

春节促销主题活动方案 7 篇

春节是中国的传统节日，也是一年中最最重要的一个节日，因此春节的活动也是多种多样的，不妨坐下来好好写写活动方案吧。以下是整理的春节促销主题活动方案，希望可以提供应大家进行参考和借鉴。

春节促销主题活动方案篇 1

20X 年春节即将到来，为回报广阔顾客让顾客购得最实惠、最好的年货，商场将推出“满 XXX 送 150（年货券）”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

春节活动方案：满 XXX 送 150（年货券）

1、活动时间：X 年 X 月 X 日——X 年 X 月 X 日

2、活动内容：活动期间，在商场累计购物满 XXX 元、购置童车满 200 元、购置照材类、小家电商品累计 300 元，可获得大家庭年货券 150 元；购置大家电类商品累计 XXX0 元，可获得商场年货券 XXX 元（超市、黄金、手机、裘皮等特别商品除外）。

3、年货券分配比例（全部为购物券）：

1) 年货券：除黄金、手机、裘皮等特别商品外，在商场均可运用。

2) 压岁券：限在初一至初七期间运用，除黄金、手机、裘皮等特别商品外，在商场均可运用。

3) 元宵券：限在正月十五运用，除黄金、手机、裘皮等特别商品外，在商场均可运用。

4) 烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5) 礼品券：仅限商场内运用。

6) 翡翠券：仅限商场及珠宝宫运用（黄金、铂金除外）。

4、赠券运用规章：

1) 赠券只适用于商场内，复印无效；

2) 赠券需对等消费或按比例收券；

3) 赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券；

4) 现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还；

5) 赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客；

6) 赠券消费，在活动过后退货时，赠券与现金一并退还顾客。

春节促销主题活动方案篇 2

一、活动时间及总体目标

通过年夜饭策划活动，扩大饭店的知名度，强化与客户的感情联系，引导洪洞县人民的消费，从而取得肯定的经济效益和社会效益。

二、策划内容

一) 年夜饭套餐价格：

a、五福迎门宴。

b、六六大顺宴。

c、恭喜发财宴。

d、吉利如意宴。

e、飞黄腾达宴。

f、金蛇闹春宴。

g、金玉满堂宴 588 元/桌 688 元/桌 888 元/桌 1288 元/桌 1688 元/桌
2888 元/桌。

二) 包厢年夜饭优待细则:

1、凡来就餐的客人, 每桌赠予糖果一盘, 干果一盘, 果盘一份。

2、每桌均可参与幸运大抽奖活动, 桌桌有礼, XX%中奖。

3、用餐标准到达 888 元及以上, 赠予一般标间打折卡一张。

用餐标准到达 1288 元及以上, 赠予一般标间打折卡一张, 并免费畅饮软饮料。

用餐标准到达 1688 元及以上, 赠予一般标间打折卡一张, 免费畅饮软饮料及本地啤酒, 并赠予本地红酒一瓶。

4、每桌免费赠予新年吉利饺半斤, 大年三十晚持续到正月初五。

三) 实施步骤:

- 1、与餐饮部和出品部沟通，熟识套餐的具体内容，做到心中有数。
- 2、划分客户群。（挑选 vip 客户）
- 3、拜见客户并竭力争取订单，并告知客人订餐时间需提前十天。（掌握包厢入座标准）
- 4、规划接待桌数掌握在饭店能承受的范围之内并通知餐饮部提前做好准备。（再次划分入座标准）
- 5、布置大厅营造喜庆气氛。

三、装饰方案为衬托饭店春节气氛，突出中国传统节日的喜气，今年春节布置主色调以红、黄两色为主，以到达欢乐祥和的节日气氛效果。

特制定 X 年春节饭店装饰布置方案，请领导赐予指示。

主题：春节（爆竹声中一岁除，春风送暖入民俗）—情人节（鲜花 vs 巧克力）—元宵节（元宵灯火人如炽，一派歌声喜若狂）详细装饰方案如下：

饭店外围：

- 1、外围植物绕拉花、满天星，饭店正门口立大盆金桔，顶棚挂大红灯笼，停车场斜拉彩旗。

- 2、led 屏飘字“山西大槐树民俗饭店恭祝全县人民新春欢乐”

- 3、大门口两侧贴“辞旧岁喜看江山更美，迎新春展望前程似锦”对联，“恭贺新禧”横批。（对联内容请领导修改）

4、饭店大堂玻璃门贴猪年生肖剪纸图案或招财进宝图案，四扇门一一对称。

5、三、四楼阳台栏杆插上彩旗。

大堂：

1、大堂吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间挂一中国结或宫灯。

2、总台收银顶部红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间也挂一中国结或宫灯。

3、总台两边（原放置圣诞树的位置）立两棵大金桔盆栽，上面绕满天星，挂红包袋作装饰，总台两边大柱子上各挂一大号中国结。

4、总台上摆放元宝塔，其他植物均绕上满天星、拉花装饰。

（联系绿化盆栽供应商按时更换盆栽）。

5、大堂吧墙面上贴生肖剪纸图案。

6、后院通道门玻璃贴类似大门装饰图案。

7、播放春节背景音乐，大年二十八开头播放。

餐厅：

1、包厢通道吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间挂一中国结或宫灯。

- 2、宴会台背景墙装饰一春节图案。
- 3、餐厅收银台上方吊顶挂小灯笼装饰，摆放金桔盆栽。
- 4、全部包间植物上挂红包袋、洒彩花、小元宝。
- 5、电梯口的背景墙上悬挂 2 米高“恭喜发财”祝愿画，挂于人手碰不到的位置。
- 6、迎宾处通道门原圣诞老人图案改成财神图案
- 7、二楼餐厅通道墙壁上贴各种吉利祝愿语，
- 8、播放春节背景音乐，大年二十八开头播放。
- 9、大年三十有人穿唐装扮演财神、在饭店给小好友发红包（红包内装 1—5 元不等）

总台及楼层：

- 1、总台及大堂顶部挂小红灯笼。
- 2、各楼层电梯口挂红灯笼。

四、广告宣传

- a、店内 led 屏飘字（大槐树民俗饭店年夜饭火爆预定中……）
- b、宣传单页与房间打折卡

（1）由营销部负责设计制作年夜饭、元宵节宣传页，并联系印刷公司，于 1 月 25 日前印刷完毕并派发各包间及各大企业单位；

(2) 派发宣传单页的对象为政府机关领导、在店消费过的老客户以及新住进的新居客及用餐的新客户等，将饭店对他们节日的问候和祝愿与饭店的节日促销活动内容结合在一起。

c、电视台广告：

文字内容：岁末将至，大槐树民俗饭店依据洪洞县人民传统习惯，为大家细心烹制了风味独特、美味可口的年夜饭套餐，并有装扮喜庆温馨的大小包间以及一流的服务让您和家人好友在温馨祥和的气氛中共叙这一年的酸、甜、苦、辣，展望新一年的美妙生活。订餐就送大礼包，就餐桌桌有礼品。更多惊喜等着您！

d、祝愿短信

五、饭店收益测算

饭店从1月25日至2月14围绕年夜饭主题进行的一系列经营策划活动，只要策划精确、宣传到位、促销主动、落实认真，肯定能够取得良好的经济效益和社会效益。

春节促销主题活动方案篇3

众所周知，春节是白酒销售的黄金时间，各个酒厂都在挖空心思制定春节促销活动方案，来完成产品销量的大化。商超渠道始终都是白酒春节销售渠道的一个重要战场，结合白酒产品特点和商超实际情况。只有有备无患，做好商超春节促销前期准备工作，才能确保在春节销售大战中斩获佳绩。

一、提前做好春节白酒促销方案

由于卖场销售的计划性很强，所以白酒厂家要至少提前一个半月和卖场确定活动的内容和档期，由于每个卖场堆头和端架的黄金陈设位置是有限的（一般只有2—3个位置），堆头好的位置依次为酒类主通道、酒类货架中间区、商场堆头区和收银台堆头四个位置。各个卖场在两节期间一般会把堆头和DM的档期分为三档或更多，档为圣诞期间（多为红酒），第二档为元旦期间、第三档为春节期间，目的是以丰富的促销活动内容来吸引广阔消费者的购置爱好，也同时让厂家提供各种费用的支持。所以厂家应当提前做好相应的各项准备，做好明确的促销活动方案和投入预算。

（一）促销活动主要分为以下两种形式

1、人员买赠（针对商超选购课长、店长的活动）

A、对有订货权的选购人员施行订货销售嘉奖，即根据春节期间主推产品订了多少货设置阶梯嘉奖（春节卖场退完货后依据实际订货数量执行嘉奖）。嘉奖依据实际订货（节前订货-节后退货）按件数或订货金额来计算。嘉奖可以分为旅行或现金提成的方式，目的是确保卖场在春节期间不断货，有充足的货源销售，对卖场压货，迫使卖场销售大化。

B、销售嘉奖：针对卖场执行详细活动的课长绽开的销售嘉奖。选购将促销产品的货订进来了，花了陈设费用将堆头摆出来做了海报，如何将产品卖给消费者主要看卖场主管怎么来推动，要对卖场陈设有直接确定权的课长或经理施行销售阶梯嘉奖，在节后依据卖场的实际销售件数提成（方

法同上），以此来带动卖场负责人的积极性，引起对我们产品的剧烈关注和重视。

C、将我们对客户的团购政策要对接到各商场详细门店的团购部或者是课长那里，再单给政策，可以给到顾客也可以给到操作团购的商超管理人员，以此提高产品销量。

2、产品买赠（针对顾客的活动）：针对顾客购置产品满多少送相应价值的礼品/返什么东西

A、返券：返给顾客的购物券（凭收银条兑换）；

B、返现：返给顾客的现金（凭收银条兑换）；

C、送购物卡移动充值卡烟：依据顾客购置比例嘉奖给顾客（凭收银条领取）；

D、在报纸媒体刊登春节促销活动广告，持广告累计消费 X 产品多少金额可以凭收银条到固定点兑换以上嘉奖等；

E、到达肯定金额或数量送本品、小酒、光瓶酒、红酒、高档礼品（茶具、工艺品、钱夹）。

二、商超备货（总部订货和门店订货）

促销活动方案制定完成后，结合每个门店的销售情况和此次促销产品品种，进行提前备货，以应对春节期间的销量井喷导致的缺货或品种残缺。

() 由于每个商超系统都有库存天数考核和库存容量考核，谁先把货备到商超的仓库，春节销售就可以事半功倍，因此我们的活动要早点与卖场确定，尽早把促销活动的产品送到卖场指定的仓库。

(2) 11 月底前完成商超促销产品的送货是好的时间点，迟 12 月 10 日前必需将货送到卖场指定仓库，否则将影响春节期间的陈设及销售。(正常年份如此，今年要稍晚点)

(3) 要协调好经销商的送货，同时承诺卖场大量备的货假如在春节后销售不好，将无条件按时给卖场退货，以此来削减卖场备货人员的压力和工作风险。

(4) 节后没有卖完的货要积帮助卖场要求经销商按时退货，并对之前提出的订货和销售嘉奖按时兑现，为第二年的春节做好铺垫。

三、促销人员聘请与培训

由于白酒的淡旺季比拟明显，考虑到投入产出的问题，白酒厂家一般在市场的淡季 3—8 月份只在商超渠道里保存很少的导购人员。而在市场的旺季特别是在春节期间在商超增加导购人员和促销人员，所以导购人员的队伍很不稳定。为此要求各个市场经销商及业务员要建立临时促销员的档案库，搜集备份临时促销人员的联系电话、工作情况等信息，以便在用人之时可以按时聘请到适宜促销代表。

(一) 聘请要求及建议

选择适宜的促销人员是促销活动胜利与否的关键之一，在聘请促销人员时，要参照公司相关标准的同时，也要留意其年龄、学历、形象、声响以及谈吐等，促销人员的综合素养往往会成为其工作状况和工作业绩的主要影响因素。

建议在两节促销期间多运用一些 30 岁左右的女士。原因有三，一是这个岁数的人有肯定的生活压力比拟珍惜工作到达的时机，哪怕是短期的。二是白酒两节期间销售量较大，上货需要肯定的体力”，在这方面年轻的女孩承受不起。三是商超一般都把厂家的导购当作自己的员工一样运用，盘货时要加班加点，还要倒早晚班，大多数年轻女孩吃不了这个苦。

（二）培训内容

1、企业文化培训：作为促销人员，应当了解公司的历史、成长过程、公司的价值观等，这样促销人员在商超工作的时分才有明确的行为标准。

2、产品学问培训：在促销活动开头前，肯定要要对促销人员进行产品学问培训，包括产品的卖点、目标客户是什么人、产品有多少种、每种产品的特点、价位，促销人员务必要做到对产品的各个方面了如指掌。

3、工作程序培训：如促销员几点到达促销地点、着装、午餐如何布置、报销量等。由于商超的环境千变万化，对促销员的工作程序要越明确越好，这样可以尽可能的削减突发大事对促销活动影响。

4、岗位职责培训：包括促销员的销售讲解、活动的讲解、定期报销量、按时预先补货等。

、促销方案培训：包括销售任务、促销时限、方式、赠品发放等。

6、促销技能培训：在同顾客沟通过程中会遇到各种各样的障碍，障碍处理的根本技巧包括：

(1) 有备无患：事先作好充足的准备工作，多了解产品学问，并预先准备好可能提出的各种问题的答案，这样在客户提出各种问题时就可以冷静解答；

(2) 在没有了解清晰顾客提出的问题时，千万不要随便答复，肯定要询问清晰，对一些不值得答复或不便立刻答复的问题也不要容易透露；

(3) 有时可以巧妙的进行反问。如客户提出：“大家普遍都觉得你们的产品太贵了”，这时你可进一步了解：“他们认为贵多少？”或者是“他们是拿什么产品相比的？”；

(4) 有时可以恰当的赞美对方为专家等。

四、商超气氛营造及留意事项

(一) 商超气氛形式

商超是春节期间人流量比拟大的地方，因此商超气氛营造很关键，气氛营造形式总体有以下几种：

1、POP海报——商超气氛常见的，大多以减价、折让、优待销售为主要诉求内容，借以嘉奖、吸引消费者购置，另一类则以形象诉求为主，其内容为群众传媒广告的浓缩。

、包柱广告。主要是真对商超中的柱子进行气氛营造的一种形式，通常有包柱酒柜陈设和和单纯的包柱广告，前者的效果会远远优于后者。

3、灯箱看板。利用在商超的店内制作室内灯箱和在酒柜陈设架上制作KT看板等进行气氛营造和宣传。

4、电梯楼梯。商超的电梯和楼梯是商超人流量大的地方，也是常见进行气氛宣传的好场所，电梯楼梯广告主要包括电梯的扶手内外壁和电梯上面的吊牌。

5、独特广告制作。可以结合商超空间的特点以及公司的广告VI进行独特化广告制作。

6、视听广告：如商超内的电视、播送等，我们常常可以在商超看见电视在宣传X商品的特性，或者播送里在说X种商品的特点。

（二）堆头位置留意事项

商超促销开展堆头陈设的形式是为常见，因此堆头位置的选择比活动内容更为重要。为了获得一个好的堆头位置，许多业务员没少跟卖场的选购和主管磨嘴皮子，拉关系，套近乎，当然也没少花钱，由于，大家都明白堆头位置的重要性。所以，卖场对此也很重视，哪些位置才是所谓的好位置呢？

1、卖场入口正面；

2、卖场入口右边个堆头位置；

- 、卖场促销区逆时针首排位置；
- 4、收银台前促销位；
- 5、墙壁货架的转角处。

许多时分我们会遇到好位置但价格很高，而手上没有那么多费用预算，或者这个好位置已经被竞品给预定了，那怎么办？退而求其次，在选择堆头位置的时分我们要尽量防止以下的情况。

- 1、尽量防止与同类、相像而且价格低于本品的产品相邻；
- 2、尽量防止在仓库、卫生间出入口及黑暗的角落建立堆头；
- 3、尽量防止在店门口两侧的死角建立堆头；这个花了钱不能取得良好的效果。
- 4、尽量防止在气味剧烈的商品旁建立堆头，遇到气味剧烈的商品，消费者大都会选择绕道而行。
- 5、破旧包装上陈设是堆头的大忌。破旧包装上陈设也是营销人员常常犯的错误。

（三）堆头打造要点

- 1、主题鲜亮：主题要结合节日及特定推广的产品，主题要鲜亮易懂，且意义表达直观；效果颜色要鲜亮，要具有视觉冲击力。
- 2、堆头的包装材料：一般上方采纳吊牌，侧面用KT板包装。
- 3、依据不同形式、不同大小的堆头采纳不同的堆头包装方式：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/046045213112010133>