# 2024商场七夕活动总结报告

来源：网友投稿 作者：月落乌啼 更新时间：2024-06-09

*20\_商场七夕活动总结报告模板5篇在七夕节这一天，很多地区都会举行盛大的烟火晚会，人们欣赏烟花灿烂的美景，体验富有浪漫色彩、温馨、幸福的节日气氛。以下是小编整理的商场七夕活动总结报告，欢迎大家借鉴与参考!商场七夕活动总结报告精选篇1一、促销...*

20\_商场七夕活动总结报告模板5篇

在七夕节这一天，很多地区都会举行盛大的烟火晚会，人们欣赏烟花灿烂的美景，体验富有浪漫色彩、温馨、幸福的节日气氛。以下是小编整理的商场七夕活动总结报告，欢迎大家借鉴与参考!

**商场七夕活动总结报告精选篇1**

一、促销口号

浓情二月hold我所爱

二、促销时间

20\_\_年x月\_\_日——x月\_\_日

三、宣传档期

20\_\_年x月\_\_日——x月\_\_日

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最高销售。

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

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。

六、“浓情头饰花束”

推广时间：20\_\_年x月\_\_日——x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，并且提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

**商场七夕活动总结报告精选篇2**

活动时间：20\_\_年8月2日—8月12日

活动主题：爱在七夕有你就好

活动门店：日照店、新玛特、莒县店、岚山店、莒南店、胶南店

活动内容：

一、“祝福北京祖国圆梦”万人签名活动

二、爱在七夕购物送惊喜

20\_\_年8月2日当天一次性购物满77元赠送价值5元巧克力一盒，单张小票限赠1盒，限量赠送，赠完为止。

三、欢乐购物赢金奖

20\_\_年8月2日—8月12日期间，活动当天一次性购物满300元(莒县店、莒南店、胶南店满200元)，凭购物小票报名参加“欢乐购物赢金奖”评比活动，赢取金、银、铜奖。活动细节如下：

(1)一次性购物满300元以上的顾客(莒县店、莒南店、胶南店满200元)，方可报名参加比赛，参赛资格以单张小票数额为准，购物小票不累计参加活动。

(2)该活动以顾客“购物金额”为评比标准，设“购物奖牌榜”，随时公布参与评比活动前三名的顾客的购物额信息。商场当晚停止营业时，排名前三的顾客将分别荣获当日“赢金奖”活动的金奖、银奖、铜奖。获奖者名单将在第二天公布于“购物奖牌榜”并电话通知，领奖时请携带购物小票和身份证。

(3)金奖获得者可获赠价值200元礼品一宗，银奖获得者可获赠价值150元礼品一宗，铜奖获得者将获赠价值100元礼品一宗。

五、你结婚我送礼

20\_\_年8月2日—8月8日登记结婚的新人，凭结婚证领取价值88元新婚大礼包一个。每天限量10位，送完为止。

四、商品促效

1、节日礼品类促效：巧克力礼盒、果冻礼盒、饰品礼盒等集中陈列促效。

2、针对暑期学生用品、图书、文具、学生箱包类商品进行限时折扣销售。

3、夏季鞋服类等部分商品5折出清促销。

4、情侣装优先陈列。

**商场七夕活动总结报告精选篇3**

第一部分

活动目的：提升品牌形象，推进服务及品牌影响力

活动时间：20\_\_年8月20日

活动主题：你到底爱我有多深

主题要素：玫瑰、巧克力、优惠、服务

主题阐述：主题突出了针对时下被国人渲染的日渐浓重的情人节，为顾客增添浪漫的服务心愿，精选七夕商场促销活动策划方案。

活动地点：正大广场部分展厅

活动概述：上海舞台搭建公司活动策划部张经理如是说这次活动预期目标为：

目标一：树立情人节期间活动影响力珠宝业第一品牌。

目标二：通过本次活动，使之与之后月份的国家节日相关活动形成持续呼应，运用形象的传播效应和活动的连动效应，促进销售。

目标三：力争在活动地的市场认知率达到95%以上，购买率达50%以上。

活动诉求对象：活动地点区域消费者针对人群

诉求元素：让利优惠与送浪漫

活动形式：以优惠让利和馈赠及游戏类活动为主，配合情人节增添浪漫这一主题。

第二部分：上海桌椅租赁公司网络部吴经理针对这次活动如何做好宣传、提升知名度等方面总结以下要点：

1：在情人节一周前就当地及行业内相关报纸做提前告知性宣传，规划方案《精选七夕商场促销活动策划方案》。

2：挂长横条幅在周边500米的范围内做终端拦截，上书“浪漫情人节——缘聚七夕节”字样。

3：dm单10000份，围绕主题的设计制作。

4：市场部收集当地客户手机号，公司统一群发短信。

5：活动现场的布置

5.1、卖场内为“情人节”的气氛的营造，如粉红气球、玫瑰花摆放成心型，针对情人节新品系列的专柜，可根据消费群体布置柜内装饰。

5.2、悬挂情人节相关吊旗。

5.3、x宣传展架两个，内容为新品图案和情人节的促销活动的内容。

5.4、柜台情人节放置玫瑰花在道具。

5.5、促销赠品，情侣表、情侣卡片、情侣服、情侣杯准备停当。

活动内容：

1、进店有惊喜

情人节当天光临本店，凭此dm单均可获得玫瑰花一朵，数量有限，送完为止。

2、购物送钻石

情人节当天前10名购物者，均可获赠价值888元的钻石戒指一枚。

3、拥抱接吻大比拼,测试你的爱有多深

3.1、当天现场举办拥抱比赛,十对一组或五对一组,男方抱起女方,时间最长者获胜。

3.2、当天现场举办亲吻比赛,十对一组或五对一组,男方女方接吻,时间最长者获胜。

下午5点公布单项总决赛、单项按照当日时间的长短、分出冠军、亚军、季军、奖品是

1、冠军获价值3888元的情侣对戒一对和价值400元的现金抵扣券一张.

2、季军获价值1888元的女装戒指一枚和价值200元的`现金抵扣券一张

3、季军获价值888元爱情大礼包一个和价值200元的现金抵扣券一张。

宣传阶段划分：

第一阶段 活动前宣传

宣传时间：20\_\_年8月19日

宣传形式：告知宣传

宣传内容：传达活动即将举行信息

上海桌椅租赁公司网络信息部要求传达要素：

企业形象、服务理念、活动的主题及内容、活动举行的时间及地点、媒体安排、报纸媒体、dm为主。

dm单共计3000份。通过3种渠道宣传：

a、派人员分片区发送

b、报纸夹页

c、邮寄

报纸：提前一周发文

第二阶段 活动后宣传

宣传时间：20\_\_年8月20日

宣传形式：软文宣传

**商场七夕活动总结报告精选篇4**

活动主题：

浪漫七夕爱在\_\_

活动时间：

8月2日——8月6日

活动一浪漫七夕相约\_\_鹊桥会

\_\_商城北门设立大型鹊桥，鹊桥气势宏伟，如银河一样横贯南北，并现场为顾客准备汉服，让您盛装亲登鹊桥，去体验牛郎织女那忠贞不渝的爱情！

活动期间，顾客在商城购物满100元均可凭购物小票参与如下活动：

1、在鹊桥上着汉服扮牛郎、织女，免费合影留念

2、在鹊桥上牵手走过，爱情长长久久，幸福一生

3、不购物的顾客也可花费10元在鹊桥上照相留念、

4、活动期间，二楼工艺品店为顾客免费提供千纸鹤原料，顾客可将写有心愿的自折纸鹤，悬挂于鹊桥上，祈求爱情、幸福两美满。（每人限2只）

活动二浪漫七夕乞巧大赛

七夕情人节，原名为乞巧节。“乞”是乞求，“巧”则是心灵手巧，“乞巧”是向神灵讨要智慧、乞求幸福的意思。乞巧的方式很多，有：穿针引线验巧，做小物品赛巧，做巧食赛巧，摆上瓜果乞巧、、、、、、等。为传承经典，演绎浪漫，8月2日七夕情人节当晚7：07，\_\_商城北门舞台七夕情人节之乞巧大赛将浓情登场！带您走进古老而又唯美的浪漫世界！

比赛项目：对月穿针、巧手剪纸、做巧食、背媳妇大赛、七夕唱情歌、默契大考验

比赛要求：情侣配合，共同完成以上比赛项目，按得分多少依次评出：默契一、二、三等奖，各奖价值不等的神秘情人大奖一份！

现各项比赛火热报名！

活动三七夕情人节，浓情黄金大秀场——\_\_情人节系列全新上市

兴隆黄金屋七夕情人节情侣专柜送情人礼

浪漫情人礼----情侣对戒特别推荐情人黄金戒指299-799元/枚（幸福戒、誓言戒、福字戒）

梦幻珍藏礼----情侣吊坠

祈福爱人礼-----黄金项链、手链

活动四浪漫七夕爱在金秋百对情侣服饰搭配大赛

从8月2—8月6日，顾客可以在服装、鞋帽、针纺商场随意挑选兴隆服饰进行搭配，搭配出一对“郎财女貌”，商场进行拍照展示，同时进行评选。2日七夕情人节当晚，在北门舞台对入选的搭配服饰选手给予奖励。

奖项设置：

一等奖钻石情人1对奖面值299元奖品一份；二等奖黄金情人6对每对奖面值99元奖品一份。

**商场七夕活动总结报告精选篇5**

一、营销策划的目的

1.基本目标：为庆祝“七夕节”到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客，扩散商场知名度树立良好的企业形象.

2.营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润.

3.长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一.

二、企业背景状况分析

沃尔玛由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”。并逐步发展成为零售企业的龙头老大，其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评.从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业.，现在沃尔玛入驻抚州了，而沃尔玛作为“零售帝国”就要做足准备了。

三、营销环境分析

1、市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的“洪客隆”还有离其不远的“步步高”等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者。

2、产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全。

3、宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大。

四、市场机会与问题分析

优势：沃尔玛具有很强的规模效应，在一定程度上具有很大的竞争力，而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营销具有特色培训体系健全化等显著特点。

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多。

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮。

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多。

五、营销目标

1、为当地居民更好的解决购物问题，方便居民，给居民提供更好的选择。

2、在“洪客隆”“步步高”等大型超市的夹缝中更好的生存。

3、让更多的人了解沃尔玛，让更多的人参与其中，使更多的人信任沃尔玛。

六、营销战略

（一）、场景布置

1、在商场入口大门上方悬挂印有织女牛郎鹊桥相会图案的塑料或泡沫板。

2、在商场门口打出大的印有宣传主题“七夕，带TA回家”的Q版男女人物展板，下面有关于各种促销活动的介绍。

3、在商场内入口处摆放一个约两米高用某品牌巧克力拼成的爱心形墙，周围可挂一些参加促销活动的品牌标签。

4、商场顶部挂一些爱心吊坠。内部多用粉色气球装饰。服务员可佩戴粉色爱心形状胸牌。多放甜蜜情歌类背景音乐，并不时插播正在做的促销活动及参与方式说明。

（二）、促销活动

1、分类促销

1、“珍饰”：首饰专卖区推出自己的七夕饰品主打款。购买情侣饰品满1777元送珍珠两枚，满3777元送玫瑰一捧，满5777元送银质对戒两枚。

2、“衣恋”：男装女装区均开展满777返277活动。凡购买衣物满777者均可凭购物小票得价值277代金券一张，以此类推。代金券只可在本活动期间3天内使用。

3、“鞋守”：鞋帽区开展满777送277活动。凡购买鞋帽用品满777者均可凭购物小票得价值277代金券一张，以此类推。代金券只在本活动期间3天内使用。

4、“妆容”：化妆品区满277即可凭购物小票抽奖，分设一等奖一名，得价值900元三件套套护肤品一套；二等奖五名，得价值200元化妆水一瓶；三等奖12名，得价值80元卸妆水一瓶。凡参与抽奖者均可得隔离霜试用装一份。

2、限时抢购

三天之中分设不同时段（时常约为一小时），设专区以超低价售卖各种情侣物品。在正式进行七夕特别促销活动的宣传期间提前宣传将要进行限时抢购的消息，以此吸引大批顾客前来商场。同时在限时抢购的一小时内特别注意安全工作的到位。

3、最强couple

凡购物满777元的情侣可在商场入口的巧克力爱心墙处合照一张。照片将被贴在显眼处的“晒幸福”展板上，由路过的人们投票，每天截止18时得票数最高的情侣将被选为最强couple，获得奖品ipad2一台。同时，只要合照的情侣均可当即领得玫瑰一支。

七、策划方案各项费用预算

1、布置场景费用：5000元

2、优惠送礼费用：10000元

3、广告宣传费用：5000元

4、促销总费用：20\_0元

八、方案调整

1、可以组织互动活动

2、还可以出售情侣电影票

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