

# 商场活动策划 商场策划活动(模板7篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 商场活动策划篇一

五一大促销

### 一、深呼吸海的味道

在x月xx日到x月x日期间，凡在某超市各分店购物满300元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖2名

(5个店共10名) 各奖海南四日游名额一个

一等奖3名(5个店共15名) 各奖美的吸尘器一个

二等奖10名(5个店共50名) 各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名(5个店共500名) 各奖柯达胶卷一卷

二、服装打折自己做主在x月xx日到x月xx日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

### 三、五一惊喜三重奏

一重奏：全城至低（各种商品价格全城至低，便宜至极）

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

x月xx日至x月x日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

x月x日至x日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米□500ml食用调和油。

四、超市“五一”部分特价商品：（略）

五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品（本次活动最终解释权归某超市所有）

## 商场活动设篇二

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xxxxxxxx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。

### 商场活动设篇三

xx年转眼间已经过去了，新的一年已经开始。作为百货大楼

的一名艾酷专柜营业员，我现将我的年会总结及心得呈现如下。

我来百货大楼工作已有几个月了，工作中学会了很多东西，更学会了用自己的头脑来开扩自己语言的不足。还有就是懂得了，作为一名营业员，要想提高自己的销售能力，就得比别人多努力。以下就是我在工作中学到的。

作为营业员，不能只是随意推荐产品，推荐时更要有信心。因为只有自己本身有信心，才能让顾客对他所需要的产品有信任感。也让我懂得了，不是光推荐那么简单。还要学会配合商品的特征，每类产品有不同的特征，价格也不同。如功能，设计，品质等方面的特征。向顾客推荐时更要着重强调它的不同特征。推荐的同时，还要注意观察对方对产品的反映，以便适时促成销售。

的时间内能让顾客具有购买的信念，是销售过程中非常重要的一个环节。

时刻要保持着营业员该有的素质。要以顾客为中心，因为只有顾客满意了，东西才能卖的出去，素质及态度也决定了你会不会拉到回头客的重要因素。谁都想买的开心，用的放心。你得让顾客高兴，愿意买你的产品才行。

以上便是我在工作中的小小心得。在以后的过程中，我将做好工作计划，及时总结工作中的不足，力求将艾酷专柜营业员工作做到。

作为百货大楼艾酷专柜的一名员工，我深切感到百货大楼的蓬勃的态势。百货大楼人的拼搏向上的精神。

## 商场活动设篇四

商场春节活动方案之活动重点说明：

1. 春节促销活动可以分两个步骤：迎春节和庆春节，重点是庆春节。（本策划适合在春节节日期间“庆春节”举行。迎春节时间选择是xxxx年12月29日—31日，29日是星期六，周末促销可以借助“迎春节”来造势。庆春节时间选择是xxxx年1月1日—1月3日。

2. 促销重点是服装和家电，两者是顾客在春节期间购买较多的商品，也是商家的销售利润的主要来源。

3. 春节是新的一年开始，为了感谢会员顾客在过去一年中的长期回顾和新的一年中的继续光临，可以开展会员特别促销活动。

4. 春节前后也是婚庆消费高潮，对此可以展开相应的促销活动。

商场春节活动方案之特别企划活动内容：

### （一）、二元家电惊爆大放送

xxxx=20xx+2

购物满20xx元，再花2元钱可买vcd□电饭煲，电话机、煤气灶、录音机等价值二、三百元的商品。

操作说明：

2元可选择物品应丰富多样，给顾客更大的挑选余地

商品平均价值各商场超市可根据自身实力定出标准，但最好是具有广泛吸引力，跟正常价格相比差距十分明显，能引起轰动效应的商品。比如vcd□电饭煲、煤气灶、录音机等价值在二、三百元的商品。

## （二）xxxx朵玫瑰在新的一年里绽放

凡进商场超市购物的顾客，凭购物小票可领取玫瑰一支，共xxxx支，赠完为止。

操作说明：

此活动也可以采取顾客来就送的方式，无论是否购物，均赠送玫瑰一支，但要重点注意防止造成拥挤哄抢现象。

活动时间可以为1—2天，具体视商家实力和第一天赠送效果而定。赠送时间按营业时间开始。

## （三）、新的一年——搬一盆花草回家

在新的一年里，人们往往会喜欢添置一些花草植物等观赏性物品。在商场门口举办不同种类花草植物的展览，并配以文字说明和讲解员现场介绍解释，必定会吸引一大批人观看；同时也可以组织一批花草植物进行现场销售。

活动地点：门前广场或中央大厅

操作说明

1活动以展览为主，销售为副。展览在一定程度上是提高商场的品位，在给消费者提供一个观赏的机会的同时，也是引导消费者趣味，并传达一定知识的活动。

2展览内容：除了花草植物，也可以展出金鱼等。在操作上，展出花草相对来说更方便容易一点，搬运和摆放上不必花太多心思。

3展出所需要的花草植物可以联系植物园或花鸟市场等单位协助。

#### （四）、新的一年从运动开始——挑战你的速度和体力

活动方式：挑战体力和速度比赛，在现场设立跑步机，比谁在跑步机上一分钟内能跑出多少路程，按比赛成绩设立奖项和奖品。

奖项设置：

一等奖 1名 运动鞋 价值300元左右

二等奖 2名 运动鞋 价值200元左右

三等奖 5名 运动鞋、羽毛球拍、乒乓球拍等价值100元左右。

操作说明

报名方式：采取前期报名和现场报名两种形式，前期报名是20xx年12月25日—31日，在商场门口贴出报名启事，到商场企划部报名。报名不受条件限制。报名人数约30—50人左右。

为加快比赛进度，可以设立2—3台跑步机。

活动地点：门前广场

#### （五）、新的一年从爱心开始——捐助希望工程义卖活动

活动方式：开辟义卖专区，每卖出一样东西，商场就捐助一元钱。

义卖商品：背包、玩具、书籍等价值10—100元的商品

操作说明：

春节是新的一年开始，良好的开端是成功的一半，在新年

的开端举行义卖活动有利于大大提升商场的良好形象。

商场捐助方式：可以是卖出一样商品捐助一元钱的方式，也可以是义卖所得全部销售额的`百分比提成；同时，也可以在一旁设立捐助箱，让顾客自行捐助。

邀请公证人员现场公证。

联合希望工程有关部门联合举行，也可以与希望小学结成对子，形成长期帮助关系。

邀请有关新闻媒体到场采访。

#### （六）、会员感恩大回报

活动时间□xxxx年12月20日—xxxx月1月10日，时间为20天旧的一年过去了，新的一年又来临了，为了感谢会员顾客在过去一年中的长期回顾和新的一年中的继续光临，特开展会员特别促销活动。

1会员大抽奖或积点兑奖活动。

2会员特价商品：列出一些只有会员才能享受特价的商品，商品涵盖面可以广一点，包括不同部门类商品，并用现场pop海报标明是会员特价。

3开展新卡换旧卡活动和优惠

## 商场活动设篇五

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□以及在一些地方分发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。

## 商场活动设篇六

利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

x的目标消费群

x月x-x日，根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动量接触消费者

全国x零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的.城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高x在当地的销售业绩和知名度。

运用强有力的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

五一3+1天狂欢购

x各系列特价产品

## 商场活动设篇七

心心相印，浪漫七夕

## (二)：活动时间

即20xx年8月22日至8月24日

## (三)：活动地点

休闲食品区

## (四)：活动办法

1. 凡于活动期间在本店购买巧克力满77元，即可凭购物小票到活动赠品处换取赠送玫瑰花一枝。
2. 凡于活动期间在本店购买商品满520元，即可凭购物小票参与9:00—12:00的情人节幸运大抽奖。

奖项有：

一等奖：情侣装一套

二等奖：金装巧克力一盒

三等奖：心心相印抽纸一袋

参与奖：心形气球一个

注：一张小票只可参与一个活动，不可重复使用，小票只有在活动期间参与活动有效。

## (五)：商品计划

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。

## (六)：宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来，根据可视经费的多少而选择最恰当的传播媒体。如：

1. 传单
2. 海报、彩旗、气球、电子滚动字幕
3. 店内播音

## (七)：卖场布置

1. 店外的活动装饰，如：海报、布旗等；
2. 店内的气氛布置，如pop广告制作，为配合七夕主题，本店在卖场共享空间架设一道鹊桥，根据传说中葡萄下可以听见牛郎织女说话的传说，在主入口门柱上用绿色的塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果，营造浓郁的传统中国情人节的氛围。

## (八)：特别企划活动

为了让店内有更浓烈的节日气氛，活动期间在本店还举行其他的情人节趣味活动，例如：

1. 情人默契大考验；
2. “真心话大考验”或“敢爱你就说出来”，挑战自己的勇气，许下爱的誓言；
3. 在入口处设置展板征集情侣的甜蜜照，或现场在鹊桥下免费给情侣拍照留念。