

2023年双旦促销活动策划 促销活动策划方案(优质8篇)

典礼是一种特殊的仪式，它可以凝聚人们的情感，增强团结和凝聚力。典礼的舞台和布置要符合主题和氛围，营造出庄重且温馨的氛围。感谢大家的支持和参与，以下是我们准备的一些典礼范文，供大家分享和借鉴。

双旦促销活动策划篇一

一、活动主题：

“xx红酒-神秘之旅”迎圣诞节大型抽奖酬宾活动策划案

二、活动目的

通过“xx红酒-神秘之旅”迎圣诞节大型抽奖酬宾活动，来拉动处于淡季的.红酒销量，提高品牌知名度。

三、活动时间：

11月底至12月初

四、活动地点：

各大商超卖场以及娱乐夜场

五、活动内容：

买任意一款xx红酒产品，即可参加“xx红酒-神秘之旅”迎圣诞节大型抽奖酬宾活动：

一等奖为免费获得全免“xx红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡

一张；

二等奖为享受三折“xx红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡一张；

三等奖为享受五折“xx红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡；

四等奖为享受七折“xx红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡；

五等奖为享受九折“xx红酒-神秘之旅”（多人游）优惠卡。

采取分批抽奖的方式，五天抽取一次。

六、活动构思：

圣诞节期间，对于处于淡季中的红酒销售来说，这可能是一个销售的高潮。为此，我们把市场推广活动同黄金周旅游结合在一起，推出“xx红酒-神秘之旅”迎圣诞节大型抽奖酬宾活动，来刺激消费者购买xx红酒。此方法还可以用于12月份对k/a终端服务员的销售促进奖励。

七、活动策略：

实际上“xx红酒-神秘之旅”活动，由我们自己来组团，利用公司总部在云南的优势，这样一来，成本费用便大大降低，让更多的人参加进来，扩大活动轰动效果。旅游路线为长沙-----xx红酒酒庄。（参观xx红酒种植园及生产线）-----昆明---长沙，共计三天两晚。通过与某旅行社挂靠（名义上是该旅行社和我们联合促销，）开辟这条旅游线路，然后从某大学招聘两名旅游专业的学生做我们的兼职导游即可。

八、宣传策略

引人入胜的风土人情对旅游者来说有着相当大的吸引力，我们的前期宣传工作中，故意不告之具体的出行线路。调足消

费者的胃口(神秘之旅之神秘所在)。宣传中特别强调此次活动中奖面大，甚至优惠卡不限本人使用，凡中奖者可以免费获得九折优惠的增补名额，极大的刺激消费者的购物心理。

媒体投放□tv□fm□报纸、卖场pop等

双旦促销活动策划篇二

给单身的你找寻另一“半”的机会。

但愿人长久/光棍不再有。

稳步提升太子娱乐品牌。

太子酒吧

20xx年11月11日

因“万圣节”的大型活动刚过，且“光棍节”在雁城这样的二线城市发展空间不是很大，加上一年一度的“圣诞节”即将到来，综合考虑，决定对此节日在不做大，但一定要做细、要做得深入人心。

- 1、活动当晚凡20：30前到达酒吧的女士均可获赠鸡尾酒一杯。
 - 2、全场互动环节，如有光棍男士相中喜欢的女士可写小字条由服务生传递dj台，由mc现场传达客人心声。
 - 3、时尚性感美女神秘嘉宾多名现场上台激情助兴表演。
 - 4、晚十一点抽取幸运消费奖，一等奖1名：芝华士洋酒一套；
() 二等奖2名：百威啤酒一套；三等奖3名：长城干红一套。
- 1、酒水部做好赠送鸡尾酒的各方面准备工作。

2、节目部安排好现场助兴表演的音乐、灯光及所需部门的配合。

3、策划部负责店内店外的活动宣传推广。

4、财务收银准备好抽奖奖券。

1、一楼大门口大型海报一张、店内x展架3幅、电梯小海报4张；

2、策划部市场单位x展架16幅、不同规格海报3张

宣传内容：（短信、展架、网页）

但愿人长久，光棍不再有！快快行动吧，在太子酒吧告别你的单身！

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会！

活动当晚8：30之前进入酒吧的女士均可获赠鸡尾酒一杯

活动现场人人有奖

双旦促销活动策划篇三

策划部

客服部，市场部，生产部，各连锁店

购物送礼，产品特惠

通过圣诞和元旦的促销活动，全面提高公司各连锁店的销售，同时树立公司的品牌形象，使广大消费者了解玛莲奴美容连锁店、光临玛莲奴美容连锁店、喜爱玛莲奴美容连锁店，同

时也增加各代理商对公司的信心。

1、结合此次活动时间的特殊性（圣诞节、元旦节）

3、适逢圣诞、元旦节为较为寒冷的冬季，如何让此季节结合我们活动使之成为一温馨、亲情的季节性活动也是我们设计活动主题的考虑点；以上三点为设计活动主题的主要侧重点，通过分析总结出的活动主题初定为：

1□dm宣传单页、吊旗。以圣诞、元旦为主题，并说明作主推产品及节日促销单张。

2、形象场景布置

a□专卖店

b□专柜专柜性质，由于商场进行统一管理及受场地限制，专柜边朝主通道位置放置x展架一个，上面写好促销活动的详细说明，内部悬挂吊旗和彩带，可根据许可增加户外喷绘横幅一条。

3、节日形象pop□节日形象pop□x展架）配合dm单页同时使用，以圣诞、元旦为主题，并配合节日促销活动项目，并追加冬季主推产品。节日优惠酬宾、用于吸引顾客形成强力的视觉冲击力。所有美容师头带圣诞帽，配合整体节日的形象。

5、库存积压产品可特价销售。

6、如果有条件的店铺，希望活动期间准备好奶茶和咖啡，提供热饮，让顾客切身感受到温暖冬日的寓意。

7、如有条件的专柜或店铺可在圣诞树上悬挂好高档购买者专用的抽奖许愿红包若干，奖品可以为现金1—300元左右的礼品。

1省级代理商进货二万元送15000面价产品，按全年的总销售额3%返回现金
进货一万元送5000面价产品，按全年的总销售额3%返回现金
2市级代理商进货一万元送5000面价产品，按全年的总销售额2%返回现金。

进货5000元送20x面价产品，按全年的总销售额2%返回现金
3盟店。形象店进货5000元送20x面价产品，按全年的总销售额1%返回现金。

双旦促销活动策划篇四

沃时代手机连锁店平鲁店借助五一来操作、拉动人气，让更多消费者知道手机vip服务沃时代。做好促销不但可以带动新一轮的.销售高潮，大力度的提升和完成销售目标、帮助商家清理不良库存，还可以使商家品牌形象在市场地位中得到进一步的巩固和提升。

促销的对象应该包括县域内的所有农村和乡镇居民。

4月17日至4月22日四主题促销

- 2、你来我就给，进店就有礼。
- 3、魅力平鲁，开业我放“价”。
- 4、开业“豪”礼拿到你手软
- 5、开业促销七天乐，购物休闲两不误

活动时间:4月16日至4月22日

活动目的:抢购抽号活动目的是一大早就在店门前聚集一大批消费者，对其他门店或者后到的消费者有强烈地吸引作用。

2、你来我就给，进店就有礼。

活动时间:4月16日至4月22日

活动目的:增加店内人气。

3、魅力平鲁，开业我放“价”

活动时间:4月16日至4月22日

活动内容:低价形象，拉动销售。

注意事项:对于一些市场价格敏感的特价流水机价格坚决打压到最低!而对一些资源机则可以通过卖赠的方式拉动销售，以保证毛利。一些利润机可适当以打折等方式降低一些利润!促销在一般的情况下，销售量都会有增长，但是销售额的增长有时候会不明显，原因在于特价流水机销售占比过大所以一定要注意利润机、特价机和流水机的销售比例。

4、开业“豪”礼拿到你手软

活动时间:4月16日至4月22日

活动内容:根据不同价位段的机型设立不同的礼品赠送，机器售价越高利润相对越大，礼品也相对加大力度。

注意事项:一张小票对应一份礼品，礼品的搭配结构设计要合理，可以选择当地人群需要或用处很大的物品当作礼品。

5、开业促销七天乐，购物休闲两不误

活动时间:4月16日至4月22日

(1) 有奖猜谜活动

共设谜语xx条(凭当天购物小票参加)猜对谜语追加赠送小礼品。

(2)购物乐翻天

购物xx元以上，(凭当天销售小票参加活动)增设类似“幸运52”中的砸金蛋，礼品质量比猜谜活动稍高一些。

其他活动内容

(1)户外静展、路演等。吸引消费人群和人气。

(2)以旧换新、样机打折等。

(3)联合促销。联合所有可以联合的没有直接竞争的商家，共同做好促销。

(4)先到有礼。先到有礼活动是要一开门就要有成交，带动其它犹豫不决的顾客快速采取购买行动。

1□dm报纸和单页

2、广告车体宣传

3、门前led大屏宣传最最重要的是要把促销内容在促销实施前传播出去，只有让消费者了解促销内容才能引起顾客的消费欲望。

为了营造卖场销售氛围，对于一些辅助物资，事前统计好种类和数量，并确定好到位时间，保证行动协调一致。这些物资包括吊旗、地贴、楼体竖幅、指示牌、特价签□pop制作等。

促销活动，安全是第一位的，一定要注意消费者和店面的安全。有一些活动容易引发消费者之间的争执，如特价机抽号

时，有人很早就来排队，但是有的人来的晚还要加塞，这种情况事前要有所安排，要有人维持秩序，保证活动井然有序进行。

双旦促销活动策划篇五

农历八月十五日，是我国传统的中秋节，也是我国仅次于春节的第二大传统节日。中秋节的`民间习俗多与月亮有关。赏月、拜月、吃团圆月饼等，每当中秋月亮升起，于露天设案，将月饼、石榴、枣子等瓜果供于桌案上，拜月后，全家人围桌而坐，边吃边谈，共赏明月。

- 1、月饼数量与卡座、包房数量相同，目的是让顾客获得奖品；
- 2、获奖通知单在众多月饼中的其中一个（其它均为安慰奖）；
- 4、由工作人员把各自的月饼一一送上，顾客自己各自吃掉月饼，找出获奖通知单；这个时候给其他顾客颁发安慰奖。
- 5、获奖顾客的奖品是所有消费，本店自己买单。
- 6、中秋的小问答：（不管答案对错均有礼品赠送）

问：中秋为什么要吃月饼？

答：因中秋节的民间习俗多与月亮有关，吃月饼表示团圆。

问：为什么人们搞个月亮挂在天上，不挂个南瓜呢？

答：随便答（主要带动气氛，重在参与）

双旦促销活动策划篇六

为办好20xx新春团拜会，力求选出最有创意、最具特色的策

划方案，同时尽善尽美彰显华瑞文化，弘扬华瑞精神，丰富广大员工文娱生活，鼓舞广大员工的工作激情，增进广大员工的团结和文明氛围，树立华瑞和谐团队。特向全体员工公开有奖征集“20xx新春团拜会”活动策划方案，现就相关事项通知如下：

一、概述

（一）项目名称□20xx新春团拜会活动策划方案

（二）活动时间□20xx年1月27日10：18—15：00

（三）活动地点：金马饭店国际厅

二、征集说明

（一）集团办公室负责20xx新春团拜会活动策划方案的征集工作。

（二）征集对象：浙江华瑞集团全体员工均可应征投稿。以团体或个人为单位均可。

（三）活动主题：活动以“20xx新春团拜会”为主题。具体团拜会主题或口号，在策划方案中另行提出。

三、方案内容要求

（一）效果要求：

主题突出，形式新颖，特色浓郁；内容与形式完美结合，有理想的效果和动人的场面，环节设计具有独特性和创新性。

（二）主题理念要求：

——突出表现华瑞20xx年度所取得的成绩与对20xx年度的展望；

——突出表现华瑞全体员工奋发向上、积极进取的精神面貌；

——突出表现华瑞集团丰富的企业文化，以及辞旧迎新的喜庆气氛。

（三）具体活动内容策划要求：

要有主题立意、创意基础及理念（亮点）、具体的结构（整场团拜会的章节设计）、活动场地设计等四个方面的表述。

其中，团拜会的章节设计中必须包括以下环节：1、为集团级“争先创优”的先进颁奖；2、文艺演出；3、幸运抽奖；4、观众互动；5、中餐宴。

（四）活动形式策划要求：

围绕表现主题，采取多种手法，体现华瑞集团特色。

四、策划方案交稿时间及交稿方式

应征者将策划方案的纸质文稿提交到集团办公室（外地团体或个人可以通过快递方式邮寄），电子文稿发送xxx□

交稿截止时间为20xx年11月23日

邮寄地址如下：

地址：浙江省杭州市萧山区建设一路66号华瑞中心1号楼28层。

邮编：311215

收件人：蒋华君

五、作品权说明：

- （一）集团将对有创意的、被采纳的策划方案酌情给予奖励。
- （二）应征者应保证所提交的策划方案或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的知识产权。

六、其他

- （一）集团办公室提供此次活动有关方面的资料，如企业文化资料、场地资料等等，做好咨询方面的服务。
- （二）在收齐策划方案之后，集团办公室会组织有关领导进行方案比选，或将请提交方案的团体或个人前来进行方案阐述。
- （三）不尽事宜，以协商形式解决。

双旦促销活动策划篇七

- 1、扩大和提高 xxx超市 的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的`供货支持。

随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注 全家一起置办年货 这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品(比如大米、鸡蛋等)以超低折扣出售。

从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。

通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。

超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

1、 选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a□消费者自己填写3个自己心目中的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数

量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票和宣传单印上广告词:这个春节，您当家。

效果目的:为了让消费者知道，今年春节，×××超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。

7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费。

从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

双旦促销活动策划篇八

一个好的促销方案能良好的展示产品形象，促进销售[20xx中秋节已经过去，让我们回顾一下上海月饼市场上各大品牌的月饼促销方案，看下它们是怎样来促销产品的。

有没有想过，中秋月饼也可以在优雅咖啡馆、精致的中餐厅里“堂吃”？今年就有商家提出了这一大胆想法。咖啡连锁店星巴克前些年就推出了西式甜点式的星巴克月饼，今年不仅保留这些带有西式甜点特色的月饼，还推出了冰淇淋月饼，并且推出月饼配咖啡的堂吃计划。根据星巴克“月圆、杯满、聚合缘”的主题，各色月饼可以买来搭配冰榛果拿铁或冰榛果美式咖啡，在咖啡馆里慢慢品味。

月饼包装过度一直是颇受人们批评的地方，今年厂家仍然是在包装上玩花样，不过不同于以往，而是通过人情味，让朴素的包装散发别样的光彩。

“今年月饼会唱歌”——这是冰淇淋店爱茜茜里打出的月饼广告。别以为月饼真的能唱歌，因为真正唱歌的是月饼包装盒：生产企业在月饼礼盒里设置了简单的录音设备，既可以播放提前录制的音乐，也可以由消费者自己进行录音留言，让收到月饼的亲友一打开盒子就能听到祝福。而宜芝多月饼口号是“只送给最重要的人”，除了口味上的翻新，今年的月饼促销方案上的一个亮点是在包装盒上加了一块有机玻璃：购买者可以将自己心中“最重要的人”或“最想说的话”写好，夹在这块有机玻璃下，使得原本千篇一律的包装盒成为独一无二的心意。

口味创新是月饼生产企业的必争之地，也是月饼促销方案上重点宣传的地方。在这点上，传统月饼和时尚月饼可谓各显神通。

记者发现，杏花楼月饼、新雅月饼等众多老字号除了保留豆沙、莲蓉等传统口味外，今年的变化主要集中在选择更精美的原材料，以便使月饼馅能呈现出食材的原汁原味。但那些时尚月饼，则充分发挥了“混搭”的作用——不仅口味上混搭，制作工艺上也同样混搭。

例如，哈根达斯冰淇淋月饼今年新出了“榛萃心意”脆皮冰

淇淋月饼，将威化的夹层脆皮和冰淇淋融合；德雷尔冰淇淋更是推出““芯”享事成”系列月饼，在馅料的口味上有巧克力、草莓、香草等多种，还特意将馅料做成爱心的形状，在切开月饼的一瞬间，食用者就能感受到其中的浓浓情意；元祖月饼推出“脆雪月”产品，由威化外皮、冰淇淋原料搭配果粒制成，口味独特，已在上海中秋月饼市场上刮起一阵“元祖雪月饼，天凉好个秋”的流行风。

sp策略中，常用的主要有四种，即降价和打折、买赠、派送、有奖促销。在具体的操作比较上，降价和打折所涉及到的具体的活动支出费用最少，对一些价格敏感的消费群体的影响力也最大，价格的下调极易对品牌造成伤害，品牌产品所集聚的目标群体会因品牌的贬值而流失，另外，消费者是买涨不买跌，价格一旦下调，将很难回复，强行上调，只会是失信于顾客，让顾客对品牌产品心灰意冷。

与之相对应的是派送，产品派送可以在短时间内让精选的目标人群看到自己的品牌和产品，并且由于获取的低成本甚至是无成本，也非常容易引动获取者的尝试性消费，这种效果是很多促销方式费尽万般心思也望尘莫及的。而买赠和有奖促销，无论在促销成本和目标达成效应上都处于居中水平，这就难怪很多的操作者在实际的促销过程中，争捧这两种促销方式了。不过，就时间绵延的角度来考虑，有奖促销耗时会长一些，如果操作者不想让自己的这次促销活动拖泥带水的影响后续的市场操作，买赠促销势必就成为了选择的首要。

策略：一般说来，消费者接受商品信息的模式为：注意——兴趣——欲望——行动——满足。注意、兴趣、欲望都是在消费者头脑市场中的活动，加上目前的消费者越来越试图在商品大潮中寻求各自爱好、趣味和审美价值的落脚点，故而怎么能够将比较繁琐枯燥的促销信息转化为消费者的兴奋点，就非常重要。