# 2024年中秋节店铺活动策划(21篇)

来源：网络 作者：前尘往事 更新时间：2024-08-06

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧中秋节店铺活动策划篇一9月\_\_日---\_\_日二、...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**中秋节店铺活动策划篇一**

9月\_\_日---\_\_日

二、活动目的

借助中国的传统节日“中秋节”国人的第二个长假“国庆节”营造珠宝店铺第二个消费高峰，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓及减小消费下降趋势。

三、活动主题

\"金\"喜不断\"金\"彩连连

四、活动内容

1、给爸妈最纯孝心礼

活动期间，购买\_\_珠宝老年人手镯或平安扣、翡翠佛系列产品，即赠送高档“金月饼”一盒。

2、给爱人最保值的礼

活动期间，进店情侣只需支付9.9元定金，即可获得金箔玫瑰一支及“爱情保值卡”一张，

如半年内到店购买结婚三金可抵200元使用;

如是1年时间内到店可抵300元;

如是2年时间内到店可抵用815元。

3、给自己最幸运的礼

活动期间，815元、1815元、2815元、3815元、5815元、8815元等钻石、黄金、k金系列等限量爆款出售。

4、给家人最团圆的礼

活动期间，黄金系列消费每满1000元即赠送100元珠宝、k金代金券。消费满3999元，可免费获得\_影楼拍摄全家福照片一张。

【赠送的代金券可重叠使用，每个品类只限用一次。全家福合照可与当地某一影楼进行“异业联盟”。送“全家福”拍摄券可以帮助影楼提高知名度，并引流入店。】

五、活动布置

1、外场布置

悬挂5盏笼灯，粘贴中秋对联一对，摆放桌子一张，上面铺放活动宣传单，桌子两侧立放针对本活动的\_展架一对，安排专人负责

2、内场布置

(1)设立中秋节特色专柜，例如金月饼等，设立引导牌，采取多种方式陈列，给人以丰富感。

(2)推出中秋商品组合套装，(金条类)，把产品分档，如5000元，10000元，15000元等

(3)在收银台处摆放商品礼盒及精美包装纸(服务礼品客户)

六、活动宣传

(1)在led显示屏上加入金秋活动内容。

(2)在店头滚动屏处，循环播放活动详情。

(3)邀约新老会员，传达金秋活动。

(4)在活动前期的销售中，营业员广泛宣传金秋活动。

(5)针对本次活动制作专属的宣传单页。

(6)安排员工晚间在人流多的广场派单加大宣传力度。

(7)针对本次活动提前通过报刊或广播预热市场。

(8)火车站旁边楼盘的策划。

**中秋节店铺活动策划篇二**

一、活动主题：新世纪元宵灯谜会

二、活动时间：

三、活动方案：红红火火新世纪、热热闹闹过元宵

小活动一：庆团圆吃元宵美味汤圆大联展

在超市设立元宵美食街，突出传统文化氛围及新世纪汤圆品种全、质量优的特点，推出各式特色汤圆及礼盒，引导顾客佳节送汤圆，推出部分特价汤圆促销，拉动销售。

小活动二：庆团圆吃元宵猜灯谜中大奖

在各楼层均开辟字谜游乐区，来新世纪的顾客无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品一份，猜中谜底的顾客请到总服务台按编号对证领取奖品。

游戏规则及兑奖办法

1.必须由本人将谜底贴于谜面之上。

2.按编号对证确认后方可领取。每人每天限3次。

3.凭有效证件(身份证、学生证、驾驶证等)登记后方可领取。

小活动三：庆团圆吃元宵开门见礼送红包

活动期间，对每天进店前100名顾客免费分发红包，红包内有免费“元宵券”一张，顾客凭红包内元宵小票+满20元以上的购物小票，到服务台领取元宵。

小活动四：庆团圆吃元宵购物打折又送礼

正常商品92折后满100元，(超市商品不打折满100元，化妆品97折满100元)送汤圆1包，满200元送2包，当日小票可累计，多买多送，以此类推。(会员卡可积分)

(黄白金、烟酒、手机、特价、削价商品不参加，羽绒服88折不参加)

四、卖场布置：

a、商场内部：

1、分区域布置，使卖场形象化、特色化，吸引顾客。

2、更换卖场内的装饰材料，增加顾客对我商场的新鲜感，不断的提升企业形象。

3、制作一批购物温馨提示语，创造良好的购物氛围及增加顾客消费信心。

4、重要位置宣传主题促销活动。

5、商场广播滚动宣传促销活动及特价信息。

6、楼梯换元宵节广告语，“新世纪汤圆格外甜”或“大红灯笼高高挂、红红火火过元宵”，超市元宵美食街悬挂kt板制作的元宵造型进行装饰。

7、超市副食区走廊喷绘玫瑰花背景，铺设地面，红火卖场节日氛围。(元宵节、情人节共用)超市入口地面、出口地面喷绘装饰。

8、制作元宵灯谜，正月十二(活动前)全部悬挂装饰到位。

9、超市元宵节与情人节的装饰一起考虑，共同进行装饰。

b、商场外部：

1、商场入口制作写真版面，宣传主题促销活动

2、装饰布置入口立柱，在门外放置彩虹门，增加节日气氛。

**中秋节店铺活动策划篇三**

中国传统的节日——七夕情人节。上古传说中，农历7月7是天上痴男怨女牛郎、织女一年一度鹊桥相会的日子。引申到现在，特别是近些年来，七夕情人节已成为当代时尚男女追崇时尚、表达爱意的一个特殊节日，和二月十四日情人节有异曲同工之妙。

为作出ktv经营特色，充分体现ktv的经营风格，特依照目前公司经营情况、枣庄市民娱乐市场变化，针对七夕情人节消费群体，作出如下活动策划。

一、活动主题

《七夕情人节ktv全新时尚主题派对活动》

《爱情冲击波寻找你心中的女神》

二、活动时间

三、活动目的

1、通过本次活动，提高ktv在枣庄餐饮娱乐市场的品牌号召力;

2、提高80%的日均营业额。(活动结束后，由财务部向总经理汇报活动结果)

四、活动构想

本次活动借鉴北京、上海、深圳，杭州、酒吧已行之有效的促销方法，结合当地娱乐场所活动经验，针对当前时尚都市男女喜欢寻

找、寻找新鲜刺激的消费心理来进行策划整合。活动采用大型交友的方法，鼓励来ktv的客人努力同“陌生人说话”，再通过我们对交友活动程序仔细、严正的调配方法控制，相信一定能制造出一种欢快、新鲜的泡吧生活模式(具体控制方法见策划案第六项爱情冲击第一波)。

五、活动方法

1、整合公司各部门客户资源，统一以短信息的形式向客人发布活动信息;

2、通过户外广告、dj台(可邀请ktvdj一名)、led显示屏、包房电脑等向近期光顾公司的客人发布活动信息、内容、活动方法;

3、精心布置活动场地，争取创造出一个浪漫、优美的节日气氛;

4、本活动以ktv一层大厅为活动中心，包房为辅;

5、凡2日光临ktv女宾，均可在吧台领取玫瑰花一支;

6、来店开台、开包房即随台赠送巧克力两枚。

六、活动内容

爱情冲击第一波：“寻找你心中的女神”(要着重考虑)

①、活动口号：坚决同陌生人说话;

②、本店自行设计交友卡，男(绿色)、女(粉红色);交友卡内容为：姓名(呢称)、年龄、爱好、工作、对他/她的要求;

③、客人开台/包房后，即送给客人交友卡，让客人自行填写;

④、客人可通过观察，然后委托服务员将交友卡送给心仪的他/她;

⑤、如果双方有意，可通过服务员从中双方沟通后开始约会;

爱情冲击第二波：“炫自己，火辣mm召集令”(此计划含大厅及包房)，由本店安排专人对当晚到场女宾进行观察，如发现有青春靓丽的，可通知下属邀请她于特定时间上台做简单表演(主持人、表演时间另行安排)，表演结束后可领取本店特制鸡尾酒卡一张，凭酒卡可到鸡尾酒吧领取指定鸡尾酒一杯(此项活动的评选由本店店长签批为准)。

爱情冲击第三波：“真情告白”

凡是七夕情人节当晚光顾ktv之热恋情侣，ktv可为他们提供走上dj台，大声表达爱意的机会。并可获赠香槟酒一支(特殊的日子特殊的真情告白，怎能不感动她/他)。

爱情冲击第四波：“浪漫”(此计划含大厅及包房)

活动期间凡消费一打啤酒以上或消费额满300，均可获8月26日0：00分现场抽奖券一张，依此类推。凭抽奖券现场抽奖。

一等奖：一名薛国大酒店客房一间/一晚

浪漫装饰及香槟酒一瓶;

二等奖：三名数码mp4各一部;

三等奖：十名巧克力各一盒

(具体实施安排另行决定)

七、场景布置

1、大门口：

①、门口橱窗：广告牌两块，注明活动信息;

(20\_\_情人节活动全攻略：ktv邀您和您的他/她一同参加ktv七夕情人节party，并大声将你的爱说出来，让大家见证你们的爱情，一起带着你们甜甜的爱情，现场表白、传情。)

②、大门玻璃：贴心形及玫瑰花图案;

③、大门：粉红色气球点缀。

2、大堂：

①、大堂正中用木板做心形签名墙，用玫瑰花包围;

②、对准大门二楼围栏大理石墙壁做喷画雕刻字：七夕情人节ktv全新时尚主题派对活动爱情冲击波寻找你心中的女神;

③、楼梯扶手点缀红色玫瑰花;

3、大厅：

①、dj台：前面面板点缀多色玫瑰花，并用泡沫雕刻：“你是我的玫瑰你是我的花”字样;

②、围大厅三周上空围墙雕刻银色反光字。大小不一：

唐诗1：乞巧楼前雨伞晴，弯弯新月拌双星;

邻家少女都相学，斗取金盆卜他生。

唐诗2：七月七日长生殿，夜半无人私语时。

在天愿做比翼鸟，在地愿为连理枝。

宋词3：纤云弄巧，飞星传恨，银河迢迢暗度。

人间无数。

柔情似水。佳期如梦，忍顾鹊桥归路?

两情若是长久时，又岂在朝朝暮暮。

③、大厅各条立柱用玫瑰花及心形图案点缀。

4、包房：

①、各包房每张台面放置玫瑰花一支;

②、各包房放置活动计划及细则一份。

八、活动安排

①、策划部根据总经理意见修改好计划案并准备实施;

②、营销部部按图纸于23日前做好广告架的制作、安装工作;

③、大厅部、包房部抽人手配合美工于23日做好布场工作;

④、财务部做好抽奖券及奖品的安排、发放工作及活动用卡的购买;

⑤、大厅dj台及节目部安排好活动期间音乐路线、节目的调整，24日报总经理节目单;

⑥、营销部于23日前联系广告位位置、薛国大酒店，做好房间及餐饮安排;

⑦、策划部于22日前推出活动广告(含户外、电脑)，并做好各种用卡的设计;

⑧、本店各部门统筹安排，24日统一彩排活动流程。

九、结束

**中秋节店铺活动策划篇四**

一、活动时间：2月4日-12日

二、活动节日分析：

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此我们的促销活动重点围绕跟元宵有关的商品展开促销。同时借助烟花爆竹、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛，回升消费热情。

2、同时春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

三、活动目的：

春节过后，顾客消费热情下调。元宵节是春节过后的第一个节日，因此，充分利用节日的热闹、喜庆和团圆气氛来刺激和诱导顾客消费，回升消费热情，提高总体的销售额。

另外，通过各种新颖、有效的促销活动来巩固原有顾客、挖掘和培养新消费群体，提升公司知名度和美誉度。

四、活动主题：

1、火树银花不夜天共度元宵享团圆

2、猜谜语欢乐中奖

3、良辰美景共赏元宵齐乐园

五、活动对象：

元宵佳品、糖果、生鲜蔬果类食品。

六、活动内容：

(一).购物赠汤圆

凡于活动期间一次性购物满58元的顾客，凭电脑小票可到服务中心领取大年汤圆1袋(价值3.9元);同理，购物满98元，凭电脑小票可到服务中心领取汤圆2袋(价值7.8元)。每天限送500份。

注：凭当日单张小票领取，小票金额不可累加

(二)、猜谜语欢乐中奖

把超市布置成元宵游乐区，悬挂灯笼，在全卖场的每个角落都张贴谜语条，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美礼物。

(三)良辰美景共赏元宵齐乐园

2月6日晚7点30分钟在外场开辟游乐区，在游乐区大舞台内增设套圈活动和一些表演等活动来吸引人气。

套圈：购物满100元即可参加套圈一次，每次十个圈，套中了即可拿走所圈住之物。圈中物品根据价值大小来进行远近距离拜访。物品总体价值设置可根据满多少的定额来确定，满多少的定额越高，礼品价值也可相对提高。

表演：表演者有店面有才艺的员工来共同表演，目的是增加元宵节热闹气氛。注：游园布置必须精美，注意维持活动现场秩序。游园活动的开始和结束可以以爆竹鸣号

七、活动筹备时间安排:

1、1月25日特价商品资料汇总，预定出上邮报的商品;

2、1月25日各部门的活动计划书上交店长办;

3、1月29日邮报商品下午开始照相;

4、1月30日邮报定稿

5、1月31日至2月3日跟踪特价商品和邮报商品到位情况，2月3日所有特价商品全部到位;

6、2月1日邮报到店上;

7、2月2日至3日开始邮报全面发放;

8、2月1日至3日所有特价pop写好;

9、2月3日卖场气氛、pop布置完成;

10、2月1日至3日常规特价商品阵列到位，3日晚上下班后所有pop粘贴到位、特价商品检查完成;

八、广告宣传：

为保证活动的持续性和工作责任到每个人，特制定以下要求：气氛设置：外场气氛，内场气氛，销售气氛。播音气氛。陈列气氛。pop书写。

(一)、dm邮报：单张16k，10000份\_0.18=1800元。2月1日下午dm邮报到店。

1、邮报发放计划：(发邮报的重点在各大生活小区和居民住宅及城中村，要尽量贴近百姓生活)

2、卖场内留：1000份(收银、总台)

(二)、场内不间断的播音;

播音内容就是活动内容

(三)横幅制作

1、横幅两条：火树银花不夜天共度元宵享团圆

良辰美景共赏元宵齐乐园

2、喷绘：两块

(四)、内场气氛pop和吊排设计：原来的不动

准备工作：

备足货源，搞好汤圆的商品陈列，店内海报、pop的书写等

九、费用预算

**中秋节店铺活动策划篇五**

一、期限

自\*\*年\*\*月\*\*日起至\*\*年\*\*月\*\*日止，为期3个月。

二、目标

把握购物高-潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销\*\*公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

三、目的

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a、b、c三地举行，借此活动将进口家电，重点引向国市常

四、对象

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买\*\*公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1.性能诉求：

真正世界第一!

家电!

2.s.p.诉求：

买产品，现在买!

赶上年货接力大搬家!

五、广告表现

(一)为配合年度公司“家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以\*\*公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15〃广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

六、举办“经销商说明会”

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

七、广告活动内容

(一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1.圣诞前后正是购货高-潮期，应予把握。

2.圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻;交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1.“接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名，b地150名，c地150名，如下表：

表5-4“接力大搬家”幸运奖地域分布

区别次别

a地b地c地

首次抽奖100名70名70名

二次抽奖100名80名80名

合计200名150名150名

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3)每户10分钟，以接力方式进行。

2.“猜猜看”活动奖额

(1)完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2)附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠\*\*品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四)活动内容说明

1.收件期间：自\*\*年\*\*月\*\*日至\*\*年\*\*月\*\*日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于\*\*月\*\*日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15〃cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

2.分两次抽奖原因：

①早买中奖机会高，第一次未中，还可参加第二次抽奖。

②活动期间较长，可藉抽奖分次活动，刺激消费者恢复销售高-潮。

3.参加资格及办法

(1)超级市场接力大搬家部分

凡自活动日起购买\*\*公司产品价值1000美元以上者，以1000美元为一单位，可向各地总经销商索取幸运券一张，参加抽奖，多买多送。

①如电视5120美元即送5张。

②幸运券填妥寄总公司。

③三地各分北、中、南三区，幸运券亦分3色区别。

④以1000美元为单位即赠幸运券一张之理由如下：

不限买家电方可参加，对所有\*\*公司产品均有相互促销作用。

b.让消费者依购买额之多寡，持有较多幸运券，吸引力较强。

c.对预算奖额并无差异。

d.经销商依各产品之在库金额请领幸运券，可以其为p.r.用。

e.\*\*公司、经销店以及参与企划、活动单位之员工及其亲属，不得

参加比抽奖活动，抽中者如被察觉，视为无效。

(2)“猜猜看”部分

任何人都可以参加，猜三地各区接力大搬家，搬得最多之金额，猜中者可得同等额之奖品，若两人以上同时猜中，则均分其奖额。另选数字相近之5人，各赠\*\*牌家庭影院一套。\*\*月\*\*日截止。

(3)幸运的新婚蜜月环岛旅游

凡被抽中为参加“接力大搬家”之幸运者，同时又是于此活动期间新婚者，另赠蜜月旅游券两张，以刺激结婚期\*\*公司产品之销售。

(4)奖额预算

300万美元以内。

(五)与上次“超级接力大搬家”改进之点

1.\*\*公司、\*\*公司经销商，以及参与企划单位之员工及其家属不得参加抽奖，抽中无效。

2.活动期间酌情拉长为两个月。

3.重点在促销，且此次拟举办“经销商说明会”，幸运券之分配，当较为妥善均匀。

4.用tv做现场节目介绍，并播放15〃cf，可使消费大众对百货公司之超级市场有所了解。

5.积上次经验，针对百货公司之签约，当立下多利于我之条件，不致超出预算。

6.搬家时间全部均定为10分钟。

7.搬家日，另致邀函，请经销商到场参观，加强地方经销商之协调色彩。

8.报纸及此活动之广告表现，均重视优异性能并以“接力大搬家”来销，且媒体选择趋于大众格调。

9.媒体运用趋向于广告面广，并对超级市场之说明予以加强。

10.整个活动分两个高-潮，促销效果大，并将试搬提前，对购买欲望之提高，将较有助益。

11.经销商政策已做全面改进。尤以p.p.物大量补充。指名率高。

12.售后服务，亦将在广告内提出，在整体配合上，改进颇多。

八、预算分配

(一)活动部分

1.奖额150000美元

包括“接力大搬家”奖额及“猜猜看”奖额。

2.杂项11000美元

包括p.r.费、主持人费、车马费、误餐费等。

3.s.p.费用10000美元

包括幸运券、帆布袋、传单、布旗、海报。

(二)广告媒体费用

1.报纸180000美元

2.电视节目170000美元

170000美元

4.杂志12500美元

5.电台50000美元

总合计：735500美元

注：①整理费用拟利用工厂临时作业员两人协助，不另编列预算。②电台部分提高为8万美元。③应增列现场拍摄记录片多出制作费之费用约1万美元。④待呈准后，应详列预算表，并附正式估价单报准。

广告媒体之选择分析：

1.报纸部分

为配合“\*\*公司家电”市场开拓，此次报纸媒体和地方性报纸显见增加，并就此次活动，多发消息，以助其宣传。

2.电视部分

改变过去\*\*公司重视高格调之表现与节目选择，在广告表现上，采用平易近人的说明方式以slide及cf播放;在节目选择上，参考\*\*公司提出之10月份收视率调查结果，使其中层阶层更为明显，普遍对大众做“大众化”的诉求，如影片、连续剧、综艺节目的综合运用。

3.电台部分

突破历年来的保守方式，大量播放于地方台，并拟采用英语、中文配合播出。

**中秋节店铺活动策划篇六**

活动目的：

1、迎接五.一旺季，品牌宣传造势

2、提高销量给客户信心，为5月压货创造条件

3 搞好客情关系(本人4月份调到该市场)

活动主题：迎五一，容声冰箱大优惠

活动时间：20xx.4.24—25(实际操作效果好，延长到4.27)

前期工作：

1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。

2、20日在钦州市场做宣传：贴海报和包装三轮车，23日在商场前贴海报。

3、22日检查库存和现场物料

4、活动统一说辞的提炼：科龙厂家“五.一”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

现场操作：

1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个“联合国节能金奖”易拉保、两个海报牌。

2、8款样机输出：1款特价机163g、2款上量机108a、138a、2款新品171d、186sm、1款电脑表现162ay、活动主销机型209s(联合国节能金奖)、1款形象机226ay3

活动费用：包装三轮车(5辆)200元、运输费用50元、临时促销30元/天×2=60元，共310元(场地有商场申请)。

活动总结：

1、期间共销售26台，占当月销售63台的41.2%。主要竞争对手当月销量是47台。

2、为“五.一”旺季做了充分的宣传，就“五..一”七天销量为79台

3、客户当月提货97台，为历史最高记录。但由于估计不知和其他因素，导致在5月3日畅销型号(290s、163g等)就开始断货影响了五一的销量。(该地区没有设代理商，由南宁代理商辐射过来的。)

4、使钦州市场的冰箱销售有了更清晰的主题：节能，而且使容声的209s。(意外收获)

5、取得了客户的信任。

可能许多同行在浏览到这里时，并没有找到自己所想要的东西，当然，上面所写的都是一般的、大方向的东西。本人认为这场活动成功的主要之处在于：1、活动的时间选择恰当，五一前一个星期的周末。2、客户支持，163g在进价的基础上加几十元销售。另外在场地、人员等方面都给了支持。这是沟通方面的工作，需要做好，但不要认为客户的目的不是为了赚钱，所有的让利在其他机型我已保证了其满意的利润。3、统一说辞的提炼，在活动期间购买的顾客，很多是打算等到五一再买的，但我们宣传这就是科龙公司的五一的促销活动，特价又礼品。突出厂家活动在活动中的地位，厂家为了做宣传而做促销活动，没有理由不比平时优惠，上帝喜欢“促销消费”。这时我们要做的就是：职业装+普通话+名片=厂家经理。4、样机的节日化输出，立牌、pop、特价标签、赠品、鱼缸等把样机打扮得“美丽动人”。

**中秋节店铺活动策划篇七**

活动时间：8月20日

活动地点：量贩式ktv

活动主题：牵意千寻

活动创意：

(1)情侣的情人节：可以通过获得情侣折价券，在情人节那天可享受打折优惠。情侣折价券设计成为男女券，有珍藏价值的那种，如书签型的等。在情人节那天专门设置情人间，可以是几队情侣进入大包间，也可以是一对情侣进入双人间。并在情人节那天替男友为女友送上一支玫瑰，替女友为男友送上巧克力，并送出ktv送给情侣们的情侣饮料和情侣水果拼盘等。

(2)单身贵族的情人节：也可以通过折价券进行宣传，将ktv做为一个牵线人，让他们来找自己生命中的情人，并为找到的人送上礼物。单身贵族们可以进入专门情人节设置的单身俱乐部，即为大ktv见，(轮桌唱的那种， 如果被促成的情侣，自己愿意可进入情侣间)。

(3)另外，也要适当准备一些一般包间，供一群朋友来唱歌，此类包间不做装饰，跟平时一样。

活动宣传：

(1)在都市报等都市气息浓厚的报纸上做宣传，将消费者利益写清楚，分为单身与情侣两版，写明获赠卷地址，在报纸上刊登出来开始到情人节期间都可以凭借报纸上的赠卷前来试唱，试唱者都可以获赠送的单身折价券或情侣折价券销售八折优惠，没有来试唱的也可在情人节当天凭报纸上的赠卷获的优惠卡。[当天消费满150(200)的可得到一张会员卡，以后都可以享受8折优惠，也可按照当天消费情况不同获得铂金(金、银)卡，以后享受不同优惠，另外，当金、银卡消费者积累一定分数后可升级为铂金用户]此优惠条件在情人节那天作成传单发给来唱歌的消费者，不在报纸上写明。积分卡一定要体现出年轻人的都市气息，他们的个性或尊贵。在公交车吊牌上也可做简要宣传，简单写出节日由你唱等宣传情人节优惠，分为单身和情侣两方面。

(2)店面主要用红蜡烛型的灯来装饰，在每个情侣包间用一只玫瑰型真蜡烛来装饰，周围用蜡烛灯包围着情侣们，营造出浪漫气氛。在大厅，在周围的蜡烛灯中可断断续续夹杂着五色玫瑰装饰，在走廊两边也用蜡烛灯，让人感觉正走在通往爱情的道路;在单身俱乐部中，可在周围放置上灯，在每桌上放上真蜡烛帆船。

**中秋节店铺活动策划篇八**

微信机票系统上线后，如何推广，让更多的人关注公众平台，一直是网络营销团队为大家思考的问题，现为大家推出一项来年开门派红包扫码的营销方案，具体方案如下：

增加公众平台的曝光度和关注度

20xx.2.7-9

1、 办公地点在写字楼的地方，可以在写字楼大楼门口向所有进出的人派；

2、 办公地点在街面的地方，可以在门口派红包；

3、 可选择在商业集中第进行红包派送；

1、 红包，建议准备一些5角到5元不等的红包，根据公司预算，建议1000份以上；

2、 礼品，可以准备一些优惠券；放入红包中；

3、 易拉宝1-3个，主题是公司产品介绍，公司二维码，成为微信会员的好处

4、 财神爷和马各一个，是穿服装由人员装扮；

5、 配合发送红包人员1-----多名；可穿有二维码的马甲

1、 让别人了解微信订票是什么？

2、 让别人了解微信订票的方便性？

3、 让别人知道成为公司微信会员的好处

4、 让别人知道成为公司微信会员，不但可以订到机票，还可以参加月度、季度、年底的抽奖活动；

5、 转发分享还有礼品送；

1、 安排客服人员关注微信后台，及时与关注的微友进行互动；

2、 客服人员，可对即将做的活动，进行一些新老客户的营销；

3、 分析效果，推进活动。

**中秋节店铺活动策划篇九**

1、迎接3.15维权日，服务价格比较网商家。

2、消费者权益日，唤醒网购维权意识

目的：

3.15 消费者权益日即将到来，价格比较网作为一个服务于商家，实惠于网购群体的平台，将围绕商家、产品、服务、维权等展开话题，以调查问卷的形式，获知更多有利于商家、消费者的信息，以便于商家产品的推广销售，消费者可以放心购买，也起到一个联接商家与消费者的桥梁作用。

服务对象：价格比较网的商家、消费群体

形式：商家可以加入活动，推广自己的产品，在价格比较进行开店营业!

推广：

一、根据价格比较多年来对消费者的了解，和商家的信息，把3.15活动页面发给跟我们合作的商家做一个简单的调查：

合作的商家包括有：各个频道的友情链接合作伙伴，软文互发的合作伙伴，价格比较网所以商家，cps返利。

二、论坛里各个板块里的版主对价格比较的意见的看法。

消费者对价格比较网购物的看法。

三、软文三篇(精篇) 对外宣传价格比较网多年来的在互联网上的电子商务形的一个优质品牌。

四、收集价格比较网合作比较好的八家商家 展示3.15信息。

五、随机向广大网友抽查一下，对价格比较网3.15专题询问几个问题。

3.15专题提早一个星期把页面挂上去!

时间：3月8号上线!

调查问卷是对消费者网购信息的收集。

具体操作：

对3.15由来、消费维权作一个简介：

3.15之际，比较比较网将推出的服务活动：3.15咨询、产品推广、问题解答、

评出最受欢迎的商家、最有信誉的商家等

作一个关于网购问卷调查，相关问题如下：

一、对的后面打√

1、你网购过吗? 是 否

2、网购频繁吗? 一次 偶尔 经常

3、在哪些网站购物的? 淘宝 拍拍 当当

百度有啊 其它(请注明)

4、对哪个网站比较满意? 淘宝 拍拍 当当

百度有啊 其它(请注明)

5、网购的产品通常有哪些： 服装 家居 食品

美容 数码 其它(请注明)

6、对产品的满意度： 不满意 一般 满意

非常满意

7、对产品哪里不满意： 与产品不符 产品有破损

商品仿冒 其它(请注明)

8、对网购的服务满意程度： 不满意 一般 满意

非常满意

9、对快递的快慢满意程度： 不满意 一般 满意

非常满意

10、知道消费者权益保护法吗? 不知道 不太了解 了解

11、有没有维护权益的意识：有 没有

12、维权成功与否： 成功 未成功

二、简述：消费与服务

1、对消费者权益的理解：

2、怎样维护自己的消费权益：

3、对维权的好的建议：

后期工作：

1、 信息反馈整理。对调查问卷作一个全面的统计，对各个问题进行分析研究，找出重点，热点问题，并找寻答案。

2、 也可以对调查问卷的分析结果写一篇小文。

**中秋节店铺活动策划篇十**

一、指导思想

深化“我们的节日”主题活动，以社会主义核心价值体系建设为根本，广泛开展“我们的节日·七夕节”主题活动。通过开展一系列丰富多彩的活动，凸显七夕节爱情忠贞、家庭幸福等文化内涵，引导人们认知传统、尊重传统、继承传统、弘扬传统，促进现代家庭观念的健康成长，在全社会形成奋发向上的精神力量和团结和睦的精神纽带。

二、活动主题

以“爱情忠贞、家庭幸福”为主题，引导人们追求爱情忠贞美满、家庭和睦幸福的美好生活。

三、活动内容

1、开展“爱在七夕。中华经典诵读”活动。分局组织开展爱情诗词征集或诵读活动，倡导忠贞的爱情观;各科室组织开展吟诵经典爱情诗篇、传诵美丽爱情故事等中华经典诵读活动，引导人们感受传统文化魅力，努力把积极的人生追求、高尚的情感境界、健康的生活情趣传递给干部群众。

2、开展“爱在七夕”各类文化活动。分局将组织开展篝火情歌会活动，将中华忠贞爱情的传统文明发扬光大，营造家庭美满、社会和谐的氛围，将“我们的节日·爱在七夕”主题活动推向。

四、活动要求

1、高度重视、精心组织。“我们的节日·七夕”是分局文明办倡导开展的“我们的节日”主题活动的重要组成部分，是群众性精神文明创建活动的重要载体，各科室要结合我局正在开展的文明单位创建活动，加强领导，精心组织，做到广泛参与、形式多样、丰富多彩、教育深刻。各科室要精心组织活动内容，把节日期间的中华经典诵读引向深入。

2、突出主题、形式多样。要以陶冶人民群众高尚情操为主线，突出爱情忠贞、家庭幸福、社会和谐这个主题，要注重创新活动内容、形式和载体，将中华传统文化与现代文明紧密结合起来，引领文明风尚，陶冶高尚情操，提升文明素养。

3、加强宣传，营造氛围。要加大宣传力度，充分发挥各类媒体的作用，广泛宣传各单位、各科室深入开展“我们的节日·爱在七夕”活动情况，及时报道广大干部群众的过节心得，营造浓厚的节日氛围。对情侣奖励。

**中秋节店铺活动策划篇十一**

一、活动主题:秋“悦”·礼

二、活动时间:9月22日-10月7日

三、活动地点:一楼北3号门

四、活动对象:活动期间前来购物的消费者

五、活动目的

中秋佳节，月圆之时，团圆之际，古有寄语“但愿人长久，千里共婵娟”;十一国庆，盛世之时，庆典之际，举国上下，共庆华诞。在这中秋国庆双节期间，透笼国际商品城配合“团圆·庆典”的节日主题，选择进店有礼、购物有礼、分享有礼的营销方式，达到扩大宣传，降低成本的活动目的，在提高消费者消费热情的同时，加大消费者的参与度，让消费者能够更深入的了解透笼国际商品城，扩大商场在消费者中的影响力。

六、活动内容:《月圆中秋》

进店礼--乐享中秋送好礼凡9月27日中秋节当天前来透笼国际商品城购物的消费者，即

1透笼国际商品城·企划部中秋国庆营销方案可到活动区域领取精美礼品一份，数量有限，送完即止。

活动礼--全民争当万人“谜”

凡9月22日-9月28日期间前来透笼国际商品城购物的消费者均可参加猜灯谜活动，我们将在活动区域上方悬挂灯笼，并在灯笼下挂有带编号的灯谜，消费者可任意选

3个灯谜，记住编号和答案到工作人员处核对，全部猜对即可获得精美礼品一份(27日中秋节当天发月饼，22、28日发小礼品)。每日仅限150名，送完即止。

购物礼--尝鲜果切水果赢积分送好礼

凡9月22日-9月28日期间前来透笼国际商品城购物的消费者均可免费品尝我们准备的水果和月饼，和我们共享团圆，同时满88元的消费者，凭当日购物小票即可参加“水果忍者”体感游戏，消费者可凭积分换取相应礼品。数量有限，送完即止。

微信礼--乐拍庆团圆评选“最暖全家福”

凡9月22日-9月28日中秋节期间与家人一同前来透笼国际商品城购物的消费者，凭当日购物小票均有机会参与“乐拍庆团圆”活动，活动期间我们选用拍立得相机为前50组家庭拍摄全家福，现场拍摄，即拍即得。同时顾客也可参加“最暖全家福”微信投票活动，参与形式为扫描微信二维码加关注，并将活动链接转发至朋友圈，每组家庭需为自己取个温暖的名字，仅限30组家庭。投票时间为9月29日8:00-10月4日13:00。投票结束后于10月5日9:00根据票数公布5名获奖名单。获奖顾客可于10月5日-10月7日到活动区域领取精美大礼一份。

预热广播稿尊敬的顾客朋友们!为感谢您对透笼国际商品城一直以来的支持与厚爱，我们将于9月22日至10月7日期间推出“秋悦·礼”系列活动，活动期间进店有礼、购物有礼、分享有礼，详情请见商场内展架。我们欢迎您与家人前来享中秋迎华诞，祝您中秋国庆双节愉快!

**中秋节店铺活动策划篇十二**

一、活动主题：

★1.礼动新春贺佳节--来店有喜，买即送拜年礼★

★2.金猪送福迎财神-满100省60元、50元、40元、30元、20元★

★3.金猪送福好运连连--红火靓礼 满100六重送★

★4.金猪报喜刮卡连年--购物满200元，立丹为您备足精选年货 过新年★

★5.立丹新春礼上礼---合家满堂红 红红火火过新年 ★

★6.金猪进门全家旺--立丹迎春特卖会 换季商品低2折起黄金饰品零点利★

★7.浓情蜜意爱要久久--温馨恋爱礼 2.14千支玫瑰送给您★

二、活动时间：

200\*年2月9日(五)-200\*年2月25日(日)17天

三、活动内容：

★1. 礼动新春贺佳节-来店有喜，买即送拜年礼★

1.活动时间： 0\*年2月18日(初一)-0\*年2月20日(初三)3天

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：

活动期间，凡在本商场1楼-4楼购百货商品顾客即送拜年礼一份，每日限量派送，先购先送，送完为止。(赠奖地点：大门外赠奖处)

赠品：(新春红包袋或新春对联)数量：300份\*3天=900份 预算：2.2\*900=1980元

★2. 金猪送福迎财神-满100省60元、50元、40元、30元、20元★

1.活动时间：0\*年2月9日(五)-0\*年2月25日(日)17天

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，顾客凡购买参加此项活动的商品，单柜消费满100元以上(含100元)，均在售价基础上按每100元递减60元、50元、40元、30元、20元相应价格支付，不足部分不减，单柜可累计。注：部分专柜除外

印刷气氛牌：3,000张 费用预算：1680元(单色单面)

★3.金猪送福好运连连-红火靓礼 满100六重送★

1.活动时间：0\*年2月9日(五)-0\*年2月25日(日)17天

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满100元以上(金额不可累计)可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“红火靓礼 六重送”的活动，领取相应级数的礼品,顾客朋友在兑换礼品时可按消费金额随心自由搭配。

“红火靓礼 六重送”奖品设置

100元-200元级;送成本价2.5元的礼品(赠品：牙膏、卷筒纸二选一)

201元-300元级;送成本价5元的礼品 (赠品：洗衣粉、洗洁布二选一)

301元-400元级;送成本价7.5元的礼品(赠品：新年鸿运袜、纯牛奶二选一)

401元-500元级;送成本价10元的礼品(赠品：精美靠垫、百事可乐2.25升二选一)

501元-600元级;送成本价12.5元的礼品(赠品：套装烹调碗、精美卷纸一提二选一)

601元-800元级;送成本价15元的礼品(赠品：不锈钢厨具、精装中老年核桃粉二选一)

注：(礼品金额设置按每一级别奖品最小金额\*2.5%计算所得)

(黄金珠宝、钟表单张小票满800元-1600元领第一级礼品，1601元-2400元领第二级礼品，2401元-3200元领第三级礼品依次类推)。

赠品：(见上)数量：400份/天\*17天=6800份 合计赠品预算：平均价8.75元/份 \*6800份=59500元 每日赠品预算：59500元/17=3500元/天 占每日预估营业额1.6%(按每日营业额220,000元计算)

印刷气氛牌：2,000张 费用预算：1120元(单色单面)

★4.金猪报喜刮卡连年--购物满200元，........为您备足精选年货 ★

1.活动时间：0\*年2月18日(初一)-0\*年2月25日(初八)8天

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“金猪报喜刮刮乐” 活动，刮出金猪心动礼品。201抽一张;401抽二张;601抽三张;最多可抽3张，(黄金珠宝、钟表单张小票满800元为一张，1600元为二张，依次类推)最多3张。

4.奖项设置：

(一等奖 1名 金猪抢钱 送、 笔记本电脑一台或台式家用电脑一台)

成本金额：3000元\*1=3000元

(二等奖 2名 鸿运当头 送、 名牌数码相机一台)

成本金额：1720元\*2=3440元

(三等奖 3名 旗开得胜 送、 名牌微波炉一台)

成本金额：200元\*3=600元

(四等奖 16名 合家欢乐 送、 名牌暖被一床)

成本金额：100元\*16=1600元

(五等奖 32名 富贵临门 送、 中式年货一套含香肠、腊肉、年糕等)

成本金额：55元\*32=1760元

(六等奖 64 名 年年有余 送、 高级餐具或牛奶一件)

成本金额：38元\*64=2432元

(纪念奖 无奖 欢天喜地 送、 糖果、花生一把抓)

成本金额：1.2元/人\*500人/天\*8天=4800元/4元(每斤)=1200斤

赠品预算：共计17,632元。每日赠品预算金额：17632/8=2,204元

印刷刮刮卡：10，000张 费用预算：2，800元(四色双面)

道具预算(装糖果花生用)：425元

★5.新春礼上礼---合家满堂红 红红火火过新年 ★

1.活动时间：0\*年2月18日(初一)-0\*年2月19日(初二)2天

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处“红葡萄酒”一瓶，每人限领一瓶。每天50瓶，送完为止。

赠品预算：成本采购价9.5元/瓶\*100=950元。每日赠品预算金额：950元/2天=450元

道具预算：红包装纸和包装带共计200元

★6.金猪进门全家旺--春特卖会 换季商品低2折起黄金饰品零点利★

1.活动时间：0\*年2月9日(五)-0\*年2月25日(日)17天

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间营运部组织大量换季商品大门花车进行新春特卖会商品折扣低至2折起，和组织黄金饰品在(2月18日-2月20日)举行零点利商品活动。

印刷气氛牌：1,000张 费用预算：760元(单色单面)

★7.浓情蜜意爱要久久--温馨恋爱礼 2.14千支玫瑰送给您★

1.活动时间：0\*年2月13日(二)-0\*年2月14日(三)2天

2.活动地点：1-4楼

3.活动内容：活动期间1、凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处领取礼品(女士领取浪漫玫瑰花2支，男士领取巧克力一块)。2、真情告白，情歌点播站

让浪漫的情歌表达你的爱意!用深情优美的旋律打动她的芳心。立丹百货为您推出情歌点播站，凡在本商场消费购物单张票满50元的顾客均可为你的心上人点歌一曲。3、情人节期间在本商场消费购物单张票满100元的顾客可凭收银小票到一楼总服务台免费包装商品。

赠品预算：玫瑰花成本采购价1.4元/支\*1000支=1400元，巧克力成本采购价 1元/个\*500=500元。每日赠品预算金额：1900元/2天=950元

道具预算：情人节礼品包装纸和包装带共计200元

四1.气氛布置：

写真、喷绘：

1.1-4f扶梯顶部横眉6张、2.侧门立柱、侧门横眉各1套、3.门廊旗11张、4.小墙幕1张下面部分、5.大门看板2张、6.大门立柱、大门横眉各1套、7.广场上广告架2幅8.赠奖指示牌子4个

费用预算:6,782 元 杂费：520元

2.印刷类：

1. 印刷气氛牌6000张、单色单面157g铜板纸，费用预算：3,560元

2.印刷刮刮卡：10，000张 费用预算：2,800元(四色双面)

宣传单：10,000张、正度8开四色双面128g铜板纸，费用预算：3,960元

印刷费用预算:10,320元

五、宣传1.17天(广场广告架占道费)2,312元/1个

2.2月9日晨报 四分之一套红 36，600元

六、新春道具：

五、赠品费用预算：(略)

**中秋节店铺活动策划篇十三**

一、活动主题

相濡以沫，最爱七夕

二、活动时间

20\_\_年8月\_日-8月\_日

三、策划主旨

1、七夕节要区别情人节，从传播的口径到活动的组织，落脚于夫妻间的情份。

2、整个策划的主题围绕情感、爱、家庭，实现活动与营销活动的融合。

四、活动内容

1、相濡以沫，最爱七夕我与我的爱人大型征集活动

还记得您们的第一张合影照片么?还记得你们面对亲朋好友时许下的诺言么?\_\_\_我与我的爱人大型征集活动拉开帷幕，即日起征集最早的结婚照片、最早的婚礼诺言，活动结束后，按照照片拍摄日期，结婚时间早晚排定。

最早的结婚照片5张，每张照片的主人奖励\_\_\_价值200元的精美礼品;

最早的婚礼诺言5个，每个诺言的主人奖励\_\_\_价值200元的精美礼品。

照片(征集完成后，做成展架，照片原稿将返还本人)诺言由顾客手写，签名，制作成展架放置在\_\_广场活动现场展示。

负责人：

2、相濡以沫，最爱七夕\_\_\_步行街穿着类现价基础上77折。(20\_\_年8月\_日，折扣，现场广播公布)

步行街负责谈判，执行。

对接人：

3、相濡以沫，最爱七夕\_\_\_大型文艺演出，精彩现场活动。

8月\_日，\_\_\_广场婚礼秀;

8月\_日，\_\_\_\_\_广场婚纱秀;

8月\_日，\_\_\_\_\_广场\_\_文化年系列活动;

负责人：

4、相濡以沫，最爱七夕万千纸鹤表真心

\_\_\_步行街万只千纸鹤迎接七夕节，前期可以有\_\_\_员工自己叠，所用材料由公司报销，七夕当天，可以在现场准备千纸鹤的纸和笔，顾客可以在

工作人员的指引下，自己折叠千纸鹤，表示对爱情和幸福生活的祈祷，最后统一悬挂在步行街\_\_广场的范围。

88月\_日下午开始下发通知，要求步行街员工先行折叠千纸鹤，

负责人：

5.相濡以沫，最爱七夕\_\_\_七夕鹊桥会!

目的：借七夕节这一传统中国节日，举办具有社会公益性质的鹊桥会活动，吸引更多顾客进入并了解\_\_\_。

时间：\_月\_至8月\_日

合作单位：\_\_电台

活动主题：相见你我，缘在\_\_\_七夕鹊桥会

方案内容：

形式：

相亲人员报名采用表格的形式，填写相亲会报名表;

工作人员将填写的报名表登记到制作的相亲人员报名卡片中进行现场张贴;

活动阶段：

第一阶段：报名阶段8月\_日到8月\_日

有意向的人员可以到\_\_\_总服务台、世纪泰华广场总服务台、赛诺超市服务台报名;

第二阶段：相亲阶段

8月\_日，在\_\_\_举行大型的乡亲大会，由公司人员将报名人员名单进行制作。

负责人：

6.相濡以沫，最爱七夕拿什么送给我的爱人!

8月\_-\_月\_日，在\_\_\_购物满100元，送\_\_花店芝兰花府特别优惠卡一张。共计1000张，送完为止，同时享受免费送花到家的特别企划服务。

负责人：

7.相濡以沫，最爱七夕夫妻恩爱大比拼活动

夫妻恩爱大比拼，七夕晚会，\_\_广场举行：提前通过媒体发布，邀请10对顾客，参加夫妻恩爱大比拼活动，比默契，比才艺，比手艺。

邀请珠宝首饰类和化装品类厂家提高冠名赞助，以及活动礼品，背景版、演出，首饰类6折

**中秋节店铺活动策划篇十四**

一、活动时间：20\_\_年10月1日至12月31日;

二、活动对象：中国\_\_银行\_\_省分行企业电子银行客户;

三、具体活动内容

1、企业电子银行服务签约奖

凡活动期间，签约网上银行高级版的企业客户(含存量简版网银与电子对账客户升级成高级客户)均可参加抽奖，共600名，各奖价值300元的移动充值卡;签约短信银行的单位客户均可参加抽奖，共200名，各奖价值约100元的移动充值卡;同一企业客户不重复中奖。

2、高级客户交易动户奖

活动期间，首次通过网上银行(含重客，下同)办理日常款项结算业务(包括转账、代发)的且达到一定笔数的客户，实施动户奖励措施。

对象：活动期间新开通网上银行服务或活动以前开通但未通过网上银行办理结算交易的客户

奖励规则：活动期间通过网上银行办理结算交易三笔以上的客户(不含查询)

满足条件的客户名单均可参加交易动户奖抽奖，奖品设置如下：

一等奖20名，各奖价值800元的移动充值卡;

二等奖40名，各奖价值400元的移动充值卡;

三等奖400名，各奖价值100元的移动充值卡。

3、代发代扣交易奖

对于今年新开通代发代扣服务的客户，在活动期间使用网上代发(代发工资或财务报销)、代扣业务交易笔数满100笔的客户，就有机会获得代发代扣幸运交易奖，中奖名额100名，每个客户奖励价值200元的移动充值卡。

备注：客户有多个代发代扣项目的，应合并计算，对于批量代发，按代发人数计算笔数。

以上两个交易奖项，同一企业客户不重复中奖。

4、电子对账回签奖

凡是我行电子对账客户(含活动期间新发展的电子对账客户)，在20\_\_年9月、10月、11月三个对账周期内，均按时办理电子对账回签的客户，均可参加抽奖，共500名，各奖价值约100元的移动充值卡。

5、“\_\_\_\_\_\_\_\_”企业电子银行服务热线体验奖

活动期间拨打“\_\_\_\_\_\_\_\_”客服热线咨询企业电子银行服务的，并留下客户信息及联系信息的，均有机会参加抽奖，拨打次数越多，中奖机会越大。中奖名额共100名，各奖价值约100元的移动充值卡。

**中秋节店铺活动策划篇十五**

一.活动时间：

3月7日-3月8日

二.活动主题：

三八节\"链\"结顾客心

三.活动内容：

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)

2.三八节旧饰换新颜：

在三八节期间，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

在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，主题是《三八节\'链\'结顾客心》，内容包括\"三八节\'链\'结顾客心\"、\"三八节旧饰换新颜\"等活动的参与细则。

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\"三八节\'链\'结顾客心\"、\"三八节旧饰换新颜\"活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

在店前做好活动宣传海报或\_展架，在柜台安排活动咨询员并设立咨询电话方便顾客咨询。

五.活动控制与评估

1.在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录。

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.展架：85元。

3.总计：3000+85=3085元。

**中秋节店铺活动策划篇十六**

一、活动的主题、目的和意义

为了纪念3.15国际消费者权益保护日，更好地贯彻《消费者权益保护法》、《产品质量法》等法律法规，宣传20xx年全国消协组织“诚信?维权”年主题，促进市场经济良性发展，保护知名企业健康成长，维护消费者合法权益不受侵害，营造一个公平、公正、诚信经营的消费环境，根据中国消费者协会工作部署，结合我省实际情况，特开展本次活动。

二、主、承办单位

主办单位：四川省保护消费者权益委员会

四川省工商行政管理局

承办单位：四川质量报社生活周刊

三、活动时间及地点

活动时间：3月15日(全天)。

活动地点：市体育中心北半场。

四、活动的策划、步骤及方法

(一)活动的策划：

1.由主办单位确定本次活动方案;

2.活动前期拟于3月12—14日，在媒体上(华西都市报、天府早报等)发布为期三天的公益广告，突出今年年主题“诚信?维权”，为3.15现场活动造势;

3.在活动前期，组织有关媒体对省消委会主要领导进行专访，突出宣传年主题、今年的消费维权重点和今年省消委会的主要工作;

4.协助省工商局消保处在3月13日召开315纪念活动新闻通报会。在会上通报省消委会的“20xx年消费投诉十大热点”和315纪念活动情况。

(二)活动的组织和实施：

1.主办单位向相关企业发出组织活动的通知;

2.由主办单位负责审查参加活动企业的产品广告，宣传资料内容，杜绝假冒伪劣产品进场;

3.由承办单位负责活动的组织和筹备工作;

4.活动开幕仪式拟邀请省人民政府、省工商行政管理局、省消委等有关领导参加并讲话;

5.现场设消费者咨询、消费者投诉、房产家装、it、食品、家电建材、日用百货、汽车等专区，散发相关宣传资料和进行商品销售;在现场开展消费知识宣传，并设置消费警示、消费小知识、消费指导等宣传牌;

6.由省消费向参加活动的企业颁发“20xx年消费维权定点联系企业”证书、铜牌;

7.在现场散发刊有参展企业的特刊及年主题宣传资料;

8.为活跃现场气氛，将在开幕式后进行文艺表演(节目内容待定);

9.在现场设立医疗救护(防疫)站、消费咨询台等;

10.组织治安、消防、防疫、医疗等部门入场开展相关工作。

**中秋节店铺活动策划篇十七**

一、活动背景：

“五.一”黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

二、活动时间：

4月28日——5月13日

三、活动主题

每个季节都有礼!----“五一”有礼!

四、活动详细内容：淘巧好，好淘巧

(一)、劳模有礼

5月1—7日，凡历年获得过市级(含)以上荣誉的劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份(衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣40件)。

(二)、购物有礼

淘巧好，好淘巧

(三)、母亲节有礼

“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制10000张小型“背粘胶”，打上“平顶山商场赠送”字样，所有礼品上都要粘贴。

五、室内外布置：(统一色调——蓝色)

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以“五.一”促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传(包括\_展架)。

4、各专厅可以pop海报、打折牌宣传价位及打折信息，喧染气氛，主题统一为——“五.一”有礼!(部经理配合实施)

六、媒体宣传

1、4月30日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传本次“五一”促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

七、要求

1、部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。(每天活动工作人员名单另文下发)

4、4月27日、5月13日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。

5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可徇私舞弊。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票;不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

八、预算：

1、中厅布置：1000元

2、“背粘胶”印刷：3000元;

3、室内外布置：1000元;

4、活动奖品预算：16000元;

5、报纸广告：3000元

总计：24000元

其中：4月28日——5月13日(母亲节)共16天时

间按各专柜销售额的1%进行扣点，其余商场负担。

**中秋节店铺活动策划篇十八**

一.活动背景

作为现代的大学生，我们虽然有了高科技的学习装备，能够方便和快捷地了解到各种新闻与知识，但是大多数的我们不可能特别留心地去关注消费方面的事情。如今，我们深入在象牙塔中，进行消费上的行为，大多数是在学校内进行的。学校在维护学生权益工作上做了大量工作。因此，我们很少在学校的范围内消费时，有在权益处于劣势的情形，在利益上受到侵犯的境况，更别提在人格上遭到侮辱的境地。我们早晚会离开总是风和日丽的校园，而进入鱼龙混杂的社会。当在那里我们在权益上、利益上，甚至上人格受到不公的待遇，我们会忍气吞声，让不公平对待我们的人为所欲为吗?我们当然不会那样懦弱，我们会时刻维护我们自身的权益、利益乃至人格。我们如遇到消费层面的不公，怎样去维护呢?我们总该了解一些有关消费方面的法律常识，知道最基本的维护消费者权益的知识吧。

一年一度的3.15——国际消费者权益日即将来临，这是一次很好地让在校学生初步地了解一下关于维护消费权益知识的契机。我部门得到到天津市河东区消费者协会人员的大力支持。从他们那里得到六种维护消费权益知识的宣传单和三张彩色的宣传海报。

二.活动目的和意义

1.让学生初步了解基本的消费维权知识。维权知识应当是一个合格大学生应当知道的，否则学生的知识面就太狭窄了。

2.学生能在消费权益受到侵害时，多了点这方面应对方法，对学生处理相关事情起到积极的作用。学生不会面对不公的消费待遇而觉得束手无策了。

3.开展关于315的活动是一个学校健全的具体体现。

4.协助河东区消费者协会在我校做关于消费者知识普及的工作。

三.其他部门帮忙。

宣传部：1.在三张彩色海报(源于消费者协会)都写上如下内容：

在3月15日11：00到12：30的时间段在主教学楼前，开展名为”今天是315”的活动。我部门将会向学生发放有关维护消费者权益知识的宣传单。有能够了解到关乎自己切身利益知识的机会，你愿意错过吗?

天津工业大学学生会权益中心

2.一张张贴于学生会的宣传栏中，另外两张粘在硬的纸板上(活动时用)

3. 贴于学生会的宣传栏中的海报越早贴出越好(3月15日之前)。粘在硬的纸板上的海报在3月15日前做好，做好后，告诉我一声。

新闻中心：1. 新闻稿设计内容：在3月15日11：00到12：30的时间段在主教学楼前，开展名为”今天是315”的活动。我部门将会向学生发放有关维护消费者权益知识的宣传单并给予相关的知识介绍。希望学生愿意参与。

2.在3月15日之前或当日让广播站播放宣传活动的新闻稿，尽量吧!

办公室：3月15日10点30到13点之间借两张木桌子。放在教材科，到时，会有部员去搬。

四.活动开展

①20xx.3.15中午11：00—12：30在工大主教学楼前，由部门部员负责发放消费者权益相关的宣传单。在之前部员了解相关的知识，发放传单的同时，向学生介绍相关的知识。

②由负责与各学院联系的部员给各自学院发送2份宣传资料(共12份)。

a。希望各学院将其粘贴在学院的宣传栏中(尽量)。b。若各学院举办相关活动还需要宣传资料，可联系负责各学院的部员

③由部员负责在各学生宿舍楼内粘贴宣传资料。(共需宣传资料22份)

五.活动时间及地点

3月15日11：00到12：30，主教学楼前

**中秋节店铺活动策划篇十九**

一.活动时间：5.1-5.7

二.活动主题：五一“钻石代表我的心”——超值回报消费者

三.活动内容：

5月1日钻石吊坠及戒指超值回报价510元发售

5月2日钻石吊坠及戒指超值回报价520元发售

5月3日钻石吊坠及戒指超值回报价530元发售

5月4日钻石吊坠及戒指超值回报价540元发售

5月5日钻石吊坠及戒指超值回报价550元发售

5月6日钻石吊坠及戒指超值回报价560元发售

5月7日钻石吊坠及戒指超值回报价570元发售

四.活动宣传与推广

(1)在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，主题是《五一“钻石代表我的心”——超值回报消费者》，内容是活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告;

(2)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“钻石代表我的心”——超值回报消费者”活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

(3)在店前做好活动宣传海报或\_展架，在柜台安排活动咨询员并设立咨询电话方便顾客咨询;

五.活动控制与评估

1.在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录;

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.\_展架：85元;

3.总计：3000+85=3085元

**中秋节店铺活动策划篇二十**

一、促销目的

通过“七夕中国情人节”这一主题，紧紧抓住围绕“有情人”这一心理，展开商品促销和活动促销，以吸引客流，提高知名度，达到销售的目的。

大力推出“降价风暴”的降价促销活动，让消费者感到真正的降价优惠。

二、促销时间

三、宣传档期

四、促销主题

1 .示爱有道 降价有理

2. 备足礼物 让爱情公告全世界

五、商品促销

“情人节”是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到销售。

1 、 商品特价

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2 、主题陈列： 月 日—— 月 日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用厨窗摆放，如没有厨窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a 、情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象

b 、各店必须包装至少 11份以上的“饰品套系”用于主题陈列六、“浓情头饰花束”

推广时间： 月 日—— 月 日

1 、以头饰为主，现价按原有价位 6-7折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品 80元以上的顾客均赠鲜花一支。

2 、制作“浓情头饰花束”售价表

名 称 数量 原价 现价

只有你 饰品一个送鲜花一支 元 元

一心一意 套系 +送鲜花一支元 元

提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3 、免费送货服务，要求饰品超过 100元，送货范围不超过 2公里。

七、活动促销：

1 、 情人气球对对碰

制作 100-200个，气球用于门店情人节气氛布置及购物赠送(门店自行安排)。

费用： 0.155元 /套。

2 、 会员卡赠送

凡购买情人节系列商品(不限金额)，即可赠送会员卡一张。(时间： 月 — 日)

注意做好会员卡资料登记工作。八、宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕、dm投递等等。

1 、宣传广告语

色彩跳跃的 \_\_\_饰品

鲜艳的色彩，精致的做工，来自韩国的设计。情人节期间，这样的饰物会不会再兴起一股流行风?快来看看这些高贵、可爱漂亮的饰品吧!

与众不同的情人节

送什么才是与众不同的，送什么礼物才能博美女一笑?又省钱又体面的礼物，请看 haface推荐的宝贝饰品吧 ……

九、店内布置

1 、备足礼物 让爱情公告全世界 门前写真招帖。

a. 店门口美术笔手写招贴(含优惠策略的具体内容);

b. 彩色横幅一条：内容为“示爱有道!降价有理之降价风暴”;

c. 购买或租用心形气球做店面装饰;

2 、柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净，一尘不染。

3 、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

十、联合经营

与当地鲜花店达成合作协议，相互提供商品，以增加双方销售量。

如购买 \_\_\_元鲜花，赠由 \_\_\_提供的饰品一份或会员卡;

在 \_\_\_购 \_\_\_元饰品，赠由 \_\_\_鲜花店提供的鲜花或优惠卡。

**中秋节店铺活动策划篇二十一**

活动背景：

每年的农历五月初五，俗称“端午节”。“五”与“午”通，“五”又为阳数，故端午又名端五、重五、端阳、中天等，它是我国汉族人民的传统节日。这一天必不可少的活动逐渐演变为：吃粽子，赛龙舟，挂菖蒲、

艾叶，薰苍术、白芷，喝雄黄酒。据说，吃粽子和赛龙舟，是为了纪念屈原，所以解放后曾把端午节定名为“诗人节”，以纪念屈原。至于挂菖蒲、艾叶，熏苍术、白芷，喝雄黄酒，则据说是为了压邪。

一、卖场布置

1.场外布置

1.1营销店各制作横幅一条，悬挂于店店招下。

1.2门口处用气球进行布置，可选择吊挂式或是拱形悬挂式。

2.场内布置

2.1商场内主要是对专区进行布置，配合商品合理布置。

2.2对主通道重点布置，可用气球悬挂(见附图)。

2.3专区可用粽子悬挂成形状(如端午节快乐等)

二、商品促销

2.商品特卖:在促销期内，粽子和其它节日相关商品(如黄酒、冷冻食品、饮料等食品，透明皂、沐浴液、杀虫水、蚊香等用品)均有特价销售;

3.商品要求:

3.1相关促销商品品

项不低于20个(食品生鲜15个，生鲜5个);

3.2.商品价格普遍低于市场价;

3.3.同类商品选择价格较低商品;

3.4.跟端午节一切有关连的商品，具体品项请参考如下(红色字体为重点推荐商品)：

食品类

散装粽子、包装粽子、包装糯米、散装糯米、火腿肠、花生红豆

绿豆、芝麻、五香粉、花椒、白砂糖、食盐、红枣。

食用油、麻油、虾仁、黄酒、红酒、米酒、鸡精。

糯米酒、甜酒、啤酒、红心咸蛋、松花蛋、咸鸭蛋、鸡蛋。

生鲜类

五花肉、鸡肉、牛肉、虾肉。

豆制品。

汤料

紫菜、红枣、蜜枣、豆沙、苏打粉。

三、团购业务

1.端午节期间送礼的顾客比较繁多，对当地的政府部门及工会提前进行拜访，并表明意向，可增加营销店的销售业绩。

2.端午节前期科组织对各区域的客户进行短信派送，并提前祝节日快乐。

3.店均对顾客资料凡端午节及儿童节生日的小朋友(18岁以下)赠送价值10元左右礼品一份。

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