# 五一劳动节活动营销方案设计(五篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-09-13

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。五一劳动节活动营销方案设计篇一一、系列活动主题1.五...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**五一劳动节活动营销方案设计篇一**

一、系列活动主题

1.五月购物赠大礼，欢乐假期全家乐；

二、活动时间

x月x日――x日

三、活动内容

（一）购物疯狂送，好运自然来；

活动期间一次性在本商场超市区购物（特价除外）：满x元以上送新鲜鸡蛋x个或面条一把；

满x元以上送x或面值x元福利彩票刮刮乐一张；

满x元以上送高级卷纸x条或面值x元福利彩票刮刮乐一张；

（二）vip客户尊享，x元超值大换购！

活动期间一次性在本商场超市区购物满x元以上，凭单张电脑小票加会员卡即可在商场出口处加x元超值换购价值x元以上超值商品。（单张电脑小票最多限换购一件商品）

由采购部于x月x日前提供 一系列零售价接近20元的近期或滞销而又不可退货的商品作为此次换购的商品（要求商品有一定体量）。使此活动在带动客流量提高客单价的同时减轻本商场滞销商品、近期商品的积压与库存，从而一举两得。

活动期间：

商场全部专柜必须参加特价dm单宣传，并提供 不少于五个（或全场促销方案 ）超低价特价商品进行促销。促销方案 及特价须报商场总经办审核。超市区提供 会员超低价促销商品不少于x个单品。

促销热点：

每天精选出x种左右的超低价商品，要求确定合理的品种、供货量和超低价，保证具有强大的吸引力和价格冲击力，一方面限制个人购买数量，另一方面保证当天足量供应，避免在短时间内哄抢一空；如：散装大米x月x日超低价销售，\_\_元/斤，家鸡蛋x月x日超低价销售，\_\_元/斤。使活动掀起两个高潮。

五一劳动节活动营销方案设计篇二

为庆祝“五一劳动节”，优惠新老顾客，提高销售业绩，特于20\_\_年x月举行活动。

一、系列活动主题

1、五月购物赠大礼，欢乐假期全家游

2、心系千千结，十万爱情大展示

3、迎五一旅游大礼回馈会员

4、春季时装周

5、打折促销活动

6、印制\_\_商城《精品购物指南》春季版一期

二、活动时间

1、五月购物赠大礼，欢乐假期全家游

2、心系千千结，十万爱情大展示

3、迎五一旅游大礼回馈会员

4、春季时装周

5、打折促销活动

系列活动范围：

\_\_商城及八一店、\_\_购物广场及北园店

三、系列活动内容

（一）五月购物赠大礼，欢乐假期全家游

活动内容：

为在五一黄金周提升\_\_商城人气，创造销售佳绩，特举办五月购物赠大礼，欢乐假期全家游即购物赠五一情侣、全家旅游套票活动。

实施细则 ：

①\_\_日，凡当日累计消费正价商品满\_\_元凭发票及有效证件登记即可获得五一旅游两人情侣套票一张。（不累计赠送）

②凡当日累计消费正价商品满\_\_元凭发票及有效证件登记即可获得五一全家旅游标准套票（限三人）一张。（不累计赠送）

③凡当日累计消费正价商品满\_\_元凭发票及有效证件在相应品牌专柜登记即可获得五一全家旅游套票（限四人）一张。（不累计赠送）

④凡当日累计消费正价商品满\_\_元凭发票及有效证件登记即可获得豪华旅游两人情侣套票一张。（不累计赠送）

⑤凡当日累计消费正价商品满\_\_元以上凭发票及有效证件登记即可获得豪华港澳旅游两人情侣套票一张。（不累计赠送）

注：此次活动仅限于服装品牌（会员卡只积分不打折），厂家自愿参加，不参加厂家需参加打折促销活动，\_\_不承担费用。顾客旅游费用在购物\_\_元消费金额前提下产生，厂家承担费用仅相当于商品打折额度x折，较通常节日打折促销活动费用少且促销效果显著。

五一劳动节活动营销方案设计篇三

一、活动主题

浪漫的五一温馨的\_\_

二、活动时间

x月x日―x月x日

三、活动背景

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

四、活动内容

1、有奖购物促销。凡在\_\_购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如t恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在\_\_广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约\_\_元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

2、“\_\_采风，今夏清爽”\_\_第二届空调节。

（1）购机抽奖，互赠空调。用户在x购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

（2）销售排行榜。\_\_购物广场联合消费者协会等有关部门，对x月x日―x月\_\_日之间\_\_销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

（3）主题为“空调与我？现代生活”的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表相关文章。

（4）免费保养、维护，大规模的进行电话回访。在空调节前十天，每天向新老用户赠送室外机的防雨罩，防雨罩统一印有“\_\_倾情奉献”字样。进行社区服务，真情奉献，树立形象，宣传带动。

（5）大范围的赠礼、特价销售活动。此外，每天搞一个小时的竞价销售活动，提前预告，卖场拍卖。

（6）“空调节亲情电话”――购买空调的用户，均可获赠一个月的气象信息，每天一次（晚上\_\_）。老用户可享受两个周的气象信息。此活动与电信公司合作，通过预交一定的费用，定时向客户留下的电话号码播放气象信息、穿衣指数、防晒指数、舒适度指数、空气污染指数、上下班天气预报等信息。

（7）每天早\_\_第一个打入空调电话者，为幸运“采风”者，可享受半价优惠，让人惊喜，感受刺激。

（8）盛大的开幕仪式和展销活动。

3、会员“购物积分假日游”活动，从活动推出日开始，累计会员购物金额，凡购物满\_\_元者，赠价值\_\_元旅游票一张；购物满\_\_元者，赠价值\_\_元旅游票两张；购物满\_\_元者，赠价值\_\_元旅游票三张。把活动方案与商品信息通过中邮专送广告，传达到每位会员，以期引起他们的广泛参与。

4、“买一件t恤，献一元爱心”---\_\_购物广场t恤义卖活动。五一节前后，在广场上举行义卖活动，每天拿出一定的件数，所卖款项将捐赠给希望工程，活动由团委组织实施。

5、“休闲运动系列时装展”利用x礼仪时装模特队，选择休闲、运动、时装在广场表演，配合卖场销售，主推二商场休闲和三商场体育时装类，造势销售。

6、“糖酒副食”、“洗化”类商品，是五一节消费的重头戏，为有效组合连带销售，推出x“食品周”和x“关爱肌肤，靓丽生活”洗化热买月。利用特价或半价拉动购买。

7、建立x购物广场网站。全程报道\_\_购物广场五一节的促销活动。

五、广告宣传

1、经济台《\_\_栏目中全面介绍\_\_物广场五一节的各项促销活动。

2、 广播电台新闻台、文艺台利用半点、整点广告分别对单项活动进行宣传。

3、利用淄博晚报、鲁中晨报各做一次整版广告。

4、营业现场广播滚动播出活动内容。

网站全程报道五一节系列活动。

6、与邮政合作组合各厂家出刊一期专送广告

7、利用上述媒体新闻报道。

六、营造卖场形象

1、装饰店面。利用绢花制作浪漫五一彩门，费用x元左右。

2、天井和一楼天顶处，利用花球装点，撤下红灯笼。费用x元左右。

3、彩色气球装饰约x元。

4、绿色仿真植物装点x元左右。

五一劳动节活动营销方案设计篇四

时间：20\_\_年12月10日

地点：\_\_西餐厅

主题：\_\_西餐厅开业暨“\_\_浪漫时光“启动仪式

用餐形式：冷餐会（厨房制定冷餐会菜单）

一、具体策略导向为

推广方向：走开业特惠路线，用促销视觉表达，借以聚集人气。消减消费者心中的距离感，产生亲切的效果。

推广力度：以“开业”为切入点，进行打折，代金券等促销方式来达成目标。

活动力度：充分体现俄式及西方特色，以得到市场客户的认可，价格包装手段是关键。

客源抢夺：用优质的服务以及促销活动对市场客源进行有效拦截。

整合渠道资源，精准目标客户营销：一是抢夺市场消费群；二是加强中心区宣传推广。

二、促销优惠活动

1、开业前三天，每桌顾客点餐前均有一次抽奖机会，奖品分别为：两张面值100元的代金券、某甜点一份、某酒水一份、或者某道菜等等。

2、开业特价：消费满300元减50元，消费越多，折扣越多（待定），同时还可使用代金券1张。

3、套餐组合更优惠（厨房制作套餐菜单）。

三、开业前的筹划准备工作

1、礼品袋：内含本餐厅20\_\_年台历一份，本餐厅宣传手册一份，两张面值为100元的代金券等（待定）。

备注：

a、餐厅台历、宣传册以\_\_的时尚、浪漫为基调，图文并茂介绍餐厅的基本设施、特色餐饮、服务范围及餐厅文化。

b、代金券2张，单次消费只可以使用一张，且只可在开业期间使用（12月10日-1月20日）。这样，便于吸引消费者回头再次消费，进一步感受餐厅的美食和服务。

2、邀请嘉宾：为塑造\_\_品牌，应邀请省市区领导，当地商贾名绅等。

3、启动仪式：冰雕+红酒，冰雕镂刻“餐厅logo+\_\_浪漫时光”字样，预留多个红酒注入口，启动时嘉宾以红酒注满字体。融入\_\_的红酒文化，浪漫而喜庆。

4、统一主题物料准备：台历、宣传册、宣传单、代金券等各类印刷品；户外pop旗幅、气球、活动主题背板；嘉宾签到仪式准备、礼品袋分装、礼仪接待安排、餐厅员工系统培训、开业鲜花预订布置、红地毯、开业横幅、致庆竖幅、舞狮演艺安排等（礼仪公司配合）。

四、开业前广告宣传

1、周边小区、高层住宅楼、媒体投放宣传直达精准消费群。如：电梯led视频、传单等。

2、报纸（广告）或夹报：篇幅较大，成本相对较低，随报夹带，选择当地发行量较大的报纸做随报附送广告，区域为当地店所在区及周边区域。且选择订阅户，时间为开业前第二天、开业当天和开业第二天。

3、传单的投放：选择当地人流量较大且人口质量较高的区域，如：大型商场门口、小区门口、高档门面、写字间门口。

发放要求：

（1）发放时段：11：00-12：30；17：00-18：00，这时多是上班族上下班时间。

（2）发放人群：年龄20-50岁之间的人，且穿着看起来较有经济实力者。

（3）注意事项：微笑宣传，若对方不接传单不能强行塞到对方手里，且注意将附近散落的传单捡拾起来，以免造成不好印象。

4、其他宣传渠道：电视、电台、网络、杂志、手机短信、出租车等。发布开业及优惠信息（待定）。

五、开业庆典流程

礼仪接待，嘉宾签到，礼品派送开场表演：俄罗斯舞蹈董事长致辞，嘉宾领导致辞红酒冰雕启动仪式，宣布正式开业，并启动“克里斯浪漫时光”主题活动礼毕，就餐酒会开始。（流程礼仪公司配合）

礼仪小姐—签到台（签到本、笔）—佩戴胸花—引领到正门—主持人公布剪彩嘉宾名单—剪彩——引领回餐厅—董事长致词—破冰仪式—冷餐会开始—演出开始（节目待定）。

五一劳动节活动营销方案设计篇五

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。

一、五一节的主力消费群体

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。

二、确定商品促销时间

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x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，所以促销期安排在x月x日起至x月x日止。

三、确定促销商品

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。

四、确定促销主题和主力商品群

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）

五、确定促销方式

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。

六、确定促销活动形式

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

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