

# 最新购物类活动方案 购物狂欢节活动策划方案(精选5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 购物类活动方案篇一

### 一、策划书名称：

淘宝网店铺营销策划书

### 二、活动背景：

随着互联网的发展，网上购物已经成为一件很普遍的事情。淘宝便是如今在线电子商务平台的一位领跑者，在消费群体的消费能力与淘宝销售额的飞速增长的当下，很多人从电商的市场潜力中看到了商机，也被这块公平的创业乐土所吸引，纷纷加入到电商这个行列中来。由此带来的影响是，即便淘宝的消费市场足够大，但是竞争的激烈程度也越来越大。因此，在如今的淘宝环境中，如果没有促销活动的带动，即便是品牌大店，也会很难守得住中小型网店价格战的冲击，销售数据就会很惨淡。即将到来的，无疑又为一场电商大战拉开了帷幕，在这样的情形下，淘宝店主们要开始绷紧神经，细致的做好排兵布阵了。

### 三、活动目的和意义：

在电商大促之时，利用各类营销手段、吸引消费者的注意、提高网店的流量、增加店内的销售额，最终使得本店的销售

业绩与在消费者心中的印象在期间得到良好的提升。

#### 四、活动内容：

1、店面的装修与整体感觉：对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(3) 节后：体现“过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。

#### 2、促销方式：

(1) 直接打折：原价300元，现价5折150元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的20款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。

(2) 买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。

(3) 两件包邮：购买了一件宝贝后，发现再买一件就可以享受包邮的服务，必然会有再次购买的欲望。虽然这种折扣的力度不大，但是很多消费者还是愿意买单的。

(4) 满就送：满100元送10元优惠券，满200元送20元优惠券，满600元送80元店铺优惠券，这种方式就稍微有点讲究了。比如说这款宝贝刚好99元，不符合优惠的条件，那就必须再选择另外一款累计起来才能享受优惠券的折扣了。

(5) 搭配套餐：这种方式就有点绑架消费者的意思了。比如购买全场任意一件宝贝，搭配37元就可以加一件100元以下的宝贝，加47元就可以送一件150元以下的宝贝。类似这种方式就是以价格大的带动价格低的宝贝，更能拉动网店的销售量。据相关数据统计，这个方式是消费者欢迎的。

### 3、客服：

期间消费者的流量一般都会比平时多出很多，在这个时候，就要求客服一定要把握好语句和回复速度，在语言里加上大促的欢快信息，对买家的购买欲望也是一种促进。

### 4、售后：

当顾客在买过店里的宝贝时出现了问题要退货，要及时、有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下毛病，对物品的问题做出适当的调解，是退货还是协商，不要让顾客给差评。

## 购物类活动方案篇二

### 一、目的：

利用315消费者权益保护日这一节日，在活动中注重以公关活动为主，穿插商场的促销活动，营造本商场注重消费者权益的良好形象。

### 二、时间：

3月10日——3月18日(3/15日为消费者权益保护日，包括前后的双休日)

### 三、活动主题：

消费者维权知识有奖判断

## 四、活动内容：

### (一) “消费者维权知识对与错”有奖投箱活动

1. 思路：活动期间，商场每天准备1000张有关消费者维权知识的纸片，每张纸片上内容为一条有关消费者维权知识的对错题，消费者在纸片后填写自己的姓名、联系电话后，根据对错判断投入商场内设置的对错两个箱内。凡是答对的消费者，就有可能获得以下奖品(抽奖产生)。

#### 2. 奖项设置：

一等奖：1名价值1000元奖品(购物券)；

二等奖：5名价值500元奖品；

三等奖：50名价值20元奖品；

鼓励奖：若干名小礼品一份

#### 3. 注意事项：

\*营业员不得参与活动(可采取凭购物小票领判断题的做法)；

\*此活动可以由某厂家赞助，以节约费用，但由商场自身举办，这样对商场形象的宣传就直接有力。

\*维权知识问题从有关消费者权益保护的条文取得。

\*活动持续时间、奖项设置、获奖人数、每天发放的对错判断题的数量、是否每天抽奖、还是活动期间共抽一次奖由企业自己控制确定。

### (二) 当地消费者协会现场受理消费者维权活动。

(三)当地消费者协会受理的维护消费者权益的图片或文字资料展：如20xx年\*\*市十大消费者维权案例。

(四)商场设立有关消费知识的讲座。

### 3. 超市“你敢写，我就给”迎3.15策划

活动的主题：超市“你敢写，我就给”迎3.15活动筹划

活动目的：

为迎接3.15日的到来，和感谢顾客对我们超市在过去的一年里的大力支持，本着互惠互利的原则，经过研究决定举行一次别开生面的让利大酬宾，希望通过我们的活动，能够为顾客朋友节约每一分钱，带来更大的实惠，同时为了感谢顾客朋友的热情购买，在活动期间凡在本超市购买40元的顾客朋友，将还有更大的惊喜。

活动一：

活动时间：2月20日至3月8日

活动对象：2月20日--3月8日在本超市购买40元的顾客

活动的地点：本市的所有xxx超市均参加此次活动。

活动内容：购满40元的顾客可以到服务台领取一张报名的表格，在奖联上写下自己想要的奖品，同时奖品必须是本超市卖场有售的商品，并且是售价不超过20xx元的商品，然后留下有另外一半有活动特制的号码副券，把自己的姓名和奖品的正券投入我们为你准备的奖箱。

注意点：顾客在写奖品的时，只有写一份商品的名称，同时遵守我们的规定，不得填写大于20xx元的商品和在本超市没

有销售的商品，如有出现上类情况而又成为我们的幸运观看，我们将以无效的方式取消获得奖品资格，希望顾客朋友遵守。对以上内容，视同顾客朋友认同，本超市不承担任何责任。

奖项设置：

一等奖：3名奖品：获得自己在奖券上填写的不超过20xx元的商品

二等奖：5名奖品：以自己在奖券上填写的五折价格购买该商品

三等奖：10名

奖品：以自己在奖券上填写的八折购买该商品或者返还在本次活动消费的金额。（最多返还不得大于200元）

活动二：

同时为了以后更好地为顾客朋友很好地服务，我们愿意聆听顾客朋友对我们的心声，只要你在以前或者是未来对我们的工作有很好的意见和见意，我们都愿意聆听，使我们更好地服务你们。

其中可包括以下内容：

一：您对我们超市的哪里不满意和满意的地方；

二：您对我们有何种的建议；

三：我们要如何服务您；

四：您在我们的超市有过种种的不愉快；

五：您对我们的评价；

六：我们要如何经营好我们的超市；

七：您想希望我们以后怎样让利给您；

八：对我们的出售的商品有何要求；

只要您对我们有想说的冲动都可以拿起你手中的笔，我们都愿意听，同时我们将对我们有很大的提议者给予奖励，将在这些热情的顾客朋友当中评选出以下的幸运顾客：

一等奖(二名)：奖1000元有的mp3一台

二等奖(五名)：奖300元的照相机一台

三等奖(十名)：奖100元的商品

鼓励奖若干名：奖20元的购物券

开奖的时间和地点：3月15日晚6：00在各店活动区

领奖时间及地点：3月15日-3月22日营业时间内，请获奖顾客凭有效证件至各店服务中心领取奖品，如获得价值100元(含)以上的奖品，须缴纳20%的个人所得税，由本公司代缴。

活动宣传方式：

超市广播：

从2月1日至3月1日每2小时播一次为频率

从3月2日至3月15日每1小时播一次频率

文字：

超市dm支持(每一星期为一期)

各超市店门前张贴pop广告宣传

#### 4. 中心百货“情牵3.15”系列曲策划

活动时间：3月13日-16日

活动主题□xxx超市“情牵3.15”系列曲进行时

活动口号：与幸福同行与精彩握手

活动内容：

旋律a□春潮涌动——让您欢喜让您欣慰

走在风和日丽的三月，您一定被春风春雨感动，被自己的浪漫情怀感动，现在，请让我们来感动您。

您对xxx超市的关心由来已久，我们的成长凝聚着您的支持，我们除了感谢还是感谢。油盐柴米酱醋茶，让我们为您精打细算，漫漫风雨人生路，我们真诚陪您走。

让历史见证“3.15”，我们的感恩行动于3月13日---3月16日闪亮登场。除名烟名酒，特价商品和部分专柜商品外，全场一律8.8折让利酬宾。您欢喜，我欣慰，xxx超市永远是您生活的好帮手。

旋律b□爱洒宝宝——妈妈，我把祝福和梦想飞上天了

xxx超市的风筝带回家中，同时也请您把xxx超市的祝福捎到孩子的心上。宝宝，我们祝你健康成长，天天向上。

宝宝，只要你的爸妈代你在超市购物满15元，这只漂亮的风筝就属于你的了，你就可以随心所欲地将它与梦想给飞上天了。



## 旋律c□情牵“3.15”——有奖问卷调查活动

凡在本超市购物满15元起,评电脑小票可到服务中心领取“有奖调查卷”一份,填写后交回服务中心即可参与现场的摸奖,内设一等奖4名,奖价值38元的文体商品组合;二登奖6名,奖价值28元的化妆品组合;三登奖10名,奖价值18元的任意商品组合,并根据编号评出特别奖2名,奖价值500元的购物券一张.好心情自然有好运气,好运气一定给您好心情。

## 旋律d□情涌xxx超市——购物淘金之旅

“走温馨通道,踏淘金之旅”3月16日惊喜为您准备.我们在超市内不同地方分别放置了15套“诚信经营,放心消费”的电脑打印字,如您能把每一套字完整地找出来,那么请到我们的服务中心把您的奖品拿回家.每人限找一套,15套惊喜送给15位朋友.祝您幸运。

## 购物类活动方案篇三

### 一、目的:

利用315消费者权益保护日这一节日,在活动中注重以公关活动为主,穿插商场的促销活动,营造本商场注重消费者权益的良好形象。

### 二、时间:

3月10日——3月18日(315日为消费者权益保护日,包括前后的双休日)

### 三、活动主题:

消费者维权知识有奖判断。

## 四、活动内容：

### （一）“消费者维权知识对与错”有奖投箱活动。

#### 1、思路：

活动期间，商场每天准备1000张有关消费者维权知识的纸片，每张纸片上内容为一条有关消费者维权知识的对错题，消费者在纸片后填写自己的姓名、联系电话后，根据对错判断投入商场内设置的对错两个箱内。凡是答对的消费者，就有可能获得以下奖品（抽奖产生）。

#### 2、奖项设置：

一等奖：1名价值1000元奖品（购物券）；

二等奖：5名价值500元奖品；

三等奖：50名价值20元奖品；

鼓励奖：若干名小礼品一份。

#### 3、注意事项：

营业员不得参与活动（可采取凭购物小票领判断题的做法）。

此活动可以由某厂家赞助，以节约费用，但由商场自身举办，这样对商场形象的宣传就直接有力。

维权知识问题从有关消费者权益保护的法律条文中取得。

活动持续时间、奖项设置、获奖人数、每天发放的对错判断题的数量、是否每天抽奖、还是活动期间共抽一次奖由企业自己控制确定。

(二) 当地消费者协会现场受理消费者维权活动。

(三) 当地消费者协会受理的维护消费者权益的图片或文字资料展：如20xx年市十大消费者维权案例。

(四) 商场设立有关消费知识的讲座。

## 购物类活动方案篇四

### 前言

于该品牌的过程，经过调查证明醇和延安市场的全面展开，76%的消费者认为朋友推荐的。形成意见领袖的消费者能建立良好的口碑效应，缩短了市场的培育期。

本次促销推广活动，主要依靠××企业集团健全的金牌网络优势，占领各大餐饮店，形成名烟与名酒的联袂出击，完成与消费者的亲密接触。

### 一、活动目的：

- 1、提高××在××市的知名度；
- 2、增加消费者的尝试率；
- 3、精耕通路，决胜终端，拉动销量；
- 4、扎实管理，打击竞品，建立美誉度，为推广活动的全面展开打下坚实的基础。

### 二、活动时间：

12月5日——202月5日

### 三、活动地点：

××市各大酒店、餐饮店(各零售终端暂不执行)

### 四、促销手段：

促销小姐推荐、与口子窖联袂促销、集卡兑换

### 五、活动执行：

#### 1、火借油势，风助火威：

充分利用××的金牌营销网络打造××迅速占领××各餐饮终端，并在消费者心目中形成较好的口碑，占领市场关键是占领消费者的心理市场。口子窖营销奇迹已经成为行业里程碑式的历史，提到白酒除了茅台五粮液就是口子窖，可见口子窖的影响力之大。本次活动口子窖与××的联袂可以说是门当户对，对提升××的知名度和美誉度方面锦上添花。

#### 执行技巧：

a□餐饮店门口的pop提醒等每购口子窖一瓶赠送××香烟一包；(引发需求)

b□促销小姐主动提示消费者××的促销活动；(兴趣激励)

c□云南××新品上市促销期间，两空盒兑换一包烟。(信息记忆)

#### 2、欢乐集卡结良缘：

来自云南的××，以她高贵幽雅的姿态，落户古城××。谁能与她喜结良缘，很简单，亮出你的通行证，××伴你行。根据消费者市场研究分析，人类的贪欲一直伴随整个消费过

程，集卡简单易行，操作性强，往往在白领一族形成较大的传播影响。

执行技巧：

a□消费者凭三个××烟盒中心牡丹徽标到餐饮店可兑换××香烟一包；

b□另外每购买口子窖酒一瓶照常赠烟一包；

c□促销小姐主动提示××如何兑换并主动帮消费者剪下，打消消费者有失面子的疑虑。

3、形象小姐公关：

受过正规培训的酒店促销小姐水平技巧远高于临促，她们承担着产品推广的重大责任，行业的使命使她们更了解消费者，通过有效的沟通最终达成交易成功的目的。

执行技巧：

a□形象小姐与消费者面对面的沟通贯穿整个促销活动的始终；

b□以产品展示、产品介绍影响消费者的心理，以便达到最佳的促销效果；

c□重大节日安排部分促销深入到各大卖场(商场、超市、大型专卖店等)

4、全面撒网，重点培养：

酒店以外的各零售终端pop□dm的辅助促销活动的. 顺利执行，扩大目标消费者的影响力，促使游离态的消费者和潜在消费者对××的认知度，为下一步各终端渗透奠定基础。

执行技巧：

a□pop□dm要求有活动的告知信息；

c□餐饮店的pop简洁醒目易识别，是我们目标消费者的重点培养基地。

六、危机控制：

1、消费者与促销员发生争执怎么办？

前期的促销员培训，专业的促销队伍，严格的管理制度，是维持促销队伍生存的关键，若发生争执有大堂经理解决，根据××的促销员规定处理，赔付消费者双倍赠品并书面道歉。

2、消费者拿出大量的烟标来兑换怎么办？

如数兑换。（品牌的忠诚消费者）

3、消费者只在酒店兑换，不吃饭怎么办？

不管吃饭与否，只要不是“假冒伪劣”烟标，照样兑换。

4、促销员私扣赠品怎么办？

印发促销员礼品流水台帐，记录消费者的姓名电话，结合口子窖的提货量和消费者的随机兑换量，制定科学合理的礼品。历来促销礼品的流失是不可避免的，但我们要降到最低限度。

## 购物类活动方案篇五

一、促销主题：忆一段历史佳话尝一颗风味美粽

二、促销目的：树立五四新华都的人文形象，同时增进销售

额的提高。

三、促销时间□x月xx日——x月xx日

四、促销对象：第一商圈内的居民

五、促销商品：主要商品成品粽及熟食、海鲜等；

六、促销内容：

(一)价格促销：对一些成品粽及熟食进行特价活动□x月x日——x日)

具体品项由采购部决定（一楼促销栏及广播进行宣传）

(二)娱乐促销：可选2项中的其中1项

1) 包粽子比赛

游戏规则——3人/组；限时5分钟，以包粽子多者为胜；

胜者奖其所包粽子的.全数；

其余参加者各奖一个粽子。

活动时间——6月23日/24日

活动地点——一楼生鲜部的冻品区前

道具要求——桌子、喇叭、包粽子的材料（糯米、豆子、花生、肉、竹叶）

负责人——生鲜部，采购部配合

2) 射击粽子比赛

游戏规则——每人可获得5科子弹；以射中的是标识为豆沙、肉粽等即获得该种粽子一个；

活动时间——x月x日/x日