

银行厅内营销活动方案 春节活动营销方案 (优质5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。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

银行厅内营销活动方案篇一

20__年12月28日，在人们的关注之中，世纪莲花超市七甲店隆重开业，20__年12月28日又是其三周年店庆，同时，她的另一家兄弟门店——扶贫店也于20__年3月14日隆重开业。自20__年开业以来，七甲店三年内未做整体调整，至今每年的销售增长相对较为缓慢。原因在于，七甲店经过三年的运作，其主要客流还局限于外地打工者，随着20__年的金融危机，导致民工流的回乡，加上本地消费群体未能及时抓住，制约了七甲店整体销售额的上升，扶贫店位于工业区，其主要客流更加明确，本次两店店庆重点将从商品营销入手，希望通过部分特色商品的的重点渲染，尝试营造出新的低价形象，通过供应商活动的支持及营销活动的相互配合，为销售的提升打开新的上升通道。

二. 活动主题

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波：富贵迎新年

第四波：猜灯谜闹元宵好邻居世纪莲花

三，执行时间

好邻居世纪莲花

四. 商品营销

1. 营销思路：本次两店店庆营销的重点在于商品营销，商品营销的重点则在于低价形象的营造尝试，配合“1元区、3元区、8元区”版面配以“三年感恩，低价先锋在莲花”文字标题加以突出表现，并承诺“海报商品价格比商圈内的. 任何一家超市高，差价二倍补偿”

2. 邮报总体安排

商品组织规划：

重点品项要求(注重低价形象)：

第二波：1元商品：5个3元商品：3个

第四波：学生开学、元宵速冻产品的销售

五、陈列要求：

本次两店店庆活动商品的陈列起着较为关键的作用，低价氛围的体现除了宣传因素，重点则在于陈列。以地堆，花车陈列的，必须以绝对的量感配合，可以在食品、百货三个区域分别组成主题促销区，经过氛围装饰，形成二个不同区域的特卖点，必须重点提醒的是，邮报商品必须100%的在重点位置陈列，可适当搭配其它品牌的同品类商品进行组合，以对比出促销商品的更多价格优势。本次陈列主题必须明确，主通道产品必须适合当前市场需求。

第一波：以1元，3元，8元区为主要陈列对象

第二波：以1元，3元，年货为主要陈列对象

第三波：主要以年货为主要陈列对象

第四波：以文化用品为主要陈列对象。

六：营销活动：

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波：富贵迎新年

第四波：猜灯谜闹元宵

七、宣传及费用

银行厅内营销活动方案篇二

无论什么营销手段，其最终有所成效的前提必然是产品本身过硬，不然再高效的营销手段也是枉然。下面是有营销活动方案模板，欢迎参阅。

一、活动背景：

金秋佳节是中国传统的节日，每年这个时候，月饼成了馈赠亲友，表达祝福的最佳礼品，可是由于很多原因，如加班、临时有事、面子问题、要送的人数太多亲自赠送很麻烦等，人们即使很想也只能放弃这份祝福。现今地区各大超市都几乎实行一贯的打折降价或加送其余礼品等促销活动，顾客已经对此失去兴趣。直接面对面的馈赠对于有些人很难表达其情感。

二、活动主题：

中秋送礼不用愁，**大使帮你亲自送到家。（商场中秋大使为你亲自送上对亲友的祝福，为你解决送礼忧愁）

三、目标人群：

因各种原因无法对亲友进行馈赠的人群。

四、活动目的：

- 1、通过此活动增加月饼销售利润，并增加其销售额。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

五、活动内容：

1、时间：*月*日---中秋前一天

2、地点：活动仅限深圳市区

3、活动准备：

a□安排一定量的运输车与“中秋大使”。

b□驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减

少时间消耗，提高运送效率。

c□对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

d□对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

e□联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

六. 活动宣传：

2) 精确性：短信广告最大的特性就是直达接收者手机，“一对一”传递信息，强制性阅读，时效性强，100%阅读率！在媒介与人接触的有限时间中，能提高人与广告的接触频率。

3) 瞬时轰动效应强：它具有其它任何一个广告媒体无法比拟的瞬时轰动效果。

4) 低成本：短信广告的发布费用非常低廉，与传统媒体动辄上十万甚至上百万的广告

费用相比，短信广告的成本几乎可以忽略不计。而通过短信平台提交短信广告，比直接用手机发短信息更便宜，大大降低了广告主的广告发布成本。

短信群发能以其速度快、精确性、瞬时轰动性快速而有效的抢占到市场先机，能将公司产品促销活动信息及促销产品通过短信的形式群发到广大用户的手机，可以达到事半功倍的效果。时还可以发布会员通知，内部员工通知，供应商通知，进行客户、会员回访。另外正值中秋国庆佳节之际，利用短信群发平台发送一些文字祝福信息，于无形中可提升了企业亲和力，这可是长治久远之道啊。短信群发公司，在此我只

推荐深圳市君贤科技发展有限公司。

七、注意事项：

1、顾客购买礼品后要按其要求进行包装，并询问并登记要求运送的详细地址和最佳运送时间段，最好能够让顾客提供其联系电话和收礼人的联系电话以方便赠送时有特殊情况可以取得联系。

2、“中秋大使”的言行代表着商场的荣誉，必须对“大使”进行严格挑选，形象和语言亲和力方面必须良好，而且对于可能遇到的问题必须对“大使”进行教育。

3、为避免一些问题，此活动的运送品只能限制在中秋礼品上，不能涉及现金，在包装时必须对礼品进行检查，不能存在现金。

4、由于可能会出现客户拒收等情况，在活动宣传时应予以说明，并说明出现此情况商场把原礼品联系退回与顾客。

5、出现拒收或客户不在等情况时，“大使”必须尽快与商场负责人取得联系，告知情况后继续进行下个任务，由商场有关人员联系顾客或受礼人进行询问解决。

6、所送礼品必须为商场所购产品，购买人必须留下真实联系号码和姓名，如因所留号码有误造成返还不到时，7日后商场有对货品进行处理的权利，这点应在宣传或者活动开展时说明。

7、卡片中的自写赠言是顾客对于受礼人最真挚的祝愿，是情感的坦然流露，因此卡片的挑选一定要注重其外观精美和里面的文字内涵。如果在月饼售价做调整，卡片也可改为台历等，当然里面要有商场的有关介绍啦。做宣传嘛。

注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

*此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

八. 喜拍“全家福”

购物满200元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：中秋节当天)

地点：商场门口广场

协办：某某影楼或某某胶卷公司

操作说明：

*可现场布置一个场景，或搭建一个亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

*最好是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

九. 特别服务措施：

对于很多顾客来说，月饼都是要买的，各个商场的月饼种类、价格都差不多，因为一般顾客选择就近购买，那样比较方便。如何让顾客更方便，怎样吸引顾客从其他商场来本商场购买呢，就需要推出有特色的服务措施。

1. 月饼电话订购：提前半个月在报纸上、商场布告栏、商场海报上公布月饼订购电话，凡购买月饼满100元以上，直接送货上门，单位集体购买可享有九折优惠。

2. 月饼定做：跟厂家合作推出月饼定做服务，公布定做电话、具体定做方式。顾客的口味需求毕竟不同，也有一些特殊顾客会有一些特殊的要求，月饼定做既是商场服务内容的一种拓展，也体现了商家从细节处为顾客着想。

3. 月饼代送、代寄：凡在市区的，直接代送到家；凡是外地的，通过邮局等快递方式邮寄到家。此项服务可以加收一定的服务费，如加收10元。生活在都市中忙碌的人们，也许您有种种原因，无法亲自将礼品送给您的家人、长辈、朋友，商场将为您代劳，将您的礼品转交给他们，并送上真挚的祝福。

其他活动简要：

1. 中秋餐饮大餐：中秋节除了吃月饼外，一家人还要一起吃团圆餐，商场超市可以跟餐饮业互动，跟某餐饮大酒店合作，推出购物满300元送八折优惠券，或购物满多少，抽奖赠送免费餐饮券。

7月份的营销活动共计4场：

7月1日至11日，欧洲杯主题活动；

7月12日至18日，回家做饭主题活动；

7月19日至25日，暑期专题活动；

7月26至31日，商城改版主题活动。

7月1日至11日，欧洲杯主题活动

激情欧洲杯冠军有奖竞猜，选出您心中的冠军球队，8支劲旅

尖峰对决，到底谁能笑到最后。

活动时间7月1日-11日

一、微信端投票推送：

1/4决赛有奖竞猜，红心火龙果(代表球队)vs黄金奇异果(代表球队)平台，微信商城，私信当天下单，我们会在优胜代表球队中选出2名用户当天所有金额免单(后期返)8个水果产品的预备推送。

二、1/2决赛竞猜：

三、巅峰决赛大厮杀：

决赛当天只要您关注小六美鲜公众号，并留言竞猜比赛胜负，当晚球赛冠军球队我们会选出支持的球迷1名，送出188元的小六美鲜礼盒。

活动解释：选定代表水果代表支持哪方球队，免单客户我们会从优胜球队中选出。

7月12日至18日，回家做饭主题活动

回家做饭主题活动：

结合717回家吃饭日，倡导回家自己下厨房做饭，小六美鲜为您精选优质安全食材，助你为自己和家人做一餐“家的味道”。

活动：

1、全场水产类，冻品类食材，满100赠精品好礼(赠品从库存产品或新品样品中选取)

2、 8种食材每日10份限量秒杀

3、 4种食材超值拼团

4、 7月17日当天9点， 11点， 15点， 17点四个整点的前3笔订单免单(退购物款)最高200元。

5、 凡活动期间购买食材， 只要上传对应成品照片并附菜名， 即可获得优惠券包/精美小礼品， 后期对成品照片发起投票活动， 票数最高者获得终极食材——帝王蟹一只。

7月19日至25日， 暑期专题活动

一. 活动主题：

以天热不想出门为主题， 5张海报的形式呈现， 告诉你， 跳舞不如宅在家吃水果。

二. 活动参考文案： 待定

三. 促销方式

1. 活动一：

拍空调享限时折扣

室内温度低于26度， 尊享1.1折

室内温度26度-30度， 享0.9折

没开空调， 享0.8折

7月26至31日， 商城改版主题活动

小六美鲜商城平台全新升级起航， 新增多种水产品类， 界面

升级更新，为此推出多种优惠。

- 1、 全场冻品买二赠一，鲜活水产第二件半价
- 2、 4-8款特价商品不限量供应(预售)
- 3、 2-4款新品付邮尝鲜
- 4、 集赞活动第三期，集满48个赞赠新品尝鲜包

活动方案目的：

主要是提升店铺知名度与销量以及拉动新顾客加入会员

前期：通过宣传海报宣传(通过二维码活动海报广告宣传)

前期宣传的目的：

在客户店面张贴二维码活动海报，吸引客户的眼球，让客户了解到本次的活动。其次达到金感觉网上商城的宣传效果。

备注：实现线上下双线联动营销。

活动方案：

1. 凡进金感觉商城注册会员均有精美礼品一份。限制人数 线上与线下相结合怎样实现相结合 会员管理 售后服务 没有价位优势用服务优势。

备注(小礼品 宣传册 杂志等 帮助其更好的了解店铺的产品)

2. 金感觉网络商城开业大酬宾，全场包邮 原价 例如：80---29.... 原价120.....39.....180.....59...220.....69..... 秒杀 或者特价产品限时抢购。(用那几个款去做)

保暖套装：

3. 全场满300送50元代金券 全场满500送100元代金券

4. 转发促销信息 有抽奖 送话费 送精美礼品一份。(用微信宣传)

你好，欢迎致电金感觉服饰有限公司，本公司主营保暖内衣，调整型文胸、时尚单衣、美体套装等针织品。本公司在致力打造高品质的内衣连锁诚邀您的加盟与订购。

订购热线请按1

招商加盟请按2

售后服务请按3

银行厅内营销活动方案篇三

元宵节前一天

二、活动对象

学校学生以及家长(欢迎校外学生及家长参加)

三、活动地点

学校楼下(是临街道路旁)

四、活动内容

做灯笼、猜灯谜、得奖励

五、活动目的

1、让学生们了解元宵节的来历风俗习惯，感受节日的气氛和快乐，并通过收集元宵节的资料，培养其收集信息、处理信息的能力。

2、提高学生们的动手实践能力、增强团队凝聚力、激发孩子们的写作热情。

3、引导孩子们团结友爱、珍惜亲情，感受亲情。

六、活动流程

1、前期准备

1.1上课期间，各班以“灯笼”为主题讲灯笼，做灯笼，写灯笼。以班级为单位进行优秀灯笼作品评选，各班上交的比例不少于60%，动员学生正月十四参加猜灯谜活动，带一名新生每生奖励10元和仕币，前台做好新生登记工作。

1.2各老师清点灯笼，做好美化补充工作，并给每个灯笼附上字谜。

1.3各老师在本周期间，每日通过校讯通给家长发送短信，祝福元宵节快乐，动员家长能够和孩子一同来参加猜灯谜活动，让家长和孩子感受到传统佳节的气氛。

2、人员分工

2.1收集300条谜语，以及谜底，包括文学，历史名人，生活，汉字，地理名称等方面。按难易程度分成四类。（负责人：__时间节点：__）

2.2制作“和合教育庆元宵猜灯谜”条幅，制作3-5块展板（负责人：__时间节点：__）

2.3准备铁丝，灯穗等，活动奖品设置（负责人：__时间节点：__）

__)

2.4场地布置：活动当天把展板、灯笼等摆放到位(负责人：
时间节点：活动开始一个小时)

2.5主持人(负责人：__)

2.6活动营销(负责人：__)

新生登记表2张、压岁钱20张或其它优惠奖励券等。

3、活动期间

3.1所有灯笼分组展示。每组设立负责人两到五名，要求分开站立各组灯笼前，负责引导学生及家长去撕谜面，避免乱撕、多撕。

3.2兑奖台：前台老师负责医保主持人公布兑奖?四张桌子，奖品150份，和仕币200元)

3.3照相：

3.4总协调：(负责活动前期所有工作到位)

4、活动总结

各老师书面总结一份并分享。

银行厅内营销活动方案篇四

宾馆有较大消费支持及潜力客户，新客源开发，散客的固化，老客户的维系。

(温情大回馈) (周年大庆典)

（一）特价房方案：

- 1、特价房包含间。
- 2、特价房为xx元/间，不含早餐。
- 3、享受特价房将不再享受宾馆其它优惠活动。
- 4、办理退房结账时必须现付。（类似于美团网）

（二）现金券（或礼品券）方案：

- 1、现金券（或礼品券）面额为xx元/张。
- 2、客人享用正价房（标□xx元、单□xx元以上的），在办理退房结账时现金结算，根据房间数量可获得宾馆现金券（或礼品券），一房一张。客人再次入住时，可凭此券减免正价房价xx元。
- 3、现金券（或礼品券）使用期限为xx个月内（自离店之日起），一房仅限一张。
- 4、特价房与现金券不能同时享用。
- 5、此种方式不限时段，起始终止时间由宾馆自由确定

（三）常住客方案：

- 1、凡持宾馆卡的客人将享受最新协议价，零点餐饮享受折优惠。
- 2、按身份证入住统计，凡一个月入住达间以上的（含间），宾馆赠送体验房一间或者升级入住一次（赠送房限定次月内享受）。

3、凡连续入住3天以上的（含3天），宾馆赠送（水果）一份，同种房型。

4、凡一次性入住间以上（不含间），宾馆免收一间房费（择低房价免单）。例如：消费间房，则按间房收费。

5、每月只要介绍新顾客累计达3名且每位新顾客在当月宾馆消费达xx元，可送xx元左右的赠品。

（四）散客方案

1、当日晚上10点后，客房以特价出售或赠xx元左右的礼品。

（使用说明：建议为防止顾客出现期待效应，而且在不影响客房正常销售的情况下，宾馆应只针对某些入住率偏低的房型进行促销。截止日期和入住率的标准，由宾馆根据实际情况决定。）

2、年月和月，某类客可以多次以一定价格入住某房型。在有房情况下，规定时段内，可多次享受此房价。（使用说明：此类促销多用于淡季促销活动，建议预收房费并限定入住次数。）

3、凡活动期间入住的宾客凭入住相关资料每人每间都可抽奖一次，礼品不等。分一二三等奖。或房间饮料一律免费。

1、针对散客，采用海报招贴，传单发送，及网络推广方式

2、针对常客，采用电话，短信及微信通知方式

1、人员安排

2、物料准备

1、海报

2、传单

3、室内专业摄影

1、针对整个大的环境的影响，立足于远安消费市场，此促销方案长期有效，增强宾馆人气。

2、各部门加强方案的学习，部门负责人培养员工销售的积极性，增强员工的凝聚力。

3、前台和财务对预订单的管理和审核要严谨，并加强部门间的沟通。前台对已发现金券专人登记，在客人未持券消费并有效期将至时，登记人员电话联系予以温馨提示。

4、房务部提前做好特价房房型改造。

银行厅内营销活动方案篇五

消费者在20xx年10月1日--20xx年10月8日期间，只要购物满56元即可加1元换取我们精心为消费者准备的15种商品中的任意一件。

1、单张小票不累计。

2、前场联营、团购、烟草不参加此活动

赠品要求：挑选十五种(或十五种以上)商品作为活动商品。要求商品售价在3元以上的商品，也可对部分毛利损失较大的商品进行限量，但每天需保证在8个商品以上。

广场气氛：包括竖幅、横幅、巨幅、门前广场刀旗、免费购物班车车身贴；

社区气氛：社区条幅、社区海报；

店内气氛布置：入口展板、活动现场的气氛营造、店内海报、广播稿。

活动执行与分工

企划部：负责活动宣传、策划、操作及跟进。

采购部：负责商品的组织、到位。

财务部：负责资金的到位。

门店店长：活动操作的总负责人、负责督促各部门的工作。

门店店办：负责活动方案的具体执行与工作协调，负责对整个活动进行统计、分析、总结。

门店客服部：负责活动商品发放和统计活动。活动广播、咨询、解释。

门店美工：负责店内广告及pop的宣传，活动气氛布置。

广告气球：门店前店内悬挂印有店标和广告语的小气球，并在店门口大量派发。增加节日气氛，吸引孩子进入。