

2006 年情人节春节策划案

一、活动时间： 2006 年 1 月 16 日—2006 年 2 月 15 日

二、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、活动背景：

2005 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，回顾 2005 年，我们****有限分公司已成立有 2 年的历史了，在这段时间我们成功的开出了 5 家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立**超市的品牌形象。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！

四、媒体宣传：

报纸：晚报

年货 DM 海报、活动喷绘海报、条幅、电视台宣传、广播宣传等、宣传车、自行车宣传队

五、布置策划：（时间要求请见附表）

卖场内外已暖色调为主（大红、橙色、黄色）

1.场外布置：

1)10 家门店共制作 10 条大型巨幅放于入口处（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(50cm)，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（6m*2m）。

6)地贴春节专用地贴张贴在出入口，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)卖场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（详情见附图）。

通道：

1)挂春节专用吊旗（由营销部统一设计制作）。

2)根据卖场实际的空间大小，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、用品各进行专区的陈列，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，商品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)营销科统一制作春节员工帽子，商场每位员工必须佩带。

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。

六、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。主要包括营养保健品、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、家用电器、厨房用品、

清洁用品等。其中龙港店、鳌江大厦店，还增加箱包、服饰、鞋子、床铺上用品、生鲜处熟食、水果、海鲜干货等，以上商品均可重点陈列，并可作为一条街来陈列。

2) 厂商的赠品促销

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、家用电器、厨房用品、清洁用品等。其中大卖场的服饰、鞋子、床铺上用品等，

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) 联系厂商做大型的文艺活动，主要有蒲公英、红桃 k、等厂商进行轮回演出，提高各商场的客流量和销售。

3) 联系厂商做大型的场外活动，需各门店提前准备。

七、布置检查

1) 春节布置到位时间： 1 月 16 日前

2) 春节布置检查时间： 1 月 16 日- 1 月 18 日

3) 布置检查内容：

检查部门： 检查人：

检查日期：

项目检查标准打分

◎DM生活周刊发放（10 分）

1、DM 在活动开始前一天是否已发放到位（在收银台发放的除外）（5 分）

2、在收银台发放的 DM 摆放是否整齐有序，在顾客结帐时，是否主动发给顾客。（5 分）

◎商品特价（20 分）

1、特价商品品种是否齐全、保证不缺货。（3 分）

2、特价商品标识是否齐全、及时、准确。（2 分）

3、生活周刊陈列情况是否到位（10 分）

4、商场 POP 是否美观、醒目，具有吸引力。（5 分）

◎活动操作（30 分）

1、活动需要的奖品、全部准备好。（2 分）

2、活动奖品发放是否有序。（3 分）

3、是否出示各种活动告示。（制作商场海报）（5 分）

- 4、活动是否按方案的要求进行。（5分）
- 5、抽奖活动是否做好台帐登记工作（5分）
- 6、商场内是否按时做好广播宣传工作（2分）
- 7、员工对营销活动的了解情况（5分）
- 8、顾客对活动的参与情况（3分）

◎门店布置（30分）

- 1、门口布置美观度（5分）
- 2、场内布置是否按方案到位，是否美观合理。（5分）
- 3、专区布置及出入口布置是否到位。（5分）
- 4、宣传条幅是否悬挂。（5分）
- 5、商场吊旗是否悬挂（5分），是否美观（5分）。

◎其 它（10分）

- 1、各岗位人员对活动相关内容及生活周刊是否了解。（2分）
- 2、商场整体布置是否美观、具有吸引力，整体气氛是否良好。（5分）
- 3、顾客评价是否良好。（3分）

4) 布置结果奖金：

精英奖：奖金为 1000 元

开心奖：奖金为 500 元

努力奖：奖金为 300 元

最后一名：进行公布批评并承担前三名的奖金费用

八、顾客回访及大宗团购

- 1)春节期间各营销店的团购业绩也相应提高，营销店安排专职营销团购员，年末进行评比，对于业绩好的个人及营销店，营销科给予奖金发放。
- 2)营销店的大宗客户必须在 2005 年 12 月 30 日至 2006 年 1 月 8 日拜访完毕，并赠送春节贺卡。
- 3)顾客团购商品在 5000 元以上的均可打 9 折，并送货上门。
- 4)春节期间无团购业绩的营销店给予公布批评。
- 5)拜访的对象为固定性顾客群体，地区的大型公司以及相关的行政部门。

营销活动

前期宣传

- 1)汽车广告宣传：由营销科负责安排，广告主题以春节为主，活动时间为1月18日。
- 2)自行车队宣传：由各营销店负责制作广告旗，活动时间为1月10日，活动顺序由**店——**店，活动人员由店长安排，活动期间由专人负责带队，保证在宣传中的出现安全问题，店内员工必须全面出动进行宣传（具体流程）；在骑自行车期间，由一到两个专人负责发放前期宣传海报和喜糖；鞭炮鸣放：在骑自行车中间发放喜糖的员工还要负责鞭炮的鸣放工作，可按时间段进行鸣放；活动期间，骑自行车的员工都必须身穿人本工作服，达到活动的宣传效果。

活动广告语

- 1) 天天低价 样样心动
- 2) **购物 温馨到家

活动一：

活动时间：2006年1月16日 — 2006年2月5日

活动内容：

一送：活动期间（1月16日—2月5日），凡是在**商场购物满88元的顾客凭收银小票可至商场服务台抽取奖券一张，满176元可抽取二张，以此类推，最多抽取3张，张张有奖，奖项设置如下：

- | | | |
|------|-------|---|
| 一等奖： | 1名 | 价值1200元的**提货券 |
| 二等奖： | 2名 | 价值600元的**提货券 |
| 三等奖： | 20名 | 价值150元礼品一份（进价：100元） |
| 四等奖： | 50名 | 价值50元礼品一份（进价：25元） |
| 五等奖： | 300名 | 价值10元礼品一份（进价：3元） |
| 六等奖： | 1100名 | 价值3元礼品一份（进价：1元） |
| 鼓励奖： | 2027名 | 价值1元的礼品一份（进价：0.4元）（注：一、二等奖分公司营销科自行准备，其它由营销部统一去义乌采购，奖品由各营销公司给予确定，确定后按附表1、附表2统计到位，并于营销部下发确定奖品图片的第二天下午16：00时前提交至营销部） |

执行要点:

- 1) 奖券以 3500 张为一套，每套包含所有奖项，以营销公司为单位给予奖券总套数分配，并按营销公司的去年同比实际销售测算奖券的实际需求（具体见费用预算），各公司营销科按奖券的预算给予确认，如有改动或在春节期间有新店开业等需增加奖券的数量，请在方案下发二日前反馈至营销部**处，否则当营销公司按方案奖券预算的数量默认。门店具体奖券的分配及奖项的投放比例，由营销科根据公司奖券的需求总套数及下属门店的实际销售情况进行规划分配，如活动执行中个别营销店出现奖券缺少的，营销科应及时给予营销公司内部协调，尽量让奖券在活动结束后没有太多的剩余，如果营销科经过协调还是没有剩余的请及时与营销部***联系。
- 2) 各营销店准备 2 个农夫山泉 4L 的箱子，一个作为抽奖箱，另一个作为存根联投放箱。
- 3) 1 月 10 日，各公司营销科按营销部下发的抽奖箱、奖券投放箱设计样稿进行制作到位。
- 4) 1 月 13 日，各公司营销科对活动内容进行全员培训。
- 5) 1 月 14 日，活动布置到位，并确定活动负责人。
- 6) 顾客抽奖后，必需填写存根联的内容后方可投入“存根联投放箱”内。
- 7) 其中一、二、三等奖的顾客，营销店应做好登记工作。
- 8) 各公司营销科统一制作“奖品已领，欢迎下次光临”字样的章，于活动前 2 天下发至各营销店。对于已经领取奖品的顾客，营销店应在奖券上盖上“奖品已领，欢迎下次光临”字样。
- 9) 服务台或精品柜人员在顾客抽完奖兑换好奖品后，应温馨提醒顾客将存根联进行填写完整，并及时投放在存根联投放箱内。

二送：顾客抽奖后可将抽奖券的存根联按填写要求进行相应内容的填写，然后沿虚线撕下存根联放入存根联投放箱内，2006 年 2 月 12 日上午 10：30 分以营销公司为单位，选择其中一个商场举行二送奖的现场的抽奖活动地点；并组织公司员工工作系列的文艺演出和准备相关的顾客互动游戏为抽奖仪式增添氛围。为奖品设置如下：

设置一：销售在 1000000 元以上的营销公司执行：

| | | | |
|------|-----|-----------------|------|
| 一等奖： | 1 名 | 价值 1200 元的人本提货券 | 1200 |
| 二等奖： | 2 名 | 价值 800 元的人本提货券 | 1600 |
| 三等奖： | 3 名 | 价值 600 元的人本提货券 | 1800 |

财运奖： 5 名 价值 80 元的人本提货券 400

设置二：销售在 530000 元以上的营销公司执行：

一等奖： 1 名 价值 800 元的**提货券 800
二等奖： 2 名 价值 500 元的**提货券 1000
三等奖： 3 名 价值 200 元的**提货券 600
财运奖： 5 名 价值 50 元的**提货券 250

设置三：销售在 380000 元以上的营销公司执行：

一等奖： 1 名 价值 600 元的**提货券 600
二等奖： 2 名 价值 300 元的**提货券 600
三等奖： 3 名 价值 150 元的**提货券 450
财运奖： 5 名 价值 50 元的**提货券 250

操作细则：

- 1)公司按各自公司的实际销售对二送活动的奖项设置给予选择。
- 2)营销公司为单位，将各公司的抽奖存根联收集一起，奖券统一上交时间为 2 月 10 日 15:00 前，上交地点为各营销公司营销科。
- 3)2 月 7 日前，各公司营销科进行以下物资的准备：用玻璃制作透明的能容纳下区域内上交的奖券存放的抽奖箱一个，宣传条幅一条，音箱一套、话筒一个、搭建现场抽奖台时所需的其余物资。
- 4)2 月 10 日前，以营销公司为单位，对系列文艺演出节目和系列的互动游戏准备到位，并确定抽奖活动主持人。
- 5)参与抽奖的人员为：相关营销区域的营销公司总经理
- 6)活动抽奖仪式中，奖项揭晓后当场电话通知顾客，并做好记录工作，2 月 13 日 11:30 前各营销公司下属营销店将各自公司的中奖名单进行在店入口处红榜进行公布
- 7)活动结束后，营销科对活动费用给予整理，布置抽奖活动所产生的费用按门店的销售比例分摊，并及时做好报销工作。

活动二：惊喜会员积分换大礼(营销部制定)

活动时间：2006 年 1 月 15 日 — 2006 年 2 月 15 日

兑换方式：

| | |
|-----------|---------------------------|
| 累积 100 分 | 兑换价值 18 元（进价：5 元）的礼品一份 |
| 累积 200 分 | 兑换价值 30 元（进价：10 元）的礼品一份 |
| 累积 500 分 | 兑换价值 60 元（进价：25 元）的礼品一份 |
| 累积 1000 分 | 兑换价值 120 元（进价：50 元）的礼品一份 |
| 累积 2000 分 | 兑换价值 350 元（进价：100 元）的礼品一份 |
| 累积 5000 分 | 兑换价值 500 元（进价：250 元）的礼品一份 |

操作细则：

- 1)活动兑换的礼品由营销部组织各公司营销科人员统一去义乌海选，并对海选的礼品图片下发各营销公司筛选确定，营销部对各营销公司筛选确定的礼品给予汇总下发。
- 2)礼品确定后，各公司营销科按附表 4 对礼品给予报量，并于确定礼品图片下发的第二天下午 16:00 时前提交至营销部李少文处。
- 3)活动期间，活动礼品陈列在活动海报处，陈列时应注重量大美观，以吸引更多的顾客。
- 4)顾客兑换礼品时必需顾客凭收银小票及本人身份证按附表 5 登记，经活动负责人确定无误后方可兑换礼品。
- 5)每日日结后，活动负责人必需按附表 4 对当天已兑换礼品的顾客的会员积分，在 MCIS 系统内给予积分减除，并将已减除积分的登记表格作好保留，预备以后与会员发生纠纷时作为凭证。

活动三：

活动时间：2006 年 1 月 29 日

活动内容：凡在 1 月 29 日前 50 位顾客光临**精选店，即可获赠人本红包一个，红包内有相关礼品清单一份，（大米、会员卡申请表、糖果等）。

活动注意事项：

- 1) 活动前一天，营销店将红包准备好，并将礼品清单打印放入红包内。
- 2) 活动可在商场的服务台操作，红包由顾客自行抽取，即可领取相应的礼品。
- 3) 礼品每个商场可制作 2 个金额较高的红包，不超过 200 元，其他红包金额不超过 10 元。
- 4) 礼品清单营销进行登记，活动后进行报销。

费用小计

营销店费用小计合计

10 家 10*2002000

活动四：

活动时间：2006 年 1 月 16 日-2006 年 1 月 30 日

活动内容：制作玩具狗一只，在苍南各门店轮回演出，给顾客朋友发送小礼品，并发放人本宣传单，内容以分公司建立以来的业绩和 2006 年的开店计划。

操作事项：

1)活动物资由营销科准备，门店各安排一个人来操作。

2)演出班次：**-**-***。

3)活动期间可由两名保安在傍边进行保护和发放工作。

4)礼品由门店自行提供，价值不超过 1.5 元每份。

费用小计

营销店费用明细合计

10 家 500+10001500

活动五：

活动时间：2006 年 2 月 11 日—2006 年 2 月 12 日

活动主题：作为传统的元宵灯谜活动，依旧可以采用，内容不限。凡在**店购物的顾客满 18 元的顾客均可参与。

操作流程：

1) 营销科统一下发灯谜节内容及答案，并统一设计图案，营销店自行制作。

2) 活动前 5 天门店进行活动宣传，加大活动效果。

3) 此活动需要专人操作，在活动开始前可以召集顾客，说明活动规则，一声令下，顾客统一到商场内拿取灯谜条幅。

4) 活动分三个奖项，营销店自行联系赠品。

奖项设置：

一等奖 送价值 200 元的礼品。(一名)

二等奖 送价值 100 元的礼品。(二名)

三等奖 送价值 50 元的礼品。(三名)

四等奖 送价值 5 元左右的礼品。(五十名)

费用小计

营销店费用小计合计

10 家 10×4504500

活动六：

活动时间：2 月 13 日-2 月 16 日

活动内容：公元三世纪罗马，暴君当政，当时，罗马内外战争频伐，暴君下令罗马的所有男人在一定年龄的都得去为国效力，并下令国内停止举行结婚典礼，甚至要求已经结婚的毁掉婚约，搞得全国是民不聊生。一位叫 valentines 是得高望重的修士，不忍看到一对对情侣就这样的生离死别，于是为前来请求帮忙主持上帝的结婚典礼，一时间，更多的情侣秘密的请求帮忙。但是，事情很快被暴君知晓，于是将修士打进大牢，最终被折磨致死，修士死的那一天是二月十四日，公元 270 年 2 月 14 日。

人们为了纪念 valentines 敢于暴君斗争的人，渐渐地使得二月十四日成为了一个节日。

相爱的人需要真诚，相爱的人需要见证，相爱的人想让全世界都知道“我们相爱了”

具体操作：将营销科下发的喷绘布悬挂在大门口，配备 1 号麦克笔 2 支，（要有绳子拴牢）墨水笔 1 支。由顾客在喷绘布上书写爱情留言，让万人为你见证，前 50 位将得到礼品一份。

活动注意事项：

1) 门店做好活动宣传，广播一海报一员工导购。

2) 奖品由门店自定，价值在 5 元左右。（金乡、马站、望里、山门）前 50 名顾客即可送礼品一份。

3) 营销科统一下发红布，营销店配备好笔墨。

费用小计

营销店费用小计合计

10 家 $100 \times 10 + 50 \times 101500$

活动七：

活动时间：2 月 10 日—2 月 14 日

场地布置:

- 1)鲜花陈列台一个,规格为 1M*1.5M,为阶梯形状,陈列台为三层,同时,预备一张桌子用现场包装鲜花、一个洒水壶、包装鲜花的包装纸、包装绳、剪刀、空气清新剂(玫瑰型)、花篮、泥块。以上用品除包装纸、绳由总部统一购买,其他商场自行准备于 2 月 12 日到位。
- 2)有关情人节歌曲的光碟一个及播放的音响(商场准备)。
- 3)算帐方式:现场销售现场收现金(商场自行准备)。

操作事项:

- 1)商场贩卖的鲜花,由总部根据商场所提供的需求,再进行审核统一进货配置(商场于 2 月 6 日上报鲜花需求量)总部在 2 月 6 日审核确认。于 2 月 12 日,鲜花及包装用品到商场。
- 2)商场必须提供两名女员工,于 2 月 12 日早上 10:00 到总部进行销售和鲜花的包装技巧培训。
- 3)门店周边有花店的营销店可自行进行进货,提点的方式进行购买。

费用小计

营销店费用明细合计

10 家 10*1001000

整体进程表

2006 年春节整体进程表

序号项目总称具体项目责任人时间进程备注

A 特价商品促销

- 1.商品准备及备货工作各门店 2005 年 12 月 10 日--12 月 30 日
- 2.DM 制作营销部 2006-1-10 前
- 3.DM 发放各门店 2006 年 1 月 13 日

B、广告媒体

- 1.报纸方案的确定营销部 2006 年 1 月 13 日
- 2.条幅赞助的确定各营销店 2006 年 1 月 5 日前
- 3.条幅的制作营销科 2006 年 1 月 10 日
- 4.条幅的悬挂各门店 2006 年 1 月 10 日
- 5.广播台广播内容制作营销部 2006 年 1 月 10 日

- 6.贺卡制作营销科 2006 年 1 月 10 日
- 7.广播播音开始各营销店 2006 年 1 月 15 日
- 8.广告宣传车营销科 2006 年 1 月 18 日
- 9.自行车宣传队各营销店 2006 年 1 月 10 日
- C 商场布置吊旗方案的确定营销部 2006 年 1 月 10 日
- 1.吊旗的悬挂各门店 2006 年 1 月 15 日
- 2.活动广告牌方案的确定营销科 2006 年 1 月 10 日
- 3.吉祥门的制作营销科 2006 年 1 月 10 日
- 4.灯笼割字营销科 2006 年 1 月 10 日
- 5.抽奖箱制作营销科及各营销店 2006 年 1 月 10 日
- 6.气球的到位营销科及各营销店 2006 年 1 月 10 日
- 7.红地毯的购买营销科 2006 年 1 月 10 日
- 8.大型喷绘制作营销科 2006 年 1 月 10 日