

# 商场亲子活动策划方案 商场活动策划(优秀8篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 商场亲子活动策划方案篇一

浪漫七夕，过中国人的情人节

一、情人巧克力大会、果冻大会、红酒大会

七夕情人节活动期间购巧克力礼盒送玫瑰花，并免费打包装。

在食品商场当日累计购物50元加9.9元可换进口巧克力一袋。

换购地点：食品商场进口食品店

一、七夕情人节黄金送情人：黄金屋内千足金饰品全场情人价至每克235.99元。

二、七夕情人来相会，明牌首饰四大钜献：

三、钻石送情人至爱情永恒兴隆珠宝情侣对戒展

四、兴隆珠宝K金、指环展：

五、兴隆化妆至装扮完美恋人

六、兴隆情侣表见证爱情分秒

## 1、七夕情人节浪漫情人礼

xx年秋季新款鞋上市，满300送时尚情侣拖

精彩人生，从此绘制而成，现场制作情侣彩绘鞋（地点：鞋城主道）

## 2、七夕情人节把“爱”包起来

七夕情人节在箱包柜组购包的顾客单张信誉卡满200元即赠纯皮钱夹或皮带；

情人节满足男人的“腰求”，提升女士的品位，购品牌腰带满100减21。

千里姻缘一线牵：两名顾客同时从多根红线中各选出一根，若红线末端系在同一个玩偶上，则为中奖。10元三次，若三次均未中奖赠送精美礼品一份。

二楼西天井

七夕情人节浪漫情人节

秋装上市

爱在金秋婚庆推荐服饰

浪漫七夕，内衣表情意：

1、曼妮芬、伊维斯、伊丝艾拉满200减40

2、“古今”品牌，大型特卖会30至150元。

3□xx年新款内衣全新上市

8月2日七夕情人节，情侣手机大推荐。

## 商场亲子活动策划方案篇二

让顾客参与赢取奖励，这类型的促销活动很多淘宝开店的卖家都会用，活动方式各式各样，具体看以下方式：

方式1：互动营销方式，收藏有礼、签到有礼、回答问题赢取奖品等等；

方式2：抽奖形式，可以是购买店铺宝贝就能获得抽奖机会；

方式3：满就送、满就减，购买a产品送b产品，加x元就能获得c产品等，多买多优惠；

方式4：店铺红包、优惠券等；

方式5：店铺参加免费使用活动，赢免单。

### 二、双十二折赠促销

最直接的折赠促销方式就是打折：

方式1：宝贝设置自动降价，实现折上折，比如此款宝贝倒数5天仅售xx元，售完即止；

方式2：同款产品按照不同的颜色设置分阶梯价，对于滞销的颜色给予更加优惠的价格；

方式3：统一价格促销，可以设置区域。比如9.9专区、19.9元包邮专区等等，每个专区的宝贝价格都是相同的，设置多少元封顶。

### 三、双十二节日促销

运用好时间的节点，做好节日促销，具体促销方式有很多，如下：

方式1：可以利用一些传统的节日，比如12月的平安夜、圣诞节等；

方式2：店铺纪念日的促销形式，比如店铺一周年、店家生日大降价等等；

方式3：固定周期促销，比如每周四店铺上新，每月20号店铺秒杀/限时活动等等；

方式4：店铺vip特价、会员管理、会员日促销等，做好店铺老顾客维护。

## 商场亲子活动策划方案篇三

万圣节在每年的11月1日是西方传统的“鬼节”——万圣节。10月31日是万圣节前夕。通常叫做万圣节前夜。目前，百货业市场，各家百货、购物中心的购物节、周年庆、活动已进入起跑状态，市场买气节节升高。大家都试图通过各种活动策划提升各自的品牌形象和商品销售。作为一个大型的商场，“潮流所向”的经营理念，年轻时尚化的客群，势必更要求我们做好百货业时尚的领导头军。举办奇制胜的各类活动则是维护品牌形象的最有力的保证。

活动策划方案1：

主题：疯狂万圣节 搞怪大行动

时间□xx年10月28日—10月31日晚间：18：00至闭店

内容：

- 1、凡12岁以下的小朋友，只要有万圣节装扮，都可参加搞怪大行动；
- 2、工作人员做万圣节装扮，带领小朋友们做游戏、唱歌、讨糖吃；
- 3、凡活动期间内进店的小朋友只要有万圣节装扮，都可以得到广场购物中心赠出的糖果；
- 4、工作人员(着万圣节装扮)并帮活动期间内进店的小朋友做万圣节化妆。

店堂陈列要求：

分工：

- 1、企划部：负责活动的组织、宣传并进行店堂陈列的设计与摆设；
- 2、总务课：负责小朋友脸上闪亮贴片、化妆品、万圣节服饰、糖果的采购并转交服务股；
- 4、保卫课：负责活动期间的安全工作。

活动策划方案2：

主题：疯狂万圣节 鬼怪表演晚会

时间：10月31日晚间21：00—22：00

地点：广场步行街

主持：×××

活动分工：

工务课：负责舞台的搭建、音响的到位；

保卫课：负责活动现场的安全工作；

总务课：负责采购冷火焰两组、4个手筒礼花。

广告宣传跟进双休日促销广告。

万圣节活动策划方案活动一：

主题：找个理由乐乐 感受疯狂万圣节

时间□xx年10月28日—10月31日晚间：18：00至闭店

内容：活动期间，当日单张小票累计购物满300元以上即送万圣节鬼鬼礼品一份(价值30元万圣节礼品)；当日单张小票累计购物满500元以上即送万圣节特级礼品一份(价值50元万圣节礼品)，每张单张小票限送一份。

分工：

1、企划部：负责整体活动的广告宣导、活动的协调执行与监督；

2、总务课：负责采购万圣节礼品各100个交给企划部(礼品可为：羽毛鬼面具、鬼蜘蛛)

3、财务股：活动期间，向收银员传达活动内容，监督收银员掌握活动内容并及时向顾客介绍活动信息。

5、各楼层：向营业员传达活动细则，并及时检查，确保向顾客正确的传达活动内容。

如今各大商场为了各自的推广纷纷在万圣节推出万圣节活动，其商场策划的万圣节活动策划方案也各式各样。当然，好的

万圣节活动策划方案能吸引更多消费者的关注。因此各大商场要提前时间为这次万圣节的促销活动进行策划。

## 商场亲子活动策划方案篇四

1、资料：向社会征文，题目“我与xx店的故事”。目的是收集各方的优秀文章，装订成小册子，作为超市刊物。

2、目的是来体现企业文化，增进彼此的交流。

设想分析：利用会员卡和礼品的吸引度来煽动购买力强的会员来本店消费。

### 活动一：爱心办卡

1、主题：给爱一个释放的空间

3、资料：5元至30元不等办理家友会员卡!会员卡收入除1元的成本外，其余作为爱心捐款。

4、分工：1)、企划：向总部申请，1元办卡活动;数量根据状况定;制作办卡台(要求：商业气氛少，具有浓厚的公益性)和捐献箱(规格大，最好透明，上面要有公证单位的提名)

2)、理货组协助总台安排现场办卡人员

5、此活动一方面是要挖掘顾客的自发心里，动员他们献自己的一份爱心，空间很大，自由选取捐献金额;另一方面，普及会员卡，增加我们的来客量。

### 活动二：主题：爱心起点站

1、起始时间：12.31

2、资料：给周边社区双下岗工人、没生活来源、病人、残疾人等困难人员带给帮忙和物品支援。(选定需帮忙对象100人)。

3、物品：油、棉被、米

4、物品费用来源：1)、倡导社会献爱心，动员顾客来办会员卡，会员卡除成本外，其余的'收入作为赞助的一部分。

2)、供应商赞助一部分

3)、准备一部分爱心商品，资料是凡购物此类商品一份，就献爱心一份，其中的一份利润赞助(比如一元、各二元等)

分工□a□理货组准备爱心商品名录(商品数量暂定10个，推荐：是高毛利的，或者是能向供应商争取让利的);根据现场安排陈列;b□企划给爱心商品陈列区进行装饰，营运“爱心”气氛。

互动情节

1、联营专柜的促销活动。

活动资料：店庆其间，开门营业前100名顾客，凭dm(或是报纸)上的广告，可需花1至5元可购买50元左右的商品一件。(商品：被套、枕套、衣服、茶叶、洋参等)

补充活动：特价或打折

分工：1)、企划进行特价品筹集。

2、供应商买赠活动。

分工：由理货组筹集并上报活动资料。

企划根据上报的活动进行安排



3、店庆拍卖。(此活动在商谈中)

联系诚皇拍卖行，透过互动活动来拱动现场气氛，如游戏、此刻抢购等活动。

## 商场亲子活动策划方案篇五

其痕迹几乎遍布世界各地获得了消费者的全都好评.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.现在沃尔玛入驻郑州的'第一家分店即将开业其详细活动支配如下:

1. 基本目标: 为庆祝本店开业及端午佳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加度拉动销售增加商场效益并通过消遣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.效益的统一.

1. 市场状况: 选址在繁华商业区四周具有现实的北京华联金博大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淌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.

优势: 沃尔玛具有很强的规模效应.在肯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进展面临问题颇多。

机会：目前零售业的进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..

威逼：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多。

1. 以成本为基础以同类产品价格作为参考并以“每天低价”的口号推出物美价廉的商品。

2. 赐予适当数量折扣鼓舞多购。

1. 综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得最佳的经济效益。

2. 保持本土化经营。

- 1.“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客沃尔玛在郑州开张并传递物美价廉的信息以及美丽的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售。

2. 并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“每天低价”原则。

3. 在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应马上削减广告量尽量削减不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价。

4. 注意卖点的广告宣扬即pop广告。

1. 建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系。

2. 企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转。

3. 设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲解并描述爱惜资源爱护环境的途径树立良好的社区关系.

4. 赞助失学儿童多参与一些公益活动树立良好的企业形象.

5. 邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式.

1. 实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特别服务.

2. 对消费者促销：赠送样品减价推销.

3. 把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额.

在物流管理上采纳配送中心在营业区域内最合适的. 地点保障促销期间商品的正常运转.

促销总费用：

广告费用：

营业打折费用：

## 商场亲子活动策划方案篇六

作为附近的一家大型超市，市场潜力很大。如果能在此区域内扩大其美誉度，在当地市场内收益极大，并可吸引临近区域的顾客。相反，如果百货没有充分挖掘这部分市场，将导致这部分市场流失。形成假期大家宁可去更远的……等地购物恶性循环。

1、就当天的营业额而言。父亲节当天，市内很多大型超市都有许多促销、现场活动，以吸引人群、提升企业回馈社会的形象。对顾客而言，周末购物当然是选择购物气氛更好的地

方。如果举行相应的活动，将有利于参与竞争、争取市场、扩大当天的人流量及其营业额。反之，当天的营业额流失应该很大。

2、就长远利益而言，有利于培养顾客忠诚度。在父亲节开展活动，在顾客心理建立百货关怀顾客、有人情味的形象，提升其文化性与美誉度，形成客户忠诚度，为以后的经营发展创造条件。顾客的忠诚就是发展的一切。

3、通过双方合作，举行形式多样的现场活动，既可扩大百货的影响力，为其树立同时在与联合活动中也达到宣传的目的；同时为两家以后的合作可能奠定基础。对于双方都是双赢状态。对于百货而言义务的为其做一定的宣传方案，提供支持。就而言，在与合作中扩大一定的知名度。

宣传条幅内容：百货与提醒您xxxx年父亲节只有一个。

超市内可张贴若干与父亲节相关的祝福的海报。

在购物袋内放入写有“今天别忘了打个电话给父亲”、“父亲的生日是哪一天？”“父亲的节日只有一天。”、“为父亲过过生日吗？”等等温馨话语的纸条。下面印上百货名称及logo这种宣传方式从消费者的感情需要出发，可谓细微之处见真情。很容易引起在外工作的子女们对父亲的想念，而且这种宣传是公益性的，顾客完全不会有抵触心理。对树立一个有感情、有责任感的百货形象有很好的作用。

1、前期宣传周五、周六开始张贴海报，对“百货在父亲节所进行的活动内容”进行宣传。以悬念或者是煽动的方式，将活动内容告知公众。达到吸引人们关注的目的，以增大活动当天的人流量。

如：父亲节父子一同来购物惊喜不断。

父亲节在购物，免费拿走……（后面有相关的活动内容）

父亲节，百货游园惊喜；

本周末，来，与父亲一起；

类似……

## 2、活动当天（周日即6月21号）

1) 父子（女）亲情照活动当天对于一同来购物的父子，如果子女能说清楚父亲的生日，可赠拍父子（女）照片一张，并由x负责邮寄照片。

2) 签名留言写“最想给父亲的一句话”可在大红布或是纸张上由顾客写上给父亲的一句话。需要邮寄的可由x代劳。活动以煽动性海报引发情感上的触动。

3) 游戏顾客可凭购物小票参加游戏。如：

a□默契大考验由一同购物的两个人合作，一个作问卷，回答一些喜好的问题。另一个（不许看答卷）由现场主持人员对其提问，如果两人答案相同，便可以领取相应的小礼品或是继续参加其他的活动。

b□二人三足赛跑（这个不用说了）

c□长杆夹乒乓球人站在一米线外，用两根长杆把乒乓球从一个盆里夹到另一个盆里，夹到多少颗有奖或是其他的。

其他的还可以再考虑。

4) 赠送汽球商场出口处，由两位营业小姐（是能找到两个小朋友来发）对购物出来的顾客，说祝你们父亲节日快乐，并

赠送一个汽球。

### 3、常见促销活动

a□免费包装礼品对当天为父亲买礼物的提供免费的礼品包装。并赠送贺卡一张。

b□抽奖购物满多少元的客户提供抽奖机会。奖品内容可形式式样，包括礼品与购物优惠券或凭本次购物小票再打折退还部分购物款。或给出一个特别奖，退回当天购物开销。

c□对部分男性生活用品打折销售。可与厂商联合。

父子亲情照与签名活动可由x具体负责。

x可以免费为提供创意或活动策划，但要求在适当地方张贴x的logo□以及在有些地方分发x的宣传单。提供场地与相应的礼品及人员。

如需要x提供海报，宣传单（放在购物袋中的那种），问卷或其他的宣传材料□x保证提供惠的价格。

其他具体事宜可协商。力争程度实现双方利益。

第三部分活动效果预测：

通过前期的海报宣传，进行造势。吸引人们活动当天来到购物现场。

通过形式多样的现场活动，不仅可以增加百货当天的销售量，更能扩大百货的影响力，提升其形象，为培养顾客忠诚度打下基础。有利于与周边的超市进行竞争。

x也在与的合作中提升知名度。

同时为双方以后可能的合作打好良好的基础。

综上所述，此次活动于双方都是有极大的利益。

## 商场亲子活动策划方案篇七

XXXX家电商场是在今年XX月份刚刚步入市场，其地理位置处该市的东南城乡交界处，距市中心约有5XX公里。当地共有大的经销商4家，地势较好。进入XX月份后，在这个空调销售的旺季，其竞争对手更是非白热化。由于该商场成立的时间短，在和供应商的谈判力度中并不处于优势地位，因此向厂商争取比对手优厚的支持以不大可能，而地处较为偏僻的地理位置则明确告诉经营者，如果没有有效的措施，旺季的市场将拱手送与对手。在进入XX月中旬，商家的人流量继而出现下滑的趋势：据初步了解，该现象是周边商场的恶意谣言所造成的，从而在消费者的印象中给本商场造成极坏的影响。

揭穿竞争对手的恶意谎言，打击竞争对手，提升电器的销售量及商场的名气。

以有意预购该商场家电的消费者为主。

火热X月，激情大放送

- 1、团购可打8.8折。
- 2、现场消费达XX元以上可得大礼一份。
- 3、以旧换新，以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠。
- 4、活动期间积分为平时的2倍。
- 5、有买有送。若顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电产品即可参与26寸液晶抽奖活动，单件满XXXXXX再抽一

次，满xxxxxxx再抽一次，2次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、电磁炉等大奖，买得越多机会越大。

6、专车接送（可借鉴大润发那种免费公交）。

### 1、促销方式

现场促销，促销销售，网络促销。

### 2、促销策略

折扣、抽奖、礼品、以旧换新、积分。

### 3、促销计划

手段：前期预热消费者给予气氛，给予种种优惠。带动消费热潮优惠期：

a□团购可打8.8折。

b□现场消费达xx元以上可得大礼一份。

c□以旧换新，以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠。

d□活动期间积分为平时的2倍有卖有送顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电即可参与26寸液晶抽奖活动，单件满xx再抽一次，满xx再抽一次，2次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、电磁炉等大奖，买得越多机会越大广告定位：广告的投放信息，有利于对本商场活动的定位，其活动最终目的为要迅速提升人气，提高该活动的销量，加快脚步进入强销期减少时间和成本。

广告目的：快速集聚人气，加强在外的形象，增加销量，吸引人群。



广告媒介：传单、报纸、公车投放，网络、杂志、公车电视□dvd□vcd□广告主题：抱回家，带回家，拿回家、送回家。

1、活动时间□20xx年x月x日——20xx年x月x日。

2、活动地点□xx家电商场现场。

3、活动人员：工作人员、现场经理、媒体人员、表演嘉宾、现场观众、厨师，消费者。

4、人员安排：

现场经理：指导全场工作。

媒体人员□xx广播电视台□□xx日报》。

5、活动安排

(1) 热辣四射的开场舞（肚皮舞）

(3) 歌曲（夏日之歌）

(4) 游戏：“猜猜看”。

现场任何人都可以参加，以小组（人员数为3~6人均可）的形式猜电器的价格猜中或猜的最相近的可得礼品一份。参与人员可得印有xxxx商场标志的.小扇子一把。

(5) 小品。

(6) 家电一元起拍卖，价高的。

(7) 现场抽奖。

(8) 靓机展销、个别家电现场演示（例如电磁炉炒菜、豆浆机、压榨机等演示）。

(9) 前期活动结束。

注（其外场表演活动期间，室内家电展销一起进行）。

广告定位：应从消费者心里出发。

定位为□x月好礼送不停。

买点：售后服务、销售人员的热情、优惠、家电质量。

广告形式：传单、海报、户外、公车电视投放等。

## 商场亲子活动策划方案篇八

奖励优秀节目，做到相对公正公平。尊重领导意见，同时听取群众意见。

提高员工积极性，提升节目质量，让我们的年会更精彩。

二：晚会时间：

晚会地点：元一希尔顿

三、节目评委(11人)

张斐、陈红艳、孙涛、范悦、慈姗姗、谢梅、李秀荣、夏方芳  
分数统计：余红娟

四、评分方式

1、评分标准：每个节目满分100分(内容及形10分;表演状态30分;表演效果30分;形象气质10分;连贯性10分;人气10

分);本次年会节目一等奖、二等奖、三等奖将会根据评委分数的高低评选年会节目名次及奖项,其他特色奖项由各评委依照各奖项评选标准进行筛选,得票数最多者获奖。分数或得票数相同时进由评委组行后续投票筛选。

2、评分细则:公司年会奖品方案

3、计分方法:

各评委根据以上评分标准,客观、公正地评出各节目得分。

本次评选以100分为分,最低基准分为60分,所有节目必须高于基准分才可参与评奖。

去掉一个分与一个最低分,余下取平均值为节目最后得分。

年会总共分为三个篇章,每个篇章结束主持人公布该篇章各节目分数。

节目分数相同时由评委组进行投票仲裁决定名次。

本次年会节目一等奖、二等奖、三等奖将会根据评委分数的高低评选年会节目名次及奖项,其他特色奖项由各评委依照各奖项评选标准进行筛选,在评选特色节目时,每个特色奖项每个评委只能选一个节目,得票数最多者获奖。分数或得票数相同时进由评委组行后续投票筛选。

五、奖项奖品设置

六、奖项公布

1:年会结尾根据节目分数高低及特色奖项得票数评选节目名次及获奖名单;

2:领导颁发奖状及奖品。