

2023年电商促销方案 电商促销活动方案(精选5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

电商促销方案篇一

一. 活动时间：

20xx年8月28日(七夕节)-8月29日

二. 活动主题

会说情话的玫瑰——珠宝传递你的爱

三. 活动背景：

每逢佳节倍思亲□xx年8月28日(七夕节)-8月29日好节相连，情人节是表达爱情的绝佳机会，元宵节古称灯节，也是夫妻相约看灯互诉衷肠的节日，人们这个时候最多想到的就是自己的爱人或情人，人们会想到送鲜花给爱人或情人，同时还会买礼物(如珠宝、化妆品等等)，所以我们就迎合了这种心理，特意推出新颖别致的礼品——会说情话的玫瑰，让人们在送礼物的同时用会说情话的玫瑰表达对爱人或情人的爱和感谢等情话，使珠宝附着上情感的含义，以情感诉求打动广大消费者的心，以情感营销取胜。

四. 活动目的：

1. 通过此次活动增加情人节期间卖场人气；

2. 提高珠宝品牌在当地知名度，抢占市场份额；
3. 进一步提高珠宝的品牌美誉度，以利于长期推广销售。

五. 活动内容：

1. 造势活动：

(2) 各地加盟商在各地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、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

2. 柜台促销：

凡在珠宝专卖店/柜买满1000元即送“会说情话玫瑰花”一朵，此活动是为了使人们在情人节来表达对爱人的爱恋和感谢等，主要是用“会说情话玫瑰花”录制人们在平时不好意思对爱人或情人说出口的情话和感谢的甜言蜜语，之后连同珠宝一起送出，使爱人或情人获得尊贵的钻石的同时又得到一份情感的精神馈赠。

3. 新款上市：

总部将有一系列的打动人们深层情感的新款钻饰(主要是“信守”、“善美”系列)同时发售，与本次活动一起在情感上打动顾客，与活动一起相得益彰的使本次“情感营销”取得全面的成功。

六. 活动宣传与推广

七. 活动经费预算

略

电商促销方案篇二

1、家家乐电器有限公司成立x周年，为更好的证明了家家乐的实力，传达家家乐的经营理念，提升企业品牌形象，开展全方位的推广活动势在必行。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金（无论是在电视广告、报纸、单张上）全力反搏；国美电器欲于国庆前后在新塘开业；大环境上，国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场，家电行业激战越演越烈。

3、为了减少家家乐电器有限公司挂绿店的搬迁造成的负面影响，强势宣传博罗店的成功签约。

4、中国传统的国庆节，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。综上所述，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，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

1、活动主题司庆期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到；（具体时间：9月24日——9月30日）

国庆期间活动口号：贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。（具体时间：9月28日——10月9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家家乐辉煌历史。

3、活动时间：9月24——10月9日

家家乐各连锁店

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、各分店全场特价各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在：

a□库存量较大、急需处理商品。

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型。

c□我司主推商品。

d□厂家规定特价商品。具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送活动主要针对司庆期间光临家家乐电器连锁店的顾客，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。

3、购又送活动主要针对国庆期间在家家乐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。日日新店由负责联系券，新塘店由负责联系，河源店由负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送主要根据厂家在我司活动期间所推出的优惠政策配送的赠品及日常所配送的赠品，要求在活动前由采购部根据厂家赠品配送政策及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送

政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、9日开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。

6、一元超低价活动

a□活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b□超低价商品明细表：略

c□超低价抽号券2种领取途径：

□a□□每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。

□b□□9月24日—10月3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：9月24日—26日；10月1日—3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：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，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：9月24日——26日；10月1日——3日

b□活动地点：家家乐各连锁店

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1000元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次；购物满10000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。

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：9月24日—25日、10月1日—2日、10月8日—9日

b□活动地点：家家乐各连锁店店门外

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列活动。

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：9月24日——10月9日（如消费者反应强烈可继续实施）

c□活动主题：家家乐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：

a□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：创造增城首家，制造舆论效果，从侧面提升家家乐的影响力；费用不是很大；突出家家乐的服务质量；为以后的服务提供借鉴依据。实施措施：

□a□时间：9月24日—10月9日，24日前通过广告宣传，渐渐把顾客注意力注意到家家乐，国庆前再通过广告宣传活动内容以此把活动推向高潮。

□b□是以打电话预约形式完成（未形成惯性，避免无目的性），我司通过广告形式向顾客说明预约电话号码，一般情况下是提前1天预约，次日根据顾客的购买时间定时到顾客家中接人。

□c□各片区、分店接电话负责人：各分店文员，分店文员接电话后登记顾客的姓名、电话号码、地址、及接送时间，如顾客需当天来店内购买，文员电话至接送司机，司机负责到顾客家中接人，每天下班前文员负责登记需接顾客名单并交班给车队长。

□d□接顾客车安排：增城区安排面包车接顾客，新塘安排售后面包车接顾客，河源安排长安面包车接顾客，由车队长负责安排接顾客司机（原则上一个司机负责一天接顾客的工作）。如司机把顾客接到店内后又到其它地方接顾客首先到仓库询问是否有到该地方的货物并顺代送货。

□e□顾客到车上后，司机负责给顾客发“购买商品意向”纸条（到店门口用，后有介绍），并告诉顾客把希望购买商品写在纸上，由顾客保留，司机向顾客说明到店门口后交在门口接待的服务人员。

b□售中服务：是指顾客到店门前后到购完商品后阶段的服务

(a)负责接顾客的司机把顾客接到店门口后，司机向顾客说明到店门口由接待员接待并把“顾客购买意向”书交给门口接待人员。

(b)9月24日至10月9日各分店负责安排至少2名接待人员在店门口接待顾客，接待人员要统一，同时带公司绶带，接待服务人员不仅仅是在门口微笑、鞠躬，而也要带领顾客到店内对应组（如是车接来的顾客会有“购买商品意向书”，如没有接待人员要问顾客要购买xx商品），接待服务人员把顾客送到对应组并交接给销售员后再回到原位。

(c)销售员在接到顾客后要微笑向顾客解说并在顾客选商品的同时给顾客倒杯水，现场会出现顾客先不购物而是到其他商场比较或者是等几天再购买的现场，销售员要极力挽留顾客，提高购买完成率。

(d)顾客购物后，如小件商品顾客自行提走，如是大件商品顾客可自愿选择自行走或跟车走，如顾客选择跟车走购物后到休息区休息，各分店安排一个休息区，休息去旁要有饮水机一台及当天或前日报纸，并在现场摆放一台彩电和dvd并播放精彩电影，现场安排一名服务人员负责现场倒水和处理其他事项工作，让顾客真正感受到的放心服务。

c□售后服务：具体由廖总负责，按照以往操作执行。

f□宣传安排

a□电视广告

□b□□广告投放费：略。

b□横幅：30条：规格□12x0.75m□内容：“家家乐x周年志庆之放心服务全面体验篇，拨打电话预约购物，家家乐免费接

送，让您享受尊贵服务”，数量分配：各分店门口各一条，增城市所属下乡镇1条/镇，河源5条/县。由各分店行政主管负责相关报批及安排悬挂工作。

1、单张：数量20000张□a4彩色印刷，其中增城夹x日报3000张，新塘夹报20xx张，河源夹报3000张，其余各分店4000张，各分店店长安排销售员在各所属乡镇派发。

a□活动时间：9月23日—10月3日

b□活动形式：车辆巡游、人员巡游

c□具体安排：

□a□□车辆巡游：按照空调节方式进行。

□b□□人员巡游：人员巡游：各片区、分店于9月23日至10月3日每天10名人员在所属片区内巡游，为推出效果新颖性和刺激顾客的眼球，人员巡游的带头人为形象较好的女性并穿旗袍手拿宣传牌，宣传牌上书写“家家乐电器欢迎您”，如单张印刷出来后，巡游人员并负责派发单张工作，在路上巡游其间人员不能走散，包保持单行行走，到路口后，人员可散开并开始派发单张，隔段时间后人再排队开始巡游。

□c□□巡游路线：各分店根据各区的消费习惯及消费比例合理制定相关巡游路线及派发单张数量。

□d□□彩车装饰：各分店安排3辆彩车巡游，彩车上配备宣传喷画两张、车头插彩旗两面、车身插彩旗4面进行装饰，喷画具体内容由市场部制定，并通知车辆于活动前2天到广告公司统一安装。

□e□□彩车来源：负责于9月20日租赁9辆0.6小货车，要求货车

不能太旧，司机手续齐全，并听从我司安排，活动期间巡游车辆要求车身清洁定期清洗。预算：租赁费150元/天，油费60元/天。

1、电视广告

a□投放时间：9月22日—9月24日；9月29日—10月1日

b□投放形式：密集投放文幕广告

c□媒体选择：增城、新塘、河源电视台

d□广告词：贺司庆、迎国庆，千万让利、以“礼”服人20xx年9月24日—10月9日家家乐各连锁店联合众厂家齐献礼：来就送可乐、购物又送麦当劳券、厂家好礼送不停；购物抓现金、老总签名售机，热歌热舞闪亮登台；更有全场特价80%，一元家电抢购即将惊爆全城。礼多人不让，我们承诺：只要您来，我们就送！比质量、比价格、比服务，就是家家乐。

e□广告投放时段及费用：略。

2、报纸广告

a□投放时间：9月24日、10月1日

b□□《增城日报》商业导刊b1全版。

c□形式及内容：标题：诚信铸就、十九辉煌、众店齐庆、礼礼俱到内容：上半版主要通过文字全方位展现家家乐电器有限公司十九年辉煌历史；下半版通过图片及文字介绍司庆、国庆期间系列优惠活动及系列特惠商品排版。

d□费用预算：（暂略）

3、宣传单张

a□套红a3版，80k铜版纸，90000张。内容为活动期间系列促销活动及相关特价商品介绍，单张正面为本次活动主要内容、厂家相关信息，反面为各组特价信息，18日前由设计人员根据已订内容设计单张基本框架及填写既定内容，20日前根据采购部提交的特价内容及厂家活动再对单张修改，21日前完成单张设计，22日上午印刷完毕后分发到各分店。

b□派发时间：05年9月23日——10月2日

c□各分店派发负责人：各分店根据各区的消费习惯及消费比例合理制定单张派发地点及方式（地点主要以人流量较大的商业街、超市、市场等主要地点），各店每天派发20xx张。
具体负责人：日日新店□xxx□□新塘店□xxx□□河源店□xxx□□

d□售后中心及加盟点派发：负责人：廖总，安排维修师傅上门维修时派发，也可在服务点派发，共4000份，具体派发计划由廖总酌情安排。

4、门店、过街宣传横幅

a□悬挂时间：9月22日——10月6日

b□悬挂地点及数量：日日新店（门口）1条、新塘店（门口）1条、河源店（门口）1条、增城市内5条、新塘镇内5条、河源市5条、其余镇6条、共24条。具体悬挂地点由各店店长安排。申报事宜由行政部（增城）、新塘店店长助理、河源店店长助理安排。

c□规格□15mx0.75md□内容：

□c□□贺司庆、迎国庆，家家乐电器连锁店联合众厂家齐献礼，

一元家电抢购惊爆全城+活动时间、地点（下行）

□d□□贺司庆、迎国庆，家家乐以“礼”服人，来就送、购又送，全场特价80%+活动时间、地点（下行）

5、布幔数量：3幅，分别悬挂在日日新店、新塘店、河源店门口广告牌上，日日新规格□6mx4m□新塘店规格□5mx4m□河源店规格：由河源店店长提供。

6、舞台背景画数量：3幅，分别于9月24日、25日，10月1日、2日、8日、9日挂在日日新店、新塘店、河源店三店门外促销舞台上，其余时间挂在各店招牌下。具体由各店店长安排。内容于9月22日设计完毕，23日前各分店悬挂完毕。

7、户外其它气氛营造根据各店情况对店外气氛布置。要求如下：

□a□□充气拱门：3条，各店1条，内容为“贺司庆、迎国庆，家家乐电器连锁店千万让利、以‘礼’服人”。

□b□□舞之星：6个，各店2个，由市场部统一购买。

□c□□印字彩旗：300面，各店100面，具体由各分店自行安排插放位置（店门口及主要街道花基）。

□d□□升空汽球：26个，各店8个，日日新店10个，新塘店6个，河源店个，悬挂于各店店门两侧，内容可参考横幅标语。

□e□□厂家贺幅：150条，日日新店50条，新塘店40条，河源店60条。

□f□□促销帐篷：6个，每店2个。

8、场内气氛营造根据各店情况对店内气氛布置。要求如下：

□a□□专柜布局（各分店安排）

□b□□特价牌制作及安装（各分店美工安排）

□c□□吊牌海报（市场部）及其它活动海报制作（各店美工）

□d□□特惠商品及赠品堆头（各分店安排）

□e□□主推机型及新款机型陈列（各分店安排）

□f□□休息区布置（各分店安排）

□g□□礼品发放区及购物抓现金兑奖区（各分店安排）

□h□□导购员形象包装（迎宾小姐须佩戴礼仪带）及导购技巧（各分店安排）

□i□□宣传广播，市场部根据活动内容统一制作，各分店安排播放

9、短信（略）

（略）

（暂略）

电商促销方案篇三

活动背景：目前xx地区的家电卖场主要以打折抽奖为主，赠送礼品为辅的活动形式□xx柳州店（以下凡是出现此店名都用本店代替）如果想在柳州家电市场占有市场竞争力，必须打造新形态的活动模式。所以，我们要不断组织有主题的促销活动，结合文体活动，不断吸引柳州百姓眼球，使本店给消费者耳目一新的活动。

活动目的：

本店美誉度、信誉度日日叫好。所以，为了感谢新老各户，吸引柳州百姓的更多眼球，让消费者聚焦本店，不断提升本店知名度，让柳州百姓感受到本店折扣风暴和视觉盛宴。

活动时间：4月1日—4月30日目标人群：

本次活动意在拉动柳州消费者对本店店的关注。

7重奏分别针对不同年龄、不同阶层、不同消费水平的人群进行吸引。5类人群：年轻时尚男女、新婚夫妇、热恋情侣、在职军人、家庭经济主妇。

活动内容：一、促销活动

1主题：一重奏，新婚喜上喜—华生送爱礼

内容：凡在4月1日到6月1日准备结婚的顾客和新居入伙的顾客，在本店购买任何产品达到活动数额的都可以选择新婚礼包，都有机会获得新婚大礼。

图片已关闭显示，[点此查看](#)

图片已关闭显示，[点此查看](#)

1. 凡在活动当天，购买的消费者，皆可享受8折优惠(部分商品如：手机、剃须刀、相机等)
2. 凡在活动当天，购买的消费者，皆可享受8.5折优惠或赠品(部分商品，如电冰箱、微波炉、电视等)
3. 我是阻击王：凡在活动当天购物满99元(金额可增加)的消费者，凭借购物小票皆可参加此活动。(一张发票限射一次，直到击破气球为止)备注：以射击标靶的形式，射击气

球，气球内装上礼品小票。

奖品设置：大勺100、纸抽150个、水杯80个、名牌电饭锅20个、美的烤箱5个活动费用：

图片已关闭显示，[点此查看](#)

4主题：四重奏，省电达人大比拼

内容：凡在4月15日—4月30日期间，来华生电器购买单品大电的消费者（空调、冰箱、洗衣机、电视、烟灶热等）皆可参加省电达人活动。奖励：1. 购买1888元电器的消费者返券：100元电费（代金券）2. 购买2888元电器的消费者返券：200元电费（代金券）

活动费用：本次活动返券费用5个点5主题：五重奏，爱他就送他（她）内容：1)

1. 凡买情侣配套电器的即可获得家电的祝福礼品。凡来购物的顾客皆可获得玫瑰花一支（200支送完为止）

2. 买情侣手机（两台机器）的顾客，本店赠送情侣号一对。

5. 凡来本店购物的消费者，可凭购物小票获得**精美照相馆代金券、优惠卡（需要和照相馆商定）

6. 厂家提供情人节特卖机型及赠品（手机、数码卖场要组合出情人节商品套装）

4月26日活动当天前来购物的朋友，单品满99元即可获得许愿灯一个，晚上7：00在本店电器门口凭借发票统一领取，统一放飞。（活动记录下来，并用软文炒作）

活动费用：锁头3元/把共100把300元

北山费用200元

许愿灯7元/个共100个700元照相馆费用1000元

备注：配合活动产生的促销费用由厂家承担，玫瑰费用、挂锁活动、许愿灯由本店承担。

6主题：六重奏，灿烂四月本店购物幸运星（大促销）

凡在1日到31日在本店电器购物满199元的消费者，皆可兑换抽奖券一张，满299可兑换两张，以此类推最高限额5张，参加31日下午2：30的抽奖活动。奖品设置：

一等奖1名液晶42大彩电1台二等奖2名时尚数码相机1台三等奖10名精美mp41台纪念奖100名华生纪念水杯1个活动费用：

共计：24920元

7主题：七重奏，手机整点大抢购（可换其他抢购产品）

内容：1日—31日，每周日10：00—15：00，每一小时产生一位幸运消费者，以9元超低特价购买商品。（服务台提前10分钟到各收银台收取发票，整点准时抽取，要求消费者必须到现场，不在者视为自动放弃，公司员工不得参加。）

活动费用：手机800/台4台/天4天12800元

道具准备：

锁架1个，玫瑰花200支，锁头（100个）许愿灯100个、纸抽100个、水杯30个、、气球（1000个）、气枪2把、飞镖靶1个（视情况定）

活动预算：

策划成员：曾鹏秦文强

策划时间：2011年3月24日—3月27日

课程：商务策划策划团队：奋斗

电商促销方案篇四

农历五月初五，是中国传统的节日——端午节，为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的；并回馈顾客，希望能提高商场知名度，吸引人潮，为顾客提供一个温馨的购物场所，以及提高活动日的营业额，让顾客感受一个难忘的端午节。

二、活动时间20xx年6月4日—6日

三、活动主题端午节靓粽，购物欢乐送

四、促销方式

商品促销

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动

活动内容：凡五月端午活动期间，在丹尼斯各连锁超市一次性购物满38元，即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只，每店限送200只，数量有限，送完即止。

2、商品陈列

1) 采购部要求供应商或厂家，制作促销粽子的小龙舟，每店一个；

二)活动促销

1、《丹尼斯猜粽，超级价格平》

1)活动时间：6月4日—6日

2)活动内容：凡在

6月4日—6日促销时间内，在丹尼斯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。

3)活动方式

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子，让顾客进行粽子品牌及价格竞猜；商品由采购部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，为节后下一步的销售立下口碑打下基础。

2、《五月端午节，刺激包粽赛》

操作步骤：采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛；

参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。

五、相关宣传

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

3、场外海报和场内广播宣传。

六、相关支持

1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；

2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行包粽比赛；

七、费用预算

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：；

3、《五月端午节，包粽赛》活动：粽子散装米每店30斤/22店=660斤；

注：以上由采购部和供应商协商，材料由供应商提供

其他费用：

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

促销总费用：约16600元

以上为我们的策划方案，请老师审核。

20xx端午节促销活动方案三

一、促销主题：

品味端午传统佳节，体验多彩品质生活

二、促销背景：

一年一度的传统佳节端午节即将来临，人们在此时会用“吃粽子，赛龙舟”等方式来怀念爱国诗人屈原。

三、促销目的：

利用端午节来营造节日气氛，吸引顾客到来；促进销量，减少库存；提升品牌形象；使厂家、消费者、超市达到共赢；打击竞争对手。

四、促销产品：

粽子和与包粽子相关的产品；熟食；酒水饮料；夏天家庭常用的生活用品；一些家电。

五、促销对象：

全体消费者

六、促销时间：

6月22到6月24三天

七、促销内容：

1、凭小票免费领艾草

活动时间：6月22到6月23号早上8点到11点

活动地点：苏果超市门口

活动内容：23号早上在苏果超市门口，消费者可以凭小票免费领取艾草，每张小票限领两根艾草。

2、射粽比赛

活动内容：6月22号到6月24下午4点到7点，在苏果超市门前，顾客凡一次性购物满100元可凭小票参加射粽比赛。

活动方式：凭小票每人可获得5枚飞镖，在活动指定地点，参加射粽子活动，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。

3、现场促销

活动方式：免费品尝、购物满多少送多少、特价商品、打折、优惠券、捆绑销售等。

像粽子一些熟食类的产品可以采用免费品尝的方式促销。

像家庭用的一些生活用品可以采用特价、优惠券方式。

像酒水饮料类的可以采用捆绑销售。

像家电一些大型的商品可以采用满多少送多少、特价、打折等方式。

八、相关宣传：

- 1、在促销前，发放促销单
- 2、在超市外张贴门店海报
- 3、在超市中，采用pop□广播宣传
- 4、各种人员相关宣传

九、费用预算：

艾草500根

粽子六种口味每种500个

各种宣传费用

活动的舞台搭建、零散的物品

十、事物流程：

1、经销商、业务市场人员、其他渠道汇总意见。

2、确定此次活动负责部门及负责人以及相关合作部门人员。

3、研究讨论对经销商的折扣方式、促销活动的具体方式、主题等事务，正式启动促销，活动实施进程。

4□pop□货架、包装、其他宣传资料等设计。

5、内部人员培训：就产品知识、促销细节、铺货、货品陈列的具体要求等做详细说明。

6、经销商协商、沟通工作：落实进货、铺货、陈列□pop□货架、宣传资料等细节。

电商促销方案篇五

由于父亲节(6月20日)和端午节(6月22日)只相差两天，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。

6月10日—6月24日

1、扮靓父亲，重返年轻

2、给老爸一个温馨的父亲节

3、真情实意送父亲，健康礼品更贴心

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：

- 1、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等；
- 2、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀、体育用品、高档礼品等；
- 3、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：

- 1、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀等特卖；
- 2、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖；
- 3、让父亲更快乐：一些精美高档礼品等特卖；

三) 商品促销

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。