# 最新节日特色促销活动策划方案(5篇)

来源：网络 作者：深巷幽兰 更新时间：2024-08-24

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。节日特色促销活动策划方案篇一中秋、国庆佳节是举家团圆、...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**节日特色促销活动策划方案篇一**

中秋、国庆佳节是举家团圆、共享亲情的日子，也是保健品的黄金销售期，市场将着重于重点药店开展倾情买赠促销活动，以此换取药店在促销政策、终端陈列等一系列市场建设行为上给予我司的优惠或免费支持、提升我司保健品销量。

二、活动目的

1、通过对重点药店驻点促销并强化管理、培训，开展对重点药店的集中攻坚，推出限期建设“百盒店”“万元店”终端工作。

2、分别把握两个方面的消费者需求：

1)体面、精致礼盒装，迎合社会节日送礼需求;

2)实在、功效，为解决身体某些问题而买保健品，用有说服力的实例、承诺打动消费者的心。

3、充分消化现有药品保健品库存。

三、活动时间

1、造势时间：

2、活动时间：

四、活动地点：

五、主推产品：

六、活动形式：

形式一：购\_\_1盒送\_\_或\_\_1盒

形式二：购\_\_2盒送\_\_或\_\_1盒

七、促销策略：

1、紧抓药店，强化终端促销力度及助销效果，活动前期在终端点以pop、kt展板、货架贴等多种形式大力宣传：“\_\_，特别适宜免疫低下、易疲劳者”“\_\_粉——中国驰名商标产品”。

2、用大的陈列面、好的陈列位置配合、承接平面媒体宣传，赠品要求插有赠品标识，让顾客一目了然。地堆陈列统一为：产品+赠品+手绘pop。

3、活动前组织导购员明确活动内容、任务，进一步熟悉公司保健品成份、功效，统一输出口径。

为推动各地连锁事业的发展，为更多的零售企业提供相互交流的机会，希望全国各零售连锁超市采购总监、采购经理、企划经理、企划主管等都能够涌要参加，把我们新颖、独特，可操作性强的金点子方案都展现给大家以便互相交流，互相学习。

节日特色促销活动策划方案篇二

前言

春节是一年当中最重要的节日，对于客流量较大的超市业态，即是不做活动生意也不会淡，但是在有竞争的情况下，好的企划方案不仅是提高客单价的有效途径，同时也是增强顾客好感度，提升企业美誉度的良好契机。

在做方案之前，我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类——

第一类：普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从腊月二十三开始到腊月三十。一般消费金额在50、100或200不等，所购商品主要是柴米油盐和特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以100为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应該在正月十五之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠，例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=?钱或牛奶+桶油=?钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入腊月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以尝试把不同金额的团购优惠在单上详细的进行宣传，明码标示，刺激销费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题：佳美精品年货节

二、活动时间：\_\_年2月10日(农历十二月二十三)------3月5(正月16)

三、整体活动广告语——欢乐佳美中国年，购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

四、活动内容

(一)新春到，“福”送到!活动时间：2月10日开始

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断!

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个(共2024个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：2月7日------2月17

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”,风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条!

(三)特别企划情人节专版活动时间：2月7日------14日

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少!

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

(三)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：2月18日------2月27日(初一至初十)

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。一等奖：1000元礼券2名(1名)二等奖：500元礼券5名(2名)三等奖：100元礼券(3名)四等奖：50元礼券20名(10名)五等奖：20元礼券50名(30名)

(四)团购价低更有礼，财运吉祥送到家!

活动时间：2月7日------2月27日(初十)

团购满2024元送价值50元的一件

团购满3000元送价值99元的酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼盒

节日特色促销活动策划方案篇三

一、活动目的：借中秋节促销，完成公司制定销售任务。

二、活动主题：“迎中秋，送茶礼”

三、活动时间：20\_\_年9月18日——20\_\_年9月28日

四、活动地点：公司直营店、卖场和全国各加盟店。

五、销售目标：配货科400万;直营店300万。

六、活动内容

1、中秋礼品

主要开发铁观音、大红袍、红茶、白茶和茶点，共5类11款礼品装，分别为：

铁观音系列之“泓韵m1050”(建议零售价1380元+盒)。

“天籁之音m900”(建议零售价720元+盒);

“九香”m850”(建议零售价560元+盒);

“美丽之饮t25”(建议零售价350元+盒);

大红袍系列之“福尊”(建议零售价1200元+盒);

“醉红袍”(建议零售价800元+盒)。

红茶系列之“上品红”(建议零售价700元+盒);

“罗马风情”(建议零售价460元+盒)。

白茶系列之“白玫瑰”(建议零售价600元+盒);

“月牙白”(建议零售价300元+盒)。

“\_\_福贵大礼包”(以茶点为主，建议零售价180元)

2、促销新品

促销新品以现有库存茶具及茶点，按性价重新组配为主，共开发3款，分别为：

“五虎送福”(建议零售价300-500元之间)

“五福临门”(建议零售价100-300元之间)

“福乐陶陶”(建议零售价100元以下)

执行说明：

(1)中秋节

礼品装设计风格以红、金为主，突出视觉层次、艺术感知和节日喜庆。

(2)促销新品包装以普通材质为主，设计风格以中国传统节日喜庆为主。

(3)中秋节礼品和促销新品成品务必于20\_\_\_年1月1日全部上架。

(4)中秋节礼品和促销新品各店需设礼品专区和特价专区进行集中展示销售。

(5)各相关部门务必合理掌握时间进度，圆满完成设计、制作、组装、配货等工作，以保证活动正常推进。

(6)以上所有新产品订货时间从20\_\_年x月初开始，x月x日结束。

3、促销活动

(1)礼品派送：活动期间每天前3名来店消费顾客均赠送“虎年小礼品”一个。数量有限，赠完为止。

(2)亲情回馈：活动期间顾客全场一次性消费：

a、满800元就送价值380元“古意赏悦”紫砂一件。

b、满2500元就送价值800元“御壶茶韵”紫砂一件。

c、满5800元就送价值1600元“金御满堂”紫砂一件。

d、满10000元就送价值2800元“御尊名壶”紫砂一件。

执行说明：

(1)以上所有赠品需印公司标识，外观精美，质感内涵，刺激顾客升级消费。

(2)“虎年小礼品”和“古意赏悦”紫砂需制作虎年小布袋进行配装。

(3)“御壶茶韵”和“御尊名壶”紫砂需配相应证书和手提袋组装。

(4)“金御满堂”紫砂需设计相应包装盒。

(5)非公司自主品牌成品消费者不享受以上赠品。

4、加盟店支持

(1)促销品支持：

a、加盟店一次性订货满2万元配送促销品1套，满4万配2套，以2万为基数，以此类推。

b、“虎年小礼品”每店配送50个，多出需要部分由加盟商向公司购买。

(2)广宣品支持：

a、店内海报每店配送2张。

b、吊旗每店配送20张。

c、宣传折页每店配送200张。

执行说明

(1)加盟商订货所配送促销品1套包括4件，即“古意赏悦”、“御壶茶韵”、“金御满堂”、“御尊名壶”紫砂各1个。多出需要由加盟商向公司购买。

(2)本次活动最终解释权归营运部所有。

七、宣传方式

1、平面宣传

(1)以店内海报、挂旗和宣传折页为主。

(2)海报印刷300张，吊旗印刷3000张，宣传折页印刷2万张。

2、网络宣传

(1)公司网站和网上商城设中秋节促销专区，上传促销活动内容及所有礼品充分展示。

(2)公司网站和网上商城首页制作flash中秋节促销图片链接到促销专区。

3、短信群发：活动期间利用网络公司进行中秋节促销短信群发50万条，分3次发。

八、活动执行

1、各部门负责人收到方案后将涉及本部门工作具体实施计划和细则在两日内以简洁书面形式提交公司领导审核通过后执行。所有工作务必在20\_\_年x月x日前全部准备到位。无故拖延影响活动整体进程者，将按公司有关规定处理。

2、活动期间所有店员服装整洁，精神饱满，笑脸迎客。

3、活动期间各店每天进行茶艺表演、来客品尝、促销介绍、礼品推销、新品推荐。

4、活动期间各店内悬挂中国结进行装点节日气氛。

5、活动期间人事、行政部门做好各项后勤保障工作。

6、财务部建立各项促销活动控制措施、专账汇总，为以后促销活动提供数据支持。

7、活动期间各部门工作之间应积极配合，相互支持，全力以赴完成中秋节销售目标。

节日特色促销活动策划方案篇四

一、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，在此期间，“五一”长假，客流增加，需求旺盛，为了更好的抓住这一契机，特推出本次特别企划活动，本次促销活动将通过一定的低价敏感商品及应季商品的促销，拉动周遍顾客群，稳固周遍顾客群，从而树立好当家的形象。

二、活动主题：家的感觉，价的乐趣

三、活动时间：4月28日~5月10日

四、活动目的：让顾客朋友们度过一个轻松、休闲、娱乐、省钱的假期，享受一家人购物的幸福快乐，从而促进假日消费，提高卖场的销售额。

五、活动地点：店内促销

店外联系日化类、奶制品等厂家做场外促销，最好联系一家做场外大型促销(演出)等活动。

六、促销的形式：买赠、现场试吃、抽奖等。

七.活动内容：

1.“五一”，我想要的五元、一元商品集中营，组成商品商品特卖区(小食品、小百货、日化类等)，做封面。

2.商品折扣购：一次性购物满38元的顾客可享受大米/500g的折扣，五一折每人限1kg

3.凡一次性购物满38元以上的顾客朋友，凭电脑小票，可参加幸运抽奖活动，78元2次，买的多机会多，中奖的机会就越多，以此类推小票不累计，最多不超3次(外场专柜、家电不参与此项活动)。可幸运获得以下丰厚奖品：(见奖品设置：)

一等奖：价值300元礼品一份(总计5份)

二等奖：价值30元礼品一份(5份)

三等奖：价值10元礼品一份(20份)

四等奖：价值3元礼品一份(100份)

五等奖：价值1元礼品一份(500份)

注：1.当日现场抽取奖品，购物小票不予累计(多买多重)。

2.店内所有员工一律不允许参加此次活动。

八、促销品的选项(共计150个单品)

生鲜类：促销品项25个(惊爆价商品要求5个)

惊爆价蔬菜每天1个单品。

节日特色促销活动策划方案篇五

一、活动前媒体宣传

通过促销活动，吸引大量目标消费者，形成参与和购买热潮，传播产品和服务理念，形成口碑传播。活动前后配合新闻炒作和广告，将产品信息发布出去，以达到迅速占领市场的目的。

二、活动内容根据主题确定

活动成功的前提就是内容要有吸引力。包括打折、免费赠送、专家义诊、购药大抽奖等，都是吸引目标人群必不可少的手段

三、活动前的准备工作

1、信息发布

①、活动信息可选择在《娄底广播电视报》报刊上发布，因为电视报的受众面是各家各户，而且其发行量有4万份，效果相对其他报纸媒介要好。

②、娄底人民广播电台，从9月26日—10月6日开始发布促销活动广告。时间从早8：00—晚9：00每天10次滚动播放。

③、在心健大药房中心店门口挂横幅一条，内容为活动主题口号，时间为9月25日—10月7日。药店促销活动策划方案④、刊发可提高参与热情和人数的信息，例：活动在9：30开始，请不要太早排队。⑤、注意要在广告边角上加上

2、电视：电视广告为飞字广告，内容以介绍活动为主，辅以简单的产品介绍或干脆不提产品的功能等内容。

3、现场布置

活动现场布置得好，可以使活动进行的有条不紊，增加活动气势和氛围，吸引更多人参与。

(1)写有活动主题的横幅。

(2)突出产品形象和活动主题内容的大幅展板和背板。

(3)挂旗、桌牌、大幅海报、宣传单。

(4)咨询台、赠品(消费券)发放台、销售台等等。

人员安排

(1)安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡或绶带，便于识别和引导服务。

(2)现场要有秩序维持人员(安排集团公司保安协助)。

(3)现场咨询人员、销售人员既要分工明确又要相互配合。

(4)应急人员(一般有领导担任，如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

4、公关联络

提前到工商、城管等部门办理必要的审批手续。

四、现场执行要点

1、工作人员第一个到达现场，各就各位。

2、宣传人员派发宣传单，介绍活动和产品，引导顾客至销售台。

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应。

4、销售人员准备销售事项，介绍销售产品。

5、赠品在规定时间发放不宜太早太晚，发放时登记个人资料、签字。

6、主持人宣布活动结束，现场暂时保留至可能时间。

7、现场销售台继续销售。

8、现场清理，保留可循环物品以备后用。

五、活动结束要开总结会

评估活动效果及得失是十分重要的一环。只有不断的总结，才能避免以后的活动中少走弯路

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