

2023年国庆中秋活动策划方案 中秋国庆 促销活动(优秀5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的格式和要求是什么样的呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么写，我们一起来了解一下吧。

国庆中秋活动策划方案篇一

与您欢渡国庆中秋

——活动方案

一、活动地点：资中、威远、南充、乐至店内

二、活动时间□20xx.10.1—2009.10.8

三、活动主题：八日长假欢乐购

四、活动内容：

活动一：欢乐大回馈

10月1日至10月8日

450ml沐浴乳两瓶

足浴盐15g*20*20 36

凡一次性购物满28元，送环保袋一个

凡一次性购物满68元，送纯棉毛巾一张

凡一次性购物满118元，送精美指甲套装一套

结合活动一做活动写真

活动三：对抗甲流爱心推荐

10月1日至10月8日

购洗手液一瓶送湿纸巾一包

陈列的'时候把洗手液及湿纸巾放置在一起

其它物料

店外：横幅、地垫

五、单店费用预计：

活动一：欢乐大回馈活动写真一张，结合活动二、三 10元(商家准备) 活动二：

环保袋150个：300元

纯棉毛巾50张：250元

指甲套装20套：400元

活动三：

湿纸巾：50元

横幅、地垫：约150元

一、活动组委会

1、负责:董事部,企划部,营销部,财务部,餐饮部等部门

2、成员:各部门负责人

二、活动时间:9月11日至9月30日

三、中秋节策划方案——活动目的:

四、中秋节策划方案——活动主题:

庆团圆,迎国庆,送大礼!

五、活动口号:我们都是一家人,乡亲相爱的一家人

六、中秋节活动方案——场景布置:

(一)、店外布置:

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)、店内布置:

1、分别在一、二、三、四、五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88个。

5、在各楼层主通道悬挂中秋、国庆节吊旗(各一面);吊旗100

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、前厅中央吊一个大型(1.5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。

七、中秋节活动方案——宣传策略

1、报纸、酒店内刊宣传；

2、电视媒体宣传：

a□宣传内容：特色月饼上市、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、店外巨幅、展板宣传；

4、店内播音宣传；

5、周边小区、超市以小条幅宣传，内容：“会宾楼宾馆祝全市人民中秋节快乐；中秋大宗购物热线：*****”

八、活动策略：

活动一、各楼层满指定金额留住快乐瞬间

活动时间： 9月11日---9月30日

活动内容： 一次性在一楼消费满660元、二楼满1000以上可凭菜单在酒店入口处**新娘婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：

一等奖： 奖价值288元摄影套餐

二等奖： 奖价值198元摄影套餐

三等奖： 奖价值98元摄影套餐

详情请到**新娘婚纱摄影咨询处咨询。

此项活动奖品由**新娘婚纱摄影赞助

国庆中秋活动策划方案篇二

活动期间客流不理想，平均人303人/天。活动人流量和天气原因有很大的关系。

出现以上情况原因在于：

1、宣传媒体推广时间较短，活动前9天才正式确定活动开始，前期筹备时间过长，真正的活动推广时间较短。

2、公交广告视频可以做得更好，所有媒体推广时间过短，不能让客户充分理解万原家居促销活动内容。

3□dm单发放的效果有待提高，商场人员储备上需要更多人手投入到活动中，整个活动上常出现人员监管不到位情况，使整个活动的执行效果严重打折。

4、扫楼效果不理想，搜集回来的客户信息总共才157个，而花费的费用高达3680元。

5、宣传时间没有充分利用网络平台的优势，造成宣传有死角；

6、商品摆放不够突出特点，营业员的服务意识不高，产品专业度不够，不能再短时间内让顾客对商品产生兴趣。营业员不会占有主动权，大多数是在跟随顾客的思路。在整个活动期间，我们的营业员大部分没有提高服务意识，服务质量未有提升。除了服务员自身素质不够高以外，和商场没有培训也有关系，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员建议性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

2、 销售情况

国庆中秋活动策划方案篇三

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

(本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。)

“欢乐在华联，情浓意更浓”

1□xx年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2□xx年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

3□xx年名酒名特产荟萃展

中秋节本来就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售额的增长。(烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。)

4、“华联送情意，中秋礼上礼”

凡在本站购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。(礼品建议为红酒、打火机等时尚物品)

国庆篇：“欢乐国庆欢乐颂，华联大礼乐翻天”

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送!

凡在本超市购物满66元以上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，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

4、“欢乐时尚颂”

时尚家纺又送礼，开心赠券送不停！

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推！（建议：家纺还可以针对国庆婚庆高潮，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。）

国庆中秋活动策划方案篇四

从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员；另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备.k098□k028□k128必须配真机。

陈列和形象更新。为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，各地务必在大卖场，核心售点，专区中尽可能使用新的背板（音乐手机主题背板）；并且使用1-2节柜台

做专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机“完美音质”的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出“完美音质”的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在9月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在xx市投放的临促数量(300名临促)，估计十一各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在国庆三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

国庆中秋活动策划方案篇五

此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法：根据各地促销活动期间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。

配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。