具自选商场认购秒杀券；

4、9月10日—10月5日期间，预订合美嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；

5、媒体推广：合美嘉报广□dm□大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

合美嘉的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与合美嘉客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

媒体合作形式：

2、以“预订合美嘉套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达，规划方案《家具促销活动方案》。

顾客组织：

2、合美嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

3、合美嘉建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

4、活动期间，到合美嘉店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

活动道具：

8秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、

体健貌端的人为宜，需一人；

10颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

活动规则：

8在法律许可的范围内河南合美家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

秒杀活动流程：

1上午8：00——下午5：00

2上午8：00下午3：00

3上午8：00—9：50下午3：00——16：50

4上午9：50下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00下午17：00

6上午10：10下午17：10

请合美嘉领导讲话，介绍合美嘉及合美嘉企业文化、经营理念等；

7上午10：20下午17：20

8上午10：25下午17：25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；(第一场活动请合美嘉领导抽取第一个顾客)

9上午10：28—10：48下午17：28—17：48

10上午10：50下午17：50

11上午10：55下午17：55

合美嘉员工引导顾客光临合美嘉卖场；

12上午11：00下午18：00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

促销活动计划篇八

商家都会抓住每一个商机去实现自己的目标：培养顾客忠诚、提高销量或者对对手的行为作出相应的反击。六一儿童节就是这样一个人不容错过的借口。

儿童是商家重要的消费群体，在儿童身上有很大的消费潜力，父母的很多消费都是围绕儿童展开，因此，商家们完全可以借助六一促销活动，充分的调动起相关的适合产品，吸引刺激消费者，但同时，六一促销活动的目标客户是孩子们，而

消费的主体是家长，因此，对于如何吸引孩子，刺激家长消费就需要下点功夫了，这也决定了我们的促销活动要能是家长和孩子们一起参与。

二、促销目标

1、短期目标：提升超市的销售额

2、长期目标：通过该次活动，提升顾客的忠诚度、实现重复购买

三、促销活动安排

活动时间是从6月1日到6月3日。

活动一：六一节买六送一

在超市中选择一批商品进行买六送一活动，比如酸奶、果奶、饮料、果冻、水果、文具等商品，实行买六件送一件的促销活动。由于促销成本为1/7，即让利14%，因此本活动需要厂家支持；其他一些生活日用品（花生油、洗发露等其中的一些牌子）统一打九折。该活动主要是通过让利来吸引顾客的参与，保证活动的圆满完成。

活动二：当天购物满161（包括活动一的消费额）元的顾客，可免费享受由“妈咪宝贝”专业摄影师拍摄亲子合照一张；购物满200元，即可获赠61元摄影现金券一张。并且会在，每一张合照中写明“_超市与父母见证我的成长”几个字，以实现让顾客惊喜，进而提高本超市的知名度。

活动三：该活动凡17岁以下的青少年儿童均可参加。本次活动为超市将设立一个旧玩具捐献区，由商场统一把收集到的玩具捐给福利院儿童，凡捐献的小朋友还可获得一份小礼物，并会将该爱心在、捐赠活动结果在超市门口公布（礼品主要是

文具类的商品，并赠送一个明信片，代表福利院的小朋友感并祝福他们，希望他们健康成长，成为祖国接班人)，与此同时捐赠者可免费享受由“妈咪宝贝”专业摄影师拍摄的亲子照一张。该活动主要是提升超市的形象，提升超市的竞争力。

只承担其中冲洗照片的二十张)；

3、当顾客的消费额在300元以上时，费用全由超市承担(超市承担冲洗照片的三十张)。

四、整合促销

1、广播媒体宣传

2、桂林晚报宣传

在5月25日——6月3日的桂林晚报上，积极推出各类的促销信息；

3、店内广播：

从卖场的上午开业到打烊，每隔两个小时就播一次相关促销信息的广播。

4、卖场布置：

1) 场外：

a) 在免费寄包柜的上方，用万通版制作六一促销宣传：

b) 在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势；

2) 场内：

5、安排3—5名的促销活动导购小姐，引导和讲解活动内容等。

五、促销活动预算

- 1、与“妈咪宝贝”的合作中，三天费用预计是5万；
- 2、媒体宣传费用是3万；
- 3、超市内外的宣传物花去费用3万；
- 4、设备三天的租赁费用是1万；

六、其他

- 4、超市经理负责对超市员工的培训和活动的组织控制
- 5、财务部负责促销预算的核心和监控