

# 最新促销方案策划书(实用10篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。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。

## 促销方案策划书篇一

时间：4月28日——5月3日(xx店)

活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

4月28日——5月3日黄金周期间，凡持当日游览花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

4月29日——5月1日放假期间，在x店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得花园门票一张；凡抽出写有“五一xx店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“x饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

4月28日——5月3日活动期间x店每日限20只x饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者，4月28日——5月3日活动期间x店特推出

“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐(10人量)880元。

#### 4、订“益智斋”餐厅送花园游

4月29日——5月3日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览花园。让宾客充分体会到“xx里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一的餐饮节日商机是很明显的，有很多的婚宴、寿宴、家庭宴请等都会选择在这一时间段举办：一是处在小长假期间，亲朋好友难得聚会；二是正处于春暖话开时节，踏春、旅游需求旺盛，旅游的流动消费也会给餐饮市场带来不小的空间！而做好具体的市场环境分析也是极为重要的：

自我分析

客源分析

## 促销方案策划书篇二

奶粉店促销现场的装扮分为技术装扮与服务装扮两种，技术装扮指的是产品、台面的装扮，服务装扮指的是环境、条件、人员等的装扮，所以装扮这个环节的意义非常重要，如何来运作，需要根据不同的节日来确定。以马上要来临的五一节来说，在装扮上尽量要突出浪漫的气氛，同时因为五一节是我国传统过的节日，因此，在促销现场的装扮上，还要尽量显示出中国特色。

### (一)奶粉的装扮

产品的装扮需要固定的，而不是随心所欲，要根据产品针对的消费群体、消费目标、消费价值、消费周转期、消费习惯来确定的，产品的消费群体比较简单，符合什么样的人的胃口，

大众化就可以了。同时，由于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，在装扮尽量简洁明快，突出节日的气氛就可以了。

## (二)奶粉台面的装扮

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非常大。母婴店在促销时，布置好促销台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，将是对台面的吸引。另外，从延伸的角度看，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。

## (三)奶粉店环境的装扮

奶粉店促销环境有人为制造环境与整体环境互相作用的交织，才能够显示出促销环境的效应，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呢，这就需要母婴店主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，并将促销与之有机结合是办法。而根据节日文化把产品和人文环境相结合将是需要第一考虑的，做到人文与产品销售捆绑进行，这样可以大大缩小母婴产品与消费者购买时的亲近接触，达到完美效果。

## (四)奶粉促销人员“装扮”

对于促销人员的“装扮”，在促销过程中主要是亲和力的准备，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；四是为自己找寻的服务标准，度身定做是合理的促销要求。

### (一) 明白为谁促销

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，明白把产品卖给谁，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。

### (二) 促销要简单明了

在促销活动期间，驻足观望的人会很多，但有些客户是非常挑剔的，尤其是在竞争激烈的今天，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。

### (三) 提倡动态促销

节日促销里面需要动态促销，也就是把促销要按照节日推进的阶段进行，而不是不变的，母婴店在节日促销里面往往忽略这样一点，节日前与节日中可能变化较小，但节日后期的变化就非常明显，因此，在节日促销项目上，要动态观察，如果出现跟不上市场变化的节奏，很容易出现节日促销“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，这是非常不可取的。

促销技巧在日常的表现中，主要是对产品的有机分化，通过把促销的一些手段用在促销的过程里面，使得促销成为消费者过节日的标志，也是适应消费需求的一种表现，实际上是把促销按照不同的规程，在有效的时间段内，做出不同的摆设，这样将对促销的含量有所提高。

### (一) 促销有时限

有促销时限是目前比较流行的做法，比如节日的第一天，节日的消费时段，限定消费时间来鼓动消费，在固定的时间里满足促销的需求。

### (二) 促销要量化

把要销售的产品规定数量，这也是常规的做法，但在节日消费当中，这样的做法不是很好，容易被竞争掉，所以在旺季的节日中不太好使用这样的规则。

### (三) 促销要有特点

促销特点;有自己的促销特点，比如民族特点，那么在赠送、包装、折扣、礼物、优惠上要鲜明地树立起特色的旗帜，把特色促销做到底，区别节日的统一“红”的格局。

### (四) 促销要控制好氛围

控制好促销的氛围是很重要的，一般在节日中间，氛围比较统一，以喜庆为代表，但在不同的场合或者不同的产品上可以有所区别，要表现出主动的促销氛围，主要展示促销氛围中的个性，比如重促销手段，而轻产品功能，重促销礼物，轻促销承诺等。

节日促销策划当中要体现稳当、特色、鲜明，在技巧的合理配置上，对技巧的保鲜、困难、问题要考虑的比技巧展示重

要多，无论在环境的变化、促销难度的加大、成本的提高、管理的困难上，需要对促销技能的合理部署，有时候技巧并不是最重要的，而是对技巧的调度、对技巧的现场控制、对技巧的困难分析，显得更加突出、重要。

## 促销方案策划书篇三

第一届\_\_店圣诞(元旦)欢乐美发节,五店联动,让你美个够。

(1)当活动定位为美发节，一下子就把自己店的档次提高到了一个新的平台。

(2)此活动最好由美发连锁店来实施，这样效果会更好。

(3)利用商品换购优惠拓展新客源；

(4)提升顾客消费金额(客单价)促进美容院销售业绩；

(5)加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度：

12月23日—20\_\_年1月6日

换购+抽奖+情感+送大头贴

1.5.1打折：活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院美发店开卡，可获赠该护理卡所剩余次数的护理(注：不超过该卡一半的次数)，同时享受正常开卡优惠政策：凭其它品牌护肤品空瓶(或包装盒)美容院购买相应的产品，一个空瓶(或包装盒)可获九折优惠，二个空瓶(或包装盒)可获八五折优惠：，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三个)：

1.5.3抽奖：活动期间，凡在美容院美发店消费金额在\_\_元以上的顾客均可参加“幸运大转盘”一次转盘机会，〈即转

盘里划分50至200元不等，由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，就可以往她会员卡里充多少钱。

1.5.4送贺卡：活动期间，顾客凡在美咨院美发店消费均可填写心愿卡一张，悬挂于美容院内圣诞树上，老顾客均赠予精美圣诞贺卡(或新年贺卡)一张：

1.5.5送发型图或大头：很多客人都想到一些自己没有过的发型，如果能采用一些发型设计软件给他们设计几个发型，或几个大头贴，作他们做完头发时送给他们，或发qq给他们，客户一定会很高兴。

1.6.1美容院美发店店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望：

1.6.2活动宣传可通过店门悬挂横幅(或\_展架)派发活动单张，电话告知老顾客等形式进行传播：

1.6.3制定活动销售目标，并分解给各美容师(发型师)相应任务，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

1.6.4采用美发店会员管理系统给顾客建立好档案。

1.6.5此种方式就比单纯的打折促销效果好的多，顾客既可以换购，又可以抽奖，还可以获得贺卡，挂在圣诞树上，把节日的气氛推向高潮。多元化的活动，陪顾客一同共度过佳节，你说好不好。

## 促销方案策划书篇四

文化是月的魂。我们不但要让传统文化植根于市场沃土中，还要不断赋予“中秋望月”新的时代内涵，重新找回“中秋望月”的时代感觉。今年的中秋节，我院为在校师生打造了“中秋望月”的平台。为此，我们设计了一个活动方案。

策划组：×××

策划组成员：×××

工作人员安排：×××

1) 策划员：×××

2) 采购员：×××

3) 场地布置：×××

4) 后勤员：×××

内容如下：

1、活动主题：“浓情中秋，梦园中华”

2、活动目的：让全院的师生们都感受到节日的浓厚氛围，以及家庭的温暖。

3、活动时间：零九年 农历 八月十五 晚上（7点30分到9点45分）

4、活动地点：院图书馆喷池广场

5、主承办单位：经济管理系 12级商务英语专业

6、参与对象：全院师生

活动的整体构思（活动的板块、各个板块的主题、基调等）

活动形式：聚会+自助餐

环境的布置：

场地布置主要围着喷池进行，大致的布置情况如下：

聚会地点选在图书馆的喷池广场上进行，场地分为7个部分，分别是主席台（包括唱歌场地）、喷池、餐台a和餐台b（三米长）、工作后台和游戏场地橘子灯、猜灯谜和“你信任我吗？”。

场地布置饰品有横幅、灯笼、气球、丝带。

以图示意：

图书馆-校门口-主席台-后台-餐台a-餐台b-喷池-橘子灯-猜灯谜-“你信任我吗？”

宣传形式：

- 1) 校园海报宣传；
- 2) 校园播音宣传；
- 3) 校园各人流密集处以传单方式宣传。

餐点样式：

- 2) 饮品类：可乐、雪碧、绿茶、橙汁、奶茶、葡萄酒、矿泉水

节目内容：

- 6) 交际舞：在广场上放一段华尔兹音乐，让在场的师生自由组合，跳舞放松心情。
- 7) 赏月吃月饼：月亮高挂于空，最圆最亮的时候，大家团团坐，边赏月边聊天吃月饼

8、活动议程安排（详细议程安排表，包括时间、地点、节目、参与人员）

聚会开始之前，准备好一切招待师生工作，并分发荧光棒和小灯笼。一切准备完毕，聚会仪式开始：

1) 领导致词并宣布晚会开始 7点30分

2) 猜灯谜、小橘灯、“你信任我吗？” 7点45分—8点15分  
（自助餐在游戏结束后正式开始）

3) 我爱记歌词 8点20分—8点50分

4) 交际舞 8点55分—9点05分

5) 赏月吃月饼 9点05—9点30分

6) 许愿船 9点30分—结束

9、经费预算（详细的餐费、礼品、环境的布置、道具、海报、横幅等其它活动用品费用等）

宣传费：100元（横幅、传单、海报）

餐饮费：400元（（批发价格）

奖品费：200元（学习用具、毛公仔、体育用品、精品）

其他杂费：100元（丝带、灯笼、气球、节目材料费）

总金额：800元

10、经费的筹措（主管单位拨款、自筹、赞助、捐赠等）

学院拨款

11、应急措施（停电、防火、急病、其他突发事件）

12、其他要求：

1) 对工作人员的到会时间、筹备人员分组与分工等要求：准时到位、认真

2) 对环境布置的要求：简单即可

3) 对活动议程安排的要求：紧凑有序

4) 对活动内容的要求：尽兴就好

5) 其他要求：随便

13、其他情况说明：随机应变

## 促销方案策划书篇五

1、国庆节是国家法定节假日，共7天。绝大部分企业都会放假，这为活动提供了一个很好的促销机会。在这个机会面前，我们主要是提高市场占有率，增加来客数。

2、国庆已是仲秋，秋季的特点明显，气候干燥，人体有些不适，特此现场有凉茶、开水、始矿泉水或其他饮料等免费满足供应，而且要打出标语，免费饮料供应、免费手机充电、免费手机贴膜、免费电脑维修等，要在活动前期准备充分，而已一定要写出标语，挂出横幅，免费标语应放在或贴在显目位置，做好营销活动文章，这也是能带动整个秋季的一个营销重点活动。

3、国庆长假，特别是工厂人员，他们难得放假休闲购物，特此一定花样要多，产品要够犀利。

商圈内的居民及外来工。

营业推广和广告并驾齐驱，以期提高市场占有率。

来客数较去年同期提高xx个百分点。销售额较去年上升150%，利润提升50%。提升品牌形象。

1、活动时间：

x月x日。

2、活动地点：

xx区xx镇，xx商场。

3、活动主题：

精彩xxx□来了就有数。

4、主题商品：

xxx等。

5、国庆参与促销产品：

xxx等。

(1) 一等奖1名：平板电脑一台。

(2) 二等奖5名：大容量移动电源一个。

(3) 三等奖10名：无线鼠标一个。

(4) 幸运奖50名：游戏鼠标垫一个。

(5) 纪念奖：到场均可得服务增值卡一张。

注：奖品当场发放，如有变动，以现场实物为准，奖品过期不领作废。凡在我店购物的顾客，凭我店销售单据，均可参加此活动。

帐篷、座椅、物料等必须在x月x日号到位，且需在之前列出清单。人员安排、分工要明确，不然会造成活动现场混乱，以促使场面规范。在活动中要注重细节以便于临时灵活调整。

## 促销方案策划书篇六

重阳节是赏菊敬老，送温馨享健康的传统节日，今年的重阳节紧随十一国庆节之后，相信能够为酒店带来滚滚客流，为尽可能的提升销售额，酒店有比照制定专门的重阳节促销活动方案。

菊品为尚，情浓重阳；礼敬老人，送上温馨，送上健康。

20xx年10月6日

1. 为配合重阳节的气氛，在正门外摆放大型菊华坛，并在门外的两棵立柱之间悬挂“菊品为尚，情浓重阳—xx餐厅赏菊会”的主题横幅。
2. 在正门入口处堆放九层的大型“重阳糕”，配放小装饰“灯”，取“步步登高”之意。
3. 餐厅内张贴重阳节主题吊旗。
4. 在各楼层显着位置摆放不同品种的名贵菊华，供人赏闻。

重阳节，也是中国的“老人节”。近年的重阳节，逐渐掀起了一股“团圆风”。回家跟爸妈说说知心话，陪辛劳了一辈

子的父母出门走走，逛逛，渐渐成了重阳节里儿女们送给父母最特别的礼物。因此，本方案主要从儿女孝顺、合饥宥乐的角度进行活动策划的。

### “情暖金秋”老年点餐特卖

活动期间，餐厅准备好适合老人的套餐，点套餐可进行折扣优惠。

重阳节推出适合老年人口味的菜点，时逢秋季养生的好时机，老店推出了养生佳品，及各色重阳套餐。

- 1、重阳节当天向60岁以上用餐的老人赠送养身滋补汤一份。
- 2、当天过生日的宾客凭生日蛋糕或本人有效证件可获赠长寿面一份。

举办“百叟宴”。凡年满60岁以上(凭有效证件)的老年人可享受每位99元的“九九重阳优惠套餐”(仅限100人)，额满为止。席间，有民乐、变脸、舞狮子等表演助兴。

1. 硬广：晚报周三10半彩，快报周四半版彩。
2. 软广：特别企划活动邀请媒体参与，发布软文。

## 促销方案策划书篇七

(1) 拓展知名度，把店铺品牌深入人心让更多人知道店铺的存在。

(2) 提升业绩，拓展知名的直接目的就是打开市场，吸引更多客源提升门店的业绩。

一周

活动主题：

(1) “国安居 ” 爱家日□xx窗帘惠购季

(2) 中国好窗帘，优惠大放价 可选择其中一个作为活动主题

一个好的主题，能够让消费者直接获取你要传达的优惠信息，同时也要体现家居行业温馨的一面。

活动执行方式：

1. 活动期间现场每天限量派发本店印刷的购物袋20个，先到先得。

2. 现场购满xxx元(由店铺控制)可免费赠送窗帘精美挂饰配件。

3. 凭活动宣传海报现场购买窗帘可享受8.8折优惠。

活动宣传方式：

1. 短信

2. 单页

3. 夹报

4. 百安居广场或门口海报告示

这是与商场宣传的方式。

## 促销方案策划书篇八

6月xx日~6月xx日

父亲节快乐

活动一、真情实意送父亲，健康礼品更贴心！

活动期间，穿着类、百货类商品85折，小家电、化妆品满9折，部分运动服类5折起。（明示商品不参加，详情见店内海报）

二楼皮鞋馆推出“凉鞋节”，超市推出“洗化节”，不要错过哦！！

活动二、粽情新世纪超市换购礼

6月xx日~xx日活动期间，凡在超市单票购物满39元，赠换购券一张，满69元赠二张，满99元赠三张，顾客凭券即可换购指定超值低价商品。

活动三、五月端午xx“巧手包粽”擂台赛

6月xx日至xx日活动期间，凡在超市购物的顾客，无论金额大小，即可报名参加相应时间的“巧手包粽”擂台赛，每组限5人参加，在5分钟内包粽时间短、包粽质量好的为获胜者，即可获赠礼品一份，每人限参加一次。

奖项设置：

第一名“包粽王”冠军奖伊利牛奶一箱+新鲜西瓜任挑一个+当天所包粽子

第二名“包粽王”亚军奖新鲜西瓜任挑一个+当天所包粽子

第三名“包粽王”季军奖当天所包粽子

参与奖：其他选手将得到5个自己所包的粽子。

报名时间：6月xx~6月xx日，xx各店服务台报名，报名只限参加一店活动。

比赛时间地点：

1□xx人民商场店6月xx日下午16：00整

2□xx购物广场6月xx日下午16：00整

3□xx惠万家超市xx店6月xx日下午16：00整

操作步骤：洽谈采购粽子材料~材料到位~活动宣传~各店组织比赛

道具要求：蜜枣小粽叶\绳子学生专用剪刀\盘子水桶\勺子围裙

比赛规则：选手做好准备后，裁判宣布比赛开始，在3分钟之内，看哪位参赛者的粽子包得又快又好，由专人负责记时，比赛可分为2~3轮以增强氛围.最快的选手将被评为冠军.

## 促销方案策划书篇九

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的`长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

xx年9月23日——xx年10月8日

7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的时间定为以上的时间。

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联”

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。

## 促销方案策划书篇十

(1) 针对春季踏青郊游这一主题组织相关商品进行促销；

(2) 针对全馆春季商品全面上市，以新品推介为主，组合相关业种，以特别周的形式作重点促销。在促销业绩的同时，辅以有关的pr活动来进行“先帅百货”的形象树立，培养主客层。

(3) 本期活动主打商品：百货部（服饰、化妆品、珠宝、鞋包），家电部：（空调节第一波），超市部：（踏青节活动继续延续，卖场氛围营造）。

让我们一起踏青去

四月新情抢先报

4月1日--5日

通州区人民商场及周边

（一）百货：

扮靓自己新春新装扮

各区主题：化妆品spring春妆密码春化妆品节

服饰类早春新装上市

中性休闲+户外运动改装特卖会

耍个性抢流行

珠宝类春媚炫动我的风采

鞋包类春色甜甜儿鞋包特卖会

（二）超市

踏青郊游—寻找第一抹春光

主推商品：旅游装、家庭装洗化妆品、保湿护肤品、配饰、春季针纺织品、烧烤用品以及烧烤的关联商品等（户外帐篷、铁锹、水桶、烧烤架、烤肠、海鲜、饮料、零食、桌布、餐

巾纸、湿巾、一次性用品、保鲜盒、储物桶等； )

### （三）家电

启动空调节（第一波），以先帅家电我价最低，为活动口号，向大家电厂家要政策支持，家电部再配统一的活动，礼品赠送。

注：先帅家电，今年根据公司领导安排，重点启动发掘乡镇的购买力，家电部派专人负责，以新城东面和北面5公里和10公里，两个层级来管理，先打开局面，按自然村逐个公关的政策找到自然村的关键人，如电工，以及在村里有威信的，有号召力的人，作为我们宣传的主要对象，把他们都发展成我们的营销员，把这些人员登记造册，定时定专人联系、管理，为下一步的`广告发放做铺垫。

### （四）主题抽奖活动

活动期间，当日单票购物满300元可参加电脑拍奖1次，满1000元可参加2次，满5000元可参加3次，单票最多参加3次，100%中奖。奖品待定。

### （五）文化活动

#### 1、春暖四月天购物扬纸鸢

形式一：采购一批样式新颖的风筝，顾客购物300元以上，即可加2元换购风筝1只，每人仅限换购1只，日限500只，换购完为止。（此活动对年轻人及儿童会有很大的吸引力）

形式二：事前征集手工风筝作品，在活动期间进行陈列展览，由顾客投票，在活动结束时，根据票数评出奖项，奖励风筝作者。此活动还可以为后续放活动举办风筝比赛提供铺垫。

## 2、感受自然从“心”呼吸——清明节徒步环湖赛。

从运河出发——环湖徒步。中途设立接待点，提供饮用水及盖章。根据用时排出名次。（此活动主要是倡导环保、接近自然，体现公益性。也可鼓励员工参加，提升士气。）

本期dm计划8版，超市4版（含中原店、百花店特色活动）、百货2版、家电2版。

dm商品：超市100—120种，百货全部参与，家电主推大家电小家电为辅。

dm印刷数量：

- 1、综合版25000份。
- 2、家电乡镇版0份（a4一张2版）

发放时间：

- 1、综合版活动前2天发放、3月29日发放。
- 2、家电乡镇版活动前4—5天发放，3月26日发放。

发放范围：

- 1、综合版主要发放城内生活小区。
- 2、家电乡镇版主要发放。