

超市春节活动方案(集合15篇)

为了确保事情或工作科学有序进行，常常需要预先准备方案，方案是阐明具体行动的时间，地点，目的，预期效果，预算及方法等的企划案。那要怎么制定科学的方案呢？以下是小编精心整理的超市春节活动方案，希望能够帮助到大家。

超市春节活动方案1

活动时间：2月13号--到2月23号

活动地点：大润发超市

活动主题：“迎春纳福，大礼满天飞舞”，主色调为大红色，白的，黄色为辅。

一、 活动策略 促销商品

生鲜：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)

食品：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)

百货：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)

日化：冬天不怕干，护肤我在行(洗浴、个人护理、洗涤)

二、 广告支持

1、 DM海报：

① 规格：16K12P，数量：*万张。

②

DM版面分标题及商品品类重点：

封面(1P)：迎春纳福，大礼满天飞舞(特惊爆商品2-5款或二级营销活动内容)

生鲜(2P)：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)

食品(3P)：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)

百货(2P)：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品) 2、

主题设计： (1)主题海报的设计

(2)大润发外的玻璃拱门设计

(3)吊旗的主图全部围绕活动主题设计；

(4)电梯入口及电梯周围的海报场景设计

春节style衣食住行玩

(5)入口设计

(6)堆头、展台、场景设计，均围绕主题设计 (7)收银台设计

(8)其他一些(例如：装饰海报、装饰品等等)

三、促销活动方案

活动口号：春节大派送 会员更省钱

活动时间：02月13日至02月23日

活动内容：活动期间，采购部组织20个以上的过年及民生必需品，该类商品必须超值惊暴，如：传统年货、5L食用油、袋装大米、名酒、礼盒、肉品、熟食、蔬果、五谷杂粮、日常洗涤用品、洗发沐浴品、超值家居品等。

超市春节活动方案2

春节是每年销售的顶峰时期，也是超市全年最繁忙的时间，为了能使门店在今年春节集中精力打好销售战，本次春节，我们将以商品组合销售为主要促销方式，同时配以适当的促销活动，以引导消费，挖掘潜在消费为提升途径，同时注重团购促销，希望于正常销售途径之外尽量挖掘市场潜力，迎合顾客购物心理（大批量购物、一站购物），体现我们的经营特色，从而提高客单价，提升销售。

110期

本阶段的活动以突出团购特色的商品和其他特价商品相结合的形式，以商品为活动主要角色，挖掘节日前期的消费力量。活动以团购特价商品为主，以DM为主要体现形式，先期吸引单位集体购买，会员卡赠送主要针对市外门店新客户的吸纳，挖掘和培养05年的新消费群体，同时也希望籍此活动，吸引对我们的会员身份有兴趣的潜在消费群。

主题：福多春意浓

1. 特价团购商品DM a) 规格：小8K，4P，共计80个商品；
食品：40个 百货：30个 生鲜：10个 b)
要求所有团购版商品价格平均下降幅度在25%； c)
商品选择要求历年春节团购需求量大的单品或品类。

2、享受团购价前提：一次性团购满500元，即可以DM团购专版上的特价购买；

3、辅助装饰：制作团购商品标识插卡，醒目标识，提示购买

4、操作细则：对所有团购商品不进行调价，在团购发生时，请门店团购人员按DM价格手工调价；

5、市外门店活动：一次性购买商品满500元，可获赠05年会员卡一张，单笔销售限送1张；

6、要求参与团购版商品的供应商提供大批量购买的赠送措施，整合供应商活动，体现团购专版的特惠性质。

111期

主题：新春 联华抢购

第一站 时间：1.28—2.15 （2.9年初一，2.14情人节） 共计19天

由于春节的特殊性，零售活动的策划侧重于通过DM商品的组合推荐，形象生动具体的诉求商品销售点，通过提醒顾客的购买需要、诱发购买欲望等多个手段的结合拉动销售。

适当配合刺激性的活动，结合卖场宣传、装饰等途径，渲染年末浓重的购物氛围。同时综合考虑节后效应以及情人节活动的配合，达到档期活动策划的完整性和全面性。

1、商品组合以及DM要求

a) DM规格：小8K，20个P，400余件商品

b) 礼品主题：祝福心意表一表

主要商品为滋补品（含南北货）、礼品酒类、玩具、家居用品套件、小电器……

此部分商品要求供应商促销活动的支持

c) 食品主题：佳肴美食齐送到
以年货为主打，综合各类礼品、干货、休闲食品、粮油面制品、饮料、酒
品、休闲食品、糖果

d) 百货：开门迎新 床上用品、服装、服饰配件、家用杂件.....

e) 生鲜：鲜美啧啧过大年
调味品、生鲜中的日配、冷盘、熟食、蔬菜.....

f) 分类版面主题：这个冬天不太冷 i.
红系列：本命年红色衣裤，春节特色的装饰品，主要是一些春联、对联、“
福”字、红包等； ii. 火系列：火锅，火锅料，调味料 iii.
暖系列：床上用品，内衣，取暖类电器

情人节主题：简单爱

情人节推荐商品，考虑到这部分商品可能与春节推荐商品重复，建议D
M排版上，可以在相关商品在可以作为情人节特色的商品上，标注特殊记号
，代表情人节推荐商品，以做提示作用； h)

长假消耗补给，联华为您考虑——民生用品大集合

此活动主要希望推动节后的民生用品销售，刺激人们长假后的新一轮购买
需要，可以通过将可推荐商品进行简单的文字组合的方式，提醒购买，以
温馨提示的方法推动需求和购买，同时也加强卖场“为你所想”的亲民形象。

2、 一元风暴 快速抢购

事实证明，价格竞争尽管是最低层次的竞争，确实打击和弱化其他超市最
行之有效的最有力的竞争手段，也是提高市场份额最直接，最有力的竞争手段，在春节
这个特殊的节日，人们对各方面商品的需求都达到了一个鼎盛的时候

期，因此设计活动以买大赠小（买礼品类商品送调味品）为主要手段，刺激消费。

时间上的考虑主要是由于，在年夜前后是卖场相对非常繁忙的时间，也是希望通过此活动能在时间上分流客源，达到销售平衡，并有效避免销售的流失。此活动需商管部支持20万元左右的供应商扣点，作为活动费用。

a) 时间：1.28-2.2

b)

活动内容：在本超市购买保健品、酒品类礼盒类商品满100元，即可参加“一元风暴 快速抢购”活动；凭当日满足参与条件的单张购物小票到门店“特卖场”以一元价格自由选购以下任意一种商品：1瓶酱油、1袋味精、2瓶香醋、4袋盐、2听可口可乐；

c) 操作细则： i.

有场地条件的门店单独开辟特卖场，面积比较小的门店在总台赠送，但都统一要求门店在活动开始前特卖场所在位置的醒目标识，并做好活动内容宣传； ii. 赠品事先要货，并打包，以免活动开始造成混乱； iii. 请顾客依次排队购买特卖场商品，每张购物小票限购其中任意3种商品； iv.

所有参与活动的购物小票应为当日单张购物小票，隔日无效，小票不可累加； v.

若购“特卖场”商品后退超市所购商品，需凭购物小票办理退货手续，并将“特卖场”商品一同退货； vi.

所有赠送要求剪小票操作，并做好每日台帐；
本活动解释权归本超市所有。

vii.

d)

宣传文案：一元钱能买什么？一瓶酱油？一袋味精或是四袋盐？能！只要您来联华超市购物，这样的梦想也能变成现实！

2月1日起，如果您在联华超市购买保健品、酒品礼盒类商品达一定数额，您就可以花一元钱，捧回一瓶酱油或一袋味精或其它指定的商品，这样的优惠看得见，这样的真情感受到。

一元风暴快速抢购，心动吗？那就快快行动！

3、 装饰 a)

卖场入口处采用大如意结装饰，部分旗舰店利用氦气球加大气氛渲染效果

； b) 收银台采用大红绸和福字装饰； c)

卖场入口主通道的采用大型梅花盆景+对联的组合装饰形式； d)

货架笑脸设计； e) 井道特殊装饰：春满联华——广告公司出方案 f)

超市春节活动方案3

活动时间：春节前20天、春节后15天

活动地点：大润发超市

活动主题：“迎春纳福，大礼满天飞舞”，主色调为大红色，白的，黄色为辅。

一、 活动策略

促销商品：

生鲜：超级美食，天天美味（熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜）

食品：暖暖冬日，你我分享（休闲食品、饮料、酒类、牛奶）

百货：我爱我家，营造温暖生活（家居百货、针织、冬季商品）

日化：冬天不怕干，护肤我在行（洗浴、个人护理、洗涤）

二、广告支持

1、DM海报：

① 规格：16K12P，数量：1万张。

② DM版面分标题及商品品类重点：

封面（1P）：迎春纳福，大礼满天飞舞（特惊爆商品2—5款或二级营销活动内容）

生鲜（2P）：超级美食，天天美味（熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜）

食品（3P）：暖暖冬日，你我分享（休闲食品、饮料、酒类、牛奶）

百货（2P）：我爱我家，营造温暖生活（家居百货、针织、冬季商品）

2、主题设计：

（1）主题海报的设计

（2）大润发外的玻璃拱门设计

（3）吊旗的主图全部围绕活动主题设计；

（4）电梯入口及电梯周围的海报场景设计

（5）入口设计

（6）堆头、展台、场景设计，均围绕主题设计

(7) 收银台设计

(8) 其他一些（例如：装饰海报、装饰品等等）

三、促销活动方案

活动一、春节大派送 会员更省钱

活动时间：02月13日至02月23日

活动内容：活动期间，采购部组织20个以上的过年及民生必需品，该类商品必须超值惊暴，如：传统年货、5L食用油、袋装大米、名酒、礼盒、肉品、熟食、蔬果、五谷杂粮、日常洗涤用品、洗发沐浴品、超值家居品等。

注：必须是过年及民生必需品，必须非常惊暴，这些单品关系到此次春节销售的成败，因此我们需要慎重考虑这些单品。

活动二、购物积分双倍送

活动内容：活动期间，在**超市购任意年货达**元以上的会员均享受积分翻番（双倍）；注：该活动适用于有会员卡消费积分的超市。

活动三、年货大采购 奖品等你拿

活动内容：活动期间在**超市购物168元以上即可凭购物小票直接兑换抽奖卷，参加抽奖领取超值奖品；（一等奖一名，奖29寸电视机一台；二等奖二名，奖名牌微波炉一台；三等奖28名，奖100元购物卷；四等奖100名，奖50元购物卷；纪念奖1000名，奖07年挂历一份）

注：抽奖的奖品可另行安排，可与供应商洽谈来承担部分。

活动四、春节年货大展销

此项活动的费用以及奖品采购部负责洽谈提供，可要求供应商负责承担

1、

2、购买（指定）年货换礼品

A、活动期间，一次性购买（指定）年货，可凭单张收银小票到服务中心加**元领取礼品一份（或其他），数量不限、多买多送。

B、活动期间，凡购买年货满150元以上者送红酒一支，以150元为整数倍递增，多买多送，数量有限、送完为止！

活动五、除夕之夜 美食专家

活动时间：02月20日—02月23日

活动内容：除夕之夜您吃什么？

活动期间本超市为您准备了丰富的年夜饭：

1、3—8款惊爆价熟食，例如：烤全猪、烤鸡、鸭等；

2、各种速冻水饺、汤圆买**元送小袋（200G）汤圆；

3、各种碟菜、水产等特价销售。

注：以上活动仅限生鲜超市进行。

四、场景布置：

（一）、场外布置：

1、各大卖场外墙悬挂巨幅节日海报（可根据实地尺寸制作，悬挂于卖场门头），宣传活动内容：活动主题+DM封面单品（费用可联系厂商支持）+活动文字，户外广告报批市政手续由行政部落实；

2、各超市正门上方悬挂春节大红灯笼；（具体数量由各超市上报）

3、玻璃拱门上贴上与主题相关的装饰物

4、让布偶在超市外发放宣传海报，对小孩子还可以发放气球，为吸引更多消费者前来。

5、两个大的升天大气球

（二）、场内布置：

1、在室内，顶部都挂上吊旗，不同的区域可以选择合适的吊旗来悬挂

2、电梯入口可做适当的装饰（注意：要方便消费者行走）。其次可在电梯的两边张贴一些宣传促销海报。

3、因为是春节，礼品多，促销商品也多，所以把堆头和展台都设计的喜庆一点，并明确告诉大家促销的方法。

4、陈列年货一条街，在年货一条街上端悬挂吊牌、海报、彩旗、气球、小灯笼等，烘托年货一条街气氛；

5、场景活动的一些布置，围绕迎春纳福的主题。

6、场内播音、LED电视不间断宣传传

7、最后大家结账时的收银台的设计，根据主题要弄的喜庆，红火，让消费者在离开时也能够感受到浓浓的节日气氛。

超市春节活动方案4

主办：共青团寿宁县委

协办：润家超市(东区廊桥国际大酒店负一楼)

时间：正月初四上午10：00——15：30

地点：县体育场(职专体育场)

本次活动可以自由报名(届时由组委会统一组队)，也可以以小组为单位报名(每小组3至5人，限5—60周岁，鼓励浪花们带动亲戚朋友组队参加)。

活动议程安排

10：00 搭帐篷比赛：

每组选出一人参赛，选一个人作为监督员，监督其他组有无违规操作，五组为一轮，每轮比赛选出第一名晋级比赛，以此类推，最后选冠、亚、季军各一名，鼓励奖三名。

注：为了公平起见，报名参加搭帐篷比赛的必须报名参加帐篷烧烤组，使用统一的帐篷。建议有帐篷的驴友自带帐篷，壮大帐篷节景观。

11：00 自助烧烤活动：

预购者到组委会领取一次性烧烤炉(烤盘规格为31*25*5cm、含600克木炭、适用2至5人)、定量调料(椒盐粉、纯孜然粉、黑胡椒粉、特制烧烤粉、辣椒粉等)、烧烤工具。烧烤食材由组委会统一腌制，网友们根据需要到总台购买。

友情提示：时间很充足，请不要跑太远，吃累了请躺帐篷里休息，太阳太大了请躺帐篷里休息，困了请躺帐篷里休息，保存好体力参加下午的运动会，保存好体力拉一车奖品回家：)

13: 00 趣味运动会：

方案附后

15: 00 颁奖、抽奖：

- 1、颁发“20xx年度十大杰出网友”证书及奖品
- 2、颁发搭帐篷比赛及趣味运动会各项比赛奖品
- 3、抽奖

15: 30 清理广场卫生

注意事项

- 1、参加者不得乱扔垃圾，不恶意破坏自然环境，注意防火。
- 2、烧烤有危险，请看管好自己携带的儿童。
- 3、若因天气下雨等不可抗拒的外力影响，将调整活动日期，请时刻关注活动公告，报名时请留下联系方式，以方便通知。

个人赛

一、套圈

二、趣味保龄球：

(1)规则：相同规格的饮料10瓶按三角形排好。(2) 距离饮料8—
10米划一条横线。(3)

游戏者站在横线后把排球球滚向饮，倒下的饮料就是游戏者所得。

团体赛

一、双腿夹球接力：

将球放在两膝上方用劲夹住，走到对面终点处，过线后将球交给对面队友，循环反复至全队结束，时间最短者为胜。

规则：

(1)：必须从起点线后起步。

(2)：如中途皮球脱离身体，拣起球必须根据裁判指定回到原地把球夹好，裁判发令后才可以继续比赛。

(3)：双手五指交叉夹住放脑后。

(4)：每队限报3人，(至少要有一名女生)。

二、车轮滚滚

成一路纵队站在起跑线后，线前20米放一标志物。比赛开始，排头手推轮胎跑出，绕标志物返回，将轮胎交给第二人，自己站到排尾依次进行了，以先完成的队为胜。

三、纸衣往返接力

用双手将海报(A4大小)放在前胸，裁判发令后，松开双手，在奔跑过程中保持不掉，如果掉下重新捡起继续奔跑，跑到对面交给另一名同伴，以最快完成为胜利。

四、鲤鱼戏珠

制作四个鲤鱼头饰。拿一个网球、纸篓(背在背后)，跑到指定地点后将网球用力掷向地面，网球弹起来后用身后的纸篓接住，什么时间接住什么时间往回跑，以此类推完成比赛。

超市春节活动方案5

活动目的：

- 1、扩大和提高XXX超市的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

市场分析：

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，消费者又是如何选择的呢?随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注全家一起置办年货这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品（比如大米、鸡蛋等）以超低折扣出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

活动安排：

1、选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a、消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b、消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票和宣传单印上广告词:这个春节，您当家。

效果目的:为了让消费者知道，今年春节，×××超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

超市春节活动方案6

抽奖促销，通常为一些大型超市销售库存商品所采纳。抽奖促销是通常利用顾客“以小赢大”的心理，通过抽奖赢取现金或商品来刺激顾客的购买欲望。这种促销方式面对的消费者数目众多、范围广泛，抽奖本身也是宣传产品很好的广告形式，一方面能加强顾客对商品的了解；另一方面也有利于为自己的店铺形象作宣传。

活动主题

“春节到，好运来”抽奖促销活动

活动时间

春节节假日

活动内容

1. 活动期间，凡在本超市购物累计满××元的顾客，即可凭当日购物小票到服务台抽取奖券一张，每张小票只能抽取一张奖券，抽奖后小票回收。

2. 本次抽奖活动共设置6个等级的奖励，具体设置如下。

一等奖：××洗衣机一台

二等奖：××豆浆机一台

三等奖：××挂烫机一台

四等奖：××压榨花生油一壶

五等奖：××洗衣液一瓶

纪念奖：××保鲜盒一套

3. 本次活动采用现场开奖方式，中奖者凭借中奖的奖券到服务台领取奖品，领奖最后期限为购物当天超市停止营业之前。

活动细则

1、活动的成本预算

商家在策划抽奖促销活动时，应根据自身店铺的可承受促销活动的规模制定抽奖促销时的奖品价值。同时，要预算好在整个活动期间进行的广告宣传费用以及其他辅助费用（活动处理费用、公证费、汇编人员费用等）。

2、奖品的选择

（1）奖品要具有特色

商家在选择奖品时，不要以为奖品是额外送给顾客的，就随意选择应付了事。要知道，在某种程度上而言，奖品也代表了商家的形象，因此，应选择质量好、符合商家形象、具有时尚感的奖品。如果还能够考虑到当下顾客的需求，则更好不过。

（2）奖品与产品的价位要相匹配

商家在选择奖品时，要注意奖品与产品的价位要相匹配。如果是售价低的产品，最好采用中奖率低，但中奖面广的方式；如果是售价高的产品，则可以采用适当设置大奖，但是中奖面小的方式。

（3）大、小奖的数量设置要适量

商家在奖品数量的设置上，大小奖品要适量。据调查，顾客最感兴趣的奖项就是最高奖，如果没有大奖，则无法引起顾客的参与欲望。因此，一定要设置适量的大奖。同时，要多设置小奖，这在很大程度上能够刺激顾客的购买欲望。

3、抽奖促销的方式

(1) 回寄式抽奖

回寄式抽奖要求顾客将自己的姓名、地址等信息填写好放入信封内，邮寄到指定地点参与抽奖活动，有的商家还要求顾客提供购买商品的凭证。这种抽奖方式的优势在于，可以获取顾客的资料，便于今后继续开展促销活动。但是这种方式也有不可避免的劣势，邮寄的方式需要一定的时间，再加上还需要顾客自己承担邮费，难免会让许多顾客望而却步。在如今这个通讯业发达的时代，商家可以选择将邮寄到指定地点改成发短信到指定号码，或者是发邮件到指定邮箱。最后需要注意的一点是，商家要对顾客的真实信息保密，不要随意透露出去。

(2) 当场兑现式抽奖

当场兑现式抽奖也叫“即开即中式抽奖”，一般商家将奖券或其他中奖凭证置于产品包装内，顾客在购买商品的同时就能够知道自己是否中奖，中小奖在当就能够领取到奖品，而中大奖则需要到指定地点领取。这种抽奖促销的方式符合现代人们追求方便快捷的心理，所以很受消费者欢迎。这种方式对顾客刺激性大，有较强的吸引力，但是也存在不足之处，运用的次数多了，顾客就会渐渐失去兴趣，如若想一直保持顾客的新鲜感，就要在不改变其本质的基础上，创造出新的模式。

（3）多重机会式抽奖

参与多重机会式抽奖促销的顾客享有多次抽奖的机会，如果第一轮没有抽到奖，就会自动循环到下一轮的抽奖环节中。这种方式持续的时间较长，一般分多期进行，目的是为了提提高消费者中奖机率，从而激发顾客的购买积极性。这种抽奖式促销的优势在于，能够调动起那些觉得自己运气不好，或是因为奖品价值小而不愿参与的顾客的积极性。但是需要商家提前做好周密的计算和安排，避免同一个顾客多次中奖。

（4）定期兑奖式抽奖

定期兑奖式抽奖促销的方式是在顾客参与抽奖一段时间后才公开摇奖，而顾客粗腰等待一段时间才知道自己是否中奖。商家在使用这种方法时需要注意的是，兑奖之后要将顾客的奖券回收。

（5）无购物式抽奖

无购物式抽奖的主要目的在于对商家进行宣传，因此不需要顾客购买商品，只需要顾客从商家的宣传中取得奖券。填好个人信息后，即可参与抽奖。

4、活动策划的注意事项

商家在进行抽奖活动前，为了避免引起一些不必要的纠纷，有以下事项需要告知消费者：标明活动的开始和截止日期，一方面促使消费者把握机会踊跃参加，另一方面为商家减少不必要的纠纷；选用何种抽奖方法、什么时间在什么地点抽奖、什么时间以什么方式公布中奖者名单，以及用什么方式通知中奖者领奖地点等，都要明确标示出来；制定抽奖资

格，如：“消费满××元，即可参与抽奖”；禁止主办企业、经销商和聘用的广告公司的工作人员及直系亲属参加抽奖，此举是为了向顾客证明抽奖活动的公正性；具体设立的奖项、奖品数量、开奖次数、开奖时间、中奖公布方法及时间要清楚明白地告诉顾客；说明顾客可以参与抽奖的次数，是每人仅限一次还是不限次数可循环参与；告知顾客对抽奖活动进行监督公证的具体公证机关名称；说明大奖得主是否需要自行缴纳个人所得税；告诉顾客领奖时必须携带证明材料，按照规定领奖时间和地点领取奖品；说明活动会请公证处公证，与举办方有关联的人员不在本活动参加范围内、所有参与者的资料将归举办方所有、举办方保留活动解释权等。

流程要求

1、公布中奖者名单要及时

商家如果没有采用即抽即中式的抽奖促销方式，就一定要及时公布中奖者的名单。通常是在当地的大众媒体上公布中奖者名单（包括身份证号码，但中间几位则需要隐藏，避免泄露顾客真实信息），同时逐一打电话或者发短信告知中奖者本人。与此同时，要在卖场内设置一张展板，上面写明中奖者姓名和具体的中奖信息。这样就可以增强抽奖活动的可信度，便于下一次再举行抽奖活动时吸引更多的顾客参与进来。

2、抽奖形式要具有趣味性

商家如果能在抽奖活动中增加一些游戏环节，则能够很好调动起顾客参与的积极性，例如：将普通的抽奖箱变成大转盘、投飞镖、摇乒乓球等。在吸引顾客的同时，还能够起到宣传造势，扩大影响的作用。

3、扩大纪念奖的比例

顾客愿意参加抽奖促销的活动，很大程度上是希望能够获取一定利益，如果多次参加却分毫未获，难免会让他们对活动失去兴趣。如果偶尔能够得到一些纪念品，顾客的内心就会感到满足和快乐，从而增强对商家的好感。

4、抽奖促销方式要丰富多样

抽奖促销如果只有一种抽奖方式，未免有些单调，因此商家可以选择多种促销方式与抽奖相结合。例如：抽奖与优惠券组合，能够保证如果顾客参与抽奖活动没有中奖，还可以将抽奖凭证作为下次消费的优惠券；抽奖与积分换物组合，未中奖的抽奖券积累到一定数量，则可以到卖场换取一定数量的奖品……

5、不要泄露顾客的个人信息

抽奖促销活动不仅要将在中奖信息对广大顾客如实公布，也要保证不泄露中奖者的个人信息。例如：在公布电话号码时，可以只公布前3位和后4位，隐藏中间4位数，则能够做到两者兼顾。

方案评估

抽奖促销活动虽然被商家广泛运用，但仍存在着一些不足之处：参与者不一定是目标顾客，有的仅仅是单纯为了抽奖而参加；无法预估参与人数，在成本控制上难以把握；活动过程需要经过精心的策划和准备，活动周期较长，后续工作也较多，实施起来需要格外严谨有些顾客会因为屡次未中奖而对商家产生不信任的心理。如此看来，商家在进行抽奖促销策划时，一定要量力而行，认真考虑以上问题，避免在活动中出现差错，甚至导致亏本。

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/178067130003007
006](https://d.book118.com/178067130003007006)