

## 礼品促销活动方案 12 篇

### 礼品促销活动方案 1

#### 一、促销目的

教师节学生对教师感恩的心，威智德为您传递真情，展开快递礼物传心意的活动，提高知名度，达到销售的目的。

#### 二、活动时间

xx 年 9 月 5 日——9 月 9 日（5 天）

#### 三、宣传档期

xx 年 9 月 5 日——5 月 9 日（5 天）

#### 四、促销主题

“特别的爱献给特别的你”

#### 五、商品促销惊喜不断

惊喜一：教师凭借教师证购物 8.5 折优惠。

促销方式：

在活动期间，凡是凭借本人教师证购物的客户享受全场消费 8.5 折的优惠。

惊喜二：学校教师团购礼物享优惠

促销方式：

团购总额 300 元 x500 元享受 8 折优惠，采购负责人可赠送相应的礼品一件。（礼品可选择下列产品中的任意一款：飞龙在天、金屋沙漏钟、烟灰缸系列）

团购总额 500 元 x800 元享受 7.5 折优惠，采购负责人赠送相应的礼品。（礼品可选择下列产品中的任意一款：2 号迷宫、罗盘游戏、大富翁系列）

团购总额 800 元以上享受 7 折优惠，采购负责人赠送相应的礼品。（礼品可选择下列产品中的任意一款：诱惑、异度空间、电话系列）

惊喜三：快递礼物传心意

1、促销方式：

在活动期间购物可以在 9 月 10 日当天送到您想送的礼物

## 2、促销内容：

(1) 登记自己要送礼物的教师名字及联系方式,并写下对最想说的话,并选购礼物。(表基本的样式在最后一页)

(2) 本市地址：购物满 100 元，可免快递费；不足 100 元消费的客户，支付百分之五十的快递费。

(3) 非本市地址：购物满 200 元，可免快递费；不足 200 元消费的客户，支付百分之五十的快递费。

(4) 免费赠送礼品包装。

注：费用和价格标准可以根据当地市场的快递费用情况进行适当的调整。

## 六、店铺布置

在店内的收银台的位置，设置登记本，并要做好详细地记录，登记本的纸张选择最好精致一点的卡片纸。(卡片的样式在最后一页)

备足团购促销所需的优惠产品，产品数量可根据各店的情况而定，设置一个专门的赠送区域。(产品的种类个店也可以根据自己的店面情况适当的调整)

在活动期间要联系好快递公司，以保证礼物能准确地到达。

店内准备好包装用品。

## 礼品促销活动方案 2

### 一、策划对象

xx 花店

### 二、目标战略

#### 1、总体目标：

在三天七夕情人节活动中，实现活动的成功圆满，并且为花店招揽更多顾客，赢取更多人的支持与喜爱，并且最终实现利益的达成。

#### 2、具体目标

在活动期间，争取三天的营业额每天过两万元，每天订花的数量不少于 200，每天送花次数不少于 300 次。零散花数量总计 3000 朵。

### 三、活动目的

随着目前人们生活水平的提高，人们对服务行业的各种需求都在

不断发展。由于迎合了市场需求，鲜花专递市场具有巨大的消费潜力。虽然目前的消费者并不明显，但是随着公司品牌的创建，信誉的提高、各种宣传效应一定会激发更多的消费群体出发。我们团队将致力于开创统一规范化的管理经营模式，打造出属于自己的品牌。所以我们通过这次活动来提升我们花店的品牌认知度及美誉度，以及增加我们的销售量。

#### 四、活动对象

我们 xx 本次活动主要针对的对象 16x30 岁的人群，这些年轻人 82.2% 的人有求新求奇心理，就会产生该消费品的消费热潮。

#### 五、活动主题

“xx 邀您一起共度七夕情人节”

#### 六、活动方式

##### (一)确定合作伙伴

本次活动我们可以找到供给我们花束装饰品以及鲜花保养品的公司进行合作，争取取得他们公司的赞助。

##### (二)促销方式

- 1、鲜花预约活动 xx 送花上门项目
- 2、七夕情人节主题花卉展出活动
- 3、七夕情人节束花促销活动
- 4、七夕情人节散花特别活动
- 5、与插花有关的小件用品

#### 七、活动时间和地点

##### (一)活动时间

本次活动时间为三天，分别是 8 月 26 日、27 日和 28 日。

##### (二)活动地点

本次我们 xx 花店活动的地点是在本花店门口以及附近一些大学、电影院、大型娱乐场所门口、广场、花园等等七夕情人节情人会一起去的地方。

#### 八、广告配合方式

##### 1、大型展板

2、传单

3、标牌设计、花店装饰与布置

4、网站宣传

九、前期准备

略

十、中期操作

活动过程中，消费者在本店消费满 99 元可获得本店的 vip 卡。无论新老顾客，凡 vip 顾客凭 vip 卡即可限领取礼品一份。如顾客对本次活动有任何疑问，销售人员应详细说明，此活动最终解释权在本店。

十一、后期操作

1、在网站上开设一个顾客论坛平台，给予顾客对我们花店活动的意见或建议，并解决一下顾客对我们此次活动的不满，然后随机选取 10 个名额送出本店的精心礼品。

2、继续和媒体合作进行宣传，利用打铁趁热的原理，进一步提高我们花店品牌的认知度和美誉度，留住了老顾客，招来了新顾客，将花店销售率提高一个档次。

十二、费用预算

临时工费用：30 人，每人 3 日工资平均为 500 元

店内店面的装饰：更换一些旧老的饰品，由店门口到店。

礼品促销活动方案 3

一、活动目的：

(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)。

二、活动主题：

让我们一起踏青去

四月新情抢先报

三、活动时间：

4月1日 xx5日

四、活动范围：

通州区人民商场及周边

五、活动方案：

(一)、百货：

扮靓自己新春新装扮

活动办法：组合商场服饰类、化妆品类、珠宝类、鞋包类等业种，以新到品牌和主打品牌为主，制作精美的购物海报张贴于专厅明显位置，各专厅亦可通过vip会员短信提醒方式将活动提前告知，活动期间可凭短信(复制有效)领取踏青节礼品一份；

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。

(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。)

#### 六、dm 规划

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

城东和城北 5 公里范围内。

发放负责部门：1、综合版，企划部负责

2、家电乡镇版，家电部负责。

#### 七、工作计划与安排：

1、3 月 10 日下午召开第一次活动草案讨论会议，16 日上午召开第二次会议，确定各品牌商品具体促销方案，并明确责任和分工；22 日

递交确定后的活动商品，22 日拍照，24 日定稿。

2、采购部、服装部、家电部于 3 月 22 日之前与供货商协商完成，供货厂商承担部分或全部活动费用，并将具体促销活动方案报至运营策划部。由采购部和相关部门经理负责；

3、采购部保证将企划部提交的活动期间促销特价商品采购到位，要求量大、低价、实惠。采购部负责；

4、dm、条幅、喷绘、写真等于 3 月 31 日之前制作完毕。企划部负责；

5、3 月 31 日前，将各门店展板、pop、特价签统一制作完毕。企划部负责；

6、3 月 31 日晚各门店将本次活动的 pop 全部悬挂完毕。保安部负责；

7、电脑信息于 3 月 31 日晚将调整完毕。采购部负责；

8、特卖商品及各主题活动商品(时令商品区)、陈列于 3 月 31 日晚布置完毕，由采购部、相关门店和综合部负责；

9、保安部于 3 月 31 日将各门店条幅悬挂好；

10、电视台前期广告及活动中广告落实运营策划部负责；

11、3 月 29 日—4 月 1 日保障车辆使用，各街游走及邻近的几个乡镇，宣传发放 dm。运营策划部负责；

八、现场布置方案：

a.场内：

1、分区域布置，使区域形象化、特色化，吸引顾客；

2、重要位置宣传一系列主题促销活动；

3、场内广播滚动宣传促销活动及特价信息，作为本次活动的重点；

4、现场统一制作特价牌或折价牌，力求精美、醒目；

5、店内悬挂导购 pop、导示吊旗、各区域特色挂牌。

b.场外：

1、场外入口制作条幅，宣传主题促销活动；

2、利用送货车，采用车厢广告宣传活动主题；

3、入口放置大拱门，增加节日气氛，内容为店庆或节庆；

4、舞台搭建及相关商品展示(促销棚、拱形门等必需物品都要及时到位);

九、活动后期评估;

企划部在活动后 15 日内提供促销评估告。

#### 礼品促销活动方案 4

##### 一、促销背景说明

近年来,情人节在中国也开始流行,超过了中国传统节日“七夕”节。在情人节这一天,送礼已经成为有情人之间表达感情的一种方式,情人节的消费催生了一个很大的市场。

中国有一种中国结,颜色深红、变化多样,象征着吉祥如意、欢乐、富贵,且可长久保存。公司开发的“情人结”是中国结的变化和创新,“结”与“节”的谐音,也为中国结和情人节的结合找到了一个巧妙的切入点,象征着爱情的执著、久远。如果把玫瑰和“情人结”搭配成礼品,一定会受广大消费者的欢迎。

##### 二、市场分析

根据市场调查显示,在情人节期间,20~25 岁的未婚青年是主要消费群体,约占%,其次是 25~35 岁的已婚夫妇,而 50 岁以上的老年消费群体也占到了将近×%。消费者购买鲜花的数目组合以 1 支、3 支、9 支、10 支、11 支等数目为主,大约占到%。

此外,大约有%的消费者认为每年都送玫瑰、巧克力缺乏创意,无法长久留住情人节的浪漫和温馨,希望除赠送玫瑰、巧克力以外,能赠送其他更时尚、更有保存价值的礼品。这一消费需求蕴含着巨大的商机,也印证了将玫瑰和“情人结”搭配、以“情人结”拉动玫瑰销售的可行性。

##### 三、目标市场

###### (一) A 类消费群体

20~25 岁的未婚青年是情人节玫瑰和“情人结”组合消费的主力人群。他们富有激情,崇尚浪漫、时尚,喜欢幻想,能快速接受新事物,是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。

###### (二) B 类消费群体

50 岁以上的人群虽然对新生事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个鲜花消费群体中已占有×%的比例，说明其时尚心态渐起，是一个很有潜力的群体。

### （三）C 类消费群体

25～35 岁的消费群，有的是处于事业的起步期、上升期，而有的事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得最为复杂，最不利于细分，也不利于有针对性地进行市场推广，但他们的消费量也相当大，是促销工作的重点。

## 四、目标市场定位策略

1. A 类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场，也是广告的主要对象。

2. B 类消费群虽然需求较小，但如果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，其社会影响将有利于公司的品牌建设工作。

3. 通过对 A 类消费群和 B 类消费的重点诉求，带动 C 类消费群的积极参与。

## 五、促销主题

浪漫情人的“情人结”。

## 六、推广策略

### （一）产品策略

1. 公司开发出系列的“情人结”礼品，包括“缘字结”、“福字结”、“同心结”、“牵手结”等，并且每种“情人结”都配备高档材质、时尚的包装盒。

2. 在玫瑰销售数目组合上，公司推出了多种数目组合，并为每种数目组合都赋予了一定的内涵，如下表所示。

### 玫瑰销售数目组合含义表

#### 产品单位数量意义

玫瑰支 1 一心一意

玫瑰支 3 我爱你

玫瑰支 9 天长地久

玫瑰支 11 一生一世

玫瑰支 21 爱你

玫瑰支 27 爱妻

3.各种组合公司都要设计新颖、时尚的贺卡，贺卡上注明该组合的寓意。

4.丰富的产品组合可以极大地满足各类消费者的需求，使情人节变得更加富有内涵。针对每类目标消费群，我公司推出三大篇章的产品组合。

(1) 浪漫情人——我爱你篇。

针对 20~25 岁的 A 类消费群，产品组合：3 支玫瑰+1 个“缘字结”+烫金贺卡。

(2) 真情永恒——爱妻篇。

针对 25~35 岁的 C 类消费群，产品组合：27 支玫瑰+1 个“爱字结”+烫金贺卡。

(3) 浓情夕阳——天长地久篇。

针对 50 岁以上的 B 类消费群，产品组合：9 支玫瑰+1 个“牵手结”+烫金贺卡。

(二) 价格策略

情人节期间玫瑰的销量是即时的，因此公司的所有产品（主要指玫瑰和“情人结”）均采取高价策略。

(三) 渠道策略

通过“实体网点+批发+网上业务”三个销售途径，将公司所有产品组合立体、快速地推向市场，面向消费者。

1.通过公司在××市设置的×个销售点，可以确保所有产品组合（玫瑰和“情人结”）快速进入市场。

2.通过公司经营的鲜花批发业务渠道快速分销。

3.通过公司的网站开展网上订花、送花业务渠道分销。

(四) 传播策略

1.采取“平面广告+售点广告+宣传单页”三种方式相结合进行宣传。2月6日、7日、10日，公司在本市发行量最大的晚报上发布“情人节，所有人的节日”、“情人节，让父母享受爱情”等针对 B 类

消费群体和 C 类消费群体诉求的软文广告，进行市场预热。

2.在 2 月 11 日~14 日发布针对 A 类消费群体的主题为“浪漫情人的‘情人结’”的平面广告。选择这些时间刊登广告，可有效防止“情人结”概念的流失。

3.在终端，主要采取销售点广告，以渲染现场气氛、活动内容为主，包括 POP、条幅、展板等。

4.在市内几大人流量较大的地段（包括市人民广场、百货大楼、步行街等）散发活动宣传单。

5.最大限度地利用公司网站进行活动的宣传，也向消费者展示公司专业、实力雄厚的良好形象。

#### （五）活动策略

1.公司与迪厅进行接触和协商，签下合作协议。

（1）公司利用该市所有的鲜花销售点、公司网站对该活动进行宣传。在零售网点主要以条幅和店员口头介绍两种形式，在宣传单的一面附有迪厅活动宣传单。

（2）迪厅则负责承担宣传条幅、宣传单页的制作费用，并赠送张门票。

2.浪漫情人——激情派送活动。

凡在公司购玫瑰 9 支（含 9 支）以上的消费者，均赠送两张迪厅的门票，可参与该迪厅组织的抽奖活动。由于与迪厅的捆绑连接，可以使公司节省宣传品的制作费用，有效地降低活动费用。

#### 七、促销预算

促销预算如下表所示。

##### 促销预算表

序号	项目内容	金额（元）	序号	项目内容	金额（元）
----	------	-------	----	------	-------

1	促销台费用	6	POP	费	
---	-------	---	-----	---	--

2	促销人员费用	7	条幅费		
---	--------	---	-----	--	--

3	软文广告费	8	展板费		
---	-------	---	-----	--	--

4	平面广告费	9	组织费		
---	-------	---	-----	--	--

5	宣传单制作费	10	其他费用		
---	--------	----	------	--	--

合计大写万仟佰拾元角分

## 八、促销人员培训

### （一）培训内容

对促销人员开展沟通技巧、个人形象、促销活动内容、终端宣传品的布置陈列、玫瑰数目组合、核心卖点、核心概念等。

### （二）保证方式

每个店逐一进行指导，并每天都进行监督、检查，确保活动执行到位、顺利开展。

## 礼品促销活动方案 5

眼镜自开业以来，就本着服务宗旨，以及经营思想理念，深受金华市广大顾客朋友的信赖。为答谢新老顾客朋友的长期支持，本店在新的一年即将来临之际特为新老顾客朋友提供多种优惠活动，欢迎新老朋友光临！

### 一、活动主题

岁末感恩，送礼酬宾

### 二、活动目的

- 1、展示产品的品牌形象，吸引消费者眼球，刺激消费者购买欲望，提高销售额，促进本店销售业绩；
- 2、通过促销活动，吸引目标顾客，增加店内客流量，拓展新客源；
- 3、加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度；
- 4、加深目标消费者对产品的认知度，加强与客户的合作交流，达到提升品牌与产品销量的目的。

### 三、活动对象

- 1、近视镜：学生等年轻群体及商务人士；
- 2、老花镜：退休工人、教师等年龄偏大人群；
- 3、有色镜：市内出租车、公交司机及有车一族，追求新潮时尚的年轻人。

### 四、活动时间

20xx 年 12 月 25 日 x20xx 年元月 3 日

### 五、活动地点

眼镜店（四店同庆）

## 六、促销内容

### 1、在校师生超值优惠

活动期间，在校师生在本店配眼镜，凭学生证或教师资格证享受五折优惠；

### 2、“1”元专案，双重惊喜

普通配镜满 x 元就加 1 元送隐形，再加 1 元就送镜片；

### 3、购隐形眼镜，护理产品大派送！

活动期间，凡购买任何一款（年抛型）隐形眼镜，均可赠送护理产品一套

### 4、配镜感恩大回馈

配镜满 1000 元立减 450 元；或赠送同等价值礼品（品牌豆浆机一台）配镜满 500 元立减 200 元；或赠送同等价值礼品（品牌暖风机一台）配镜满 300 元立减 100 元；或赠送同等价值礼品（高档茶杯一套）

### 5、感恩大放送！

凡持往年 12 月 25 日在本店的配镜发票均可选配同等价值眼镜一副。

### 6、10 项免费服务！

活动期间，任何顾客均可享受一下免费服务：免费验光、免费清洗眼镜、免费特殊加工、免费加防过敏膜、免费眼部检查、免费调整镜架、免费更换小配件、免费消毒隐形眼镜、免费上门服务（限市内）、免费维修

## 七、社区活动（可长期做）

活动期间，也可挑选 1—2 个小区内举办公益推广活动，获取顾客的好感，从而间接提升眼镜店的形象和培养小区顾客的忠诚度。

### 1、为小区年满 50 岁以上的人免费配老花镜；

### 2、为小区近视的儿童（15 岁以下）免费送“润洁滴眼露”1 瓶；

### 3、为小区居民提供免费验光、免费眼部检查服务；

### 4、为小区配镜的人提供免费维修服务；

## 八、广告宣传

1、活动前一周在店门口悬挂横幅，在门店周边及各高校内派发活动单张；

2、活动前两周在地方电视台，媒体广告做电视游字宣传；（报纸可做可不做）

3、免费赠送一些爱眼保健手册，手册中必须穿插本店内产品的宣传广告，以及对本次促销活动的介绍；

4、活动当天，店面门口内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望。

## 九、注意方面

1、在促销活动进行的过程中，主要是要注意活动持续与现场控制，现场管理人员要把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。遇到顾客投诉要及时处理，做到让每个顾客都满意。

2、在活动实施过程，应根据顾客反映，及时对促销的范围、强度、额度、重点

进行调整，以保证整个方案更加完美的完成。

## 十、费用预算

## 十一、效果展望

1、活动结束后，将进一步提升眼镜在金华的知名度。

2、提高 12 月份的产品销量，最大限度的占领金华地区的市场份额。

说明：活动 1 和 4 不能同时参加或 1 和 2 不能同时参加  
礼品促销活动方案 6

### 一.中秋月饼大展销

#### 活动方式：

1.展出不同厂家的各种月饼礼品盒、散装月饼，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。可以按月饼馅划分陈列区域，如肉馅月饼、无糖月饼，水果馅月饼等。同时可以开设一些知名品牌月饼专柜。

2.推出中秋礼品组合套餐：把月饼跟其他保健品类礼品组合包装

在一起，分为几档，如 88 元、188 元、288 元……中秋节，人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友，一般除了购买月饼外，还会买点其他什么礼品的，一般多是保健品之类的，将月饼和其他礼品组合在一起，既方便了顾客购买，在价格上也可以采取一定优惠。

3.现场制作月饼：去年的月饼风波可能在许多人心目中还留有阴影,为了让顾客去除这种心理,现场制作月饼是一好方法，可以联合厂家现场制作。

## 二.“把月亮带回家”

活动期间，购物满 100 元，送一个挂有月亮的钥匙扣，月亮钥匙扣形状多样，制作精致，上面刻有一些祝福语：如中秋快乐、祝美满、平安、快乐等话语以及一些描写中秋节和月亮的诗歌词句。

操作说明：

1.钥匙扣由商场定做，根据商场销售额确定定做数量，每个钥匙扣定做成本控制在一元以内。

2.在钥匙扣上刻上商场名称，也可以跟祝福语结合起来，如“XX 商厦祝您中秋节快乐”。

3.凭购物小票到商场指定处领取，100 元一个，200 两个，依次类推。领取后在小票上盖章。

## 三.月圆“十分”大抢购

限时抢购，抢购持续时间为“十分钟”，在抢购时间内购买的商品一律八折，在收款台进行打折计算，以收款处结算时间为准，以商场音乐时间为标志，当特定音乐响起的时候，即抢购时间开始。

操作说明：

事先不告知具体“抢购”时间，注意维持现场秩序。

注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还 30% 付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具

有绝对竞争优势。

#### 四.喜拍“全家福”

购物满 200 元，凭购物小票可现场拍 5 寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：中秋节当天

地点：商场门口广场

协办：某某影楼或某某胶卷公司

操作说明：

可现场布置一个场景，或搭建一个凉亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

最好是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

#### 五.特别服务措施：

对于很多顾客来说，月饼都是要买的，各个商场的月饼种类、价格都差不多，因为一般顾客选择就近购买，那样比较方便。如何让顾客更方便，怎样吸引顾客从其他商场来本商场购买呢，就需要推出有特色的服务措施。

1.月饼电话订购：提前半个月在报纸上、商场布告栏、商场海报上公布月饼订购电话，凡购买月饼满 100 元以上，直接送货上门，单位集体购买可享有九折优惠。

2.月饼定做：跟厂家合作推出月饼定做服务，公布定做电话、具体定做方式。顾客的口味需求毕竟不同，也有一些特殊顾客会有一些特殊的要求，月饼定做既是商场服务内容的一种拓展，也体现了商家从细节处为顾客着想。

3.月饼代送、代寄：凡在市区的，直接代送到家；凡是外地的，通过邮局等快递方式邮寄到家。此项服务可以加收一定的服务费，如加收 10 元。生活在都市中忙碌的人们，也许您有种种原因，无法亲自将礼品送给您的家人、长辈、朋友，商场将为您代劳，将您的礼品转交给他们，并送上真挚的祝福。

其他活动简要：

1.中秋餐饮大餐：中秋节除了吃月饼外，一家人还要一起吃团圆

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/507032044066010001>