

# 2023年商场五一活动方案策划 五一劳动节商场促销活动总结(精选5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 商场五一活动方案策划篇一

20\_\_年5月1日—7日开展了七天五一促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对家庭及主妇为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，限时抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。

再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的五一广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

五一大型文艺晚会把整个五一庆推上高潮，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：

在本次五一活动中间，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

- 1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。
- 2、监督表格没执行，是本次五一的一个遗憾。
- 3、门店的现场执行力度不够，
- 4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。
- 5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。
- 6、新商品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次五一最大的遗憾。
- 7、门店在五一活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。
- 8、门店在五一商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。
- 9、门店在五一活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作

没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。

10、在五一活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思！

总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的快讯工作作好。我们希望以后能够把整个快讯营销的方案作得更好、落实得更好。

## 商场五一活动方案策划篇二

“五·一”时期是本项目销售“中坚”阶段，为做好开盘前热场工作，为以后销售打下良好基础，销售部计划“五·一”前后推出现场抽奖的营销活动。

活动的目的是刺激客户购买欲望、活跃现场人气、提升项目口碑、知名度。活动时间从x年4月24日到x年5月13日。其中x年5月3日举行一次抽奖仪式□x年5月13日举行第二次抽奖仪式。两次抽奖分别抽取豪华云南双飞六日游和购房代金券若干。

此次促销活动，由销售总监主持全局工作，销售经理制定活动计划章程，销售部人员共同参与，经公司高层领导授权后开始实施。

本次活动是面向整个县城，凡在规定时间内来售楼处填写抽奖活动信息的顾客均参加后期抽奖活动。本着公平、公正、公开、透明抽奖仪式的原则。

本次活动采取dm单页、短信、报纸等媒介宣传。穿插销售人员去县城内家乐家、大型商场外广场内发放本项目宣传单页，辅助宣传本次活动。

截止到x年5月4日止，在活动期间共销售商品房11套，填写抽

奖资料填写单321位，接听电话四十余通，接待客户人流量八百余人次。在5月3日抽奖当天截止上午11时抽奖开始前，当日上午资料填写量达到百余位，抽奖现场观众人数也达到八九十人。

抽奖现场嘉宾由衡总担任，分别抽取十名豪华云南双飞六日游。整个抽奖活动现场公平、公正、公开原则准时封闭投奖箱，奖项抽取时现场打开抽奖箱，抽取奖项后当场宣读中奖人员。抽奖现场反映良好，整个过程的透明性、公开性、公平性对咱们项目的口碑、公信力、知名度等方面都起到了充分的提升作用。活动期间商品房的成交数目充分显示着本次活动的成功。

本次促销活动的成功是对整个项目最好的，也是最有利的宣传，同时也借此机会改善了外界对本项目前期不良传闻造成的影响。

在活动期间施行全员在岗制度，取消活动期间休假，为本次活动准备好最佳的销售状态。活动期间销售队伍得到了充分锻炼，也是对整个队伍组建半年来最好的检验，同时也发现了许多以前未曾暴露的问题。等待活动结束后整理在此次活动中发现的问题并逐个解决。活动后重新调整队伍，加大对员工整体素质以及执行力方面的培养，以达到优秀销售团队的目的。

此次促销活动前期预计经费43000元，截止x年5月4日各项费用共计花销xx元。

## 商场五一促销活动总结范文

今年的五一节天气较好，大大地增进了商场的人流活动及购买欲，我们商场从4月29日到5月1日短短三天的销售额比往年猛增了30%，这其中一方面有天气的帮助，另外一方面我们促销预备工作做得好，做得早，从而激起了人们的购买欲。

活动时间安排牢牢扣住五一假期情况，一样在30日至1日之间也出现了连续三日均匀营业额xx元，并将这类情势延续到5月2日。

本次活动前期宣传用度，4月28日《刊》封底整版xx元，展板和展架xx元，宣传费销售占比1%。

从礼品发放情况来看，单比消费额有所提升，但消费额集中。

礼品发放数目比实际估计数目减少30%。

在9日活动内销售联通手机体验卡41张。与联通公司合作活动看，这类新型营销模式给消费者带来一些新意，特别是联通公司在各主管营业厅悬挂“中国联通百货强强联合购物送手机体验卡”和印刷的500份宣传单页，“缤纷节日百货中国联通强强联合购物得联通体验卡”不但给我们的活动进行了宣传，同时“强强联合”也让消费者感遭到了实惠。

从以上情况来看

### 1、媒体选择：

本次活动在媒体平台选择上存在不足，28日广告宣传打出，29日(周六)销售比上个周六却降落17.6%，在元旦前夕营业额应呈增长趋势，特别是在促销活动的带动下，营业额增长应较明显。从数据上看，我们在媒体选择上存在宣传范围狭隘性和目标群体偏离性。

我们主打的是时尚休闲口号，目标定位在时尚女性和年轻群体，在媒体选择上一样应当选择在媒体中具有较高着名度的平台。符合商场和目标群体共性。

### 2、缺少计划性：

促销活动是在时间的迫使下组织实施的，固然具有了一定市场基础，在单个活动或企业整体发展方向及年度规划上存在较大偏差。

单次活动对企业品牌积累上轻则无力可施，重则影响到品牌积累步伐。如本次活动在奖品制定上是参考了畅销品牌的销售记录，然而在本次活动中几家畅销品牌却没有参加，不但影响到活动力度，还影响到了商场凝聚力。

### 3、营利部分与非营利部分工作调和性差：

各楼层专厅促销活动，不能定期反馈给把这些信息宣传到外部去的企划部，专厅促销信息成了内销文件，不能起到增加品牌顾客的作用，薄利多销的目的成了一相情愿。

企划部失往了这些信息的支持，在活动计划拟订上，不能将商场活动与专厅活动结合，不但存在独立性，愈甚使活动被孤立，营业部与代理商或厂家洽商活动承担比例时，失往态度。

### 4、活动执行力差：

一项活动，不管大小，“策占三划占七”，可见活动实施重要性，即使再好的策略，没有人往实施，他还是等与零。员工对活动的促销知识了解不够，缺少服务热情，对促销活动增进上缺少技能和活力，在员工心目中没有“活动是在大量资金与人力投进下，营业额大幅度拔高的概念”。另外，活动在销售进程中也没有一个激进方案，销售任务没有进行细分，“笼统管理，大概销售”，也限制了销售额的增长。

### 5、前瞻性和时尚性表现不够：

企划部成员应常走出往，了解最新市场信息，做好信息回整，并多了解时尚前沿时尚资讯。

## 商场五一促销活动总结

活动时间是4、29——5、2

但是实际上从四月中旬就开始了。

首先是四月一整个月的小区驻点宣传活动以x店为圆心向四周新老社区驻点。针对老社区主要是以旧换新新社区则是新的乔迁居民装修用户结婚家庭。宣传手段是派发单页免费办-理会员卡登记以旧换新用户预存订金等。刚开始别人对我们的真实性产生质疑全部都是持观望态度但是时间一长对我们也打消了顾虑就都很踊跃的报名参加。

### 总结

2、规范驻点宣传人员加强宣传力度驻点员工都必须将工作服穿戴整齐戴好工牌这样可以使顾客对我们产生信任感不会认为我们是挂羊头卖狗肉。另外宣传不再是守株待兔而是主动出击。发宣传单页给客人并详细介绍活动内容。

3、针对不同的小区主推的活动力度也不同。老社区主要是以以旧换新活动为主鼓励客人现场交旧并一次性办-理交旧登记客人一旦交旧为少麻烦和顺利拿到以旧换新费用都一定会到卖场购新的。新社区以预存订金为主新搬入的客人都是要装修要结婚的一次性会购买全套家电就让客人预存订金不仅可以翻倍使用而且还能现场领取赠品优惠多多。

其次是4、29——5、2的卖场活动

每天都是从早上8：00一直营业到晚上12：00左右。

4、29是亲朋友好友和会员的团购夜4。30是驻点社区的团购夜5。1是万科业主的团购夜只要凭有效证件就可以领到折扣卡一张。另外加上家电顾问全程陪同购物帮助客人选择适合

的家电为顾客争取最大的价格优惠和赠品力度。

为了能更好的服务顾客分散人流卖场增加了多处收银台发放赠品处、打包处、办-理会员卡处、套餐接待处也分了不同的地点。这次我被安排在套餐接待处主要任务是如果有人来买家电套餐就马上给家电顾问打电话。因为顾客很多家电顾问们手头都有不少的单子实在是分身不暇这时候经理如果批准了就可以由我来接待。

## 商场五一活动方案策划篇三

现场销售品有五大类，其中有化妆品，日常生活用品，电器，饮料，家具、化妆品主要是厂商直接派促销人员和超市员工负责，日常生活用品是明码标价，电视，空调等家电进行降价和赠送副带品，各种饮料都比平时价格要低，家具全部打8折。

超市利用各赞助商的车加上超市名进派送广告品(化妆品和日常生活用品)和宣传单。

抽奖的办法和奖品比较灵活，中奖率100%，利用变形促销各类产品。

我通过一天的观察与了解，觉得这整个活动是比较成功的，但从我个人的角度来看，还是有一些不足的地方。

我就从以下几点说说我的看法

在广告宣传的用词和出发点不是很好，应该改成以消费者的角度出发，广告的衫底音乐也应该适合大部分消费者的心里，经过不同的街口就要放不同的音乐。

“五一”黄金周的客量增大，工作时间会加长，就会出现一些员工的消极性。应该安国家规定增加员工三倍的补助金，



据员工说，只是按平时的工资加工费，还有就是包吃一餐。所以，员工的积极性直接影响到促销效果。

**a**建立创新制度，加强自身素质建设，做到硬件过关、软件到位。

**b**健全管理体制。好的管理体制是超市各种策略、方案顺利实施的保证，也是企业不断成功的保证。力求做到超市分工至细、权职分明、监督有效。

**c**完善培训制度。现代企业以人为主，优秀的员工是企业得以生存和发展的关键。超市应完善员工的教育培训及福利待遇制度，确立员工入企业先培训制度，和员工进行有效的沟通，做到人无贵贱、事无巨细、教育及时、奖惩分明。

**d**充分运用营销理念。解除员工思想包袱，把握好顾客投诉的接待与处理，积极开拓市场、巩固市场。

**e**做好日志、月志工作。管理人员必须每日书面汇报工作状况及突发事件的发生与处理。超市还应定期举行员工大会，总结经验，进行员工激励，制定发展目标等。

## 商场五一活动方案策划篇四

“五·一”时期是本项目销售“中坚”阶段，为做好开盘前热场工作，为以后销售打下良好基础，销售部计划“五·一”前后推出现场抽奖的营销活动。

活动的目的是刺激客户购买欲望、活跃现场人气、提升项目口碑、知名度。活动时间从xxxx年4月24日到xxxx年5月13日。其中xxxx年5月3日举行一次抽奖仪式□xxxx年5月13日举行第二次抽奖仪式。两次抽奖分别抽取豪华云南双飞六日游和购房代金券若干。

此次促销活动，由销售总监xx主持全局工作，销售经理xx制定活动计划章程，销售部人员共同参与，经公司高层领导授权后开始实施。

本次活动是面向整个县城，凡在规定时间内来售楼处填写抽奖活动信息的顾客均参加后期抽奖活动。本着公平、公正、公开、透明抽奖仪式的原则。

本次活动采取dm单页、短信、报纸等媒介宣传。穿插销售人员去县城内家乐家、大型商场外广场内发放本项目宣传单页，辅助宣传本次活动。

截止到xxxx年5月4日止，在活动期间共销售商品房11套，填写抽奖资料填写单321位，接听电话四十余通，接待客户人流量八百余人次。在5月3日抽奖当天截止上午11时抽奖开始前，当日上午资料填写量达到百余位，抽奖现场观众人数也达到八九十人。

抽奖现场嘉宾由衡总担任，分别抽取十名豪华云南双飞六日游。整个抽奖活动现场公平、公正、公开原则准时封闭投奖箱，奖项抽取时现场打开抽奖箱，抽取奖项后当场宣读中奖人员。抽奖现场反映良好，整个过程的透明性、公开性、公平性对咱们项目的口碑、公信力、知名度等方面都起到了充分的提升作用。活动期间商品房的成交数目充分显示着本次活动的成功。

本次促销活动的成功是对整个项目最好的，也是最有利的宣传，同时也借此机会改善了外界对本项目前期不良传闻造成的影响。

在活动期间施行全员在岗制度，取消活动期间休假，为本次活动准备好最佳的销售状态。活动期间销售队伍得到了充分锻炼，也是对整个队伍组建半年来最好的检验，同时也发现了许多以前未曾暴露的问题。等待活动结束后整理在此次活

动中发现的问题并逐个解决。活动后重新调整队伍，加大对员工整体素质以及执行力方面的培养，以达到优秀销售团队的目的。

此次促销活动前期预计经费43000元，截止xxxx年5月4日各项费用共计花销xx元。

## 商场五一活动方案策划篇五

活动时间是4、29-5、2，但是实际上从四月中旬就开始了。首先是四月一整个月的小区驻点宣传活动以xxx店为圆心向四周新老社区驻点。针对老社区主要是以旧换新新社区则是新的乔迁居民装修用户结婚家庭。宣传手段是派发单页免费办理会员卡登记以旧换新用户预存订金等。刚开始别人对我们的真实性产生质疑全部都是持观望态度但是时间一长对我们也打消了顾虑就都很踊跃的报名参加。

### 总结

2、规范驻点宣传人员加强宣传力度驻点员工都必须将工作服穿戴整齐戴好工牌这样可以使顾客对我们产生信任感不会认为我们是挂羊头卖狗肉。另外宣传不再是守株待兔而是主动出击。发宣传单页给客人并详细介绍活动内容。

3、针对不同的小区主推的活动力度也不同。老社区主要是以以旧换新活动为主鼓励客人现场交旧并一次性办理交旧登记客人一旦交旧为少麻烦和顺利拿到以旧换新费用都一定会到卖场购新的。新社区以预存订金为主新搬入的客人都是要装修要结婚的一次性会购买全套家电让客人预存订金不仅可以翻倍使用而且还能现场领取赠品优惠多多。其次  
是4、29-5、2的卖场活动，每天都是从早上8：00一直营业到晚上12：00左右。

4、29是亲朋友好友和会员的团购夜4。30是驻点社区的团购

夜5。1是万科业主的团购夜只要凭有效证件就可以领到折扣卡一张。另外加上家电顾问全程陪同购物帮助客人选择适合的家电为顾客争取最大的价格优惠和赠品力度。

为了能更好的服务顾客分散人流卖场增加了多处收银台发放赠品处、打包处、办-理会员卡处、套餐接待处也分了不同的地点。这次我被安排在套餐接待处主要任务是如果有人来买家电套餐就马上给家电顾问打电话。因为顾客很多家电顾问们手头都有不少的单子实在是分身不暇这时候经理如果批准了就可以由我来接待。