

## XX 商城元旦促销方案

### 概 述

欢送 2006，喜迎 2007，新的一年，新的机遇。

春节消费高潮期将至，促销方案迫切需要出台，定案。今年春节是个“特别”的节日，特别之处就在于情人节放在了春节前夕，将“元旦”、“情人节”、“春节”三个节日作为一个节日促销链，整体宣传，整体促销，主题新颖，独具创新，对商家促销资源的节约、促销机会的把握及促销宣传的预期效果都会有一个较好的改善。

元旦不比春节，但在相对淡季的 1 月份作为有三天假期的节日也不失为一个较好的商机，这里就元旦期间的促销文案整理归纳为以下内容。

活动主题：

新年新景象 XX 好礼多

活动目的：

讲究新年的“新”，

突出好礼的“礼”。将节日休闲购物与享受实惠娱乐完美结合，让顾客在卖场内感受到新年的愉悦和购物的乐趣，充分体现 XX 商城的家园式购物氛围及无微不至的人性化服务，为春节消费高峰期的来临做好舆论优势。

活动时间：

2007 年元月 1 日—3 日

活动形式：

特卖+赠送+文演+娱乐

活动要点：

有意将

“元旦”、“情人节”、“春节”节日促销完美结合，以“元旦”为始点，将部分活动内容贯穿整个元月份及 2 月份上旬，做好整个春节期间促销的有机促销链。为元月份的商城不间断人气及销售提供有益保证。

氛围布局：

全面围绕“新景象 送好礼”活动主题展开布置。（卖场节日气氛、特卖场布置等）（时间：元旦前三天内）

活动办法

- a、寒冬送温暖—新款羽绒服热卖（元月 1 日—7 日）
- b、新年送惊喜—爱心大换购（元月 1 日—3 日）
- c、海报换礼品—剪角来就送（元月 1 日）
- d、好礼贺新年—购物送会员（元月 1 日—3 日）
- e、新年许诺言—见证“爱情墙”（元月 1 日—2 月 13 日）

活动推广：

彩页、《牡丹晚报》、《商业在线》杂志、电视台、《XX 信息港》网站。

具体内容

氛围布局：

营造浓重的节日气氛，为新年期间顾客购物创造一个祥和、愉快的购物氛围。

\*发动某些厂家（经销大品牌或有意向联营厂家）做场外活动（文演、产品推广及送赠品等），立彩虹门、升空气球、搭建活动舞台等，针对元旦参与场外活动的厂家视场地大小安排演出顺序。（业务部联系厂家，企划部组织活动）

\*商场前正门（两个）悬挂四个带有“欢庆元旦”字样的大红灯笼，烘托节日气氛，喜迎顾客到来。

\*商场前楼体柱用带有新年气氛的写真画面包裹，颜色以红黄色为主。（可使用至春节）

\*设计制作一大型活动促销宣传喷绘画面，面积约为 180 平方，悬挂于楼体前方，内容为本次元旦系列促销活动内容概要（主题要醒目）。

\*楼体橱窗是商场脸面，节日布局要合理到位，既要突出商品个性，又要烘托节日气氛，给节日的商场增添一份喜庆色彩。

\*节日期间商场内海报展板、POP 书写要带有“欢庆元旦”等字样。在正门入口主通道及超市出入口等处天花板上悬挂彩色布条来装饰卖场。

活动促销：

- ①寒冬送温暖—新款羽绒服热卖（元月 1 日—7 日）

羽绒服为冬季时令性商品，现正处于销售旺季，在一楼中厅布置一大型羽绒服特卖场，展销如波司登、康博、杰奥、雪中飞、冰洁、雅鹿、红豆、冰飞、南极之星、天羽、鸭鸭、北极绒、南极人等各大品牌羽绒服，6—8 折热卖（部分折扣较低厂家可与商场共同承担扣点）。

特卖场布置：

\*设置一大型海报展板，内容为各品牌羽绒服折扣价格。

\*在中厅上空悬挂一条幅，内容为“庆元旦 XX 商城新款羽绒服倾情特卖”

\*各品牌货架上的 POP 摆放。

\*开辟一个专门的特卖场收银台。

\*特卖期间办公室工作人员到现场协助及保安人员配置情况等。

#### ②新年送惊喜—爱心大换购（元月 1 日—3 日）

活动内容：凡在本商场购物满 200 元，加 7 元可换购价值 18 元的商品（例：茶杯）；购物满 2000 元，加 7 元可换购价值 88 元的商品（例：电饭煲一个、电吹风一个）；购物满 5000 元，加 7 元可换购价值 128 元的商品（例：电烫斗一个或 MP3 一部）；购物满 10000 元，加 7 元可换购价值 300 元的商品（例：VCD 一台或 DVD 一台）

操作说明：凭购物小票至服务台换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

#### ③海报换礼品—剪角来就送（元月 1 日）

为吸引人气，烘托节日气氛，为节日期间来商场的顾客带来一份惊喜，凡凭本商场节日活动促销彩页特设定的“好礼剪角”和购物小票（金额不限），均可到总台获赠 XX 商城 2007 年日历一本，限每人一份，赠完为止。

#### ④好礼贺新年—购物送会员（元月 1 日—3 日）

为更好的开辟潜在顾客源，发展会员，为商场带来稳固的消费群体，同时为春节消费高峰提供更多的客流保证，值元旦促销之际，特举行购物送会员卡活动。

活动期间凡在本商场购物满 50 元以上，均可免费获赠积分卡一张，不累计赠送。（已赠小票加盖已赠章，由市场部组织，配合总台实施）

#### ⑤新年许诺言—见证“爱情墙”（元月 1 日—2 月 13 日）

活动说明：情人节是年轻人的节日，而年轻人又是商场消费主力军，为年轻人开辟更多的交流渠道和场所，不仅会给商场吸引客流，提升销售额，而且还可以升华商场人性化服务的含义，制造社会有益舆论。2007 情人节处于春节前夕，在元旦期间开始做有关情人节促销活动，将期限延至情人节，可为情人节、春节期间的销售提供保证，还可以带动一月份及二月上旬的商场人气，更多的提高销售额。

活动准备：

\*在商场总台左侧靠墙处设置一情人节“爱情墙”，大小为 220cm\*160cm。（由企划部负责装饰）

\*制作一批“爱情宣言”小卡片，尺寸约 8cm\*12cm。（卡片分为正副券，有统一编号）

\*一大型抽奖箱等活动道具。

活动内容：

活动期间，凡到商场购物的情侣顾客，凭购物小票（满 20 元以上），均可到总台领取一张“爱情宣言”卡片（每对情侣仅可领取一张），由双方在卡片正券正面填写象征双方爱情的语言和名字，然后撕下副券自己存放，将正券按一定顺序粘贴到“爱情墙”上，象征着爱情，体现着永远。

到活动结束后（2 月 13 日结束），将粘贴在“爱情墙”上的“爱情宣言”小卡片揭下，放进抽奖箱内，于 2 月 14 日（情人节）当天，在广场外统一举行“爱情大抽奖”，以正券编号与副券编号相吻合为中奖标准，奖项设置与奖品暂且不定。

⑥其他相关促销活动（如发动各联营厂家举行商品降价特卖、购物送赠品、参与厂商组织的有奖小游戏等）

活动评估：

\*本次促销活动旨在宣扬商场节日气氛，烘托商场购物氛围，吸引更多的顾客，送实惠及娱乐于大众，对商场销售的提升及形象塑造均有较大益处。

\*各促销措施需得到厂家支持，各相关业务部门应与厂商积极协商，方可达到事半功倍的效果。\*商场各部门针对本次活动应积极实行人员及物资的配合，特别是人力资源部门，应及时组织相关工作人员下到卖场协助工作的开展。

\*本次活动应成立专门指挥小组，由总经理为组长，统一指挥，统一调度，为活动的顺利开展做好充分的后台工作。

媒体宣传：

杂志宣传：在本地最有影响力的商业杂志《商业在线》上做一整版（彩版）广告。

彩页宣传：

制作一期大小 8 开纸质 105g 的彩色宣传页，内容以元旦期间本商场活动内容和特价商品为主（附带有领取赠品剪角），员工散发或夹报发送。（截止到 12 月 28 日前散发完毕）

报纸软文：12 月 30 日

诉求主题：XX 商场新年氛围的营造及好礼的赠送！（特卖+赠送+文演+娱乐）

诉求对象：《\*\*晚报》

网络媒体：在当地点击率最高的“\*\*信息港”首页“行业快讯”栏目设立活动专页连接。

电视媒体：15 秒配音字幕广告（节前一周，每晚播放两遍）

费用预算：    略