

2024年中秋节月饼促销方案4篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/178798.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

中秋节月饼促销方案篇一

八月十五中秋节是中国的传统节日，每逢佳节倍思亲，月饼便成了我们馈赠亲友，表达祝福的最佳礼品。

佳节倍思亲，月饼传真情

- 1、树立xx的人文形象，同时促进销售额的提高
- 2、为顾客提供便利，吸引更多顾客群
- 3、增加企业的知名度和美誉度
- 4、传播企业形象，提升品牌形象力

农历八月初八-----八月十五共八天

各大商场专柜，超市窗口以及各专营店

- 1、开展团购业务，团购优惠，方便各单位机构发放福利，凡一次性购物金额满1000元以上者，免费送货（5里内）。
- 2、针对不同人群，研发出各种价位不等的月饼礼盒，是馈赠亲朋，佳节送礼的首选之品
- 3、购物满180元即赠精美礼盒，或赠送30元代金券一张，可兑换店内任何商品。
- 4、购物既送精美礼品一份（糖果等精美小礼品）

在各销售地点张贴海报，印发传单，并通过广播、电视等媒体进行广告宣传。

餐厅以及大堂的环境布置，尽量突出“祥和、团圆、喜庆”的中秋佳节氛围

1、9月24日当天，制作一个特大月饼，白天放在大堂展示，营造节日团圆气氛。正式用餐前设一大香案，将月饼放上香案，请酒店总经理和明星代表上来切开大月饼，并宣布团圆餐开始。

2、餐厅中间设一主桌（10人左右），供参加团圆餐的剧组及明星用。原则上每个宾馆邀请一个剧组。

3、根据游客的需要，制作出经济等、温馨等、豪华等的团圆宴标准，并分别提供菜单，所列菜单中菜名须有“团圆”寓意，具体由酒店落实。我公司统一宣传，具体订餐由旅行社自行与各酒店联系，订完为止。

中秋节月饼促销方案篇二

中秋节，农历八月十五，是我国的传统节日之一，与春节、清明节、端午节并称为中国汉族的四大传统节日，自2008年起中秋节被列为国家法定节假日。“八月十五月正南，瓜果石榴列满盘”，中秋节有赏月、吃月饼等习俗，月饼作为中秋节美食之一，象征合家团圆和美满幸福，本活动方案就是在向顾客传播中秋月饼文化的同时，为广大月饼和食品厂商提供一个展示的舞台，为消费者提供一个购买安全、放心、质优价廉月饼的渠道，通过开展一系列文化和促销活动，拉动中秋月饼销售，带动超市中秋节档期客流和销售增长。

**超市中秋月饼文化美食节

2018年9月11日-24日

举办**超市中秋月饼文化美食节，众多品牌不同款式的月饼，同台竞技百花齐放，让顾客一饱口福的同时，一同品味月饼文化的内涵。

活动1：“**人最喜爱的月饼品牌”评选与**晚报联合在全市范围内开展“2018**人最喜爱的月饼品牌”评选活动，活动本着“名中选优，宁缺毋滥”和“公开、公平、公正”的原则，报道介绍参展月饼商品品牌的月饼文化。

顾客可以通过**晚报、**网参加投票，选出自己“最喜爱的月饼品牌”，活动结束后将从投票顾客中抽出幸运顾客，一等奖1名，奖品为价值1000元月饼礼券，二等奖5名，奖品为价值200元月饼礼券，三等奖20名，奖品为价值100元月饼礼券，纪念奖100名，奖品为价值20元月饼一份。

活动2：月饼免费尝，优惠见报端 活动期间推出免费品尝月饼活动，为光临本超市的顾客提供1000张品尝券，免费品尝月饼。同时举行“月饼特惠剪角”活动，在**晚报以优惠或现金抵扣的形式刊登“月饼特惠剪角”，顾客只需要将剪角剪下，便可获取月饼优惠券或抵扣现金券机会。

活动3：“爱心月饼拍卖”与**电视台合作，举办“爱心月饼拍卖”仪式，现场拍卖特别制作的月饼，出价最高者获得拍卖月饼，最后将拍卖所得捐给贫困学生。

活动4：中秋月饼文化展示 设立月饼文化墙，以展板的形式，让民众了解月饼的起源与沿革，解读从古至今与月饼相关的历史故事，揭开“嫦娥奔月”、“拜月神话”的神秘面纱，同时展示月饼品牌的发展历程及其品牌文化。

活动5：中秋月饼美食展 各大月饼及食品品牌分别推出别具一格的主打品牌，参与“最喜爱的品牌月饼”评选活动及展销活动，让顾客尽情享受美味、优质、健康的月饼。

活动6：购物赠月饼活动期间，顾客在超市购物单票满58元、128元、258元以上分别送月饼礼盒一份。地点：超市服务台

在超市内选择场地搭建展台，统一设计“中秋月饼文化美食节”活动logo，要求各品牌展台规格一致，促销人员规范着装形象。

采购部负责月饼及食品厂商联系。企划部负责场地布置装饰、广告宣传及营销活动执行。

**晚报1/2版两次。

**电视台15秒图像专题片。

dm海报50000份。

x展架10个。

吊旗1000张。

店内广播。

免费品尝月饼由月饼厂商赞助。

中秋节月饼促销方案篇三

- 1、促使月饼大量销售，减少月饼的库存。
- 2、通过此活动增加月饼销售利润，并增加其销售额。
- 3、回馈顾客。
- 4、增加企业竞争手段，做出差异。
- 5、提高商场（超市）的形象。

1、时间：2018年9月2日---中秋节前5天。

2、地点：活动仅限惠xx区

3、活动准备：

(1) 安排一定量的运输车与“中秋大使”。

(2) 对“中秋大使”进行语言与动作培训，并学习遇到问题的处理方法。

(3) 对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

(4) 联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：亲人卡、朋友卡等。

(5) 将一些商场低价格低利润的商品做成购买月饼时的赠品。

买30元以上中秋月饼送355ml可口可乐1听。

买60元以上中秋月饼送1250ml可口可乐2瓶。

买100元以上中秋月饼送2000ml可口可乐2瓶。

买150元以上中秋月饼送铁茶叶一包。

买200元以上中秋月饼送茶叶两包。

买300元以上中秋月饼获赠一盒精美月饼。

买400元以上中秋月饼可获赠精美礼盒一份。

买600元以上中秋月饼可获赠50元购物卷，并由中秋大师送月饼。

凡购买60元以上中秋可参加抽奖一次，奖品最低一瓶矿泉水（没有空奖），最高一台豆浆机。

400元以上可抽两次。

5、活动推广：

在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

从卖场的上午开业到打烊，每隔两个小时就播一次相关促销信息的广播。

场外

1、在免费寄包柜的上方，制作中秋宣传；

2在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势；

3、在广场，有可能的可悬挂汽球，拉竖幅；

4、在入口，挂“**购物广场 禧中秋”的横幅。

场内

- 1、在主通道，斜坡的墙上，用自贴纸等来装饰增强节日的气氛；
- 2、整个卖场的上空，悬挂月饼厂家商场的挂旗；
- 3、在月饼区，背景与两个柱上布“千禧月送好礼”的宣传。

中秋节月饼促销方案篇四

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“xx”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

- 1.以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“xx”送家中。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

（一）宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

- 1.人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。
- 2.经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。
- 3.社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

（二）“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“xx”给您带来幸福美满。

- 1.消费者消费行为及心理：中秋佳节倍思亲；合家团圆过中秋。中秋送礼，亲戚朋友走访等消费行为，消费者在消费过程中对于产品选择有自己的心理，促销要抓住消费者消费心理合理促销
- 2.消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的的市场优势。满足需要提高服务水平。

3.消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其最大需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4.消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中最大限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

（三）现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们的“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1.竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。

2.竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。

3.竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广；劣势是手段单一，成本高，运输不便。

4.竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

（四）内部环境分析

1.资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。

2.竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。

3.物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。

4.生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

1.广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。

2.广告费用：1000元

3.广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。

4.广告媒体：报纸和宣传单

5.广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识；进一步宣传稻香村老字号企业文化！

1、时间：*月*日---中秋前一天

2、地点：活动仅限惠**城区

3、活动准备：

- (1) 安排一定量的运输车与“中秋大使”。
- (2) 驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。
- (3) 对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。
- (4) 对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。
- (5) 联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

4、活动推广：

在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

- 1、顾客购买礼品后要按其要求进行包装，并询问并登记要求运送的详细地址和最佳运送时间段，最好能够让顾客提供其联系电话和收礼人的联系电话以方便赠送时有特殊情况可以取得联系。
- 2、“中秋大使”的言行代表着商场的荣誉，必须对“大使”进行严格挑选，形象和语言亲和力方面必须良好，而且对于可能遇到的问题必须对“大使”进行教育。
- 3、为避免一些问题，此活动的运送品只能限制在中秋礼品上，不能涉及现金，在包装时必须对礼品进行检查，不能存在现金。
- 4、由于可能会出现客户拒收等情况，在活动宣传时应予以说明，并说明出现此情况商场把原礼品联系退回与顾客。
- 5、出现拒收或客户不在等情况时，“大使”必须尽快与商场负责人取得联系，告知情况后继续进行下个任务，由商场有关人员联系顾客或受礼人进行询问解决。
- 6、所送礼品必须为商场所购产品，购买人必须留下真实联系号码和姓名，如因所留号码有误造成返还不到时，7日后商场有对货品进行处理的权利，这点应在宣传或者活动开展时说明。
- 7、卡片中的自写赠言是顾客对于受礼人最真挚的祝愿，是情感的坦然流露，因此卡片的挑选一定要注重其外观精美和里面的文字内涵。如果在月饼售价做调整，卡片也可改为台历等，当然里面要有商场的有关介绍啦。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发