

春节营销活动策划方案 15 篇

春节营销活动策划方案 1

一、主题：

放飞梦想希望无限（活动前背景音乐“超越梦想汪正正”）

二、活动时间：

1 月 20 日 14 点（根据预订情况决定，时间二小时以内）

三、活动地点：

酒店

四、参与对象：

酒店全体人员

五、活动主持人：

六、活动流程

第 1 个环节：风雨同程（背景音乐建议采用西安总经理年会背景音乐）

本环节主要内容：展示酒店（可介绍酒店或酒店未来的发展方向）新春寄语（员工入场时投入已经准备好的抽奖箱中，每个员工为自己、家人、朋友或公司写下一句祝福，号码由行政部提前发放到员工手中，以便于最后抽奖，）公司高层致词（执行董事黄永中先生、总经理赵润森先生）大型歌舞节目一个介绍酒店的员工情况（度酒店感动人物暨优秀员工事迹，建议参照感动中国的颁奖程序，有颁奖词、颁奖嘉宾及影像资料）

第 2 个环节：感动时刻温情常在（背景音乐“感动韩红、不能没有你那英”）

本环节主要内容：庆祝近期时间员工生日回顾酒店筹开军训培训影像资料节目两个

第 3 个环节：青春无限梦想飞扬（背景音乐“想唱就唱”）

本环节主要内容：春节 style ；衣食住行玩。节目三个互动游戏（团结协作型“因为有你，我的世界更精彩”）

第 4 个环节：激情荡漾畅想明天（背景音乐“我相信”）

本环节主要内容：传递快乐心情（现场传动一支话筒，由主持人随意叫停，如话筒在谁手里，由他说出对酒店想要说的话，并参加现场抽奖，现场堆放数个气球，里面有不同的奖品，也可能是惩罚等）放飞希望（抽奖，由现场的观众抽取 6 名幸运者，一等奖 1 名，二等 2 名，三等奖 3 名）

七、活动准备工作：

行政部：主要负责本次活动规划、预算、组织、协调各部门

培训部：协助行政部完成本次活动，对活动整体策划、节目选定、化妆费、服装费等发生的相关活动费用报帐工作。

工程部：活动当天 14:00 前完成音响灯光调试，2 个无线麦克风、2 个有线麦克风、2 个麦克风架，负责活动现场背景音乐和员工节目音乐播放。

餐饮部：负责活动当天 14：00 前场地布置完毕（绿色植物、彩带等）。

春节营销活动策划方案 2

一、活动背景

春节是中国民间最隆重最富有特色的传统节日，在这一天人们举家团圆、共贺新春，迎禧接福、祈求丰年。也是在这一天，人们走亲访友、礼尚往来！我们的春节促销活动就是在这样一种浓浓的节日氛围下热闹开场，本次的促销主题是——“新春派好礼，红运喜当头”，满额即送新年利是封 1 个（内附特惠券），除特惠券券可以继续吸引顾客前来再次消费外，还推出一款有浓浓新春特色的××套餐，买套餐即送卡通公仔一个，卡通公仔采用了虎年最热的虎造型形象，憨态可掬，可爱十足！活动现场气氛喜庆热闹，不仅烘托出了春节浓郁的传统文化特色，同时也表达了派乐对顾客新一年的美好祝愿！

二、推广目标

- 1、节日期间营业额较上年同期有大幅提升；
- 2、营造店内欢乐的节日气氛；
- 3、全面提升派乐品牌形象。

三、活动主题

新春派好礼，红运喜当头

四、活动内容

活动细则：

1、凡购买新年“××套餐”，即可得“宝贝虎”卡通玩具一个（已含在套餐内）；

2、新年美食，低价劲享！

凡一次性现金消费满××元即送“新年利是封”一个，更有派乐汉堡新年限量版劲爆劲享特惠券 1 张，即可以全年最底价劲享多款美食！数量有限，赠完即止！

3、劲爆劲享特惠券内容（每种优惠有两张券，共 12 张）：

（1）正面：香脆鸡腿汉堡仅 4 元

凡正价购买任意汉堡可免费得柚子茶一杯

购买任意套餐+1 元得劲爆鸡米花 1 份

购买任意套餐+2 元得香辣鸡翅 1 对

购买任意套餐+2 元得骨肉相连 2 串

购买任意套餐+3 元得黄金蝴蝶虾 1 份

（2）反面：使用细则

4、劲爆劲享特惠券的使用细则为：

（1）此卡仅在本店使用，每张仅限使用一次；

（2）请在点餐前出示此卡，此卡不兑换现金；

（3）此卡有效期为即日起至 2 月 28 日；

（4）在中国法律允许的前提下，派乐汉堡保留此次活动的最终解释权！

春节营销活动策划方案 3

随着气温的逐渐下降，冬天的脚步不知不觉来了，除了感受到寒冷之外，心理也是满怀期待，因为圣诞节、元旦节还有春节不知不觉就要到来了，上班的有假期可以享受，做餐饮的又将迎来一次大的营销促销活动，对于餐厅来说这些节日开展促销促销活动是餐厅盈利的大好时机，但是节日促销促销活动方案该怎样写呢？怎样的促销方案更能吸引人？面对淡季又该采取什么样的营销策略？其

实营销关键是思路对不对，能不能满足顾客心理需求，下面介绍各种节日促销思路与实施方略以及淡季营销的一些思路：

一、行销思路

庆圣诞、贺元旦，红门与您共狂欢。通过此次促销活动，一是提升红门品牌，二是寻找卖点，增加客源，三是渲染节日气氛，提高红门品味。

二、实施细则

1、装扮

(1) 门外：

门口摆放圣诞树，不低于 2.5 米，圣诞老人不低于 1.8 米，TOP上定上“庆圣诞、贺元旦”促销活动公告或悬挂横幅标语，标语内容：“红门火锅店祝新老朋友圣诞、元旦快乐！”

(2) 店内：

①临街玻璃幕墙上用喷雪写上 Merry Clmistmas ！ Happy new year ！

②悬挂 POP与圣诞和元旦有关的字画或专用标志物。

③吧台、墙面、包房、出品门口需用圣诞柏枝、风铃装扮衬托节日气氛。④前厅服务员戴圣诞帽（迎宾可穿圣诞衣）。

2、促销活动内容：

(1) 圣诞树披金挂银，红门祝您好运连连；

①购置一棵大圣诞树放置演奏台上或大厅内；

②圣诞树上均匀地挂上红包，红包里面写上礼品名称；

③每桌选一名嘉宾上台选择一个红包并根据红包内容赠送相应礼品。

④礼品设置：消费代金券、酒水券、小吃券、菜品券、圣诞吉祥物、新年贺卡等。

(2) 幸运抽奖

①准备一个摸奖箱，内置乒乓球，球上标上奖品名称，摸奖箱上定上“节日快乐，祝您好运”字样。

②由礼仪小姐（迎宾或领班），呈上摸奖箱，每桌选一名代表摸奖。

③奖品设置有：菜品、小吃、酒水、消费代餐券等。

(3) 划拳擂台赛

①每桌先推荐一名划拳高手参加比赛。

②单循环淘汰。

③记下每桌代表最高赢拳记录。

④最后评出前三名。

⑤奖品设置有殉（168 元、88 元、48 元）、酒水白喝、菜品白吃，赠送消费代餐券相关纪念品。

(4) 幸运摇奖

①在演奏台一个大型摇奖圆盘，圆盘上按 360° 均匀布置相关奖品和“请您唱首节日快乐歌”和“请您跳曲舞”、“请您讲个故事”、“请您讲个笑话”、“请您回答一个顾客提问”等内容。

②每桌选派一名幸运儿进行摇奖。

③嘉宾表演节目后均要赠送相关礼品。

春节营销活动策划方案 4

一、定位。

分析自己化妆品消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专营店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。分析数据出来后才能做出有针对性的促销对象及促销产品，以及采用何种促销方式。

二、促销活动手段。

常用的促销活动手段主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、限时抢购、空瓶抵现换购等等。

特价

专营店从品牌产品或是流通产品中挑选几款消费者熟悉或较熟悉的特定产品做特别优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对比度会清晰，消费者能切实感受到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，因为消费者对产品了解不深，是没有太大吸引力度的。

品牌折扣

面对大家熟悉的某些品牌，特别是具有吸引力的品牌，可以将全系列产品在促销期间打折优惠销售。可以迅速聚拢人气，提升入店率，但是因为品牌产品的利润率本来就不是很高，打折后利润率则更低了，因而店内促销人员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向引导至专营店经营的主利润品牌上。

买赠

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是

买满多少金额送一支护手霜等等方式)。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳,针对中高端消费者可以赠送丝巾,手袋等等时尚用品,而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品,(如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等)。

加钱增购

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品,增购产品要具有一定的实用性与吸引力度,增购金额要根据换购产品的成本来定。(如买满化妆品 100 元+10 元可获得价值 50 元保湿霜一瓶。)

限时抢购

限时抢购,在指定时间内提供给。限时抢购的目的,是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

空瓶抵现

季节更替,消费者开始准备购买新产品了,而空瓶刚好抵现金来购买化妆品,以实现空瓶的价值,促使顾客消费的一种手段。(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时,抵现金五元或十元,抵现金的额度需要进行成本和利润的核算);要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率,商家还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动,更好地吸引消费者,配合店内促销活动,达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多,促销活动方案的内容要有活动重点,即凝聚点,我们可以单独做某一个项目,也可以以买赠、加钱增购为主要活动项目,而限时抢购、空瓶抵现可作为辅助活动内容。各种方式的运用要恰到好处,把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用,要因地制宜,在商圈内促销活动的针对性要强,有的放矢,才能真正有效果。

三、春节化妆品促销活动

销量提升注意事项：

a、促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，祝福节日快乐，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b、老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c、有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆(试妆时护肤和彩妆一起上)进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

d、促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

春节营销活动策划方案5

一、餐饮业要把握好以下节日服务型经营方式：

a、主妇型、即饭店为市民家庭配送成套的年夜饭半成品或净菜，代替家庭主妇以往蒸包子、做肉丸、炒花生的“忙年”活动，饭店只收取少量的加工费。

b、包办型、即饭店为市民预订到饭店就餐的年夜饭或节日家宴、餐馆酒店要本着勤俭节约、物美价廉、面向市民、为大众服务的原则，推出“敬老宴”、“爱心宴”、“关心宴”、“合家团圆”等众多菜谱，意在把工薪阶层拉向自己，以扩大目标市场。

c、系列型、为适应现代人的消费需求，餐馆酒店应推出面向家庭的除夕宴席快送、“出租厨师”，向居民开放客房、洗澡间等休闲娱乐设施和场所，以吸引居民到酒店里自娱自乐过春节。

同时，餐饮业的经营者，还应在文化品味上做__、要以饮食文化搭台，让劳碌了一年的人们吃个轻松，吃个愉快，吃个情趣、餐馆、饭店、茶馆可以在店内推出书画摄影展览、读书弹唱、名曲欣赏、民俗、杂技、魔术表演、名厨教授顾客“绝活菜”活动等，让顾客集食、饮、赏、览、听于一体，吃得潇洒，玩得开心，同时又得到精神享受。

二、营销活动应在以下几个方面下功夫：

1、要搞好“降价促销”

“一个便宜十个爱”、年终岁尾，商家应以真诚回报消费者为宗旨，开展打折销售、买大件赠小件，“天天让利、日日优惠”，等促销活动、

2、酒店春节的布置及装饰：

a、在正门口立放金童玉女一对，延用至元宵节，酒店提供照相留影服务客人洗相费用自理、

b、在酒店外围植物上绕挂满天星，在酒店正门两侧分别立一大盆金桔，顶棚挂大红灯笼、外围草坪上斜拉彩旗、

c、大门口悬挂“__大酒店恭祝全市人民新春快乐”横幅、

d、大门口两侧玄武岩贴对联“金杯醉酒乾坤大”“宝马迎春岁月新”横批为“恭贺新禧”、

e、酒店大堂两侧玻璃门贴马年生肖剪纸图案、

f、酒店正门口安排两位工作人员人事部选好的那对员工、，穿小马服装戴小马头套，负责为前来酒店用餐年纪大约在 10 岁以下的孩子发放气球一支、，水果糖 2 粒、

g、三楼、四楼阳台栏杆插彩旗、

3、某酒店餐厅春节促销活动：

a、春节套票：实惠多多，惊喜多多，春节推出“吉祥如意”套票。

餐饮：666 元/桌含服务费，仅限三楼餐厅、

客房：288 元/间/天含双早、

娱乐：12：30—16：30 赠送包房 3 小时 16：30—02：00 赠送包房 2 小时

客房：自大年三十至正月十五每天推出 20 间特惠标准间 208 元/间/天

凡入住特惠标准间者，均可获得精美春节礼品一份

b、大年三十 18：00—21：00、推出“吉祥”年夜饭：

588 元/桌 688 元/桌 888 元/桌

大年三十 21：00—12：30、推出“富贵”年夜饭

888 元/桌 1080 元/桌 1288 元/桌 0：00 赠送吉祥如意饺子一份

提前预定年夜饭，有小礼品赠送、定餐满 1000 元，赠送大抱枕一个、将不同生肖吉祥物藏在抱枕里，客人可凭此吉祥物到总台换取相应的奖品、生肖为马的吉祥物对应奖品为时尚台历一部、其他生肖吉祥物均为小中国结一个。

c、春节期间宴会厅推出春节套餐

金玉满堂宴： 688 元/桌

富贵吉祥宴： 788 元/桌

五福临门宴： 888 元/桌

6

活动目的：

通过举办春节期间的. 一系列促销宣传活动，进一步提升餐厅在当地的知名度，让顾客感受到餐厅在当地的影响力和知名度，吸引客源，扩大消费群体，进而能够很好的增加本店的经营收入，扩大品牌影响力。在当地做到良好的口碑营销。

活动内容：

根据春节期间的节日特点，选择适合自己的促销方式。

一、店内装饰、气氛

1、餐厅店面贴一些与春节相关的图片及店内的宣传促销内容海报，以红色为主，突出节日的喜庆氛围。

2、由餐厅在周末分别布置礼品展台，对就餐客人进行有针对性的促销工作

3、从2月初开始每天的午、晚在店内一定时间段内播放相关的宣传资料。

二、广告宣传

1、宣传单张。

2、报纸广告。

3、海报制作。

解释说明：有广告宣传需要的加盟店可提前与企划部联系，配合其制作宣传效果图，并提前做好广告预热宣传。

三、促销分工

- 1、宣传单的派发由相关部门完成；
- 2、散客、常客预订工作由各店面具体负责；
- 4、促销及预订工作由店经理全面负责。

四、具体促销活动

1、“大型团体餐促销活动”

活动内容：活动期间，凡是到本店就餐的`顾客，可以根据相应的人数享受不同的优惠(正月十五当日除外)。

2 人——4 人可以享受 9 折优惠。

5 人——8 人可以享受 8.8 折优惠。

9 人——12 人可以享受 7.8 折优惠。

春节，也是中国百姓最舍得花钱的日子，如何开发春节市场显然大有__可做。那么餐饮业又该如何抓住春节消费蕴含的`商机呢？当然是首先搞好市场调研，准确把握春节期间人们的消费变化趋势，进而制订出针对性较强的促销策略。

一、春节活动背景：

旧的一年即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，我们已成立有 x 年的历史了，在这段时间我们成功的开出了 5 家分店，并通过特

立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立品牌形象。届时!新的一年里,我们将会以大型的促销活动来回报顾客,使顾客朋友走进人本就有新的感觉,新的实惠、新的收获!

二、春节活动主题:

1) 春节贺岁礼送新春

2) 元宵节情缘元宵节

3) 情人节感受温馨浪漫

三、春节活动时间:

x 月 x 日—x 月 x 日

四、春节活动布置策划:

内外已暖色料为主(大红、橙色、黄色)

1. 场外布置:

1) 10 家门店共制作 10 条大型巨副放于入口处(主题宣传和活动宣传)。

2) 外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

3) 门口处上方各挂大型灯笼(1250px) , 要求美观。

4) 10 家门店各制作竖副 8 条, 内容为七彩(各门店进行费用联系)。

5) 各门店门口处统一放置红地毯一条(6mx2m)。

6) 地贴春节专用地帖张贴在出入口, 内容可以为拜年图案或春节活动主题(由营销科统一制作)。

2. 场内布置：

1) 门店 **pop** 标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

2) 门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

3) 促销场地内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

4) 一条街制作喷绘一张(材料为 **KT板**)(由营销科统一制作)。

5) 制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计。

通道：

1) 挂春节专用吊旗(由营销部统一设计制作)。

2) 根据促销场地实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

1) 区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

2) 货陈列进行食品专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的 **POP**，统一使用 **KT板**进行制作到位。

3) 专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以 **POP**标注，建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1) 可用 **KT板**制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

2) 楼道墙壁上可喷绘海报张贴(活动内容及喜庆图案),或用张贴春节喜庆剪花,布置时尽量偏高,以免顾客摘取。

3) 有电梯的营销店进行电梯口气氛的

布置,可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮。

3. 员工布置及服务用语

1) 统一制作春节员工帽子,每位员工必须佩带。

2) 春节期间员工服务用语:你好!新年快乐!欢迎光临!

3) 收银台的收银员穿戴塘装。

五、春节活动陈列及商品的促销活动

1) 特价商品促销

具体的特价商品类型:以冬季商品年货、佳节礼品为主。包括营养保健品、啤酒、葡萄酒、补酒、南北货、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒等。其中增加生鲜处熟食、水果、海鲜干货等,以上商品均可重点陈列,并可做为一条街来陈列。

2) 赠品促销

联系 30 种以上商品进行买赠活动,具体有买赠的商品有:保健品、补酒、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、厨房用品等。

赠品由厂商提供赞助。(由门店及营销科共同执行)

1) 厂商大型文艺促销活动。

2) 厂商做大型

春节营销活动策划方案8

一、活动目的

春节是中华民族的传统节日，象征着辞旧迎新、吉庆欢乐。

国人传统习惯是办年货、全家团圆、拜访亲友。零售、餐饮业等各行各业必将迎来消费高峰期，同时也是促销活动高峰期、。也是我们通过春节促销活动，拉动产业销售，展示品牌热促销的时机。

二、活动主题

赢春传心意，惊喜数不尽。

三、活动范围

及产品介绍活动范围：

店内所有商品（除配件）产品介绍：

森马的产品具有面料质地紧密轻薄，手感光滑柔软，光泽柔和，强力较好，耐磨性好，不虫蛀，不霉变。绚丽的色彩，青春的气息，潮流的设计，合理的剪裁，亲民的价格等众多特点。

四、活动策划

（1）活动时间：__ . 02. 10——__ . 02. 25

（2）活动地点：森马奉节专卖店

（3）活动目的：开展此次促销活动的目的在于消化目前公司积压库存，帮助终端客户快速销售森马服装，提高消费者对森马服饰品牌的认知度和对森马品牌的好感忠诚度，为即将上市的新款森马服装做好前期的准备工作。

(4) 主要活动内容及流程：

即日起，凡来森马专卖店购物的顾客满__元即可享受 9 折优惠，满 300 元享受 8.5 折优惠，满 500 元享受 8 折优惠，满 700 元享受 7.5 折优惠，满 888 元即可享受 6.5 折优惠或森马 vip 卡一张（注打折不送卡，送卡不打折），购满 1000 元以上即可 6.5 折优惠再加森马 vip 卡一张。

另外凡购满 499 元的顾客还可以参加抽奖一次。100%中奖率，惊喜等着你。

奖品：

特等奖：999 元购物券一张（1 名）

一等奖：499 元购物券一张（5 名）

二等奖：399 元购物券一张（8 名）

三等奖：299 元购物券一张（10 名）

四等奖：199 元购物券一张（15 名）

五等奖：99 购物券一张（__名）

六等奖：新年红包一个（50 名）

幸运奖：精美手机链一个

活动前期宣传主要靠发传单和电视广告推广此活动。由临时工和当地广播电视局执行。活动期间宣传为各个专卖店，由各专卖店销售人员执行。

五、活动预算：

基础费用：广告费用、宣传单印制、及各种宣传费用、临时工工资及加班费、奖品等等。预计本月促销活动期间成本费大概是 4 万元，以及各种应急费用 1 万元，一共 5 万元。

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/15603100500010224>