

# 最新圣诞节营销策划宣传语 圣诞节活动 营销策划方案(实用5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 圣诞节营销策划宣传语篇一

2、通过一系列企划活动，吸引客流，增加人气，直接提升销售业绩。

xx年12月4日——12月31日

1、海报。

2、电视。

3、场内外广告牌宣传：总体要求：活动公布一定要提前、准确无误，排版美观大方，主题突出。

4、卖场布置总体要求：节日气氛隆重、浓厚、大气。

分时间段的活动安排：

（为使活动具有连续性、衔接性，容易记忆，将活动按周期进行，轮番对顾客进行促销，持续刺激消费者的购物欲望，加深顾客对超市的印象，不断实施消费行为。）

第一周期：12月4日—12月10日

惊喜第一重：购物积分送大米，积的多送的多！（凭电脑小

票换积分卡)

市场分析：目前，积分卡是我们吸引顾客长期实施消费行为的一项有效促销措施。

第二周期：12月11日—17日

惊喜第二重：积分卡再次与您有约！

分析：由于第一周活动的促销力度相当大，不仅会吸引积分卡顾客的消费，更会吸引无积分卡的顾客，那么，怎样满足这批无积分卡的顾客呢？唯一办法：再次发行一期积分卡，从而再次扩大我们的积分卡客户，争取市场份额。

活动内容：狂欢圣诞节，积分卡再次与您有约！只要您在我商场购物满100元即可获得积分卡一张，这张积分卡除享受以前约定的优惠外，在圣诞节期间享受更超值的优惠、更无限的回报。一卡在手，惊喜时时有！

注：凭电脑小票（当日小票有效，金额不累计）到我商场大宗购物处办理。

第三周期：12月18日—23日

第三重惊喜：奶粉文化周

活动内容：结合天气和饮食的特点，在此期间重点推出奶粉促销，组织3个厂家进行培训和保健宣传，如惠氏、美赞臣、雅培等，并要求每个厂家提供相应赠品进行赠送和促销，计888份，此期间提供奶粉惊喜特价。

第四周：12月24日—12月31日

惊喜第四重：狂欢圣诞节，加一元多一件！

活动时间：12月25日—27日

活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满68元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。（每日限量，先到先得）

购物满58元加1元得xx礼物（限量300顶）

购物满118元加1元得xx礼物（限量300个）

购物满218元加1元得xx礼物（限量300瓶食品）

惊喜第五重，圣诞老人来啦！甜蜜礼品大派送

活动时间：12月24日和25日

活动内容：每天由圣诞老人和圣诞婆婆手提圣诞礼包对来我商场的小朋友进行糖果大派送。（预备：大约每天约30斤糖。）

第六重惊喜：狂欢圣诞节，超低特卖场

活动时间：12月20—30日

活动内容：每天提供两种以上超低价商品，统一摆放于出口处，形成一个超低特卖场，顾客凭当日购物满38元的电脑小票。每人每票限购一份，售完为止。

## 圣诞节营销策划宣传语篇二

活动主题：

浪漫圣诞，惊喜回馈！

活动时间：

12月1日—12月30日

活动目的：

- 1、提高消费金额，增加会所营销业绩；
- 2、加强与顾客之间的联系，巩固客户的忠诚度；
- 3、打响品牌知名度，宣传企业文化。

活动内容：

促销活动一：完美圣诞节，大餐吃到饱！

请记住在会所圣诞节活动期间，凡是当天消费满8000元以上的顾客均可获得吃三人大餐的特权，名额有限，仅进店消费前十名的。

促销活动二：圣诞双人游，浪漫不断！

每年的圣诞节，不论是商场还是旅行社都会推出情侣优惠活动，一些旅行社还专门为情侣们制定圣诞节旅游路线，不仅拉动顾客消费，还能带动圣诞节的气氛。所以会所想要在20x圣诞节策划不一样的促销活动，不妨考虑和一些旅行社联合促销。

在活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本会所开卡，并且消费达到1000金额的话，就可以和另一半享受美容院推出的圣诞节双人游活动。而已经是会所的老顾客，只要您在圣诞节当天消费满800元也可获得双人游机会。

注：消费金额来决定去哪儿游！

## 促销活动三：幸运大转盘，圣诞赚不停！

圣诞节活动期间，凡在会所消费金额满388元的顾客均可获得“幸运大转盘”的一次机会，该转盘里成本划分不同区域：500元、600元、700元、800元、900元、10000元代金券或者是产品。由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑奖，永不落空，让你圣诞夜赚不停！

活动注意事项：

- 1、在活动前期，会所店长需分配好每位员工的工作任务，为她们打气加油，提高她们的奋斗志气。
- 2、在活动期间，美容师必须认真对待进店的每位顾客，不要给顾客留下一个不好的印象。
- 3、在活动结束后

## 圣诞节营销策划宣传语篇三

创造更大的利润；更好的利用新兴媒体进行营销；与时俱进，我公司现联合长春市各大商家于\_\_年12月日进行圣诞节百商联动活动。本次活动由智团营销策划有限公司及各大加盟商家联合主办。

一、活动目的：

- 1、社会意义：回馈客户，给客户更贴心的服务与优惠。
- 2、商业价值：借助节日主题为商家创造更大的利润；更好的利用新兴媒体进行营销；增加店铺/企业的曝光度、关注度用户粘度、美誉度；异业联动实现资源整合战略；打造更人性化、亲情化的企业形象。

## 二、 活动准备：

- 1、 确定参加本活动的服务商家
- 2、 确定本次活动的主题
- 3、 各个商家敲定参加活动所拿出的促销方案
- 4、 准备活动的软、硬件准备(海报、宣传语、二维码后台连接)
- 5、 各大商铺布置活动宣传，并根据参加活动的促销方案布置分工

## 三、 活动的展开、维护及结束时间：

- 1、 在约定日期时间开始本次活动，由各店铺的店内广播、及服务人员进行活动的指引和解说。
- 2、 活动期间店铺应积极履行活动对应的“本店促销方案”。
- 3、 活动期间，若有顾客对该活动有疑问或者有建议，应及时与我方沟通解决。
- 4、 本次活动期限按照本公司计划于\_\_年12月 日截止，但视活动效果及各商家要求建议可延长一定的活动时间。
- 5、 我方将通过后台实时监控本次活动，以确保活动的顺利实施与进展，为此次活动提供技术援助。

## 四、 后期的总结、改进与客户维护。

- 1、 活动结束后，我方将结合店铺与客户反馈，并结合后台数据，对本次活动进行系统化的分析与总结。

2、结合未来店铺的活动策略，对本次所吸纳进来的会员进行互动维护。

3、总结本次活动的不足加以改进。并准备下一场更加精彩，效果更好的联动活动。

## 圣诞节营销策划宣传语篇四

### x蛋糕平安夜邀您游世界

1、形象宣传：引起大家的注意力，让x蛋糕的品牌名称在消费者脑中留下印象；

2、产品宣传：通过活动，让目标消费者了解□x蛋糕的独特美味；

3、提升档次：提升店铺及产品档次。

活动时间建议晚上6点半左右开始(冬天，太晚了不利于积聚人气，6点半天已经黑了，可以使用一些灯光，起到吸引的效果)

活动场所高档商场附近的广场(周围有一些高档的写字楼，前期的宣传活动就有针对性)

1、根据蛋糕的原来来自世界各地的特点，找4到5个人(要活跃的，善于表情和动作表现，能带动现场气氛的。如果原来来自世界各地很多地方，可以每个大洲选一类)。这些人要装扮成圣诞老人的'样子，但是每个人的衣着和化妆都不一样，要体现每个国家或大洲的特色。例如：非洲的，可以将圣诞老人的脸涂成棕色的，并且身上挂着许多x蛋糕从当地引进的原料。并且，现场主持在活动时解释为什么有一个非洲圣诞老人。让消费者很容易记住□x蛋糕的原料来自哪里。

2、将x最富有口感和特色的蛋糕，陈列在活动现场。圣诞老人要通过各种形式(或害羞或小心翼翼或偷偷地等等)切一小块，拿到人群中献给选中的目标人群(主要以年轻女白领为主，适当加些孩子)。等到人们吃完后，圣诞老人就要邀请那个人一起到活动站台前跳舞，带动气氛。

3、对于创新产品m建议做成至少2\*2米的大小，上面做上一些房子，树之类的(如果不能采用蛋糕做，建议用可作为蛋糕装饰的物品)使得m看上去就像是一块雪景，让人感觉就是一个道具。

4、圣诞老人在和选中的人跳完舞后，就拉着她到m放置处，并且交给她一把小铲子(建议用塑料或铁质小铲子，更有一种铲雪的感觉)。圣诞老人用动作告诉她用铲子铲那些雪，并且吃下去。看到有人吃了后，现场主持人要马上跟进，询问他们的感觉。询问完后，乘机宣传这种创意蛋糕。

## 圣诞节营销策划宣传语篇五

- 1、针对不同年龄不同层次的人群策划与之相关的活动。
- 2、围绕消费群体的尊重需求、自我实现需求来策划活动。
- 3、活动要有参与性与互动性。
- 4、活动要能成为市场话题。

香世界庄园的顾客以及他们的关系网络群。

香草人家的新顾客或潜力顾客。

- 1、尊重现有的香世界庄园的顾客。
- 2、通过尊重现有的香世界庄园的顾客，影响成为香草人家的



潜在客户。

3、通过给香世界庄园顾客的少量试吃与特殊服务的方式，影响他们成为香草人家的顾客。

4、建立关系营销网络。

1、做商家联盟可以为香草人家提供：

联盟商家可以为我们的设置x展架、易拉宝、发放宣传单等为我们宣传预热。

2、做联盟商家我们为他们提供：

香草人家代金券、香世界庄园代金券（可供其宴请朋友时使用或者在庄园开展其员工活动使用）

3、商家在庄园举行员工活动消费满x千元以上送一百元代金券或者骑马一小时等。（内容可自由变换）

商家联盟可以促进庄园与香草人家达成共赢，并且节约了宣传成本。

1、消息发布（香草人家茶庄将在七月六日试营业）

2、具体活动内容

a服务人员名称征集

b微博疯狂猜图活动

c试吃及问卷调查

d试吃感想发布微博@香草人家，赠送代金券。（此代金券分

时段使用或者消费满x元使用一张，每桌限一张。)

- 1、互动参与性高。（服务人员名称征集，微博疯狂猜图活动，试吃及问卷调查等）
- 2、能引起广泛讨论，形成话题。
- 3、能表现出对香世界庄园客户的尊重和关怀。
- 4、关注时间长。
- 5、香草人家服务理念以及品牌特点均能得到广泛推广。

开业前期主要以网络宣传为主，平面媒体辅助为主，尽可能的增大与受众的接触面，将新店开张资讯准确传达至消费者在平面媒体上面发布香草人家茶庄的新闻（可以制作专题类文章或者发品牌软文、如需要可以做户外广告）可采用合作模式，尽量降低成本预算。

## 电波媒体

在各合作电视台上发布新闻资讯，做专题或跟踪报道。

在电台发布话题讨论（人们对现代饮食的看法或对香草文化的认知，对茶点的认知，和电台合作赞助试吃名额在电台上做抽奖活动，得奖者在微博上公布）

## 网络传播

论坛、微博、微信、贴吧等各网络平台同步发布话题引起关注和讨论，适当进行微博活动达到预热效果。

对店内所有从业员工进行古典礼仪培训，适当的进行视频预热宣传。（制造话题，例如“古典美女服务员茶庄”）

此次宣传的主要阵地以网络为主，以花费最小的经济代价，取代最大的收益。