

2023年线上节日促销活动方案策划(精选10篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

线上节日促销活动方案策划篇一

七夕线上活动促销方案(一)

晒照片，晒幸福

爱情从回顾过去与憧憬未来中汲取养分。

七夕将至，搜狐焦点推出【浪漫七夕，我要晒幸福】活动，用行动来缅怀传承千年的爱情经典，共度浪漫。

欢迎大家来这里尽情表达爱意，尽情秀出恩爱！

七夕晒甜蜜照片晒幸福，记录浪漫和感动，赢取甜蜜好礼

一、活动时间□xx年7月23日-xx年8月2日

二、参与方式：

- 1、跟帖回复晒一晒自己与伴侣幸福的合影，现在的或者以前的照片、婚纱照都ok□写上心情、祝福、情话都可以。
- 2、跟帖回复晒一晒七夕情人节的礼物和本人的合影，附上文字。

(以上三项满足其中一个条件即可，照片至少一张，最多五张)

三、中奖方式：

1. 凡按照要求回帖晒幸福照片的网友，我们将从中抽取10位幸运网友，每人奖励电影票一张+搜狐小公仔一个(一个id只奖励一次)

月4日公布中奖名单，搜狐焦点论坛与搜狐焦点马鞍山地产官方微信同时公布。

七夕线上活动促销方案(二)

写词的南宋，风起云的清末民国

古典的希腊，明治的日本

维多利亚时代的大英，文艺复兴的意大利

我在梦见那个时代。我不止一次的梦见它，比我眼前的世界还要清晰。

牛郎会织女，成了千古佳话，如果可以穿越，我和你将在同一时空下，牵手姻缘。

愿天下有情人终成眷属，用我们的爱架起彩虹！

哪个时代让你深深怀念？哪个人物让你恨恨终生不在同一时代不能拍拖？

【活动对象】： 本网网友

【活动方式】： 跟帖回复

【活动时间】：

活动奖励：

在标题中按要求跟帖留言，附图(网络搜索图片即可)

届时将选出三位说的精彩的网友

ta将获得：网络电视台提供的精美水杯一个

线上节日促销活动方案策划篇二

随着互联网发展，移动通信成为现代社会通信主流，充值业务更是淘宝强劲的业务，通过网络业务的发展，发展线上业务已成最成为最主要推广手段，增强全国市场份额。

1、锁住消费者的心。

锁住消费的心就是让消费者动情。消费者为谁“动情”？为产品动情。动情是消费的一种情绪心里过程，还没有升级意志过程，也就是还没决定要不要买你的产品。

2、对市场环境有正确、深入的了解。

准确对市场调研分析，制定营销策略和方案，对自身优劣势了解，针对性的做活动营销策划。

3、让消费者只关注价值，忘记价格。

提供优质的产品，最优秀的服务，特别是售后服务。就是让消费者真正体验到产品与服务的价值和良好的体验环境。

4、体现品牌个性化的核心价值。

没有个性的核心价值就不是品牌的核心价值，也就意味你的产莘有竞争力，容易被人家模仿。

1、行业分析

1.1、天猫行业数据分析：随着互联网的快速发展，现今中国的网络购物呈现快速增长的.势头，预计在20xx年网络购物者的数量将增长至3.4亿人以上，在这种增长势头背景下，电子商务这种商务模式已经变成营销方式的一次重要。

1.2、旗舰店后台数据分析：通过对本店的流量分析，销售分析，客户分析及推广效果，付费的来源分析和装修分析;记录店铺的流量(包含实时流量)，销售，转化，推广及装修效果数据，助并指导卖家经营，提升销量。

2、数据分析

2.1、竞争对手分析：分析竞争对手是商业竞争中很重要的一个环节。通过对对手的宝贝、页面、推广等多渠道分析、观察。

3、用户分析

3.2、产品swot分析：以产品质量为基础，围绕客户档案信息数据库建立自己的服务体系，以明星示范、审美意识启蒙、消费引导、年轻推广为手段，以淘宝为平台窗口迅速打造自己的品牌影响，去抢到市场份额。

4、成本分析

4.1、库存分析

4.2、产品差异化：产品应按季节市场需求，结合自己优劣势评估出产乞造爆的产品。

4.3、营销盈亏分析：估算出本此活动的所支出的费和预期销售的盈亏比例。

1、策划方案

1.2、活动主题：当前活动节目中主意想表达。

1.3、活动对象：有针对性的人群

1.4、活动内容：增强活动用户的参与热情，可以实实在在的把礼品回馈给顾客，并且能通过一些方式比如页面上、或者微博上完整的把这个抽奖的过程体现出来)！

1.5、经费预算：活动的各项费用在根据实际情况进行具体、周密的计算后，用清晰明了的形式列出。

2、促销方式

2.1、满就送：满就送积分；满就送礼物；满就减现金；满就包邮

2.2、套餐搭配：将几种商品组合在一起设置成套餐销售，通过促销套餐可以让买家一次性购买更多的商品。

2.3、限时打折：限时打折即为秒杀类的活动，设定时间与每人购买的数量

2.4、会员管理：管理好会员信息，设置会员级别

3、页面设计

3.1、店铺设计：设计网店页面，根据主营产品特性，设计符合产品特性的风格和色彩。

3.2、商品设计：设计美观，简洁的商品介绍模板。要注重页面打开速度和视觉效果的平衡。

4、客服

4.1、客服短语：如拒绝修改地址、不议价等。

4.2、客服快捷回复

5、售后

5.1、七天无理由退换货

5.2、质量问题退换货

6、物流

6.1、物流异常，

6.2、收货信息有误

1、页面优化

1.1、首页优化：活动首题的主体表达清楚，文字说明如何详细。

1.2、详情页优化：主推宝贝详情页关联性，宝贝与同行宝贝的优势展现。

2、免费推广

2.2、收藏：该功能主要针对买家进行的，店铺及产品被收藏的次数多少来证明店铺的人气及浏览情况，同时是提高人气宝贝排名的一个重要指数。

销活动，争取社区首页免费广告位

2.6、五星好评返现金：在买家评价的解释栏中加上你的店铺名+关键词

3、站内推广

3.1、直通车：直通车是淘宝网为淘宝卖家量身定制的搜索单价推广工具，是通过关键字竞价，按照点击付费，进行商品精准推广的服务。

3.2、钻展：此广告展示在淘宝网首页专为有更高推广需求的卖家量身定制的产品。精选了淘宝最优质的展示位置，通过竞价排序，按照展现计费。按展现收费，就是每千次展现扣一定的费用，钻展可以迅速打响品牌。

3.3、天猫促销：参加天猫自身的促销活动平台

4、站外推广

4.2、微信：通过建立一对多的公众账号，微信与消费者之间的沟通将更加便捷，不存在任何障碍，对于客户关系维护和及时获知客户反馈信息的作用不言而喻。在移动互联网时代构建一条潜力无限的电子商务销售渠道。

4.3、微淘：微淘在淘宝无线中是最重要的。微淘是淘宝属于自己的社会化营销工具。从目前淘宝的态度上来看，整体上非常重视微淘。

4.4、淘宝客：淘宝客推广”是专为淘宝卖家提供淘宝网以外的流量和人力，助推广商品，成交后卖家才支付佣金报酬，按照成交付费。

线上节日促销活动方案策划篇三

冬至：12月22日（星期一）平安夜：12月24日（星期三）圣诞：12月25日（星期四）元旦：01月01日（星期四）

12月21日—一元月3日

总主题：《欢乐圣诞狂响曲，名店喜迎新春献贺礼》

第一曲：《您许愿，我送礼》

第二曲：《圣诞节，送欢喜》

第三曲：《迎新春，献贺礼》

1. 利用圣诞、元旦商机加强街区气氛布置，大力提倡创意气氛布置及商品陈列，并以气氛评比的形式，激发各品牌店布置的积极性。

2. 管理公司全力执行以《欢乐圣诞狂响曲，名店喜迎新春献贺礼》为主题的促销三步曲活动计划，发挥促销的真正作用，创造气氛、吸引人流、提升销售。

1. 圣诞及元旦期间发动街区各店进行节日促销，由公司组织在报纸媒体上进行发布，在新的一年里，给顾客留下一个良好的印象。（目前，无推行真正意义上的“vip会员卡”此次可利用圣诞及元旦，建议公司组织各大品牌店推行会员制活动，由我司统一与各店签订协议并制作“vip会员卡”进一步扩大街区的影响力及档次）

2、可充分利用圣诞及元旦的期间推出“买200送50”的促销活动。

总主题：《欢乐圣诞狂响曲，名店喜迎新春献贺礼》

第一曲：《您许愿，我送礼》

时间：12月21日—12月24日

地点：名店街街区各品牌店

内容：凡于活动时间内，只要顾客在街区任一品牌店购物或消费，即可将自己所喜欢的商品（需本街区各品牌店有售，只能选一件）名称和本人姓名、联系电话、身份证号码填写到电脑小票背后，投入到街区指定的抽奖箱内，公司将于12月25日圣诞节在街区旗杆处公开抽出若干名（名额可由公司根据情况而定，商品总价值不超过20xx元）幸运顾客，此部分幸运的顾客即可在圣诞节来临的时候实现自己美好的心愿。

所抽出的商品费用由公司承担或与商品所属品牌店按事先约定的比例承担，详细运作待定。

第二曲：《圣诞节，送欢喜》

时间：12月20日—12月25日，每晚6点—8点

地点：小学、区

3、统一定制一批“圣诞节心愿贺卡”发放于各品牌店，对前来消费的顾客都可以得到一张或二张“心愿卡”，顾客可将卡填写好后挂于街区的圣诞树上。

第三曲：《迎新春，献贺礼》

时间：12月1日—春节

地点：各品牌店

内容：凡于活动时间内，只要顾客在任一品牌店购物或消费

达一定金额，即可获得“vip会员卡”一张，享受各品牌店购物特价优惠的vip待遇。详细运作待定。

2. 门店以创意圣诞装饰和商品关联陈列为主，另加服饰增长分；

5. 奖项暂设“最佳布置奖”一名及“最佳创意奖”一名，获奖品牌店将获得奖状及奖金，奖金总额暂定1000元。

6. 个别品牌店如橱窗不进行圣诞节布置可适当由管理公司进行简单布置。

8. 详细情况见11月25日专业场景布置公司报来的《圣诞节布置方案》。

线上节日促销活动方案策划篇四

当促销成为我们必要的营销手段的时候，在如何突破促销传统观念的基础上，需要更加关注促销的内在需求，促销是一种可以为企业展望未来的平台，也是提供信息的良好窗口，所以在使用促销上面，应该把促销的各项功能发挥出来。有人说，促销这个方式比较简单，简单的任何企业都可以做到，条件、程序、关节、执行等大同小异，所以在促销上往往下的工夫不深，靠企业的品牌在支撑一下，因此，许多企业在促销环节上，看不到特色的促销。节日促销是企业销售的重头戏，也是促销功力发挥的关键时刻，在一般性的促销任务上，着实需要进行对促销管理、促销执行、促销反馈上有新的突破。

节日促销与一般的促销意义不同，节日根据传统的影响较大，所以更加需要注意节日的各种风俗、礼仪、习惯等民族特点，在商家推出的众多促销手段当中，要细心挑选与品味节日促销的含义，而有些商家促销是有目的的，有些是为了气氛等，

跟踪与反馈节日促销的由头与目标是节日促销的最初要点，也是促销的基本保证，为了节日而促销的促销，效果可能只是一种附加的广告效果，甚至更差或者起到反面的展示作用，因此，在节日促销的关口，理性促销与细心促销成为抓住客户的关键落脚点。

下面就节日促销的基本状况与要领阐述一下。

品做什么使用，其中促销的使用含义要明确说明。消费价值经过包装或者装扮后的价值不可太高，要与一般的销售产品持平，也是其中所表达的一种促销意思。消费周转期一般来看，节日消费周期不会太高，除非是固定使用的产品，但这个不需要装扮，因此，节日消费的产品周期短，装扮尽量简洁明快。消费习惯就比较容易理解，南北差距地域差距将是主要的，因此，考量不同区域的促销方式在产品的包装上需要表现出来，这个就是细节之处。

促销台面：现在的促销台面不仅仅包括产品的地堆、专柜、专卖区域等，而是一项综合的促销平台，所以从平台这个角度看其延伸的区域就非常大了。企业买下商家的地堆或者专柜的时候，布置好里面的是一般常规的做法，尽量做到醒目、有节日氛围，可以使用多种科技较高的手段来刺激消费者的眼球，声、光、电等包装的增加，将是对台面的最好吸引。而延伸的角度看，促销台面需要有外围的引导，比如门口、导购台、咨询台、引导员等，多处需要标识产品的对象，集中延伸展示才是综合促销平台的着落点。

促销环境：促销环境有人为制造环境与整体环境互相作用的交织，才能够显示出环境的效应，我们知道好环境能够创造效益，能够对促销的心情分数有着很大的帮助，所以在布置或选择促销环境的时候，对于人文环境的首选，越来越重视，那么如何精选人文环境给予的促销，需要对节日文化有比较大的了解，针对什么样的节日进行什么样的人文关怀，并促销将是有机结合的最佳办法，也是所要展示的很好文化平台。

人文环境表现主要体现在不同文化的销售背景上，产品与文化的结合将是需要第一考虑的，做到人文与产品销售捆绑进行，这样可以大大缩小与消费者购买时的亲近接触，达到完美效果。

促销人员：对于促销人员的装扮这里着重需要提示的不是知识类型的准备，而是亲和力的准备，我们知道促销是瞬间的购买行为，比较感性，所以对于有好的亲和力将是现代促销技能的首要保证。对于如何装扮促销人员，需要对促销人员有明确的要求，一是要规范使用标准亲和力相关礼仪与必要的辅助目标；二是构建系统的产品促销规程，注重对区域文化的建设性提炼；三是促进产品与消费者、产品与环境、产品与服务等多种态度有机利用；四是为自己找寻最佳的服务标准，度身定做是合理的促销要求。

定性：促销定性十分重要，有些时候我们对促销的含义并不十分清楚，也就是无所谓促销的分量很大，也就导致促销看人气而定，节日促销的重要意义在于销售是一个高潮，许多企业肯定不会放过，但真正到了促销现场，我们就很难发现我们原来制定的促销规定能够有效执行的，往往是根据现场的情况来做的，虽然这样做是没有不可以的，但对于一个为节日促销而故意设定的销售局面将是徒劳的，有下面几种情况发生变化，而最终的促销流于传统，没有了特色，也就是促销回归到一般意义上。

a为谁促销；就知道把产品卖出去，当然这个是对的，但如果产品碰到销售困难，或者叫卖困难的时候，为谁促销就显得非常关键，因此，无论在什么样的情况下，需要保持为谁促销的理念，我把产品卖给谁，将是在繁杂人流当中保持清醒头脑的必要保证。消费对象永远是要实地牢牢把握的。

b促销优惠；在优惠活动期间，驻足观望的人会很多，但销售客户是非常挑剔的，尤其是竞争激烈的卖场，所以促销优惠的条件与优惠的程序一定要简化，而不能到了关键时刻解释

不清楚，而浪费时间，错过对大部分客户的关照，失去促销的意义。因此，促销优惠的前提下，一定要简单明白，千万不要搞什么积分制，累计制等条件，这样的吸引力是无法满足的，也是浪费资源的表现。

c统一促销;促销在相同的环境下需要统一，在集中的卖场里面，促销是要跟进的，别的企业在促销优惠等多种活动，而自己简单或者单一，也是无法竞争的标志，在促销环境下，需要提倡统一的促销行为，手段可以创新，但氛围绝对要保持一致，这也是促销出现新动向的方向性标志，也是促销竞争的一种，在理解统一促销的时候，尤其是节日促销的关键时刻，不要放弃促销的低代价换来的销售规模，促销项目多少、新颖将是促销的亮点。

节奏，容易出现节日促销“空虚”症状，空虚症的表现是没有管理、没有促销技术跟进、没有促销产品转换、没有新的促销亮点、没有促销反馈数据、没有竞争压力分析等等，有的就是促销人员的按部就班，让节日促销动起来就是胜利。

活动主题：欢乐国庆欢乐颂

活动时间□20xx年10月1日-7日

活动内容：

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送！

凡超市一次购物满66元的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推！可得到指针指中的相应的奖品。

2、“欢乐实惠颂”

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

3、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品。

4、“欢乐时尚颂”

时尚“”又送礼，开心赠券送不停！

凡超市一次购物满xx元，便可得到xx元的购物券一张。

时间安排表：

项目 负责部门 要求 时间

其他特价商品 采配 1、采配与各店部组长沟通，联系适合各店且有力度的特价商品

2、各店特价不低于80种，每天至少2种排队惊爆价商品 9月14日前

赠品 各门店 配合活动使用 10月1日前

拍照 营运部 9月16日前

dm 营运部 9月26日前

喷绘、写真制作 营运部 9月22日前

猜你感兴趣

共2页，当前第2页12

线上节日促销活动方案策划篇五

20__年中秋节是10月3日，与国庆节中间隔了一日，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。

活动时间：

9月25日（周五）——10月15日（周日）

活动主题：

合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

活动范围：

某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店

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。）

活动内容：

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）

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。

国庆节、某商场八一店五周年店庆：

活动时间：

9月28日（周五）——10月7日（周日）

活动范围：

某商场商城及八一店、某商场购物广场

线上节日促销活动方案策划篇六

1、负责：董事会成员、总经办、企划部

2、成员：各部门负责人

9月14日至9月15日

借助中国的传统节日“中秋节”国人的第二个长假“国庆

节”营造商场第二个销售高峰，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓及减小销售下降趋势。

庆中秋，迎国庆，送大礼！

略

（一）、场外布置：大门对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；外墙悬挂巨幅：宽：高=10*13m□
宣传活动内容：在门上方悬挂大红灯笼8个。

（二）、场内布置：

1、分别在一、二、三、四楼电梯两端悬挂宣传指示牌。

2、在一楼大厅设立一个大月饼（由采购部洽谈）；

4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼；宫廷灯笼300个。

5、在各楼层主通道悬挂中秋、国庆节吊旗（各一面）；吊旗1000张。

6、楼梯护栏以金黄色绒布围边，同时加强对电梯口布置。

7、中厅中央吊一个大型（2、5米宽）的灯笼（用kt板制做），在大灯笼下方吊方块字样“中秋节快乐”，在从再加上其它的装饰物。

1□dm海报宣传（具体操作明细见附表）；

2、电视媒体宣传：

a□宣传内容：月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内

容；

b□时间：9月20日26日；

c□费用收取：

d□宣传形式：动画图片加文字。

3、场外巨幅、展板宣传；

4、场内播音宣传；

5、社区各人流密集处以小条幅宣传，内容□“xx购物广场祝全市人民中秋节快乐；中秋大宗购物热线□xx”

购物满20留住快乐瞬间

活动时间：9月1--9月30日

活动内容：一次性在本商场购物满20元以上可凭电脑小票在商场入口处xxxx婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：略

线上节日促销活动方案策划篇七

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达合美嘉家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来合美嘉

充分利用中秋节和国庆节两契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合美嘉的品牌影响。

xx年9月10日xx年10月5日

郑汴路凤凰城合美嘉家居自选商场

- 1、合美嘉一元“秒杀”更劲爆！
- 2、合美嘉预订套装家具更惊喜！
- 3、合美嘉套装组合家具更超值！

活动一“合美嘉一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟玻把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

xx年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：

持有合美嘉家居自选商长富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

- 1、9月10日10月5日期间，至合美嘉家具自选商场认购秒杀券；
- 2、10月1日10月5日期间，在凤凰城合美嘉一元秒杀券认领处认购；
- 4、9月10日10月5日期间，预订合美嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；
- 3、小区推广：合美嘉指定小区由郑州晚报发行人员有针对性的目标客户推广；
- 5、媒体推广：合美嘉报广□dm□屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

合美嘉的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与合美嘉客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

媒体合作形式：

2、以“预订合美嘉套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“郑州晚报家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

顾客组织：

1、郑州晚报富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行规模顾客召集；

2、合美嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

3、合美嘉建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

4、活动期间，到合美嘉店咨询或者有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

活动道具：

7照相机或者摄像设备：每场活动最好全程摄录，以备公司留存和有质疑的顾客查证；

8秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、体健貌端的人为宜，需一人；

9公证人员：为了体现活动的公平、公正、公开的原则，建议设置活动公证人员；

10颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

活动规则：

1参加合美嘉家居自选商长富之岛套装组合家具一元“秒杀”活动，需持一元秒杀券；

4一元秒杀券不退换、不记名、遗失不补、逾期作废，仅限使用一次，用后自动作废；

7如有采用制假秒杀券等非法方式参与活动的，合美嘉保留相关法律权利；

8在法律许可的范围内河南合美家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

秒杀活动流程：

1上午8：00下午5：00

2上午8：00下午3：00

3上午8：009：50下午3：0016：50

4上午9：50下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00下午17：00

6上午10：10下午17：10

请合美嘉领导讲话，介绍合美嘉及合美嘉企业文化、经营理念等；

7上午10：20下午17：20

随机请一位现场的顾客上台，摇动秒杀箱，查验秒杀箱是否

完整及有无猫腻存在；

8上午10：25下午17：25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；（第一场活动请合美嘉领导抽取第一个顾客）

9上午10：2810：48下午17：2817：48

10上午10：50下午17：50

11上午10：55下午17：55

合美嘉员工引导顾客光临合美嘉卖场；

12上午11：00下午18：00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

活动注意事项：

1每场活动抽出五位幸运顾客，且最好有顾客自己抽取，以免引起质疑；

3活动开始前及结束后，合美嘉员工多注意引导顾客光临合美嘉卖场，推荐特惠活动；

5每场秒杀活动的幸运顾客，主持人当场进行身份核实并当场公布。

活动（二）“合美嘉预订套装家具更惊喜执行细则

活动时间：

9月10日10月5日

活动地点：

合美嘉家居自选商场

活动内容：

活动期间，预订合美嘉十一特惠套装组合家具，预交200元订金可冲抵500元货款，再获赠一元“秒杀”机会！

活动细则：

1顾客在活动期间，到合美嘉预订十一特惠套装组合家具，预交订金200元，可冲抵500元货款；每套套装组合家具，最多只能冲抵500元，预订金多交不限。

活动注意事项：

1预订金交过不退；

3本活动主要目的在于刺激预订的顾客，与全额购买的顾客不相，直接购买的顾客适当赠送礼品，以平衡顾客心理。

活动三“合美嘉套装组合家具更超值”执行细则

活动时间：

xx年9月10日10月10日

活动地点：

合美嘉家居自选商场

活动内容：

合美嘉专业的室内设计师设置了40多平方200多平方的多种不同户型、五主题风格、20多套家具组合方案，根据客户不同需求进行自由搭配组合，免除顾客东奔西走、东拼西凑、风格不一的诸多烦恼，所有套装组合家具总价低于单品拆分价10%。

活动商品：

时尚达人组合5980元起（适合40平方左右户型）；

嘉合人家组合9580元起（适合6089平方户型）；

浪漫满屋组合9880元起（适合4060平方户型）；

田园风情组合14800元起（适合80120平方户型）；

尊贵典雅组合51500元起（适合100200平方或者200平方以上户型）

活动注意事项：

1在活动促销过程中，着重凸显组合家具的优势；

3在设定好的套装组合基础上，顾客如感觉与房间整体或者局部不符，允许自由调换，调换时按所调换单品的原价论，以同等价位相调换，调换价格高的顾客需补钱，调换价格低的合美嘉不退钱。

宣传方案

宣传方式：媒体广告dm单页凤凰城屏幕

媒体宣传：

河报

9月9日1 / 2版彩活动促销硬广

9月24日1 / 2版彩活动促销硬广

9月29日整版活动促销硬广

线上节日促销活动方案策划篇八

端午节是中国一个古老的传统节日，直到现今，端午节仍然是许多中国人民喜爱和盛行的传统节日。今年的端午节三天小长假，为四隆广场和景子街购物广场业户又创造了一个销售佳期。为了营造商场浓浓的节日氛围，促进两店业户销售业绩再创新高，特策划端午节促销活动。

端午佳节钓香粽四隆景子好礼多

20xx端午节

《端午佳节钓香粽四隆景子礼品多》

活动时间：下午13:00-15:00

活动地点：四隆广场一层大厅(南门扶梯处)、景子街一层大厅北侧

活动内容：活动期间光临四隆广场、景子街购物广场、景子街小商品城的消费者，不限金额，凭购物小票和购买物品参加游戏一次。

消费者到指定区域内手持钓竿，计时开始从蓝线处跑到对面红线处，钓取红色圆圈内的“粽子”，钓着粽子向回跑，把粽子放到起点的蓝色圆圈内，游戏时间为90秒。在规定时间内钓取的粽子越多礼品越丰富。(红线与蓝线之间距离4米，跑道宽1.5米)

奖品设置：

4个xxxxxxx粽子一盒

3个xxxxxxx风筝一个

2个xxxxxxx杯子一个(库存)

1个或0个xxxx纸抽一盒(库存)

(注：可同时有4人参加)

每天30盒粽子 $xx3天xx2=180$ 盒

每天20个风筝 $xx3天xx2=120$ 个

每天54个杯子 $xx3天xx2=324$ 个

每天80盒纸抽 $xx3天xx2=480$ 个

1、商管部：负责组织业户做好活动宣传，活动期间的业户管理，业户须知起草和发放。

3、工程部：负责活动装饰品安装、张贴工作

4、保卫部：负责活动现场秩序维护。

5、财务部：活动资金保证与结算。

6、工会：活动纪律督导和活动现场人员调配，业户销售情况抽查。

7、超市：粽子、冰柜等在超市采购的活动奖品、礼品的运送工作

1、粽子：13元/盒xx180盒=2340元

2、风筝：库存马克杯：库存纸抽：库存

4、活动道具kt板粽子70个、钓竿：750元

总计：10090元

线上节日促销活动方案策划篇九

“夏日新选择，感受0°C”

以两个节日为工作核心，全力做好节日特色销售，推出2期特价商品促销，6月份销售计划。

6月份计划完成万元，力争完成万元。

1、6月1日——儿童节

2、端午节6月20日

3、父亲节6月21日

全力抓好2个节日的营销活动

第一阶段：端午节促销

促销主题：端午特卖情系万家

促销时间：6月19日——22日

1□dm海报商品90种海报印刷3000份

一层食品40—50种

商品谈判范围：端午特色商品，应季商品，（敏感商品要求不少于10种）。

二层百货30—40种

商品谈判范围：夏凉应季用品，清洁防晒（敏感商品要求不少于8种）

三层服装10—20种

要求各采购6月19日（星期五）中午12：00以前将特价商品明细交企划部排版制作海报，按期未完成将以工作失误进行相应考核。

2、促销活动

主题：情浓端午粽香（纵享）快乐

时间：6月20日

促销活动：一次性购物50元以上，凭单张购物小票，可参加本店举办的“情浓端午粽香（纵享）快乐”包粽子活动，在规定时间内包多少送多少。（详情参见店外明示）。

线上节日促销活动方案策划篇十

xx月xx日——x月x日。

xx珠宝“摇钱树”送礼百分百。

通过xx珠宝光棍节“摇钱树”活动活跃光棍节节日欢乐气氛，同时通过现金利是包、新年礼品等切实回报消费者。

1. 主题活动：

凡在xx珠宝全国加盟店/柜购买任何一款xx钻饰的顾客即可参加“摇钱树”活动：

摇摇xx珠宝专卖店门口或专柜旁边的摇钱树(圣诞树装扮而成)，即可从树上摇掉下来的幸运号码(以胶纸粘住100个幸运号码)，以第一个掉下来的. 幸运号码兑换10-100元不等的现金利是包□xx珠宝的精美挂历、抱枕等，保证每个参加活动的顾客都有奖。

兑换规则如下：

1-18号兑换利是包；

2. 宣传造势：

(1) 在活动前(约xx月xx日)和活动中(x月xx日、x月xx日)在各大报纸予以活动宣传报道，主题是“xx珠宝‘摇钱树’送礼百分百”(1/4-1/8版)，介绍活动的奖品及参与细则。

(2) 在活动前印制活动宣传单页在店前派发(有条件还可在人流汇集区及社区派发)，扩大活动影响力和宣传力度。

(3) 在店前做好活动宣传海报，在柜台安排咨询活动咨询员(如有条件可设立咨询电话)。

(4) 店头pop□xx展架宣传活动，同时增加热卖场氛围。

1.“xx”费用： $50元 \times 18 = 900元$ ；

2. 抱枕： $30元 \times 49 = 1470元$ ；挂历： $30元 \times 31 = 930元$ ；

3.x展架： $65元/个 \times 2 = 130元$ ，喷绘海报：120元；

4. 宣传页(dm)□ $0.5元/张 \times 1000份 = 500元$ ；

5. 广告宣传费约5000元；

6. 总计：9050元。