

最新饭店促销活动宣传语(精选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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

饭店促销活动宣传语篇一

xxxx即将结束，在圣诞和元旦来临之际，为加强我校学生之间的交流，提高协作能力，增进同学之间的友谊，密切联系师生关系，培养学生的创新能力，提升审美能力与品味，提高学生的综合素质，丰富校园生活，增强社团与社团之间的合作能力我院社团部特举办此次活动，为大家带来一个难忘的夜晚。

舞动梦幻之夜

12月24日晚18:30——21:00

待定

主办单位：共青团郑州职业技术学院委员会

承办单位：郑州职业技术学院院团委社团部

协办单位：郑州职业技术学院冰火舞蹈协会 爱乐坊音乐协会
爱艺手工坊协会、星漫美术协会。

郑州职业技术学院全体师生

舞蹈是一种人体动作与展示心灵美的艺术，它与梦想和现实有着紧密的联系。舞蹈在展现艺术之美的同时，也具有抒发舞者思想感情和强身强心的作用。歌曲有着陶冶情操和培养

优雅的生活品味学的作用，舞蹈与歌曲的结合更是对培养学生全面的发展和培养好的兴趣品味有着更大的帮助，经过随机采访调查发现，大多数学生都有唱歌跳舞的激情，就是有时候展现的平台很少。因此，本次舞会为广大的学生提供了一个展现自我的平台，希望同学们能创造奇迹！

此次舞会是全院的大型舞会，舞会将以交际舞，恰恰，兔子舞，现代舞等多种同学们喜爱的舞种为主，舞会还穿插歌曲，游戏，接歌词，抽奖等活动，并颁发纪念品。

所有入场的同学将得到特制的数字卡片一张及糖果。圣诞老人会在开场后抽取幸运观众，幸运观众随即可得到纪念品一个并许下愿望。

(一) 培训阶段

院学生会社团部联系冰火舞蹈协会完成教授华尔兹、恰恰、兔子舞的学习，并让培训人员熟练掌握。届时社团部会负责人会到现场监督。

- 1、培训时间：12月9日—12月20日(18:30—20:00)
- 2、地点：信息图文大楼五楼(待定)
- 3、培训人员：所有协办协会每个协会的干部(具体人数待定)

为避免学者产生倦怠情绪，每次教授时间控制在一个小时半之内。过程由简入繁，教授人员必须始终保持始终耐心、细心、责任心。整个对外培训过程历时11天。

(二) 准备阶段

在12月22号之前所有工作以及物品准备完毕(除装扮会场)，在12月24下午五点之前会场装扮完成，五点半所有工作人员

到达现场。

会场装扮由爱艺手工坊协会、星漫协会及社团部干事负责完成，具体时间另行通知。

(三) 舞会流程：

1、在舞会开始前的当天下午，工作人员到达会场。对会场进行的最后的修饰。将椅子摆放整齐，桌上放置好水果和茶水。在舞会开始前半个小时，会场开始播放一些舒缓和谐的背景音乐(如肖邦的钢琴曲)，营造浪漫温馨的氛围。

2、建议事先寻找好舞伴。无舞伴者，可到场后寻找搭档，具体有以下两种方法：

(1)本着自愿的原则，到场后自主结对。

(2)准备两组相同的圆形卡片，每组卡片中颜色各不相同。第一组由男生抽取，第二组由女生抽取。抽到颜色相同的即为一对搭档。

3、由主持人宣布开始，在此同时圣诞老人以及工作人员发放特制卡片以及糖果。

饭店促销活动宣传语篇二

“促销”是指短期的宣传行为，目的是鼓励购买的积极性，或宣传一种产品，提供一种服务。在零售业中促销活动是购物中心、广场、百货商场策划出的主动自我推销的一种方式，除用以吸引人流，还可以塑造企业、商场的形象。

一、工作职责

1、企划部经理：本着扩大公司销售额的目的，负责协助和指

导所有对于达成公司预期销售和毛利有帮助的促销工作。

2、宣传主管：负责本公司各种对外、对内宣传广告工作及种展览活动的计划和执行。

3、装饰主管：负责商场内外各橱窗和促销场地的装饰，制作sign和pop□

4、特别活动员：按照公司的促销策略、组织、计划、实施各种特别活动。

二、促销的时间及主题

一月份；元旦迎新活动、新春大优惠、春节礼品展、除旧迎新活动、结婚用品、礼品展、年终奖金优惠购物计划、旅游商品展销。

二月份：年货展销、情人节活动、元宵节活动、欢乐寒假、寒假电脑产品展销、开学用品展销、玩具商品展销、家电产品展销。

三月份：春季服装展、春游烧烤商品展、春游用品展、换季商品清仓特价周、“三八妇女节”妇女商品展销。

四月份：清明节学生效游食品节、化妆品展销会、礼品展。

五月份：劳动节(5/1)活动、夏装上市、清凉夏季家电产品节、母亲节商品展销及活动、端午节商品展销及活动。

六月份；儿童节(6/1)服装、玩具、食品展销及活动、考前补品展销、考前用品展销、饮料类商品展销、夏季服装节、护肤防晒用品联展、热带水果节。

七月份：欢乐暑假趣味竞赛、商品展销、暑假自助旅游用品

展、父亲节礼品展销□cool在七月冰激凌联合促销、暑假电脑促销活动。

八月份：夏末服饰清货降价、升学用品展销。

九月份：中秋节礼品展销、教师节、敬老礼品展销、秋装上市、夏装清货。

十月份：运动服装、用品联合热卖、秋季美食街、大闸蟹促销活动、金秋水果礼品展、国庆节旅游产品展、重阳节登山商品展、入冬家庭用品展、羊绒制品展。

十一月份：冬季服装展、火锅节、护肤品促销活动、烤肉节。

十二月份：保暖御寒用品展销、冬令进补火锅节、圣诞节礼品饰品展销、岁末迎春商品展。

三、如何策划购物中心、百货商场、超级市场的形象促销

(一)主题活动：主题活动的目的主要是提升整个店铺的形象和气氛，或提高某种商品的短期销量。

(二)公益活动：公益活动一般在商场所在的社区参与社区的建设或其它活动。此活动一般是非盈利性的，但可增强商场的亲和力，保持商场在社区居民中良好的社会形象。

四、如何成功策划购物中心、百货商场内的商业促销活动

1、新品上架

2、限时特价销售

3、派送赠品

4、赠送包装

- 5、加量包装
- 6、抽奖活动
- 7、积分卡或积点兑换
- 8、返还和优惠券
- 9、系列商品展销
- 10、以旧换新
- 11、公司内部销售竞赛

五、把握时机商场、购物中心做促销活动，策划为先，最重要的是宣传与推广

促销的基本目的是要提升业绩，树立商场的价格形象，巩固老顾客对商场的忠诚度，开发新的顾客，增加市场的占有率。有效的宣传媒体通常有以下几种。

1、电视

优点：直接、快速、范围广、动态画面且色彩清楚。

缺点：广告制作耗时，顾客可选择的电视台较多，被顾客观看的概率较低。

广告费用高，出现的频率较少而且时间短。电视广告有一定的时段差异，除黄金时段外，其它时段效果差。

注意事项：区域性促销不宜做全国广告，可尝试在地方台做广告。若不是大型活动，不必做电视广告。

2、广播电台

优点：收听广播不受地点限制，广告到达率高。广告费用较低。广告内容更改容易，只须更改录音既可。制作主题明确，对象易掌握。广播电台大部分为地区性的，可以根据地区性顾客的实际情况作促销宣传。

缺点：广播电台广告被收听的几率相对较低。没有影像，无法把产品的包装或外观传给顾客。有区域性不能小满足大型活动的需要。

注意事项：事先了解节目收听的对象，找到合适的顾客群广告才有效果。可利用电台不同的区域功能，做不同的促销广告。

3、报纸

优点：包装版面可调整控制，可根据广告费用预算来选择报纸的种类及版面。广告内容、设计更改容易，机动性大、报纸普及率高而且报纸广告较为经济、文字的表达、描述弹性大有足够的空间。

缺点：报纸纸质较差，且彩色排版效果不佳，影响到刊登的品质及公司的形象。如没有安排到好的版面，很难引起阅报者的重视，广告效果差。

注意事项：报纸广告的商品内容或主题内容必须精挑细选，才能吸引顾客来店购买。报纸稿的审稿必须仔细。

4、杂志

杂志广告的保有期限长，广告延续效果好。杂志的分类和读者群的分类也很明确。除了刊登介绍公司形象的广告外，一般商场不适合在杂志上做广告。

5、户外广告

优点：字体显眼明了，图案简单鲜明。可装设霓虹灯或射灯，增加夜间的广告效果。

注意事项：板材质量好坏，须事先考虑预计使用的年限。

6、交通车广告

定点定时出现，对某部分人接触率很高。车站人潮集中，广告效果好。可利用车内的椅套、灯箱、外车体做广告。交通车广告有一定的成效，但须注意字体要大，且较合开幕或大规模促销活动，小活动不必做此广告。

7、夹报

优点：可将信息有效的传递给订报者，可根据目标商圈搜作夹报，以达到掌握商圈顾客的目的。可依据报纸性质的不同，来选择夹报的报纸。

缺点：夹报时间大都在深夜，必须派人监督。夹报的对象、年龄层、客户层较复杂，较特殊的促销活动要事先考虑是否有效。

8、快讯dm(directmail)

优点：主题明确，dm内容印制精美、商品丰富可看性高，可以配合附送优惠券等。

缺点：现在的dm泛滥，顾客收到后可能不会翻阅或收到后随手扔掉。

六、购物中心、百货商场、超级市场如何策划供应商的促销活动

1、采购提前二周确定dm品项。

采购应在二周前就与供应商接触，对本期dm商品的价格和数量进行洽谈，以确定dm商品输入电脑并做变价动作。

2、企划部在采购人员确定dm商品后，到楼面收取样品进行拍照。

dm商品如属新产品，则需采购人员通知供应商携带样品前来拍照，并于制作过程中添入价格栏目；如属特价商品，则需有明显标志，最后打出本期dm之初稿。

3、初稿完成后，采购人员应认真仔细核对dm初稿，如有变化或差异应迅速更正，最后确定初稿并交企划部彩印。

4、当dm完成彩印后，通过邮递或分发等方式，传递到消费者手中。楼面工作人员应到电脑部领取快讯清单，熟记下期dm商品。

5、楼面人员按dm清单做出端架计划时，需遵循以下几项原则：

a□商品相近原则；

b□整体规划原则；

c□最大销售额原则。

6、楼面人员核实dm商品的订单及到货情况，查看订货量是否充足，如货量少时，则可暂时将几个商品并作一个端架陈列；货量多时，则可做退货。

楼面人员到企划部pop卡：pop卡是指商场为促进销售的广告，也称销售时点广告。凡是店内提供商品与服务信息的广告、指示牌、引导等标志都可以称为pop广告□pop卡是介绍dm商

品品名、价格且悬挂于货架旁的广告纸，它具有强烈的视觉效果，可刺激消费购买欲望。

7、更换端架：时间为此期dm的前一天下午18：00到
晚22：00，更换步骤如下：

c□所有新dm商品的陈列应在快讯前一天22：00前逐一完成；

d□撤除上期dm快讯商品pop卡和价签，不能有遗漏。

e□更换新dm商品和pop卡和价签。

8、新dm生效当天，楼面人员逐一检查新dm商品的电脑售价
与dm宣传单□pop卡是否一致，如有错误，立即做电脑更正。

9、为方便消费者咨询及加快收银速度，客服员与收银员应熟
记新dm商品，楼面人员检查上期dm商品价签是否恢复原价。

10、新dm商品的销售。

商场促销活动策划方案二

一、促销目的

以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月
饼的销售。预计日均销量在促销期间增长10%—20%。

二、促销内容

1、买中秋月饼送可口可乐

买90元以上中秋月饼送355ml可口可乐2听。（价值3.6元）

买200元以上中秋月饼送1250ml可口可乐2瓶。（价值9.2元）

买300元以上中秋月饼送ml可口可乐2瓶。(价值13.6元)

2、礼篮：分别为298元、198元、98元三个档次。

298元礼篮：七星香烟+加州乐事+价值80元中秋月饼+脑白金

198元礼篮：双喜香烟+丰收干红+价值60元中秋月饼+脑轻松

98元礼篮：价值40元中秋月饼+20元茶叶+加州西梅

3、在促销期间(9、3——9、12)，在卖场凡购满300元者，均可获赠一盒精美月饼(价值20元/盒)。

商场促销活动策划方案策划书策划方案4、在9月10日的“教师节”，进行面向教师的促销：凡9月9—10日两天在**购物与消费的教师，凭教师证可领取一份精美月饼或礼品(价值20元左右的)。

三、整合促销

1、媒体

在音乐交通频道，隔天滚动播出促销广告，时间8、17—9、12，每天播出16次，15秒/次。

2、购物指南

在9、1——9、13的“购物指南”上，积极推出各类的促销信息。

3、店内广播

从卖场的上午开业到打烊，每隔两个小时就播一次相关促销信息的广播。

4、卖场布置

(1) 场外

a□在免费寄包柜的上方，制作中秋宣传；

b□在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势；

c□在广场，有可能的可悬挂汽球，拉竖幅；

d□在入口，挂“**购物广场禧中秋”的横幅。

(2) 场内

a□在主通道，斜坡的墙上，用自贴纸等来装饰增强节日的气氛；

b□整个卖场的上空，悬挂可口可乐公司提供的挂旗；

d□月饼区的上空挂大红灯笼。

5、其他支持

保健品进行让利15%的特价销售。

团体购满3000元或购买月饼数量达20盒，可享受免费送货。

四、促销费用

媒体广告费：1、2万元

可口可乐系列赠品：6万

场内、场外的布置费：0、6万

月饼费用：6万

共计：13、8万人民币

五、具体作业

1、交通频道的15秒广告，由公司委托**广告制作，在广告合同中应当明确不同阶段的广告内容；预定在8月报16日完成。（面试网）

2、购物指南由采购部负责拟出商品清单，市场部负责与**晚报印刷厂联系制作；具体见该期的制作时间安排。

3、场内广播的广播稿由市场部来提供，共三份促销广播稿，每份均应提前两天交到广播室。

4、场内、外布置的具体设计应市场部、美工组负责，公司可以制作的，由美工组负责，无能力制作的，由美工组联系外单位制作，最终的布置由美工组来完成。行政部做好采购协调工作；预定场内布置在8月18日完成。

5、采购部负责引进月饼厂家，每个厂家收取500元以上的促销费。同时负责制订月饼价格及市场调查计划，在8月5日前完成相关计划。

6、工程部安排人员负责对现场相关电源安排及灯光的安装，要求于8月10日前完成。

7、防损部负责卖场防损及防盗工作。

8、生鲜部负责自制精美月饼的制作。

六、注意事项

2、若在交通频道上的宣传不能达到效果时，可选择在报纸等

其他媒体上进行补充宣传；

3、市场部应进行严格的跟踪，对出现的任何异样及时进行纠正。

商场促销活动策划方案三

一、活动主题：

1. 礼动新春贺佳节--来店有喜，买即送拜年礼

2. 金猪送福迎财神--满100省60元、50元、40元、30元、20元

3. 金猪送福好运连连--红火靓礼满100六重送

4. 金猪报喜刮卡连年--购物满200元，立丹为您备足精选年货过新年

5. 立丹新春礼上礼---合家满堂红红红火火过新年

6. 金猪进门全家旺--立丹迎春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

7. 浓情蜜意爱要久久--温馨恋爱礼2.14千支玫瑰送给您。

二、活动时间：

200*年2月9日(五)-200*年2月25日(日)17天

三、活动内容：

1. 礼动新春贺佳节-来店有喜，买即送拜年礼

1. 活动时间：0*年2月18日(初一)-0*年2月20日(初三)3天

2. 活动地点：1-4楼

3. 活动内容：

活动期间，凡在本商场1楼-4楼购百货商品顾客即送拜年礼一份，每日限量派送，先购先送，送完为止。（赠奖地点：大门外赠奖处）

2. 金猪送福迎财神-满100省60元、50元、40元、30元、20元

1. 活动时间：0*年2月9日(五)-0*年2月25日(日)17天

2. 活动地点：1-4楼

印刷气氛牌：3,000张费用预算：1680元(单色单面)

3. 金猪送福好运连连-红火靓礼满100六重送

1. 活动时间：0*年2月9日(五)-0*年2月25日(日)17天

2. 活动地点：1-4楼

3. 活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满100元以上(金额不可累计)可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“红火靓礼六重送”的活动，领取相应级数的礼品，顾客朋友在兑换礼品时可按消费金额随心所欲自由搭配。

“红火靓礼六重送”奖品设置

100元-200元级；送成本价2.5元的礼品(赠品：牙膏、卷筒纸二选一)

201元-300元级；送成本价5元的礼品(赠品：洗衣粉、洗洁布二选一)

301元-400元级;送成本价7.5元的礼品(赠品:新年鸿运袜、纯牛奶二选一)

401元-500元级;送成本价10元的礼品(赠品:精美靠垫、百事可乐2.25升二选一)

501元-600元级;送成本价12.5元的礼品(赠品:套装烹调碗、精美卷纸一提二选一)

601元-800元级;送成本价15元的礼品(赠品:不锈钢厨具、精装中老年核桃粉二选一)

注:(礼品金额设置按每一级别奖品最小金额*2.5%计算所得)

(黄金珠宝、钟表单张小票满800元-1600元领第一级礼品,1601元-2400元领第二级礼品,2401元-3200元领第三级礼品依次类推)。

赠品:(见上)数量:400份/天*17天=6800份合计赠品预算:平均价8.75元/份*6800份=59500元每日赠品预算:59500元/17=3500元/天占每日预估营业额1.6%(按每日营业额220,000元计算)

印刷气氛牌:2,000张费用预算:1120元(单色单面)

4.金猪报喜刮卡连年--购物满200元,.....为您备足精选年货

1.活动时间:0*年2月18日(初一)-0*年2月25日(初八)8天

2.活动地点:1-4楼

3.活动内容:活动期间,凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处参与“金猪报喜刮刮乐”活动,刮出金猪心动礼品。201抽一

张;401抽二张;601抽三张;最多可抽3张, (黄金珠宝、钟表单张小票满800元为一张, 1600元为二张, 依次类推)最多3张。

4. 奖项设置:

(一等奖1名金猪抢钱送、笔记本电脑一台或台式家用电脑一台)

成本金额: $3000\text{元} * 1 = 3000\text{元}$

(二等奖2名鸿运当头送、名牌数码相机一台)

成本金额: $1720\text{元} * 2 = 3440\text{元}$

(三等奖3名旗开得胜送、名牌微波炉一台)

成本金额: $200\text{元} * 3 = 600\text{元}$

(四等奖16名合家欢乐送、名牌暖被一床)

成本金额: $100\text{元} * 16 = 1600\text{元}$

(五等奖32名富贵临门送、中式年货一套含香肠、腊肉、年糕等)

成本金额: $55\text{元} * 32 = 1760\text{元}$

(六等奖64名年年有余送、高级餐具或牛奶一件)

成本金额: $38\text{元} * 64 = 2432\text{元}$

(纪念奖无奖欢天喜地送、糖果、花生一把抓)

成本金额: $1.2\text{元}/\text{人} * 500\text{人}/\text{天} * 8\text{天} = 4800\text{元} / 4\text{元}(\text{每斤}) = 1200\text{斤}$

赠品预算：共计17,632元。每日赠品预算金额： $17632/8=2,204$ 元

印刷刮刮卡：10,000张费用预算：2,800元(四色双面)

道具预算(装糖果花生用)：425元

5. 新春礼上礼---合家满堂红红火火过新年

1. 活动时间：0*年2月18日(初一)-0*年2月19日(初二)2天

2. 活动地点：1-4楼

3. 活动内容：活动期间，凡在本商场1楼-4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联(黑联、黄联)到大门外赠奖处“红葡萄酒”一瓶，每人限领一瓶。每天50瓶，送完为止。

道具预算：红包装纸和包装带共计200元

6. 金猪进门全家旺---春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

1. 活动时间：0*年2月9日(五)-0*年2月25日(日)17天

2. 活动地点：1-4楼

3. 活动内容：活动期间营运部组织大量换季商品大门花车进行新春特卖会商品折扣低至2折起，和组织黄金饰品在(2月18日-2月20日)举行零点利商品活动。

印刷气氛牌：1,000张费用预算：760元(单色单面)

7. 浓情蜜意爱要久久---温馨恋爱礼2.14千支玫瑰送给您

1. 活动时间：0*年2月13日(二)-0*年2月14日(三)2天

让浪漫的情歌表达你的爱意!用深情优美的旋律打动她的芳心。立丹百货为您推出情歌点播站，凡在本商场消费购物单张票满50元的顾客均可为你的心上人点歌一曲。3、情人节期间在本商场消费购物单张票满100元的顾客可凭收银小票到一楼总服务台免费包装商品。

道具预算：情人节礼品包装纸和包装带共计200元

四1. 气氛布置：

写真、喷绘：

费用预算：6,782元杂费：520元

2. 印刷类：

1. 印刷气氛牌6000张、单色单面157g铜板纸，费用预算：3,560元

2. 印刷刮刮卡：10,000张费用预算：2,800元(四色双面)

宣传单：10,000张、正度8开四色双面128g铜板纸，费用预算：3,960元

印刷费用预算：10,320元

五、宣传1.17天(广场广告架占道费)2,312元/1个

2.2月9日晨报四分之一套红36,600元

六、新春道具：

五、赠品费用预算：

商场促销活动策划方案四

今年9月25日是中秋节，距离10月1日仅仅5天，又值9月28日某商场八一店五周年店庆，这种扎堆效应，潜在消费群体相对于单个节日来说要多很多，同时为了应对某某10周年大庆，提前引爆并释放消费高潮，因此对于我们来说，这是一次很好的提高门店销售额、提升某商场品牌形象和应对某某大庆的好机会。

此次促销，应该做到参与促销的商品面广、数量多，力度大，利用节日的双重性，促进商品的连带销售。

具体内容如下：

一、活动时间：9月21日(周五)——10月7日(周日)

二、活动主题：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

三、活动范围：某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店

四、活动内容：

1. 中秋活动：【超市中秋档期dm海报9月5日—25日同步跟进】

华信店中秋同步跟进

2. 活动主题：月饼+红酒某商场携您度中秋

(黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动)

3. 活动时间：9月21日(周五)——9月25日(周二)

4. 活动简述：因为商场现有品牌自行举行的折扣，某商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客

认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色。)

5. 活动内容：

在所有品牌现有折扣上当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。(单独包装，价值约8元)

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。(价值约40元)

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。(价值约80元)

商场促销活动策划方案商场促销活动策划方案各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

“月圆中秋，情浓某商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

五、国庆节、某商场八一店五周年店庆：

1. 活动时间：9月28日(周五)——10月7日(周日)

2. 活动范围：某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店及华信店

3. 活动内容：

穿着类、床品、箱包新品7折起

活动期间，凡单店当日购买穿着类、床品、箱包商品新品7折起，原上参加品牌范围要广，至少济南五店相同品牌要保证相同力度。(超市及特例品牌除外，活动期间，会员积分卡只积分不打折)

购物某商场，尽享意外惊喜——“国庆购物不花钱”

4. 时间：20**年10月1日—7日

凡当日单店购物满300元的顾客，可凭购物发票参加抽奖，有机会获得该票全额和半额消费返还。

5. 操作细则：

各店设置一个抽奖箱，内有20个乒乓球(其中全额返还1个，半额返还2个，17个纪念奖，可选择超市商品)，工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“1”章，即时开奖。

国庆同欢乐，某商场送安康

此活动旨在通过购物加购的方式，经历过7.18暴雨事件后，人们在面对意外事故、灾难时候的无助和彷徨，更加突出了保险的重要性，拟通过购物赠送人身意外保险的方式，体现出某商场以人为本，关心顾客，为树立某商场关注顾客健康的形象，起到一定的积极作用。因国庆主题促销已经推出全场7折起，为控制成本，此活动采用加购的方式，作为主活动的附加活动，淡化商业气息，突出某商场送安康的营销思路，能引起顾客的关注。

活动期间，凡当日单店购物累计满1000元(含超市)的顾客，均可加一定金额的现金到各店总服务台办理“保险卡”一张，每日每店500个，保险卡设置为：

a系列：加5元赠送保额为22000元的意外伤害保险(成本15元)。

b1系列：加10元赠送办理保额为63020元的意外伤害保险(成本30元)。

b2系列：加10元赠送办理保额为281000元的交通意外伤害保险(成本30元)。

c1系列：加20元赠送办理保额为155030元的意外伤害保险(成本50元)。

c2系列：加20元赠送办理保额为540000元的交通意外伤害保险(成本50元)。

商场促销活动策划方案五

一、活动背景

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.现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下:

二、活动目的:

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.

三、目前营销状况：

1. 市场状况：选址在繁华商业区周围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、swot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、价格策略：

1. 以成本为基础以同类产品价格为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品。
2. 给予适当数量折扣鼓励多购。

六、促销策略：

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.

七、广告宣传：

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优美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“天天低价”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立即削减广告量尽量减少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. 注重卖点的广告宣传即pop广告.

八、公共关系：

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述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系.

4. 赞助失学儿童多参加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.

九：营业推广：

1. 实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务.
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.

十、物流配送：在物流管理上采用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.

十一、策划方案各项费用预算：

促销总费用：

广告费用：

营业打折费用：

十二、分析预测：

感想

通过沃尔玛的促销策划书我们可以清楚的发现他的策划书写得非常好一般的策划书步骤是背景、目的、内容、时间、地点、名称、开展的方式、宣传方式、费用的预算、效果的评估. 而沃尔玛的促销策划书都体现了这些并且他还进行了swot的分析不仅分析了自己的优势、劣势、机会和威胁还进行价格的策略和广告的宣传. 也分析了市场的状况. 可以说是一份比较成功的策划书但并没有写搞促销的时间和地点也没有预算各项促销活动所需要的费用还有是那些人组织这项活动也没有写清楚只是从内容上来写. 这时我从沃尔玛的促销策划书上看到的.

一个企业要让自已的活动变得很成功要有一份较清晰的策划

书才能让吸引顾客的眼光才能提高企业的形象和市场占有有力由此来获取更多的利润. 并且从这篇策划书中使我了解到怎样写策划书以前自己只是从书本上来知道策划书要从这几方面来写但根本没有亲身写过从这里我才终于了解到写策划书已不是象我想像的那么好写我已学会了写策划书. 而策划书对一个企业也是非常重要的企业活动的成功与否在于策划书写得好与否.

饭店促销活动宣传语篇三

1、时间：11月26日~12月25日

2、地点□xx商场一楼前厅

3、主题：圣诞节系列促销活动

4、定位：

(1) 与众不同，强调突破与创新。

(2) 针对不同的消费者，中西合璧，用西洋的方式，赚主要的钱。

圣诞节（或称“圣诞月”）系列促销活动启动仪式。

1、简介

(1) 时间：11月26日（周五）或是11月19日晚19：30时开始。

(2) 目的：以此拉开从11月26日至12月25日乃至元旦的系列大型促销活动序幕，提前渲染和营造节日的喜庆色彩，使顾客在消费中感受来自xx商场的亲情与温暖，强势拉动销售水平。

2、场景设置

说明：整个设计色调和效果强调祥和、热烈和祝福之情，富有亲和力和神秘的色彩。

(1) 在xx商场正门入口处，树立一棵高大的、比较夸张的圣诞树。

(2) 作为主要活动场地，在前厅搭制异型舞台，主背景为一个卡通式的圣诞屋和夸张的大壁橱，并有圣诞树、驯鹿雪橇、雪花、靴子等相关装饰物。

(3) 一根烟囱由三楼垂落，下接圣诞小屋。

(4) 圣诞小屋周边为白雪覆盖的卡通造型舞台。

(5) 从中庭三楼斜拉装饰网到二楼，上悬饰雪花、礼品盒、铃铛等大小饰物。

(6) 中厅悬挂超级大礼品钟，里面放置数份小礼品，小贺卡，数千只小气球（备用）。

3、场面描述

19:00起顾客一进入xx商场，迎面为大圣诞树，门两侧各有10名圣诞小精灵，身穿样式统一的精灵装，小精灵们手持电源蜡烛和心愿卡，向顾客祝福，并与顾客一起将蜡烛和心愿卡悬挂到圣诞树上，表达良好的祝愿与期盼，营造亲切感人的氛围（部分卡或蜡烛记录可作为其间的一种促销方式）。

19:20小精灵到舞台后候场；场景音乐渲染气氛。

19:25漫天雪花从三楼缓缓飘落，幕后音开始介绍圣诞节，及xx商场圣诞月的活动内容。

19□30

(1) 祥和、悠扬的钟声响起，小精灵们从圣诞小屋左右，及大厅四处欢快的跑出来，一边跳一边唱《铃儿响叮当》，汇聚到舞台上。随后音乐渐趋平缓，身着洁白天使服装的儿童合唱“听，天使报佳音”“平安夜”等圣诞歌。

(3) 圣诞老人与小鹿一起将圣诞树点亮□xx商场圣诞节系列活动拉开帷幕……

晚20：10时启动仪式结束。

4、说明：

通过简单而富有意味的活动形式，营造欢乐、圣洁、神秘、典雅、幽默、愉快而祥和的气氛，让人们融入其中，热情参与xx商场圣诞节系列推广活动。

1、时间：12月24日晚21：00时~24：10时

2、地点□xx商场一楼大厅

3、场景设置参考启动仪式，但准备更充分。

饭店促销活动宣传语篇四

(1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务；创造平均客单消费高价战略。

(3) 通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。

(4) 创造达成个人和团队最好的业绩目标。

(5) 脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6) 立体造势，大量吸引人。

(7) 帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8) 帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。

(9) 激励团队以团队利益为出发点，营造！“比，学，赶，帮”气氛。

(10) 争当“服务天使”“技术能手”，“进步员工”的先进荣誉福利并举。

(1) 对外以3或2折来吸引客群，以韩国健康磁疗烫大酬宾，创造大客群。

(2) 内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数。创造高单价高额业绩。

(3) 规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4) 凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5) 凡活动期间来店进行消费顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴设计或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何？如免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

(6) 凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套韩国健康磁疗烫原价ss元靚点染发原价xx元。姜疗倒膜原价xxx元套餐优惠。

b套韩国健康磁疗烫原价xx元姜疗护发原价xx元套餐优惠

(7) 剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次xxx元，特价xx元，并送价值xx倒膜一次。凡在当日购买贵宾客人，可购买靚点青春染发，只需花xx元一（不含洗剪吹，有效期限截止年月日）

(1) 进行活动前人员动员：告诉活动内容，做到人人皆知。

(2) 准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3) 最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体

看看如何造势：

a拉条幅：看起来简单，但一定要做。

b店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。

c员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他一定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念
(都有客人)

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。(物美价廉)

(3) 让顾客得到信任，安心，满意的服务。(热情，主动，舒适)

(4) 享受超低价格，超值服务。

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心，增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5) 借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识创造新客群是不易，则应珍惜客源；更应做好服务。

(6) 提高员工收入。

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期(月日完成)。

- (4) 顾客资料整理。电话通知客人，三天工作期（月日完成）
- (5) 广告发放（店内）期前三天展开（月日完成）
- (6) 发型师可控客人由四天前通知。
- (7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

8a 店内销售语术形成文字。

- (一) 剪发怎样说成“韩国健康磁疗烫”。
- (二) 烫发顾客怎样说成“完美烫染”。
- (三) 染发顾客如何元加一个挑染色。
- (四) 如何让顾客购买“剪发卡”。
- (五) 如何让顾客购买产品：

b 广告发放语术训练。

c 冷烫技术训练。

d 染发技术训练c

e 护发技术训练。

f 统一问候客人语术。

g 20xx年最新发型发表（布置店堂的挂画下，喷写圣诞快乐）

- (9) 店外广告（写真，喷绘）发布月日完成

7、美丽卡发放月日完成

8、纸巾发放月日完成

9、海报贴月日完成

10.每日早会检查前一天状况，布置当日工作

11、奖罚方法：

(1) 此活动以业绩达成数的结果为比赛基础。

a□发型师套餐达成及业绩目标达成数

b□助理贵宾卡，护发达成数及业绩目标完美数

第一周比赛周冠军（奖现金）

第二周比赛周冠军与员工互相挑战（奖剪刀）

第三周比赛周冠军与挑战数竞争（输者请客）

第四周比赛周冠军十月冠军（奖现金）

c□活动前三天：宣传并开始比赛

例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元□
1号发型师本月实际完成200套。完成数除以目标数等于完成率□
1号发型师本月应得奖金400元。中小工同上只是降低讲法奖
罚数，未达到目标按奖金比率罚款。

12、活动总结

(1) 活动反馈

多美发店把活动进行完后，就完了，其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢？这里告诉几种方法：

a□顾客来进行消费时，一定进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

b□短信告知消费信息：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正，会加大下次消费。

c□电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

（2）活动总结

a□给每个员工进行业绩排名。

b□每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。

饭店促销活动宣传语篇五

这种方式对于需要购买大量茶叶产品的消费者来说，吸引力是最大的。一般情况下，春节、国庆、尾牙等节日是开展这种促销方式的最佳时机。只要产品质量好，价格适中，顾客甚至会拉动身边的亲朋好友一同组团购买，使茶叶加盟店在增加收益的同时还能建立良好的口碑。

限时折扣相信很多人都看到过，当你需要购买茶叶的时候，如果遇到限时折扣而且价格也不贵的适宜产品时，你是不是就会毫不犹豫的买下了呢？其实这是针对了大部分人的一个普遍的心理。限时折扣其实给消费者制造一种心理压力，刺激消费者的购买欲，缩短消费者的决策周期，促使消费者在短

时间内达成交易。

有的八友茶叶加盟店在发货后会随货给客户一张回头消费的折扣券，但这个折扣券是有时间限制的。比如购买这次商品起的7天或者12天内再次购买本店的商品可以得到折上折的优惠，这样，如果顾客在购买产品之后觉得满意的情况下，就会促使其再次光临消费，因此而形成一个循环，让茶叶加盟店业绩不断得到提升。

这种策略也是比较常用的，比如消费满多少就送礼品，满多少再买其他产品有优惠之类的. 都属于这种方式。

打组合拳就是捆绑销售，但要兼顾好消费者购买的产品和推荐的产品的相关性，还有兼顾到消费者需求的相关性。