

周年庆营销策划方案 5 篇

周年庆营销策划方案 1

一、活动主题

“情定_周年，感恩大回馈”

药店周年庆活动可选择打情感牌，围绕活动主题推出一系列优惠活动及公益活动。前者是为了提高客流，以增加销售；后者是为了树立企业在社区居民中的良好形象，赢得顾客的忠诚度。

二、活动内容

(一)免费项目

1.免费测血糖、测血压

2.凡是在店庆当日出生的顾客，凭身份证复印件即可领取 66 元代金券，代金券不限制使用条件，可全额抵扣但不找零。

3.联合附近社区医院，凭药店发放的邀请函，顾客可以去医院进行免费体检。

(二)优惠项目

1.打折，你说了算：活动期间，在药店购买商品的顾客可以自己指定一种商品，享受 8.8 折优惠，从而避免打折的药品，顾客用不上，顾客用的药却不打折的现象，让顾客真

正享受到实惠。

2.价格，你来定：活动期间，每天推出一款常用药，顾客可在1元-10元之间，任意指定价格。

3.顾客只要进店就送500元电子币，可在保健品专场和医疗器械专场使用，满200元可用电子币抵50元，满300元抵80元，满400元抵120元……电子币的有效期为一个月，但只在活动期间发放。

(三)公益项目

店庆当日，药店可在门口搭建一个小舞台，药店店员为社区内的孤寡老人表演自己编排的娱乐节目，如歌曲、舞蹈、小品等，同时要请药店会员和社区居民一起参与。

三、宣传推广

1.向药店附近社区居民发放DM单，同时设计一本实用的手册，介绍一些常见简单疾病的预防及生活提醒。

2.在各社区比较显著的位置张贴海报和条幅，打出店庆主题。

3.公益项目的宣传科联合附近的居委会。

4.门店拱门、POP海报、展架、喷绘、吊旗等宣传以及广播宣传，从视觉、听觉等多方面营造节日气氛。

5.网站宣传

6.微信宣传，公众平台发布活动信息，所有员工朋友圈分享

7.短信宣传

8.电话宣传

四、注意事项

1.各项物料的数量、摆放地点、完成时间等都要明确，并严格按照时间节点来完成。

2.人员分工清晰明了，并进行实战前的培训。

3.具体活动流程及安排，要尽可能详细，能提前演练以便及时发现问题。

4.保证参与促销的商品数量充足。

5.执行有力。

周年庆营销策划方案 2

今年 9 月 25 日是中秋节，距离 10 月 1 日仅仅 5 天，又值 9 月 28 日某商场八一店五周年店庆，这种扎堆效应，潜在消费群体相对于单个节日来说要多很多，同时为了应对某某 10 周年大庆，提前引爆并释放消费高潮，因此对于我们来说，这是一次很好的提高门店销售额、提升某商场品牌形象和应对某某 10 年大庆的好机会。

此次促销，应该做到参与促销的商品面广、数量多，力度大，利用节日的双重性，促进商品的连带销售。

具体内容如下：

一、活动时间：9 月 21 日(周五)——10 月 7 日(周日)

二、活动主题：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

三、活动范围：某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店

四、活动内容：

1.中秋活动：**【超市中秋档期 DM 海报 9 月 5 日—25 日同步跟进】**

华信店中秋同步跟进

2.活动主题：月饼+红酒某商场携您度中秋

(黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动)

3.活动时间：9 月 21 日(周五)——9 月 25 日(周二)

4.活动简述：因为商场现有品牌自行举行的折扣，某商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色。)

5.活动内容：

在所有品牌现有折扣上当日现金消费满 200 元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。(单独包装，价值约 8 元)

当日现金消费满 500 元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。(价值约 40 元)

当日现金消费满 1000 元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。(价值约 80 元)

各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担 50%。

“月圆中秋，情浓某商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

五、国庆节、某商场八一店五周年店庆：

1.活动时间：9月28日(周五)——10月7日(周日)

2.活动范围：某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店及华信店

3.活动内容：

穿着类、床品、箱包新品 7 折起

活动期间，凡单店当日购买穿着类、床品、箱包商品新品 7 折起，原上参加品牌范围要广，至少济南五店相同品牌要保证相同力度。(超市及特例品牌除外，活动期间，会员积分卡只积分不打折)

购物某商场，尽享意外惊喜——“国庆购物不花钱”

4.时间：20__年 10 月 1 日—7 日

凡当日单店购物满 300 元的顾客,可凭购物发票参加抽奖,有机会获得该票全额和半额消费返还。

5.操作细则:

各店设置一个抽奖箱,内有 20 个乒乓球(其中全额返还 1 个,半额返还 2 个, 17 个纪念奖,可选择超市商品),工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“L”章,即时开奖。

国庆同欢乐,某商场送安康

此活动旨在通过购物加购的方式,经历过 7.18 暴雨事件后,人们在面对意外事故、灾难时候的无助和彷徨,更加突出了保险的重要性,拟通过购物赠送人身意外保险的方式,体现出某商场以人为本,关心顾客,为树立某商场关注顾客健康的形象,起到一定的积极作用。因国庆主题促销已经推出全场 7 折起,为控制成本,此活动采用加购的方式,作为主活动的附加活动,淡化商业气息,突出某商场送安康的营销思路,能引起顾客的关注。

活动期间,凡当日单店购物累计满 1000 元(含超市)的顾客,均可加一定金额的现金到各店总服务台办理“保险卡”一张,每日每店 500 个,保险卡设置为:

A 系列:加 5 元赠送保额为 22000 元的意外伤害保险(成本 15 元)。

B1 系列:加 10 元赠送办理保额为 63020 元的意外伤害保险(成本 30 元)。

B2 系列：加 10 元赠送办理保额为 281000 元的交通意外伤害保险(成本 30 元)。

C1 系列：加 20 元赠送办理保额为 155030 元的意外伤害保险(成本 50 元)。

C2 系列：加 20 元赠送办理保额为 540000 元的交通意外伤害保险(成本 50 元)。

周年庆营销策划方案 3

一、活动背景

沃尔玛由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”，并逐步发展成为零售企业的龙头老大

其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评.从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业.现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下：

二、活动目的：

1.基本目标：为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客.扩散商场知名度树立良好的企业形象.

2.营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润.

3.长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一.

三、目前营销状况：

1.市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者。

2.产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全。

3.宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大。

四、swot 问题分析：

优势：沃尔玛具有很强的规模效应.在一定程度上具有很大的竞争力.而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营营销具有特色培训体系健全化等显著特点。

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多。

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮。

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多。

五、价格策略：

1.以成本为基础以同类产品价格作为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品。

2.给予适当数量折扣鼓励多购。

六、促销策略：

1.综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得的经济效益.

2.保持本土化经营.

七、广告宣传:

1. “5m”原则: 选择报纸和电视两媒介以告知顾客沃尔玛在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售.

2.并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“天天低价”原则.

3.在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价.

4.注重卖点的广告宣传即 pop 广告.

八、公共关系:

1.建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系.

2.企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转.

3.设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系.

4.赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象.

5.邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式.

九：营业推广：

1.实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务.

2.对消费者促销：赠送样品减价推销.

3.把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额.

十、物流配送：在物流管理上采用配送中心在营业区域内最合适的地点保障促销期间商品的正常运转.

十一、策划方案各项费用预算：

促销总费用：

广告费用：

营业打折费用：

十二、分析预测：

感想

通过沃尔玛的促销策划书我们可以清楚的发现他的策划书写得非常好一般的策划书步骤是背景、目的、内容、时间、地点、名称、开展的方式、宣传方式、费用的预算、效果的评估.而沃尔玛的促销策划书都体现了这些并且他还进行了swot的分析不仅分析了自己的优势、劣势、机会和威胁还进行价格的策略和广告的宣传.也分析了市场的状况.可以说是一份比较成功的策划书但并没有写搞促销的时间和地点也没有预算各项促销活动所需要的费用还有是那些人来

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/637026162132010004>