

最新国庆珠宝促销活动方案 珠宝促销活动方案(通用9篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

国庆珠宝促销活动方案篇一

20xx年2月10日(正月初四)-2月14日(情人节)-2月21日(元宵节)-3月8日(三八妇女节)

会说情话的玫瑰——xx珠宝传递你的爱

每逢佳节倍思亲□20xx年2月14日(情人节，正月初八)-2月21日(元宵节)-3月8日(三八妇女节)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，三八妇女节是女性的节日，也是男性表达对女性关怀的节日，这三个节日都和爱情密切相关，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xx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。

1. 通过此次活动增加情人节期间卖场人气；
2. 提高xx珠宝品牌在当地知名度，抢占市场份额；
3. 进一步提高xx珠宝的品牌美誉度，以利于长期推广销售。

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xx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、元宵节、三八妇女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。

1. “会说情话的玫瑰花”: $25 \times 100 = 2500$ 元;

2. x展架: $65 \text{元} \times 2 = 130$ 元;

3. 宣传页(dm) $0.5 \text{元} \times 20xx = 1000$ 元;

4. 广告宣传费: 5000元;

5. 总计: 8630元。

国庆珠宝促销活动方案篇二

以温馨、浪漫、狂欢及游戏类活动为主，配合网络情人节这一新潮主题。密切公司与新老业主、客户之间的关系，树立公司口碑，增强客户对于及公司的认同。树立网络情人节期间活动影响店面强劲品牌。通过本次活动，使公司形象和社会美誉度进一步提升。

5月20日

岁月无声——真爱永恒

主题突出了珠宝店借网络情人节这一隆重主题，为顾客送去温馨浪漫的服务心愿。

店面及周边区域

主题传达表现：

贯穿于活动，形成主体表现。

有效地互动演绎及内容传达。

所有用品标示。

所有宣传表现。

社会影响与口碑传播。

第二部分：具体活动方案

进门有喜

凡活动当天前10名购物者，送价值688元的钻石戒指一枚。

并于活动当天定时限量发售价格68元的彩金戒指100枚。

并送玫瑰花一枝。

1：吸乒乓球表演赛

主题：“吸引力”的秘密

所获奖项：最具吸引力奖

责任人：现场主持

获奖者可得到由公司奖励的精美钻饰一件。

2、美丽的爱情传说

1) “缘”来的时候。

随机抽取客户或者业主，讲述自己与她或者他的的第一次美丽的相识。

所获奖项：最美丽邂逅奖

责任人：现场主持

获奖者可得到由公司奖励的精美钻饰一件。

3：女士盖上红盖头为男士打领带。

主题：我们的爱如此默契

所获奖项：最佳默契情人奖

组织方式：随机抽取4对情侣或者夫妇，女士用红盖头盖住头部，蒙面为男士打领结，有偷看者算为违例，取消比赛资格

速度最快、打的最好的为胜者。本比赛分为两轮，每轮四对，获胜者均可获得最佳默契情人奖。

责任人：现场主持

比赛监督：现场客户报名或者随机抽取

获奖者可得到由公司奖励的精美钻饰一件。面还可以借此提高品牌的知名度和美誉度。)

国庆珠宝促销活动方案篇三

爱在有情天——××珠宝圣诞特惠酬宾

xx月x日-xx日，共计五天

以双十一为契机，以所有的品牌专卖店为推广平台，借助产品手册、抽奖酬宾、珠宝鉴定、特价产品□vip贵宾计划等多样化的形式内容聚集人气，提高品牌关注度及拉动销售，为品牌的持续经营收集潜在客源信息。

- 1、以双十一为契机，将潜在客群转变为实际消费客群拉动产品的销售，提升销售额；
- 2、以特惠活动为平台，吸引更多潜在客群关注品牌动态，提高品牌知名度；
- 3、通过针对性的活动展示品牌文化，拉近品牌与客群的距离，提高品牌竞争力。

1、抽奖酬宾：

活动期间，每天进店的前50名顾客，无论其是否购买产品，均可领取一张抽奖券。奖券由正券和副券组成，正券由顾客

保管，副券投入抽奖箱。活动最后一天，进行现场抽奖，顾客凭副券及手机号或身份证号兑奖。

获奖名额分一二三等奖及纪念奖等数个等级，每个等级可设置一定数量的获奖名额。奖品内容应多样化，既可以是不同价值的产品实物(戒指、耳环、链坠等)，公司纪念品(台历、钥匙扣、名片夹等)，也可以购物代金券或折扣券充当。

2、珠宝鉴定：

活动期间，顾客可以将自己的珠宝首饰拿到门店，由我们的专业珠宝鉴定师为其免费鉴定真伪、等级。如有可能，该环节可以一直延续下去，可以增加公司品牌在消费者心目中的可信度和亲和力，有利于提升品牌形象。

3、特价产品：

活动期间，每个门店每天都将主推一至二款特价产品，以适当的折扣或是与其他产品搭配销售的形式推出市场酬宾。从21日到25日特价产品的品类及折扣比例应逐步加大，尤其是产品品类更应契合爱情的主题，以便与圣诞的氛围吻合。

搭配策略：如按原价购买指定款产品(主打产品)后，再加极少的现金即可拥有一款精致的特色产品(小饰品为主，如戒指、)。

4□vip贵宾计划

活动期间，凡一次性购买产品达到一定金额的客户，即可直接转为vip客户，获得我们特别推出的vip贵宾服务，可享受在所有门店购物折扣、终身免费提供珠宝维护和清洗、购物积分等特惠项目。

另外，活动期间可适当的准备部分玫瑰花，24日和25日两天，

每天前20名进店的女性均可获赠一枝。

1、媒体的广告支持：

活动开始前连续三天，选择优势平面媒体，借助其广泛的覆盖面，推出活动主题并预告活动内容，使更多的消费者获知我们的圣诞特惠信息。版面简洁，画面温馨，突出品牌形象。

平面媒体的选择：

(1)当地的dm杂志或是报纸连续三天，每天半版硬广；

(2)双十一当期的电视报一期，半版硬广。

如有可能，可选配一篇千字左右的软文，围绕主题介绍针对不同人群选购珠宝的技巧，及简易的珠宝辨别方法。

2、产品手册支持：

制作一批精美的产品手册，全方位介绍公司产品信息，双十一活动内容，特价产品信息等详细信息，提前五天放置于各个门店的显眼位置，便于顾客取阅。产品手册的制作需要注意可读性和实用性，使顾客能够长久保留。

同时，还可以将产品册放置于部分报刊亭、商场或是超市门店，扩大发行覆盖面。

3□pop海报

提前一周制作好一批精美的pop海报，张贴于各门店显眼位置，及各主要街道、超市、商场、小区门口等人流量集中的区域。海报强调视觉冲击力，突出主题。

4、其他物件支持：

x展架4个、横幅4条、抽奖箱4个、抽奖券1000张、签到簿4本□
pop海报40张左右，奖品若干，音响、话筒及音乐光碟每个店面一套，圣诞装饰物品4套，纸笔，剪刀、透明胶布，礼品袋，玫瑰花，桌椅等相应必备工具。

各门店的装饰应在20日前完成，活动期间如有破损，应在第一时间修补整齐，并保持其完好至活动结束：

利用圣诞装饰物品装饰门店，要求突出圣诞的氛围；

x展架放置于门店门口；

横幅悬挂于门店门头；

产品手册，放置于门店最显眼处，以便于顾客可以方便的取阅；

抽奖箱放置于产品手册旁边；

25日当天，在规定时间内将抽奖箱放置于门店前空地，进行现场抽奖；

3、做好顾客的资料收集，尽可能的留下顾客的姓名、工作单位、手机号码等基本资料，在活动结束后整理完整并上交公司，为公司的长久经营累积资源。

4、耐心解答顾客的每一个询问，如不能马上回复，应留下顾客联系方式，待获得正确回答后第一时间内回复客户。

XXXX

国庆珠宝促销活动方案篇四

二、活动主题：端午节“链”结顾客心

三、活动内容：

1. “链”结顾客心：

xx月10日-xx月18日凡购买3000元以上加51元钱即送18k链一条

(素金不参与优惠活动)

2. 端午节旧饰换新颜：

在端午节期间，顾客可将以前的的首饰拿到××珠宝专卖店/柜换取新的首饰，只收取加工费，同时免费提供清洗服务(非××珠宝店/柜购买的钻饰也可参加)，使所有首饰“旧貌换新颜”。

四. 活动宣传与推广

(2)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“端午节‘链’结顾客心”、“端午节旧饰换新颜”活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

五. 活动控制与评估

2. 活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至××珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

六. 活动经费预算

1. 宣传费用约3000元；

2.x展架：85元；

3. 总计：3000+85=3085元。

国庆珠宝促销活动方案篇五

12—24

《庆圣诞、迎新年》

（一）通过亲子游戏增进幼儿与家长之间的情感交流。

（二）懂得团结合作，感受成功的喜悦。

（三）让幼儿能大胆地在集体面前表现自己，积极主动地参加集体活动。

（四）体验集体过节的愉快心情。

（一）场地准备：教室

（二）材料准备：活动所需的音乐vcd□游戏所需的道具、活动奖品。

（三）教师准备：教师必须向家长介绍有关活动的具体流程，发放活动通知。

（四）家长准备：家长妥善安排好个人事情务必在xx年12月24日下午6：00准时到园参加活动。

王老师负责活动的'主持及幼儿和家长的管理和协调。

李老师负责协助王老师，放音乐及活动物品的准备。

卞老师负责协助主副班管理幼儿的饮水如厕及为幼儿提供充足的饮用水等。

上午活动：

活动一认识圣诞节

活动二装饰圣诞树

下午活动：

制作圣诞祝福卡

晚上活动：

圣诞狂欢夜

（一）家长入场：家长在本班教师的带领下跟着音乐有秩序地入场。

（二）幼儿入场：教师带领幼儿跟随音乐入场。

（三）集体游戏：《找朋友》

游戏：《传球》

（四）亲子游戏：《秀一秀》

（五）游戏（幸福转转转）

（六）送礼物：播放音乐，圣诞老人分发礼物。《铃儿响叮当》

（七）歌表演：《新年好》

（八）活动在轻松愉快的音乐声中自然结束。

结束活动：致家长感谢信，播放共唱□happy new year□□

安全事项：注意孩子们的安全问题。在游戏过程中防止幼儿拥挤以及磕碰现象。

紧急预案：如果有家长缺席，配班老师来和该幼儿做亲子游戏，照顾到孩子的心情。

处理原则：游戏过程中注意幼儿的分配，防止拥挤，出现磕碰现象立刻请校医处理

注：对每个认真表演，做游戏的幼儿进行奖励

国庆珠宝促销活动方案篇六

珠宝十周年庆浓情献礼诺爱一生系列美钻特价促销，寓意：永恒承诺钟爱你一生一世

圣诞节、元旦这两个节日没有特定的消费群体，且活动的持续有效期较长，价格战无疑是争取消费者的方法。采纳节日期间推出特定款超低特价的商品增加柜台前的人气，从而可以吸引跟多的消费者。

款式风格：均以经典、名贵、简洁、优雅、大方为主珠宝店新年促销策划方案--策划书。

销售对象：首饰名称寓意特别适合新婚佳人选购，款式风格同样也适合大众消费者佩戴，所以适销对象广泛。

活动地点：珠宝全国各地专卖店/柜

随着珠宝形象代言人、影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的争论越来越多，这些争论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能长久的缘由在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款信守系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感的钻石以签约的形式保障人们婚姻的长期，我们通过恒久这一宣扬点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大珠宝的知名度和美誉度，提高珠宝的品牌情感附加值。

1. 活动内容：

(1) 三年之约：

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款(在购买前协议离婚者不在退款范围之内)。

(2) 牵手十年：

凡签约后十年仍旧相依相守的夫妻将会获得珠宝送出的精致婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得珠宝的祝愿及精致礼物，还可常常参与珠宝举办的各种联谊活动等等。

国庆珠宝促销活动方案篇七

五一节“链”结顾客心

1、“链”结顾客心：

凡购买3000元以上加51元钱即送18k链一条

(素金不参与优惠活动)

2、五一节旧饰换新颜：

在五一节期间，顾客可将以前的的`首饰拿到xx珠宝专卖店/柜换取新的首饰，只收取加工费，同时免费提供清洗服务(非xx珠宝店/柜购买的钻饰也可参加)，使所有首饰“旧貌换新颜”。

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“五一节‘链’结顾客心”、“五一节旧饰换新颜”活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

2、活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至xx珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

1、宣传费用约3000元；

展架：85元；

3、总计：3000+85=3085元。

二、五一节珠宝促销主题：“五一节”圆梦钻石超值送

一、活动时间□xx月10日-xx月18日

二、活动主题：圆梦钻石超值送

国庆珠宝促销活动方案篇八

主标题：你给妈妈“饰”爱的心愿□xxx店为你搞定

副标题：千件首饰享受百元的优惠价位

5月9号-5月13号

引流活动

线上建立互动平台，关注微信公众号，阅读文章参与活动，回复对母亲爱的话语，或写最想给妈妈实现的愿望，营造母亲节的感恩氛围，互动性强，吸引更多的参与者。

5. 12日母亲节当天□xxx店将挑选线上、线下6名留言互动者，赠送珍珠吊坠，每人限参与一次，重复参与视作无效。

给妈妈买黄金，兼顾爸爸也开心！

进店购买黄金首饰，母亲节当天每克优惠36元。该顾客或其父亲可以在父亲节当天凭今日消费质保单到店，可享受购买克重返黄金珠宝购买金，所返金额可购买黄金珠宝饰品折前减现使用。

给妈妈买珠宝，门店立即“奖励”100元现金！

店铺钻饰□18k金(镶嵌)，彩宝，珍珠，翡翠，银饰8折；黄金镶嵌□18k金(素)8.8折，比如，顾客要给妈妈买珠宝或者妈妈自己买珠宝，实际折后金额1000元，成交付款之后，现场给100元现金到顾客手中。

千件首饰享受百元优惠价位设置两节及以上的柜台为“母亲节热卖专柜”，专柜饰品约180件-210件，价位100元，300元，500元拉开等级，其中翡翠吊坠15%，珍珠项链30%，珍珠手链10%，银饰手镯20%，彩金饰品10%等。(100元一口价居多，产品数量限定，引流到店，转化消费，提升转化成交率)

吊旗、地贴、柜台贴、台卡

条幅、展架

活动led内容更改

活动录音

氛围布置饰品

进店礼品、特价礼品等活动所需产品

微信好友：每3天群发一次

每人每天邀请3个不同好友帮忙推广

社群：每天一次推广，每天1-3款秒杀款

朋友圈：每天至少一款产品推广和活动内容推广

快手、抖音、微信小视频推广

电话回访：每人每天20个邀约电话

门口氛围宣传

每天2小时到周边公园、广场等人流量大的地方宣传

根据当月目标未完成业绩自行分解。完成有奖励，未完成有惩罚。店长自行制定上报交经理审批。

国庆珠宝促销活动方案篇九

为了确保工作或事情能有条不紊地开展，我们需要提前开始方案制定工作，方案具有可操作性和可行性的特点。方案要怎么制定呢？以下是小编整理的珠宝春节活动方案，希望对大家有所帮助。

20xx年珠宝市场总体低靡，局部活跃。节节攀升的金价降低了市场热度。而以打折为主的价格战千篇一律，忽视了品牌的建设和维护。

珠宝作为业界的翘楚，在春节期间再次强力出手，给市场带来福祉，给消费者带来福音。

珠宝诉求品质，演绎经典，引领时尚。此次策划活动目的是提升公司产品销量及销售额，强化品牌认知度及美誉度，同时也是部分新品的上市。

孙子兵法曰“凡战者，以正合，以奇胜”。集中优势兵力，重点突破，选择节日营销的重点市场。

2、活动控制的范围：优先选择的特定区域。（一、二级市场）

3、促销的主要对象：职业女性、职业男性。重视工艺、追求时尚；注重品牌；对珠宝有所诉求。

4、促销的次要对象：注重装饰；关心质量和服务。

1、确定活动主题

降价？价格折扣？赠品？抽奖？礼券？服务促销？演示促销？消费信用？还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。一个好的主题很关键。

我们的主题是：价格折扣+抽奖+服务促销

价格折扣：按产品的实际价值加上合理利润（40%-100%），把得到的结果除以其相应的折扣点，最终的数字作为产品定价。折扣点选择吉祥的数字：八八折、六八折、四八折。

抽奖：具体形式见“活动方式”。

服务促销：继续宣传和推出公司的售后服务。归纳为八项保证服务——保质量、保调换(可等值异地换货)、保纯度、保克重、保维修、保缩放、保清洗、保翻新。

2、包装活动主题

是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

本次促销活动的主题是“高贵、尊崇、祥和”。(具体形式见小册子)

整个店面环境设置应该凸现这个主题，员工服装统一是红黄色，最好是唐装，表达春节传统、祥和的意思。

卤素灯不要耀眼，选用一些光线柔和、温暖的，但不要显得暧昧。其次，可分时段选取一些高雅、柔和、喜气的背景音乐播放。一些顾客可能没看到柜台，但被音乐吸引，而成为潜在顾客。

其它设置如吊旗、灯笼□pop□展架等要尽量凸现春节喜气祥和的气氛，同时彰显公司大气精致的形象。

1、确定伙伴：和商场、经销商、加盟商联合，可整合资源，降低费用及风险。具体公关由市场督导负责，和商场敲定活动形式、时间和地点。利用商场春节大型促销宣传吸引自己的人气。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程

度和相应的费用投入。建议公司在每个销售网点举办一个抽奖活动：凡是在活动期间购买珠宝首饰的顾客：

奖品设置(设七个等级)，特等奖，一、二、三、四、五等奖及安慰奖。具体内容待商榷。

活动时间：1月24号——2月7号

此次活动在珠宝公司所有销售网点同期进行。

此次促销活动在设在商场内专柜、岛柜进行。不搞场外搭台销售。

报纸——

优点：

- 1、信息的传播可以限制在目标区域内。
- 2、广告制作速度快。
- 3、灵活、及时，区域市场覆盖面大，能广泛地被接受，可信赖性强。

缺点：

- 1、杂乱，针对性差。
- 2、保存性差，复制质量低，传阅者少。
- 3、浪费发行量：信息可能被送给很多永远不在市场买公司产品的人。
- 4、一种高度易见的媒介，竞争对手可以很快获取我们促销活动的情报。

电视——

优点：

- 1、综合视觉、听觉和动作富有感染力，能引起高度注意，触及面广。
- 2、能很好地建立形象的一种媒介。

缺点：

- 1、制作成本高。
- 2、干扰多，瞬间即逝，观众选择性少。
- 3、大多数广告只有10到30秒长，这就限制了我们的可传递的信息量。

杂志——

优点：

- 1、区域、人口可选择性，可信并有一定的权威性。
- 2、复制率高，保存期长，传阅者多。

缺点：

- 1、广告购买前置时间长，有些发行量是浪费的，版面位置无保证。
- 2、篇幅成本和创意成本较高。

前期准备分三块：

1、人员安排:要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交点。谁负责与商场的沟通?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?谁负责产品介绍?谁负责数据记录?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。活动前对所有营业员进行培训，统一思想，统一口径，明确活动目的、意义、对象和重点。

2、展柜形象：展柜形象是一个系统的工程，在卖场中一般体现在以下方面：企业统一的vi起到整体形象的塑造；展柜色彩，能够吸引眼球的亮丽色彩或者彰显高贵的神秘色彩；展柜用材：衬托产品形象的材质；展柜灯箱：华丽、明亮、引人注目的灯箱；展示现场商品的pop展架、易拉宝等道具：可以充分展示产品个性，突出卖点；展柜现场的装饰布置：如花环、汽球、灯笼、吊旗等道具的采用，给人以灵性、活力的展示。主题烘托春节喜气洋洋的气氛，具体工作由店长和经验丰富的营业员来做。

3、备货：确定新品、促销产品、传统产品的种类，并准备充足的货源。列一个备货清单，按单清点；然后参照每天的销售数据，及时补充。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？

综合成本(低)、媒体知名度(高)、受众(多)、宣传时间(及

时)及方式(切实可行),选择当地一两个主流媒体单位。报道这次春节促销活动的主题,展示公司品牌形象。详细操作不报道,以免竞争者效仿。

整个活动费用包括:活动期间员工工资(含加班费)、广告媒体费用、店铺包装费用(购买吊旗、气球、灯笼、制作条幅等等)。总费用单店控制在一万元以下。

另外还要考虑到商场的扣点。建议各个店铺负责人结合本店实际情况,参照策划方案,在活动开展前半个月,拿出详细的费用预算,及店铺包装意见,并传真给公司市场部。

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致客流减少等等。

这些意外可能影响活动的继续进行。各店铺负责人必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。不能因为单店的意外而影响整个公司活动的进行。建立活动期间店铺主管全面负责制,并以此作为其绩效考核的依据。

活动结束后,各店铺应及时盘点库存,整理销售数据(包括销售量和销售额),销售日志,结算商场扣点,统计购买者情况(大概年龄、性别、穿着、陪同者人数、消费金额),实际总费用(包括明细帐)等。

从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

各分店按照以上要求认真总结,将结果在促销活动结束后一星期内反馈给公司市场部。