

商场项目策划书(实用8篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

商场项目策划书篇一

庆红光罗浮宫1周年店庆

副标题□xxx

12月8日一天

日营销额达150万

1、幸福流传，尊贵一身：活动当天买任何套系尊贵家具均享折后送七彩儿童家具系列床（型号待定）一张。

2、金光璀璨，名流相随：活动当天，凡在罗浮宫买家具的顾客均送罗浮宫特定的“红光吉祥物”一件，金光璀璨，永伴名流。

3、浪漫无限，精彩罗浮宫：凡罗浮宫店庆当天喜结莲礼的朋友或亲定终身的朋友，我们特在大堂布置了喜堂，精美的七层蛋糕在美酒的倾注下共同祝愿您和家人幸福满美，繁荣久久。

4、不凡艺术，幸运人生：罗浮宫的艺术品都部以礼宾价售，凡购物满1111

1元的顾客（30%订金），还可参加“精品大搜索行动”，只要在指定时间内找到指定饰品就有机会以红包价购得此件艺

术精品。（每人最多只限一件）红包随意包，周年表心意。

5、喜庆周年，惊价会宾朋：活动当天，所有家具均以惊价出销，同款家具每人限购一套，喜上喜，同欢迎。

6、爵士乐队敬相迎：活动当天，身穿欧士燕尾服的乐队将为来宾献上精彩的迎接贵宾的光临。

7、喜庆，小礼送情：活动当天老顾客来就送精美台历一份。送完止

1、大门口挂横幅，彩带，

2、正门进来大堂顶用鲜花吊顶，

3、楼梯转角处挂活动宣传和楼层特价牌，

4、特殊产品前放置醒目特价牌。

1、七彩儿童订成本价 $500 \times 5 = 2500$ 元（等于折扣）

2、红光吉祥物 $20 \times 200 = 4000$ 元

3、艺术品预计： $10000 \text{元} \times 50\% = 5000$ 元

4、爵士乐队 $4 \times 600 = 2400$ 元

6、食品糕点费：10瓶红酒，7层蛋糕，小糕点1500元

7、大堂布置xx元左右台历100份1000元

8、金鸡下蛋蛋礼金 $43612 \text{元} \times 35\% = 15260$ 元

预计共64160元

门口接待6人由营业员代，每人身上带彩带。

印刷品发放2人，营销人员

商场老总：整体人员安排

大堂经理1名接待客户

商场经理1名负责营业员的培训和分排

商场保安：现场维护

商场项目策划书篇二

面对年后第一个长假的来临，第一个销售高峰也随之到来，在这个春夏交接的时段，是一个消费较为活跃的时期，尤其是服装和食品类。

活动思路：五月正是天气转暖并趋于稳定的季节，也是进行旅游等户外活动的好时期，特举办“锣开五月、玩美假期”活动，“锣开”是大力度的促销活动，为消费者省钱的时间到了，“玩美假期”则是假日期间我们将进行许多有意思的活动，此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

提高门店销售额，同时增加企业亲和力，树立优良企业形象，培育忠实顾客。

“锣开五月、玩美假期”

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

4月25日——xx年5月15日

一、开锣省钱、玩美假期

二、诗歌花语、完善母亲节

三、爱心行动、完善助残日

四、健康生活、玩美假期

背景：五一黄金周

内涵：华达在五一消费者省钱的假期，消费者的五一应当在华达玩美。

外延：降价促销、限时抢购、捆绑销售、联合促销、换购。

内容：

1、开锣套餐、惊喜无限

2、开锣时刻、争分夺秒

3、完善价期、任您选择

a促销板块

开锣套餐、惊喜无限（活动时间：5月1日至5月7日）

“五一”期间是旅游高峰期，在市民预备前往旅游目的地之前的选购，部份市民的市内户外活动、短途旅游也将是我们这次促销活动的一个契机。

实质是捆绑，销售分“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”是针对短途旅游消费群和外来长途游团体，将单个商品的折扣累加、集中凸显价格优势。

“假日套餐”针对平日忙于工作难得休息的人群，尤其是单身消费群体，主要将生活必需品适当组合、建议在此炒作健康概念，推出“黄金周健康谱”。

5月1日“劳动完荣餐”为滋补系列

5月2日“开锣首席餐”华达特色系列

5月3日“玩美心情餐”绿色系列

5月4日“时尚青年餐”养分系列

5月5日“青春飞扬餐”美容系列

5月6日“快乐、玩转餐”

休闲系列

5月7日“归心似箭餐”

调整合胃系列

每日食谱不同（主要包括：菜系、水果饮料、休闲食品等、捆绑销售）。

b□开锣时刻、争分夺秒

（活动时间:xx年5月1日至xx年5月7日止）

活动内容：实质是限时抢购，在每天的早上8：00—9：00分、下午：14：00—15：00、晚上20：30—21：30分建议每天每时段抢购商品都具有有用性、独特性，能够让消费者产生购

买欲望。

早上8：00—9：00以家庭主妇商品为主

下午14：00—15：00一般商品

晚上20：30—21：30只要在活动期间一次性购物满68元，即可至服务台加一元领取一张抢购票入场抢购，抢购票当天用法有效，过期作废，（数量有限，抢完为止）

（注：本次活动单张小票最多限领二张抢购票，入场抢购时必需将抢购票交于工作人员，才能入场抢购，抢购票必需加盖华达财务章方才有效）。

内部留意：内部员工及员工家属不得参与本次活动，违者必纠，全部抢购商品均为纸条放在盒子里（盒子为密封）堆放在抢购堆头上，顾客抢购到纸盒至服务台加一元换商品，每天限抢300份商品。

3、玩转价期（活动时间□xx年5月6日晚20：00开头）

为了提升晚间购物人气、特在5月6日晚，也就是长假结束之前，预热后期促销，在外场专设一场商品拍卖会，1元起拍。

商场项目策划书篇三

情况背景分析：由于去年底的金融风暴，港币贬值和今年初的行业竞争激烈，对本公司的营业利润造成巨大的冲击，直接原因是客流量减少。要稳定老顾客，发展新顾客和回报消费者，随着公司成立开业五年之际，公司来一次大的促销活动。

一. 策划目的(目标)

为了感谢这五年来的新老顾客对本公司的支持，信赖和肯定，

回报消费者,特推出本活动.预定这三天的客流量共计达到1000人/次,预计毛利达到10万元.沙头角市场客流量占有率达到60%以上.推广休闲行业,树立品牌意识.让顾客感到欢乐,实惠,各阶层适宜.内部全员参加,推广,提高气氛,带动周边人群消费.让所有人知道有这次活动且能积极参加.重点是带动客流量和发展新客源.

二:主题

休闲xx,欢乐五周年.

三.前期宣传,布置和准备工作

原则:尽量少用钱财,物理,多用人力和现有资源.

宣传:

主要手段以dm单投放,由公司工作人员发放到每一个区域,包括各街道,商业区,居民区,主要是潜在消费人群,要地毯式的发放.(负责人各班主任主管)

对内:鼓励内部员工参加活动,介绍拉动朋友家人光临,主要以口碑推广为主.

布置:

时间:在x月x号-x号进行场地布置

地点:营业场所,重点是休息厅的张灯结彩,舞台搭建.抽奖箱,电视,影音的准备.(负责人:周主管)

奖品采购和准备:具体有奖品(赠送足浴卷二十八张,按摩卷八张,纪念奖品)

节目征集(负责人周主管)

- 1、各部门或各班,每一部门/班至少表演一个节目;技师部不少于3个节目
- 2、本周末晚上11点前完成节目申报工作(程主任负责)
- 3、下周一到周四进行排练
- 4、节目申报者请自备伴奏乐器或音带cd

四:具体内容:

活动时间:x月xx日-xx日三天(暂定每晚上8点开始,预计2-3个小时)

活动地点:休息厅,表演抽奖地点在两个背投之间.

主持人:xxx

奖品发放:由迎宾部配合

商场项目策划书篇四

关爱家庭你我他——抽奖大奉送

新产品导入期

- 1、零距离与目标顾客群接触,快速传播产品概念、产品利益点。(两个月不变)
- 2、让目标消费群认识、了解、试用、体验新产品。
- 3、让目标消费群认知到他需要什么,引导、教育消费者。

4、制造商场热点、社区热点、城市热点。

5、吸引大量目标消费群。

一)商场内安排:

1、配备两名优秀的促销人员,向顾客介绍产品、公司、代理商及消费监控概念,强化公司产品给顾客的利益点。

2、播放公司消费监控的专题片,用大电视播放。

3、有条件商场可以搞一个小型的知识问答“抽奖大奉送,关爱家庭你我他”活动。

活动步骤:

1)销售人员向顾客发放专柜产品资料,并主动告知我们这段时间在进行有奖知识问答抽奖活动,看完资料后回答正确一个问题即可抽奖,中奖率百分百,还有大奖——专柜产品(待定)。

2)礼品:分一般礼品和一个大奖(专柜产品),一般礼品为公司制作的小礼品(待定);大奖为专柜产品的其中一款,天天有大奖,哪天抽出及时补充另一款。

3)在专柜旁设立一个抽奖箱,里面装有两种颜色的乒乓球,其中黄色球只有1个,其它则是白色球49个;一个问题卡片集,里面有40张问题卡片(准备工作100张)。

4)规则:答对问题即可抽奖;抽奖机会仅有一次;抽白色球为纪念奖,抽黄色球为大奖;100%中奖,天天有大奖。

4、消费监控产品进入商场dm□

5、现场pop广告。

原则：简洁体现消费监控产品信息、抽奖大奉送活动信息。

二) 商场外sp□

1、在商场的主门侧设一个宣传点，促销人员(小姐)向来商场的`每一个顾客宣传消费监控产品并指出专柜的位置和抽奖活动事宜。

2、在商场主门挂一条横幅：祝消费监控专柜隆重开业。或挂两条竖幅，由头：“祝x公司7月出口行业第一”；“祝x消费监控专柜隆重开业”

3、在商场空地悬挂两个飘空气球，并挂两条幅。

三) 城市社区促销：

本社区促销方案应视当地情况来进行操作。

1、社区选择：

1) 在专柜附近范围，这样一来可以在区域内形成立体拉动，相互彰显。

2) 必须是专柜附近的中、高档社区，那里是目标消费群聚集地，在那里促销宣传，可以说是起到了“事半功倍”效果。

3) 在符合上述条件下，先选择1—2家社区(中档、高档各一家)进行试点，试点成功后，再进行推广、复制，然后进行规范化城市社区操作。

2、社区促销定位

1) 在社区促销，必须体现公司、当地中间商的整体实力，品牌形象；体现制造商、中间商为目标消费群服务的长期性、安全性、专业性；体现促销的人性化、家庭化、亲情化；体现促销的整体性、统一性、协调性。

2) 当前社区的促销要自然引导目标消费群，以教育为重点，以调查为基础，进行信息互动，进行灵活调整。

3) 让目标消费群全身心的体验、试用。

3、社区促销内容

1) 社区活动：

a.主题：新时尚的关爱就在您的身边

b地点：各大中、高档社区内

c时间：在专柜开业一周后，一般安排在周六、周日休息日。

d宣传模式：一拖n(n依据实际情况来确定)，“一”为社区内主宣传点，“n”为次宣传点。

e活动创意：社区，很明了，她就是家的融合天堂，在这里你能时刻感怀到一种温馨、一种关爱、一种幽静，在这里你能看到家的“模样”，家的灵魂，家的内涵；要明白这里的人群是在与自然交融，与休憩为伴，在体验人生！所以我们在这里要“入乡随俗”，尊重他们清静的生活原则。我们只要轻轻地做，轻轻地说，轻轻地去展示，轻轻去演示。同时，我们的活动要与家溶化，让他们感觉到促销人员的微笑、亲切、关爱，让他们在活动中找到兴致，得到休憩，让他们在活动中找到“家”的感觉，让他们在自然引导中、教育中认识、了解、产生兴趣、促成需要、甚至是产生购买行为。

f活动内容:

在专柜开业不久社区的促销，即项目导入期的社区活动主要宣传消费监控概念，让目标消费群理解各大系列产品的功用、利益点，让他们明白他们需要什么，让他们感觉到实效性、方便性、生动性。让他们看到、听到、尝到，让他们全方位感觉、体验。

活动内容;确定社区内宣传点;确定宣传点统一形象;确定宣传内容;确定宣传方式、确定宣传层次:

a)社区宣传点;要看社区大小来设主宣传区，次宣传点。主宣传区承担主要的社区活动、宣传作用。副宣传区起渲染、提示作用，展示专业、形象。主宣传区要设在社区内通路交汇处(便于集聚人群)，用公司统一的宣传大蓬(待定)渲染;可以挂一个以主题为内容的大横幅;摆3-4促销台来展示公司消费监控产品、公司资料及活动物料;放公司的专题片;有条件的社区可以在主宣传区进行有奖知识问答抽奖活动(见商场内活动)，抽奖活动可以每半小时进行一次，一次半小时;要2名促销人员介绍公司、消费监控概念、产品功能、利益点，发放资料和专题片，告知专柜地址，同时要了解社区消费群的经济收入、家庭构成、兴趣爱好、生活习惯、时间安排等，同时要与社区物业管理人员、门卫搞好关系、加强交流。

b)次宣传区视社区情况一般安排1—3个点，用宣传小蓬渲染;放一张桌子、公司资料，标明主宣传区方向，视情况配备促销人员，也可以不配。

c)活动反馈;

活动反馈指主动进入社区活动后的反馈情况，即对活动进行效果评估并进行活动调整，以求达到社区促销目的。

d)宣传点统一形象: 宣传点的宣传大蓬、小蓬及场面安排形

象色泽应以专柜基本色调：海蓝色和户外广告色调黄色为主色调，大、小蓬设计流畅、大气、时尚。促销人员统一形象。

f)宣传方式：活动宣传、关系营销、调查、座谈、建立组织社团、洽谈订购

g)宣传层次：低层——活动宣传、关系营销

高层——调查、座谈、建立组织社团、洽谈订购

2) 体验试用活动：

体验试用目的：新产品导入期，消费者不知道产品的功能，更不知道产品能给他们带来什么，为了让消费者更快更好了解消费监控，证明促销人员说法的事实性，引导目标消费群观念，使他们形成新的消费习惯和新的家庭行为。目标群试用范围；可以在抽奖活动或其它活动中确定试用目标群，也可以根据交谈状况确定，但一般应每栋楼都有试用户3—5家，每单元有试用户（不同试用样品）。

试用样品范围；爱婴宝系列、老来福系列、液晶系列，样品每系列1—2台。

试用时间；三天至十天，使用后由促销人员到试用户交接验收并传递给下一试用户。

试用户档案：试用户基本信息表；试用户反馈表

3) 与社区物业、居委会的关系营销

借用门卫进行资料发放：在非活动期间，可以利用门卫进行宣传。方式上可以凭门卫与目标顾客群关系进行沟通。在社区进行有效的促销，必须与社区物业和居委会搞好良好的关系，形成长期稳定的合作联盟。

社区物业：根据当地实际情况与物业管理人员接触，与门卫接触，允许在社区内进行活动宣传、体验试用、座谈会、俱乐部展示等等。如需要可与居委会联系。

4) 消费者调查：

消费者调查是指在社区进行活动过程中进行的调查活动，主体为社区的成年人，在展示活动过程中告知填表并回答问题后送小礼品或有机会参加体验试用活动。

确认消费者调查表

调查表收集后由代理商或总部进行数据统计并撰写分析报告，为调整战略、策略、战术提供依据。

5) 试用者座谈会(在各城市社区促销初期进行)

地点：在社区附近，在社区内，看具体情况。

时间；在体验试用后，一般安排社区试用半月后进行。

参加人：控制在20人下，要选择有代表、有表达能力的试用户。要有年龄层次、经济层次、文化层次、社会层次。

联络人；促销管理者、物业管理者、社区门卫

座谈会内容：

会谈方式；互动交流、说明拉动

6) 社区订购：

社区目标消费群在活动促销和试用等等影响下感觉到产品能给他带来好处就会产生购买的欲望。社区订购可以在试用者座谈会上订购，也可以在门卫那里进行统一登记，当地特定

中间商给予配送。

7) 筹建社区关爱俱乐部

机会点;现在有很多社区有老年人活动室，我们在此基础上扩展为小孩、青年、老人活动室，中间商通过赞助一些活动工具就可以在这里长期进行宣传而且可以进行产品展示，应该说是一条实惠有效的通路。

操作方式：和社区的物业也可能是居委会洽谈形成合作，大体走向是在社区通过俱乐部销售的量给予物业或居委会提成，具体操作由各地中间商根据实际情况确定。

在今后的企业发展中，对基本市场的了解很大程度上左右企业发展的前景。做好企业发展的营销策划书，对企业发展大有裨益，市场是残酷的，只有不断的去开拓创新，企业的发展才有更大的前途，这就是发展的最根本，这样的发展才可以成为成功！

商场项目策划书篇五

一、活动分析：

每年农历五月初五，是中国传统的节日——端午节，为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，上海传古文化传播有限公司专业上海公关公司、周年庆典、上海活动策划、会场布置、上海晚会策划、晚会策划、启动仪式等联合商场举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的；并回馈顾客，希望能提高商场知名度，吸引人潮，为顾客提供一个温馨的购物场所，以及提高活动日的营业额，让顾客感受一个难忘的端午节。

二、活动时间□20xx年6月x日—x日

三、活动主题：端午节靓粽, 购物欢乐送

四、促销方式

【商品促销】

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动

活动内容：凡五月端午活动期间，在各连锁超市一次性购物满88元，即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只，每店限送200只，数量有限，送完即止。

2、商品陈列

【商品特卖】

【活动促销】

1、《丹尼斯猜粽，超级价格平》

(1)活动时间：6月x日—x日

(3)活动方式：在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽子；让顾客进行粽子品牌及价格竞猜；商品由采购部落实价格一定要相当低，以顾客意想不到的价格出售给顾客，使顾客感受到真下的实惠，为节后下一步的销售立下口碑打下基础。

2、《五月端午节，刺激包粽赛》

操作步骤：采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛；

参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。

五、相关宣传

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传

2、传单宣传

3、场外海报和场内广播宣传

六、费用预算

3、《五月端午节，包粽赛》活动：粽子散装米每店30斤*22店=660斤；

商场项目策划书篇六

2、以“新学期”刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，限度

地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

所有在校大学生以及周边小区居民

时间□20xx年3月1日——20xx年3月10日

地点：校园超市内

“尽享超低价，新学期巨献”

1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客都会获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支；满78元可免费获得精美套杯；满98元可获得高档鼠标一个；满108元可免费参加“购物大抽奖”活动：特等奖：数码单反相机(1名)；一等奖：超市500元购物卡(3名)；二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名)；三等奖：高档毛巾一条(20名)。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、购买，将品牌化妆品和睡衣作为促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台；

2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报；

3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单；

4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

人员安排：(1)安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡或绶带，便于识别和引导服务；

(2)现场要有一定数的秩序维持人员；

(3)现场咨询人员，销售人员既要分工明确又要相互配合；

(4)应急人员(一般由领导担任，如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

物质安排：2月26日前准备好所有参加促销活动的商品。

人员培训：对现场咨询人员、销售人员进行培训，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

- 1、工作人员第一个到达现场,各就各位;
- 2、宣传人员派发宣传单,介绍活动和产品,引导顾客至进入超市内;
- 3、掌握好活动节奏,维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外,以免造成负面效应;
- 4、销售人员准备销售事项,介绍销售产品;
- 5、赠品在规定时间内发放不宜太早太晚,发放时登记个人资料,签字;
- 6、结束时清理现场,保留可循环物品以备后用。

2、对活动进行追踪报道、终端建设、终端走货及广告调整、总结报告归档。

- 1、活动现场横幅、咨询台,海报、现场装饰1000元;
- 2、活动宣传单打印1000元;
- 3、校园期刊或报纸广告500元;
- 4、发传单工作人员,在活动前派发,300元;
- 6、康师傅饮品300瓶,750元。

合计成本:15450元左右

- 1、如果出现促销商品缺货情况,要尽快用其他商品替补,避免不必要的纷乱;
- 2、如果出现疯抢等混乱情况,做好疏通工作,必要时可以安排一定数量的保安人员;

3、做好各种意外发生的防范措施，维护好现场的秩序；

4、做好应急人员安排，必要时可以与公安及保安联络，请求其支援。

借助新学期这个契机，由于大学生们在开学之初资金都比较充裕，而且都需要购买一些生活用品等展开此次促销活动，采用一系列的促销手段，预期会产生满意的效果。

商场项目策划书篇七

每年的农历五月初五，是我国富有民俗传统文化的节日——端午节。今年是6月8日（星期日）。端午节一方面是纪念爱国诗人屈原，但在现代生活当中，更重要的是象征着吃粽子，喝黄酒，插蒲子叶等，主要是满足人们“驱邪，消毒，避疫”的心理，另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛，因此，根据这一节日特点，特制定本促销方案，以求达到提升我司知名度和节日销售的目的。

6月xx日—6月xx日《端午节靓粽，购物满就送》

1、端午节靓粽，购物满就送

2、xxxx猜靓粽，超级价格平

3、五月端午节xxxx包粽赛

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动

活动内容：凡五月端午当天，在xxxx各连锁超市一次性购物满38元，即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只，每店限送200只，数量有限，送完即止。

2、商品陈列

1) 采购部要求供应商或厂家（如三全凌，思念公司等），制作促销粽子的小木屋或小龙舟，每店一个；（因为便于厂家的销售，我们又免费提供位置，合作是可行的。）

2) 促销期间，要求场外有地理条件的门店将小木屋或小龙舟放在场外进行促销；无地理条件的门店要求放在本店主通道或客流较集中的地方，以便促进节日卖场气氛和商品销关人员。

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

2、我司dm快讯宣传数量□dm快讯第一，二期各40000份，第三期单张快讯40000份平均每店1800份（如祖庙丽园，莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量）

3、场外海报和场内广播宣传。

1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；

2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行包粽比赛；

3、采购部联系洽谈2200只粽子，举行射粽比赛；

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动：靓粽每店限送200只/22店=4400只；

2□□xxxx猜靓粽，超级价格平》活动：（数量价格由赞助商在各店促销决定）；

3、《五月端午节□xxxx包粽赛》活动：粽子散装米每店30斤/22店=660斤；

4、《五月端午射粽赛》活动：粽子每店100只/22店=2200只。

1、装饰布置，气球，横幅，主题陈列饰物，平均每店300元，费用约6600元；

2、吊旗费用：10000元

商场项目策划书篇八

每年的农历五月初五,是我国富有民俗传统文化的节日——端午节.今年是6月22日(星期二).端午节一方面是纪念爱国诗人屈原,但在现代生活当中,更重要的是象征着吃粽子,喝黄酒,插蒲子叶等,主要是满足人们“驱邪,消毒,避疫”的心理,另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛,因此,根据这一节日特点,特制定本促销方案,以求达到提升我司知名度和节日销售的目的.

二, 促销活动时间

6月10日—6月24日

三, 促销活动主题

1, 端午节靓粽, 购物满就送

2, 猜靓粽, 超级价格平

3, 五月端午节, 包粽赛

四, 促销方式

一) 商品促销

1, 《端午节靓粽, 购物满就送》活动

活动内容:凡五月端午当天,在各连锁超市一次性购物满38元,即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只,每店限送200

只,数量有限,送完即止.

2, 商品陈列

1) 采购部要求供应商或厂家(如三全凌,思念公司等),制作促销粽子的小木屋或小龙舟,每店一个;(因为便于厂家的销售,我们又免费提供位置,合作是可行的.)

2) 促销期间,要求场外有地理条件的门店将小木屋或小龙舟放在场外进行促销;无地理条件的门店要求放在本店主通道或客流较集中的地方,以便促进节日卖场气氛和商品销售(由采购部联系洽谈).

3, 商品特卖

二) 活动促销

1, 《猜靓粽, 超级价格平》

1) 活动时间:6月10日—15日

2) 活动内容:凡在6月10日—15日促销时间内,在各连锁超市一次性购物满18元的顾客,凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动.

3) 活动方式

在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽子,让顾客进行粽子品牌及价格竞猜;商品由采购部落实价格一定要相当低,以顾客意想不到的价格出售给顾客,使顾客感受到真下的实惠,为节子下一步的销售立下口碑打下基础.

2, 《五月端午节, 包粽赛》

1) 我司去年已经举行过,顾客反响强烈,效果也不错,实施与否敬请公司领导定夺;

2) 操作步骤:采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛;

3) 参赛奖品:获得自己所包粽子,多包多得.

3, 《五月端午射粽赛》

1) 活动时间:6月20日—22日

2) 活动内容:凡在6月20日—22日促销时间内,在各连锁超市一次性购物满38元的顾客,凭电脑小票均可参加《五月端午射粽赛》活动.

3) 活动方式:

4) 道具要求:气球,挡板,飞镖;

5) 负责人——由店长安排相关人员.

五, 活动宣传方式

1, 两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传;

2, 我司dm快讯宣传(分配数量见附件);dm快讯第一,二期各40000份,第三期单张快讯40000份平均每店1800份(如祖庙丽园,莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量)

3, 场外海报和场内广播宣传.

六, 相关支持

1, 采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送;

2, 采购部联系洽谈1000斤粽子材料,举行包粽比赛;

3, 采购部联系洽谈2200只粽子, 举行射粽比赛;

七, 活动费用预算

2, 《猜靓粽, 超级价格平》活动:(数量价格由赞助商在各店促销决定);

3, 《五月端午节, 包粽赛》活动:粽子散装米每店30斤/22店=660斤;

4, 《五月端午射粽赛》活动:粽子每店100只/22店=2200只.

费用总预算:

1, 装饰布置, 气球, 横幅, 主题陈列饰物, 平均每店300元, 费用约6600元;

2, 吊旗费用:10000元

六月份促销总费用:约16600元

小组成员对该促销方案的一些看法和建议:

卢怡蓉:

1. 方案中, 活动实施的人员分配不够明确具体.

2. 零售企业促销预算包括两项内容, 一是需要资金量, 二是资金的来源. 但本方案中, 第七项费用预算中, 并没有明确资金的来源. 除此之外, 还要注明活动中要注意的事项, 比如, 在进行场外促销时, 尤其是客流量高峰期和客流较集中的地方, 要注意防损, 包括时刻提醒顾客看好个人财物; 促销粽子期间, 要注意冷柜的安全使用事项. 还有, 活动期间种种突发事件的即时处理.

蔡肖玲：

这个促销方案有几点做的不好：1. 促销场地的布置不够灵活，没有根据商场的不同设计方案，有一些场地不允许这样布置，反而这样做了，可能会影响人群量和销售量。

2. 猜粽品牌这项，是可以让顾客更了解公司品牌和形象，但是活动之前让顾客了解粽的品牌，这样会更有效果。

3. 当天应该雇用一些兼职人员来帮忙。

4. 预算之前应该在市场上调查一下，才估计比较有真实性，可行性。

蔡肖群：

虽然主题是端午节，但是为吸引更多顾客的来临，应该让各专柜也一起参加这次活动，可以通过打折促进整个活动的气氛。每天活动结束后，应清点礼品数量，粽子数量等，作为一个活动记录。

赖丽何：

促销活动中要注意事项：促销商品是否齐全，数量是否足够；出售场所人员是否均了解促销期限及做法。

最后，在促销活动后，零售企业要做好促销活动成效评估，通过总结评估本次促销活动的效果，记录活动中的成功与不足之处，改善缺点，以便下次促销工作做得更好。

杨霏：

注意事项：用电安全，兼职人员的培训及礼貌用语的使用，活动区域的卫生，和活动后的善后。