# 五一节促销活动策划案例(三篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-06-16

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。五一节促销活动策划案例篇一20xx年4月28日——20xx年5月5日1.借助五一...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**五一节促销活动策划案例篇一**

20xx年4月28日——20xx年5月5日

1.借助五一节日氛围，大力宣传美容院，引起新老顾客的关注，扩大客户群体，提高美容院业绩。

2.上架新项目、产品并引导顾客半价体验新产品，以产品效果和热情服务来打动消费者，提升美容院店内业绩。

3.尽可能吸纳更多的消费群体，并用热情服务打动她们，使之发展成长期顾客，扩大美容院的影响力。

1.项目交叉促销：

美容院的项目是比较多的，那么可以打包消费。比如原价做一个洗面再赠送一次蒸脸项目。五一又正值初夏，那么关于夏天话题无非就是减肥瘦身、晒后修复、全身美白等等。美容院就可以做这类项目的交叉促销。也可以是原价做一次再送一次配套项目。总之，根据店内顾客的需求随机应变去搭配。这样以来，顾客只花一份钱却有两次项目体验，非常划算。

2.代金券促销：

代金券促销活动大多美容院管理者都会想到，那么我们的代金券促销可以设置的更人性化一些，比如在大型的美容项目上消费多少送多少；也可以是小项目上的消费500送200等等活动。设置使用期限，确保顾客的回头率。

3.折扣促销：

折扣促销往往是最常用的促销方式，那么针对此促销方式，我们可以根据时节，根据顾客现时所需来调整，满足她们当下所需来提高美容院的业绩。

4.免费促销：

免费促销小型的美容院可能不太能做到，对于大型美容院更是一种挑战。那么我们也可以根据顾客现时所需要免费提供，但可以限制名额，一天两个或是五个等等，也可以报名排队。对于得到免费服务的顾客当然是满意的，但对没有得到免费机会的，后期她们如果愿意，可以根据个人信息来店做半价消费，这样也是极好的。

5.消费积分赠品促销：

在顾客消费后可以不断累积积分，其额度不一定需要太高，可做小返点或大返点。消费积分主要面对是美容院为回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费后，不仅得到了身体和精神的享受，而且还有免费的积分奖品领取，给她们一种心灵上的慰藉。促使顾客后期继续消费。

1、派发传单：小区和街上派发美容院的活动传单。

2、店内宣传：美容院店内外活动前期张贴活动海报或条幅，吸引路过顾客。

3、网络宣传：充分利用网络的便捷性，在各大网站发布活动方案和活动内容，吸引新老顾客。

3、短信宣传：给美容院店内老顾客发送活动短信，告知活动内容，并强调老顾客的节日福利。

4、微信宣传：在微信公众号上将美容院五一的活动方案推出，吸引顾客浏览消费。

**五一节促销活动策划案例篇二**

五一劳动节，是国家规定的法定节假日。五一假期的餐饮商机是非常明显的，与此同时，许多婚宴、寿宴、家庭宴请都会选择在这个时间段举办，一是因为小长假，亲朋好友难得相聚，二是春暖花开，无论是时间还是环境都非常适合。因此，会给餐饮市场带来非常大的盈利空间。餐饮酒店应抓住时机，做好宣传，不仅在五一长假中盈利，还应加强品牌宣传，为后期的营业做长期考虑。

1.活动，稳固老客户资源，挖掘新客户。

2.提高酒店知名度、美誉度，塑造酒店良好的社会公众形象。

3.利用节日造势营销，增加经济收入。

4.增加企业与客户间的互动与交流，拉近距离

“五一”三天乐 “游戏”更快乐

20xx年4月29日——3日

1.气氛布置

广场气氛：在酒店门前空地放置竖幅、横幅、巨幅、刀旗、氢气球等引人注意的宣传物品。

社区气氛：在酒店附近的社区悬挂宣传条幅、活动海报，广告气球等，在社区和商场门口大量派发广告小气球，以增加人气和节日气氛。

店内气氛：酒店门口放置活动易拉宝，店内用气球、彩球等装饰，营造欢乐气氛。

2.广告宣传

（1）员工在人员密集地发放宣传单页，增加受众群体。；

（2）向酒店客户群体发短信，送去祝福的同时，对酒店活动进行了宣传

（3）店内随处放置或张贴微信二维码，扫一扫有惊喜

（4）酒店微信平台，微信、微博群发活动方案或海报，员工进行转发。

1.优惠活动：“满五加一”

五一劳动节当天，顾客每点足五道菜品，店面免费赠送顾客一道菜（下次消费时可用，有效期为一个月，且此项优惠不与其他优惠活动同时享用）

2.劳动最光荣，巧运乒乓球

道具：两个空篮子、一个长操作台、若干乒乓球、若干根吸管

参与者：来店就餐的顾客，两名至三名

方法：在操作台的两头各放置一个空篮子，参与活动的顾客每人发一根吸管，第一个顾客从篮子里用吸管吸起一个乒乓球，转身交给下一位，依次交替，直到乒乓球被安全运送达到另一个空篮子里，在规定时间内，运送达到5个以上，可以获得饮料一一份等瓶；运送达到8个以上，可以获得精品凉菜。

三人用：388元/套（1凉、4热、2点心、1拼盘）

六人用：688元/套（6凉、8热、4点心、1拼盘）

八人用：888元/套（6凉、9热、4点心、1拼盘）

五一劳动节，三天小长假，不仅会迎来旅游高峰期，对酒店而言，还是一个提高营业额的良好契机。通过营销活动的宣传推广，不仅可以增加酒店的知名度，提升酒店在当地的影响力，还可以稳定老顾客，开发新客户，不断提升营业收入。可谓是一举两得。

**五一节促销活动策划案例篇三**

1、婚庆消费（婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类）

2、长假旅行消费（箱包旅行包、摄影器材、旅行用品）

3、近郊春游消费（饮料类、即食品类、休闲食品类、户外用品、运动用品、园艺用品）

4、家庭换季消费（夏凉家纺入季、厚暧家纺出季、防晒型化妆品入季、夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品）

5、福利消费（夏季消夏用品团体福利消费）

我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不益太长，我们建议在8——12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为益。

顾客的基本需求是能买到价格合适的商品，所以促销商品的品项、价格是否具有吸引力将影响促销活动的成败。一般来说促销商品有以下四种选择：

1、节令性商品

2、敏感性商品：敏感性商品一般属必需品，市场价格变化大且消费者极易感受到价格的变化，如鸡蛋、大米即是。选择这类商品作为促销商品，在订价上不妨稍低于市面价格，就能很有效地吸引更多的顾客

3、众知性商品：众知性商品一般是指品牌知名度高、市面上随处可见、容易取代的商品，选择此类商品作为促销商品往往可获得供应商的大力支持，门店的促销活动与大众传播媒介的广泛宣传相结合，如化妆品、保健品、饮料、啤酒、儿童食品等。

4、特殊性商品：主要是指超市自行开发、使用自有品牌、市面上无可比较的商品，这类商品的促销活动主要应体现商品的特殊性，价格不宜订得太低但应注意价格与品质的一致性。

无论选择何种商品作为促销品都应牢记两个基本要点：一是选择消费者真正需要的商品；二是能给消费者增添实际的利益。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主 题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春 游、旅游为主题。如：

五一酬宾惊喜狂购（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

劳动光荣低价有礼（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

开心度长假低价总动员（出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价）

清凉一夏低价风暴（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料）

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季（夏凉家纺、家电、化妆品、饮料）

五一乐翻天购物拿大奖（有奖销售、刮刮卡等）

购物有乐趣吃上再拿上（游戏互动促销大规模的品尝买赠活动）

促销方式

促销方式从市场营销学的角度来划分，大体有人员促销、广告促销、特种促销、公共关系促销、企业形象促销五种：

1、人员促销：人员促销是通过推销员口头宣传，说服顾客，实现商品销售的一种直接促销方式。人员促销的特点是推销员与顾客能进行双向沟通，其促销效果与促 销人员的推销技巧密切相关。对于实施开架销售的超市来说店员一般不必主动地进行人员促销，这样做反而会影响顾客的自主选购。然而店员也必须向顾客提供必要 的帮助和指导，并适当地与顾客进行友好的交谈，即要求店员以服务与沟通为手段来达到促销的目的。

2、广告促销：广告促销是运用各种广告媒体向消费者传递消费信息以促进销售的一种直接促销方式。广告促销的特点：企业单方面向消费者传递信息，属单向沟 通，所以称之为＇拉的＇策略。广告媒体有：电视、电台、报纸、杂志；招牌；看板；路牌；招贴；交通工具；灯光；橱窗；包装；店内pop；口头宣传或店内广 播；演示；可视幕墙；电脑网络；红布条；宣传单；海报；dm等。

规模较大的连锁超市可以考虑采用四大广告媒体，但对规模较小的连锁超市来说最常用的广告媒体是：宣传单、招牌、看板、灯光、海报、红布条等。以促销主题来划分：

① 开业促销常用的媒体是：报纸、宣传单、电台、交通工具、户外红布条、海报、pop、店内广播、新闻稿

② 年庆促销常用的媒体是：报纸、宣传单、dm、海报、红布条、pop、店内广播

③ 例行性促销常用的媒体是：宣传单、dm、海报、红布条、店内广播

④ 竞争性促销所用媒体与例行性促销相同。

3、销售促进，也称营业推广。

是一种直接用利益来刺激消费需求的辅助性、临时性的促销方式。

特点：见效快但运用不当也会产生负效应，会使顾客怀疑商品质量、价格的真实性，贬低商品的身价。

1、买赠（一单购物达××元赠××物品）

2、互动有奖游戏（一单购物达××元可参加游戏，积分高可得大奖）（如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛）

3、刮刮卡（一单购物达××元赠卡一张，刮开兑奖）

4、现场试吃试用（请厂家多提供）

5、演艺（请演艺队营造气氛）

6、小鬼当家

五一是众多商家都十分看重的节日，这是连续三天全民休息日，非常有利于商家产品促销。商家不仅不能够错过此节日，还必须牢牢抓住时机，在五一期间迅速展开 传播攻势，实现产品促销和品牌传播双重利好。

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