# 2024年促销活动策划书(五篇)

作者：落梅无痕 更新时间：2024-12-30

*促销活动策划书示例促销活动策划书的内容一在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和诱惑力，直接打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面...*

**促销活动策划书示例促销活动策划书的内容一**

在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和诱惑力，直接打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不清真伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。

因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法 缺点是不能解决根本的营销困境，只可能带来短期的销售提升。

不能解决市场提升的深层次问题;同时，产品价格的下降将导致企业利润的下降，而且，产品一旦下降，想要恢复到以前没有折价的水平，可能性非常小。乱打折会打击消费者对品牌的忠诚度。

2、买赠

从维护形象的角度看，买赠更体面些，送赠品可以创造产品的差异化，是一种常规性的促销手段，具体做法是买满多少金额的货品，赠送相应的物品，以达到增加销量的目的。

选择赠送的礼品时，要考虑这一消费群体的喜好，应特别注意，礼品一定要精致，因为，相对来说，赠送的礼品的金额不大。如果因此而采购一些质量不好的礼品，对于促销活动、对于企业品牌都是伤害。

3、会员促销

目前，开展对会员促销的店铺越来越多，通过买一定金额可以达到什么级别的会员，不同级别的会员可以享受正价产品的折扣，这是长期的。还有会员的其它促销比如对会员提供一款特殊价格的产品或礼品，每个月有固定的时间对会员进行促销，可以是特价，可以是送赠品，也可以是免费送小礼品做服务，如果会员很多的还有可以做会员促销专场。

4、特价专区

很多店铺都有特价专区，划出一个区域用花车或落地架陈列特价产品，一是为了与正价产品区分从而不影响正价产品的销售，二是让消费者容易找到，实行特价专区的要在花车和落地架上有相应的宣传内容。

5、场外促销

场外促销主要借店外人流量加特价产品来吸引人气，可以把顾客带到店里推销其它产品，一箭双雕。如果店铺前面空间较大，人流量也不错的，可以采用店外促销，效果好，要求花车为，主数量要多，形成气势，花车周围用有吸引力的内容做成促销海报围起来。

有关系的还可以与商场联系在门口做促销专场，那更好，人流量大。如果有条件的最好用大的遮阳蓬，一来可遮阳二来防下雨，还要注意与城管的关系，要得到批准，以免产生不必要的麻烦。

6、新品促销

灯饰店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要是想通过旺季多抓顾客，以提高老顾客数量，在新品牌店铺居多，一般新品促销主要是通过赠送小礼品，不采用新品直接打折的方法。

7、节日促销

中国节日比较多，都是大家搞促销的好理由，因为在这段时期，消费力量激增，是灯饰销售的黄金时期，所以，每个店铺都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性，可以打折也可以送礼品。最好配上促销宣传，门口的横幅比较显眼，加上会员促销短信效果会更好。

8、主题促销

主题促销，是创造一个主题，然后以围绕主题展开促销活动，让消费者认为这是名付其实。如店庆、门面装修、厂庆、节假日等，事出有因，促销更要如此，不明不白的促销不能引起顾客的认同感。有句话说得好，“没有理由创造理由也要促销”。

9、联合促销

联合促销

灯饰店铺可以联合家居、建材、实景店等一起做促销。这样一种互动的促销手段，能有效整合两个品牌的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了双方的资金，因此，是一个不错的方式。

但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算，费用分摊的原则举行的促销活动。

**促销活动策划书示例促销活动策划书的内容二**

自xx年xx月xx日起至xx年xx月xx日止，为期3个月。

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销xx公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购xx产品，以达到促销效果。

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买xx公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1.性能诉求：

真正世界第一!

xx家电!

2.s.p.诉求：

买xx产品，现在买!

赶上年货接力大搬家!

(一)为配合年度公司“xx家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以xx公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15″广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

(一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1.圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。

2.圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻;交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在xx国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1.“接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名，b地150名，c地150名，如下表：

表5-4“接力大搬家”幸运奖地域分布

区别次别

a地b地c地

首次抽奖100名70名70名

二次抽奖100名80名80名

合计200名150名150名

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3)每户10分钟，以接力方式进行。

2.“猜猜看”活动奖额

(1)完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2)附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠xx品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四)活动内容说明

1.收件期间：自xx年xx月xx日至xx年xx月xx日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于xx月xx日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15″cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

2.分两次抽奖原因：

①早买中奖机会高，第一次未中，还可参加第二次抽奖。

②活动期间较长，可藉抽奖分次活动，刺激消费者恢复销售高潮。

3.参加资格及办法

(1)超级市场接力大搬家部分

凡自活动日起购买xx公司产品价值1000美元以上者，以1000美元为一单位，可向各地总经销商索取幸运券一张，参加抽奖，多买多送。

①如电视5120美元即送5张。

②幸运券填妥寄xx总公司。

③三地各分北、中、南三区，幸运券亦分3色区别。

④以1000美元为单位即赠幸运券一张之理由如下：

不限买xx家电方可可参加，对所有xx公司产品均有相互促销作用。

b.让消费者依购买额之多寡，持有较多幸运券，吸引力较强。

c.对预算奖额并无差异。

d.经销商依各产品之在库金额请领幸运券，可以其为p.r.用。

公司、经销店以及参与企划、活动单位之员工及其亲属，不得

参加比抽奖活动，抽中者如被察觉，视为无效。

(2)“猜猜看”部分

任何人都可以参加，猜三地各区接力大搬家，搬得最多之金额，猜中者可得同等额之奖品，若两人以上同时猜中，则均分其奖额。另选数字相近之5人，各赠xx牌家庭影院一套。xx月xx日截止。

(3)幸运的新婚蜜月环岛旅游

凡被抽中为参加“接力大搬家”之幸运者，同时又是于此活动期间新婚者，另赠蜜月旅游券两张，以刺激结婚期xx公司产品之销售。

(4)奖额预算

300万美元以内。

(五)与上次“超级接力大搬家”改进之点

公司、xx公司经销商，以及参与企划单位之员工及其家属不得参加抽奖，抽中无效。

2.活动期间酌情拉长为两个月。

3.重点在促销，且此次拟举办“经销商说明会”，幸运券之分配，当较为妥善均匀。

4.用tv做现场节目介绍，并播放15″cf，可使消费大众对百货公司之超级市场有所了解。

5.积上次经验，针对百货公司之签约，当立下多利于我之条件，不致超出预算。

6.搬家时间全部均定为10分钟。

7.搬家日，另致邀函，请经销商到场参观，加强地方经销商之协调色彩。

8.报纸及此活动之广告表现，均重视优异性能并以“接力大搬家”来销，且媒体选择趋于大众格调。

9.媒体运用趋向于广告面广，并对超级市场之说明予以加强。

10.整个活动分两个高潮，促销效果大，并将试搬提前，对购买欲望之提高，将较有助益。

11.经销商政策已做全面改进。尤以p.p.物大量补充。指名率高。

12.售后服务，亦将在广告内提出，在整体配合上，改进颇多。

(一)活动部分

1.奖额150000美元

包括“接力大搬家”奖额及“猜猜看”奖额。

2.杂项11000美元

包括p.r.费、主持人费、车马费、误餐费等。

3.s.p.费用10000美元

包括幸运券、帆布袋、传单、布旗、海报。

(二)广告媒体费用

1.报纸180000美元

2.电视节目170000美元

170000美元

4.杂志12500美元

5.电台50000美元

总合计：735500美元

注：①整理费用拟利用工厂临时作业员两人协助，不另编列预算。②电台部分提高为8万美元。③应增列现场拍摄记录片多出制作费之费用约1万美元。④待呈准后，应详列预算表，并附正式估价单报准。

广告媒体之选择分析：

1.报纸部分

为配合“xx公司家电”市场开拓，此次报纸媒体和地方性报纸显见增加，并就此次活动，多发消息，以助其宣传。

2.电视部分

改变过去xx公司重视高格调之表现与节目选择，在广告表现上，采用平易近人的说明方式以slide及cf播放;在节目选择上，参考xx公司提出之10月份收视率调查结果，使其中层阶层更为明显，普遍对大众做“大众化”的诉求，如影片、连续剧、综艺节目的综合运用。

3.电台部分

突破历年来的保守方式，大量播放于地方台，并拟采用英语、中文配合播出。

**促销活动策划书示例促销活动策划书的内容三**

一、活动主题：《精彩换新装》——-换装开张

1、创造良好销售商机，增加客流提升销售额，全面打响xx店升级重张开业的第一仗。

2、通过重张开业让顾客获知装修升级后的卖场是一个感觉更舒适，商品更丰富、价格更便宜的××超市。

3、通过此次重张开业树立××超市价格新形象、整体服务新形象、商品质量新形象。

4、通过重张开业促销带动国庆、中秋节××超市市场占有率，提高各门店来客数、提高全司整体销售。

5、提高××超市在商圈的竞争力，打造××在××地区的商圈主导地位。

四、活动内容：

（一）商品促销

1、海报时间：9月28日—10月7日

2、海报内容：

b）开业彩页海报要求商品价格在当地市场有轰动效应，具体分配如下：

①彩页海报（9月28日—10月7日）大度16k、12p

②主题：《精彩换新装》——-换装开张

9月28日—10月5日

各课单品数生鲜食品非食品

开业抢购商品2p121612

正常特价商品6p102030

国庆、中秋主题商品2108

合计118个单品（生鲜商品可分时段抢购）

☆备注

1）月饼要求：

2）礼篮要求：

3）烟酒要求：

4）饮、保健品、茶叶

5）糖果、饼干、水奶

6）水果要求：

7）其他生鲜商品要求：

3、注意要求：采购部促销谈判须依以上要求执行，营运部负责组织商品，开业档9月20日12点以前提交草稿至营运部；营运部9月22日上午10时前将促销单品定稿传至企划部开始设计排版印刷，9月26日16点前海报分发到各门店。

5、费用：8000份×0、1元/份=800元

7、费用：16000份×0、55元/份=8800元

8、印刷预算：9600元

☆中秋主题陈列：

活动主题一：“月圆人团圆——中秋月饼主题街”

促销时间：9月28日——10月6日

商品要求：中秋月饼、礼篮组合、精品礼盒商品为主（详细由营运部规划组织）

（二）活动促销

☆全程促销活动：9月28日-10月12日

活动一、精彩换新装——同喜同庆

1、活动时间：活动期间内每天

2、活动主题：建议供应商活动时间建议形式备注

3、活动说明：

a）a、b活动采购须以表格形式例出开业期间每天厂家活动在9月20日传企划部。

b）服装展示会活动费用由相关服装专柜更平分，9月25日请采购将所有服装专柜资料传企划部。

五、促销活动

活动主题二：重张盛典震撼开篇

活动一、盛典起航锣鼓喧天（此活动限xx店）

活动二、换装开张——红包大放送（三店同时）

活动时间：9月28日开业当天

☆红包分类如下：每天1个：面值198元购物券

每天2个：面值98元购物券

每天8个：面值48元购物券

每天1000个：面值1元

a）活动时间：9月28日开业当天

b）活动形式：开业当天前300名顾客在xx超市xx店单票购物满18元以上，凭当日单张电脑小票可获赠8个装鲜鸡蛋一盒。限送前300名，送完即止。

c）费用预算：3元/盒×300盒=900元满48元送5斤装大米一袋

a）活动时间：9月28日至29日

b）活动形式：凡在xx超市xx店单票购物满48元以上（烟酒、家电类商品单票满150元以上），凭当日单张电脑小票可获赠5斤装大米一袋。每天限送1000袋送完即止。

c）费用预算：6元/袋×1000袋×2天=120\_元

活动四、中秋团圆，加一元多一件（三店同时）

活动时间：10月1日、2日

活动内容：活动期间在xx超市单票购物满额可即指定地点参加换购活动：

a）购物满38元+1元，赠500g装面条1包（限前1600名；××800名、老街500名、昌盛300名）

b）购物满88元+1元，赠10斤装大米1袋（限前150名；××100名、老街30名、昌盛20名）

店不参与）（烟酒、家电类商品参加此活动需在以上活动金额基础上升100元即可参加；服饰、鞋、床上用品、盒装月饼等其它百货专柜不参与此活动，敬请谅解）

费用预算：面条2元×1600名+大米15元×150名+油28元×120名=8810元×2天=17620元（注意：服饰、鞋、床上用品、皮具、文体玩具、名烟名酒、盒装月饼、一楼百货专柜不参与以上活动，每单每张电脑小票仅限参与一项活动，不可重复参与，小票不累加）

活动五、中秋节主题活动、提前送您中秋礼——免费“折”扣券

活动时间：9月8日-9月31日

饼优惠券一张，持此优惠券在9月28日至10月6日购买指定礼盒月饼可获相应优惠。

此活动在前档海报教师节促销中已经开始，优惠折扣券已发放，请注意券在9月28日至10月6日之间使用。注意活动的\'制作事项。

活动六、仲秋灯谜会——赏明月猜灯谜

活动地点：超市外场

活动要点：门店准备外场舞台，企划准备灯谜题背景喷绘，邀请演艺团专业主持人和音箱设备，采购负责组织活动赠品200份（价值2元~5元）。

费用预算：3元/份×200份=600元；演艺团人员600元（两场演艺费用由月饼供应商冠名赞助）

活动七、仲秋品月饼——速度挑战赛

活动时间：10月6日（××店）上午9：30开始（如遇雨天推迟至第二天）

活动地点：超市外场

手胜出，每组胜出者送50元××超市购物卡一张。（注：参赛者年龄限15岁以上）

活动要点：门店准备外场舞台，企划准备背景喷绘，邀请演艺团专业主持人和音箱设备，采购与供应商负责组织活动散装月饼100个（月饼直径10cm左右）

费用预算：50元/组×10组=500元；演艺团人员200元（演艺费用由月饼供应商冠名赞助）

活动八、买49送50——国庆、中秋，××让您“省”更多！

活动时间：9月28日至10月6日

活动形式：活动期间顾客在××超市××店超市区购物满49元送50元抵用券一张。（活动期间在百货专柜购物单张小票满200元可使用此50元抵用券直减50元现金。部分专柜不参与此活动，详情见店内公告）

费用预算：活动让利部分供应商承担

费用细则：活动期间，除自行收银专柜外，统一收银专柜必须全部参加，参加专柜商品不得擅自调价。

六、宣传计划：

1、dm宣传

门店数量（份）店内发放（份）员工店外投（份）

老街店35008002700

昌盛店250050020\_

其它分店1000100份/店

2、员工宣传

宣传促销活动”；

3、短信宣传：针对现××地区所有中国移动、中国联通、电信小灵通用户以发送短信方式进行宣传（内容待定）

费用预算：2200元

4、车队宣传：组织两辆小货车和12辆摩托车的车队进行全区各主街道和各主要乡镇街道进行宣传，同时另有12人的随队人员进行海报派发，车队要真正做到深入××区的每一个角落。（车队的整体装饰为主要活动内容）

费用预算：1000元

5、其它宣传：喷绘、三店外场巨型喷绘、街道条幅、电话信息宣传、社区腰鼓队、海报派发。

费用预计：20xx元

6、外区、乡村分店宣传：开业前三天2台大巴在邻近乡村之间来回免费接送购物顾客（具体线路待定），免费购物巴士到达各分店负责好停发跟踪，同时各分店分发dm海报。

费用预计：500元×2台×3天=3000元（免费购物巴士费用）

七、开业项目费用一览表（略）

**促销活动策划书示例促销活动策划书的内容四**

目的：吸引目标顾客，尤其是女性顾客的目光，激发顾客的购买欲望，促进卖场销售的增长，并吸引新顾客群的注意力，培养顾客的忠诚度。同时，结合×.×消费者权益保护日这一节日，穿插公益活动，营造本商场注重消费者权益的良好公众形象;同时塑造和提高商场的品牌形象,提升商场的知名度和美誉度。

时间：×月×日----×月×日

一、活动主题

三月女人天，亮丽妇女节

二、活动目的

刺激和诱导顾客消费，回升消费热情，提高总体的销售额。

三、活动内容

1、家庭好“煮”意

目的：以目前的影视娱乐新闻来刺激消费者，尤其是目标顾客群，以达到与顾客联络情感，培养忠诚度的目的。

活动时间：×月×日-×月×日

活动内容：

活动期间，商场向广大顾客收集家庭好“煮”意，无论是你学来的，还是你亲身体会的;不管是炸、炒、滚，还是煮、焖、蒸，题材不限，你都可以把你的好“煮”意写下来，并投到商场家庭好“煮”意征集箱内，凡参加活动的顾客均可领取小礼品一份(店内库存赠品)，每天限×份，送完为止。商场将于×月×日邀请店内专业厨师从中评选出创意大奖×名，最佳“煮”意奖×名和“煮”意奖×名。

商场将于×月×日将评比结果公布于正门宣传板上，并附上好“煮”意的菜谱，中奖的顾客于×月×日前凭有效证件到商场服务中心领取奖品，逾期作废。

最佳“煮”意奖：奖价值×元的商品(×名)

“煮”意奖：奖价值×斤大米×袋(×名)

备注：评奖结果如有一人获多个奖项时，只赠送顾客一份奖品。

2、商场送出的美丽——“美丽与您同行生日有我相伴”活动

活动时间：xx年×月×日——×月×日

活动主题：美丽与您同行生日有我相伴

活动细则：

①凡于×月×—×日出生的女性均可参加本项活动。

箱”中(请在小票背面写上姓名和联系方式)，就有机会获取商场妇女节礼品包(xxxx阿胶乌鸡精×盒(×ml×10)、洗发露、牛奶)。

③ ×月×日下午将从“妇女节幸运抽奖箱”中抽取×名幸运的女性朋友，名单公布在商场正门宣传板上。

④领奖时间：×月×日下午—×月×日，逾期作废。

3、扮靓女人天，购物添光彩

活动目的：吸引目标顾客，尤其是女性顾客的目光，激发顾客的购买力，促销卖场销售的增长，并吸引新顾客群的注意力，培养顾客的忠诚度。

活动时间：×月×日—×日8：×—18：×

活动期内，凡在本商场超市购物的女性顾客(无论金额多少)和在本商场购物满×元的男性顾客，即可参加大转盘一次，如果你转中的时间正是你购物的时间段，我商场将赠送您相应的三八节礼品，奖品多多，幸运多多，一票限转一次。

时间设定(每×分钟为一单元)：

8：×——9：×赠蒙牛牛奶×盒

9：×——9：×赠蒙牛牛奶×盒

9：×——10：×强生婴儿滋润沐浴露×ml

10：×——10：×赠蒙牛牛奶×盒

10：×——11：×美加净柔润护手霜×g

11：×——11：×赠万基女人缘美颜口服液×盒(×ml×4)

11：×——12：×美加净柔润护手霜×g

12：×——12：×天成当归阿胶乌鸡精×盒(×ml×10)

12：×——13：×赠蒙牛牛奶×盒

13：×——13：×厦士莲洗发露×瓶×

13：×——14：×赠蒙牛牛奶×盒

14：×——14：×强生婴儿滋润沐浴露×ml

14：×——15：×赠蒙牛牛奶×盒

15：×——15：×血尔口服液(×ml××)

15：×——16：×赠蒙牛牛奶×盒

16：×——16：×赠沙宣加强造型啫哩×ml

16：×——17：×赠蒙牛牛奶×盒

17：×——17：×赠夏士莲洗发露×瓶×

17：×——18：×赠蒙牛牛奶×盒

18：×——18：×强生婴儿滋润沐浴露×ml

18：×——17：×赠蒙牛牛奶×盒

19：×——19：×美加净柔润护手霜×g

19：×——20：×赠蒙牛牛奶×盒

20：×——20：×赠万基女人缘美颜口服液×盒(×ml×4)

预计每天每个时间单元送出的赠品×盒，机动费用×元

备注：企划部须根据客流等情况，将赠品赠送数量尽量控制在预示之内，(如控制好时间、参与人数等)，若有赠品赠送数量高于预计数量，必须使超出费用在机动费用×元以内。活动时间以购物小票上的时间为标准，商场保留活动的一切解释权。

4、“老朋友，更真诚”消费者恳谈会

目的：利用×消费者权益保护日这个节日，在活动中注重以公关活动为主，

营造本商场注重消费者权益的良好形象;同时塑造和提高商场的品牌形象。

活动时间：xx年×月×日上午9：×—12：×

活动内容：

亲爱的顾客朋友：

您们好!

感谢您一直以来对本商场的热心支持，有你的日子，我们发展得更快。老朋友，更真诚，为了让我们做得更好，为了让我们更了解你的需求，为了让我们更亲近，我们将于×月×日上午9：×—12：×在商场正门开展“老朋友，更真诚”消费者恳谈会活动，届时本商场的处长、经理和店长等领导将和您对面，处理你的投诉、接受你真诚的意见和建议!

老朋友，更真诚，让我们相约×.×，xx商场永远是您的好朋友!

再次感谢您对xx商场的支持和厚爱!

活动细则：

②编排好处理你的投诉、接受顾客建议的人员安排表，保证人员职位为处长以上，在场人员不少于×人。

5、“因为奉献，所以快乐”公益义捐拍卖会

目的：利用三八妇女节和×消费者权益保护日这两节日，在活动中注重以公关活动为主，穿插商场的促销活动，营造本商场注重消费者权益的良好形象;同时塑造和提高商场的品牌形象。

活动时间：xx年×月×日——×月×日

荣誉证书，同时每位义捐的顾客均可得到由本店店长签字的纪念书签一张。

因为奉献，所以快乐

请让我们一起

用真诚去服务顾客

用承诺去保证质量

用爱心去编织温暖

用行动去奉献爱心

……

\*作细则：

②服务中心、防损部和企划部负责收集顾客捐赠工艺品，并进行编号、保存和登记(包括工艺品主题、规格、工艺品的来历、顾客的意愿拍卖价格和顾客的基本资料如姓名、身份证号和联系方式等)，认真填好捐赠登记清单，并须顾客签字和防损值班人员签字确认。

④企划部需做好工艺品的陈列展示工作包括放置工艺品资料;

⑤企划部、防损部、财务部、收银部需做好义卖金额统计和上报工作;防损部需严格监督义捐拍卖过程，企划部、财务部须认真填写《xx商场×工艺品义捐拍卖清单》并需企划经理、店财务经理和防损人员、店长签字确认，并于活动结束后×天内(即×月×日前)将《xx商场×工艺品义捐拍卖清单》统一由总部财务部转给相关慈善机构。

控制方案(controlling)

①必须在大门口或明显促销区域堆头陈列。

②背景音乐：店内广播反复宣传。

③入口处粘贴大型pop、大条幅，配合店内气氛pop。

④dm海报派发：×万外派(第一、二商圈)。

⑤店内员工必须熟悉活动整体内容及\*作方法

⑥保证赞助赠品和促销商品货源到位。

⑦按策划方案做好促销营运工作，按气氛布置样图制作和布置商场气氛布置，做好促销活动前的赠品、礼品准备。

⑧宣传部负责跟踪宣传促销活动，撰写媒体软广告，以形成良好的促销效果。

**促销活动策划书示例促销活动策划书的内容五**

1、一重礼：进店免费礼、一重礼： 无需购物，进店就有礼。活动期间内所有顾客凭单页进店登记后均可免费领取精美礼品 一份。促销说明：活动期间礼品发放数量限前 30 名进店的消费者(预计 10 天 300 个)。商 家可自行选择，建议商家在中秋前可用月饼代替礼物。

2、二重礼：国庆特价礼、二重礼： 惊爆价，立马优悦车型\_\_1900\_\_\_\_元/辆，立马 200 车型\_2100\_元/辆(推出两款特价车，不参与其他礼品及服务活动)，每天限购 10 辆。本数量仅供参考，商家可以根据自身情况自 行申请。

3、三重礼：中秋团圆礼(特价车除外、三重礼：中秋团圆礼 特价车除外 特价车除外)月饼是中国人中秋不可或缺的象征团圆的礼物，又因中秋在国庆之后，可以以月饼作为 礼品，更显得贴近时节和氛围。立马商户可和一些超市和商店协商，购车时以月饼为礼物送 出，到活动结束后再结账。也可由商户自己视情况而定。月饼档次不能太低，在利润范围内 尽量保持月饼的档次，根据店里面的低利润车型送月饼。

4、四重礼：购车豪华礼(特价车除外、四重礼：购车豪华礼 特价车除外 特价车除外)根据不同价位段的车型设立不同的礼品赠送，售价越高利润相对越大。针对购买高端车 型的客户，在保证利润的范围内，送豪华大礼包。大礼包可由沙滩椅、购物蓝、打气筒、防 盗锁、头盔、电磁炉(商家自己购买)等自由组合成多个不同大礼包。⑴、高端价位车型(如公主马八代、立马喜运、追风马、劲悦、立马鸿运等)的赠送豪华 大礼包一个!礼品建议：沙滩椅、购物蓝、打气筒、防盗锁、头盔、电磁炉;⑵、中高端价位车型(如立马追梦、立马劲驰、公主马五代、双喜马、立马风锐、立马 300、立马 700 等)的赠送大礼包一份!礼品建议：沙滩椅、购物蓝、打气筒、防盗锁、头盔;⑶、中端价位车型(如立马风行、立马 a 梦、阳光马三代、好运马二代、金鹰马等)的礼 品建议：购物蓝、打气筒、防盗锁、头盔;⑷、中低端价位车型的礼品建议：打气筒、防盗锁、头盔。

5、五重礼：中秋红包礼(代金券后附、五重礼：中秋红

包礼 代金券后附 代金券后附)凡是在活动期间的每天上午 10 点和下午 16 点准时派发中秋红包礼，红包礼 50 至 200 元不等，红包派发方式从面额 200 元发至 50 元，先到先得。

6、六重礼：国庆现金礼(特价车除外、六重礼：国庆现金礼 特价车除外 特价车除外)活动期间凡购买正价车型的消费者凭购车发票或收据即可参加抓现金一次。抓现金单据 当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。备注说明： 备注说明： 建议此活动商户在平常卖车时也可采用。

一、现金付出不多，二、易树立口碑。

等维修保养服务。并可以收到价值 50 元的立马售后维修服务卡。活动期间，购车的消费 者可享受：购车一个月内，出现任何非人为问题，商家无条件退还 10%购车款。商家需登 记购车日期，金额，车型、有效期等内容。建议商户也可以根据需要做其他的服务项目。如凡在活动期间购车的消费者，可免费换 一次大灯，终身免换刹线等在骑行过程中不易损坏的零部件的服务活动，积聚人气和树立形 象。

1、发放彩页可从活动前 6 天至 7 天发放一直延续到活动结束。先确定发放人员，对其 进行必要的培训，使其能够正确理解活动的各项事宜。其中包括时间、地点、主题、优惠活 动、有关促销礼品如何发放等信息。为使其宣传覆盖面广，信息传达要精准有效。有条件的 可进入小区、社区进行发放宣传。

2、海报：在活动前 7 至 8 天，在人流量比较大的广场、街道、社区旁边粘贴海报。海 报内容包括时间、地点以及能够吸引消费者前往的促销礼品和活动内容。

3、电视媒体的滚动字幕预告，在活动前 6 至 7 天开始宣传至活动结束。这个宣传方式 具有临时性和集中性，应在当地主流电视台和收视率较高的电视台做流动字幕，以保证最广 泛的传达信息。

4、报纸软文在各地的受众也是很广泛的。应提前 7 天左右开始宣传，同时需要很强的 连续性，至少在一周内隔天发布三-四次。从这个侧面也能很好的传递信息，也有很高的可 信度，深受部分消费者信赖。

5、活动期间，有条件的可路演，邀请演艺公司在活动期间在专卖店门口组织文艺演出 活动，以吸引人气。也可以自行组织演出。

6、电视广告：在活动前 6 至 7 天开始宣传到活动结束，针对有条件的商户可以选择。它具有受众广，影响大，传播途径具有影响力等优势，也易于阐述活动内容。

7、短信宣传：通过移动公司，以短信为平台，宣传活动;为老客户发送国庆、中秋相关 活动信息，活动期间免费给老客户保养电动车，同时挖掘潜在的消费者。

十一、中秋喜庆的气氛和达到广而告之的目的均可。

1、拱门、彩旗、地毯、吊旗、气球、易拉宝、花篮等传统方式都可以采用。气势一定 要大，譬如多个拱门，一字排开等，才能够真正做出气氛来。同时礼品的摆放也要有气势，堆头要大，给人感觉礼品很多，很值钱等。如腰鼓队、露天电影等形式的目的一个是吸引前 来参观的顾客的注意，能够准确找到位置;也是对现场氛围的营造也是一个补充。(1)周边街区：邻近街和市区主干道布标宣传。吊旗、条幅等设计制作以传统佳节“中秋 节”及国庆节为主题，烘托喜庆的节日气氛。(2)店外：大门口上方悬挂大红灯笼。设计制作中秋节及国庆节的主题橱窗广告，增加 节日的喜庆气氛;(3)门外陈列标示企业 logo 的刀旗，门外设置大型拱门，店前设立大型主题展版一块，发布活动主题或张贴海报，门口用气球及花束装饰。海报由策划部提供设计模板，商家在做 活动时候自行组织填写和张贴。(4)精心卖场环境，活动期间人流量比较大，应当针对此次活动做出相应调整，整洁、宽敞为宜。尤其柜台必须醒目、干净，布置大方、得体。(5)店内： 店内： 店内 门口设立明显标示立马 logo 的接待处，条件允许的话可以设立迎宾和导购小姐。设立导示系统，设立明显标示企业 logo 的指示牌。十一期间人员流动量大，店内相关区域应设立休息处，配备服务人员并进行礼品和宣传 品的发放。店内相关位置设立业务宣传台，摆设相关礼品、宣传品展示品，并提供咨询服务。

2、具体细节(1)礼品发放处布置处放好打印好的表格和笔，登记购买顾客的一些个人资料(姓名、工 作单位、家庭住址、联系电话(领取礼物后邀请顾客填写)，利于回访。(2)立马电动车的宣传资料、此次活动内容的单页等相关资料要准备充分。(3)工作人员要求统一着装，避免较大人流时找不见自己的人，造成不便。(4)店内建议配备音箱设施，但声音不宜过大，以免产生噪音。

1、电视的广告费用：

2、条幅的设计制作费用：

3、吊旗和海报印刷费用：

4、促销传单印刷费用：

5、促销礼品费用： 元。元。元。元。元。

6、舞台租赁和搭建费用：

7、报纸宣传费用： 元。元。

8、立马售后维修服务卡的制作费用：

9、购物抓现金： 元。元。元。元。

10、代金券印刷费用：

11、其他应急费用：

吸引顾客。

前车之鉴，后车之师。活动结束时应对此次活动进行清算和评估，对销量、盈利、费用 等各相关事宜进行整理。并总结此次活动的效果、宣传是否到位、礼品发放是否有吸引力、导购员在活动中是否能很好的完成任务、活动是否有效额吸引人流、价格方面是否存在优势、那些活动更吸引消费者眼球等各个方面进行总结，为下次做大型促销活动积累经验。从中找 出不足和在实施过程中出现的问题。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找