

2024年珠宝店促销活动策划方案四篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/178993.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

珠宝店促销活动策划方案篇一

xx年xx月xx日（七夕节）-xx月xx日。

会说情话的玫瑰--xx珠宝传递你的爱。

每逢佳节倍思亲，情人节是表达爱情的绝佳机会，人们这个时候最多想到的就是自己的爱人或情人，人们会想到送鲜花给爱人或情人，同时还会买礼物（如珠宝、化妆品等等），所以我们就迎合了这种心理，特意推出新颖别致的礼品--会说情话的玫瑰，让人们在送礼物的同时用会说情话的玫瑰表达对爱人或情人的爱和感谢等情话，使xx珠宝附着上情感的含义，以情感诉求打动广大消费者的心，以情感营销取胜。

1. 通过此次活动增加情人节期间卖场人气；
2. 提高xx珠宝品牌在当地知名度，抢占市场份额；
3. 进一步提高xx珠宝的品牌美誉度，以利于长期推广销售。

1. 造势活动：

（1）xx月xx日在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，主题是《会说情话的玫瑰--xx珠宝传递你的爱》；

（2）各地加盟商在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

2. 柜台促销：

凡在xx珠宝专店/柜买满1000元即送“会说情话玫瑰花”一朵，此活动是为了使人们在情人节来表达对爱人的爱恋和感谢等，主要是用“会说情话玫瑰花”录制人们在平时不好意思对爱人或

情人说出口的情话和感谢的甜言蜜语，之后连同珠宝一起送出，使爱人或情人获得尊贵的钻石的同时又得到一份情感的精神馈赠。

3. 新款上市：

总部将有一系列的打动人们深层情感的新款钻饰（主要是“信守”、“善美”系列）同时发售，与本次活动一起在情感上打动顾客，与活动一起相得益彰的使本次“情感营销”取得全面的成功。

（1）在店前做好宣传海报、x展架，在柜台安排咨询活动咨询员并设立活动咨询电话方便回答顾客对系列活动咨询；

（2）网络推广：联合当地网站做活动宣传广告、活动新闻报道等宣传活动，以新闻事件的形式做好“造势”宣传；

（3）各加盟伙伴注意与当地报纸媒体记者联系，注意做好活动报道工作，以达到长期宣传品牌和长期促进销售的目的；

1. “会说情话的玫瑰花”：25x100=2500元；

2. x展架：65元x2=130元；

3. 宣传页（dm）：0.5元x2000=1000元；

4. 广告宣传费：xx元；

5. 总计：xx元。

珠宝店促销活动策划方案篇二

爱在有情天——xx珠宝xx节日特惠酬宾

12月21日 - 25日，共计五天

以xx节为契机，以所有的品牌专卖店为推广平台，借助产品手册、抽奖酬宾、珠宝鉴定、特价产品、vip贵宾计划等多样化的形式内容聚集人气，提高品牌关注度及拉动销售，为品牌的持续经营收集潜在客源信息。

1、以xx节为契机，将潜在客群转变为实际消费客群拉动产品的销售，提升销售额；

2、以特惠活动为平台，吸引更多潜在客群关注品牌动态，提高品牌知名度；

3、通过针对性的活动展示品牌文化，拉近品牌与客群的距离，提高品牌竞争力。

1、抽奖酬宾：

活动期间，每天进店的前50名顾客，无论其是否购买产品，均可领取一张抽奖券。奖券由正券和副券组成，正券由顾客保管，副券投入抽奖箱。活动最后一天，进行现场抽奖，顾客凭副券及手机号或身份证号兑奖。

获奖名额分一二三等奖及纪念奖等数个等级，每个等级可设置一定数量的获奖名额。奖品内容应多样化，既可以是不同价值的产品实物（戒指、耳环、链坠等），公司纪念品（台历、钥匙扣、名片夹等），也可以购物代金券或折扣券充当。

2、珠宝鉴定：

活动期间，顾客可以将自己的珠宝首饰拿到门店，由我们的专业珠宝鉴定师为其免费鉴定真伪、等级。如有可能，该环节可以一直延续下去，可以增加公司品牌在消费者心目中的可信度和亲和力，有利于提升品牌形象。

3、特价产品：

活动期间，每个门店每天都将主推一至二款特价产品，以适当的折扣或是与其他产品搭配销售的形式推出市场酬宾。从21日到25日特价产品的品类及折扣比例应逐步加大，尤其是产品品类更应契合爱情的主题，以便与xx的氛围吻合。

搭配策略：如按原价购买指定款产品（主打产品）后，再加极少的现金即可拥有一款精致的特色产品（小饰品为主，如戒指）。

4、vip贵宾计划

活动期间，凡一次性购买产品达到一定金额的客户，即可直接转为vip客户，获得我们特别推出的vip贵宾服务，可享受在所有门店购物折扣、终身免费提供珠宝维护和清洗、购物积分等特惠项目。

另外，活动期间可适当的准备部分玫瑰花，24日和25日两天，每天前20名进店的女性均可获赠一枝。

1、媒体的广告支持：

活动开始前连续三天，选择优势平面媒体，借助其广泛的覆盖面，推出活动主题并预告活动内容，使更多的消费者获知我们的xx特惠信息。版面简洁，画面温馨，突出品牌形象。

平面媒体的选择：

- （1）当地的dm杂志或是报纸连续三天，每天半版硬广；
- （2）xx节当期的电视报一期，半版硬广。

如有可能，可选配一篇千字左右的软文，围绕主题介绍针对不同人群选购珠宝的技巧，及简易的珠宝辨别方法。

2、产品手册支持：

制作一批精美的产品手册，全方位介绍公司产品信息，xx节活动内容，特价产品信息等详细信息，提前五天放置于各个门店的显眼位置，便于顾客取阅。产品手册的制作要注重可读性和实用性，使顾客能够长久保留。

同时，还可以将产品册放置于部分报刊亭、商场或是超市门店，扩大发行覆盖面。

3、pop海报

提前一周制作好一批精美的pop海报，张贴于各门店显眼位置，及各主要街道、超市、商场、小区门口等人流量集中的区域。海报强调视觉冲击力，突出主题。

4、其他物件支持：

x展架4个、横幅4条、抽奖箱4个、抽奖券1000张、签到簿4本、pop海报40张左右，奖品若干，音响、话筒及音乐光碟每个店面一套，xx装饰物品4套，纸笔，剪刀、透明胶布，礼品袋，玫瑰花，桌椅等相应必备工具。

各门店的装饰应在20日前完成，活动期间如有破损，应在第一时间修补整齐，并保持其完好至活动结束：

利用xx装饰物品装饰门店，要求突出xx的氛围；

x展架放置于门店门口；

横幅悬挂于门店门头；

利用音响设备播放舒缓的音乐，音乐内容以xx音乐为主，其他舒缓的音乐为辅，注意控制音量大小，以不影响对话为宜；

产品手册，放置于门店最显眼处，以便于顾客可以方便的取阅；

抽奖箱放置于产品手册旁边；

xx日当天，在规定时间内将抽奖箱放置于门店前空地，进行现场抽奖；

1、奖券的保管和发放由各店店长负责保管和发放，顾客进店时应主动送上奖券，并协助顾客将裁下副券，当面放置于密封的抽奖箱内，同时，做好顾客资料的登记，用于兑奖时的依据；

2、所有奖品均应放置于礼品袋内，顾客兑奖时应与顾客一起检查袋内奖品是否与中奖奖品一直，之后有礼貌的交给顾客，并送上"恭喜您中奖！"和"感谢您的热情参与，欢迎下次光临！"等礼貌用语；

3、做好顾客的资料收集，尽可能的留下顾客的姓名、工作单位、手机号码等基本资料，在活动结束后整理完整并上交公司，为公司的长久经营累积资源。

4、耐心解答顾客的每一个询问，如不能马上回复，应留下顾客联系方式，待获得正确回答后第一时间回复客户。

珠宝店促销活动策划方案篇三

- 1.提高卖场人气，达到活动期间销售额的大幅提高；
- 2.提高xx珠宝品牌在当地知名度，达到抢占市场份额的目的；
- 3.塑造xx珠宝的品牌形象和提高美誉度，达到长期销售的目的。

以“喜从天降”、“拍档射箭”、“婚礼进行时”、“数字柜台”等活动丰富节日的文化生活，活跃市民文化氛围。

x月x日-x月x日（以节日期间为重点）

活动一：“喜从天降”活动

- 1.准备心形可爆气球，内置心形彩色花瓣或彩纸和中奖卡，在店内空地或店门口或人流聚集区放飞气球，最好和模特秀在同一位置进行；
- 2.当气球升到一定高度爆炸或从高空（二楼）撒下后在空中爆炸（或是让非可爆气球从高空下落由观众捡到后自行拍破），每天撒下100个气球；
- 3.气球中在空中爆出彩色花瓣和彩纸，装点活动气氛，观众从气球中取出中奖卡（每个气球都有奖），之后到xx店的xx专柜兑换奖品；

奖品设置：

每日3枚价值200元的女式手提包，法国香水，翡翠吊坠或手镯。

活动二：“拍档射箭”活动

凡购买xx珠宝专柜任一款首饰者即可参加“拍档射箭”活动，活动现场布置如下图所示，操作方式为一男一女为一组拍档射箭，女握弓，男射箭，每日可分数组先后游戏（如顾客只有一个人购买则可以一个人独自射箭），每组共射10箭。

附：

“排挡射箭”场地布置图（略）：

返利说明：

射中红心几次者即返还百分之几的现金，

例如：某顾客购买××首饰3000元，参加射箭返还结果如下：

射中红心

10次者即返还 $3000 \times 10\% = 300$ 元；

射中红心4次者即返还 $3000 \times 4\% = 120$ 元；

依次类推.....

(注：本次活动首饰为亲情一口价，真情返利回馈消费者)

活动三：“婚礼进行时”抽奖

凡在××珠宝专柜购买首饰2800元以上的新人凭购物发票即可参加“婚礼进行时”抽奖活动，本次抽奖活动的奖品是现场展示的流行婚纱和新娘中式礼服各一套，10月7日由参与活动新人现场抽取，后由中奖的幸运新人现场展示婚纱，扩大活动的宣传效果。

活动四：“数字柜台”促销

把钻石分数的不同将柜台分为二十五分到三十分柜台，并赋予特殊的情感含义，从情感上吸引顾客，主要是推广25分至30分的婚庆钻石：

二十五分到三十分钻石柜 柜台名称：十分爱你+十分爱我+十月新婚。

- 1.活动举办和宣传可联合商场一起举办和进行，但不能联合本商场的其他珠宝专柜一起进行（如本商场无其他珠宝专柜则更佳）。
- 2.在报纸、电视、广播等媒体详细介绍本次活动参与细则和奖励、奖品，提起消费者的参与热情；推荐的广告宣传媒介为当地日报或发行量最大的报纸上做广告及电视广告，电视广告以多个频道每晚黄金时段8：00-10：00在屏幕下方同时播发移动字幕的广告形式进行，详述活动细则，因为移动字幕的广告费比其他广告便宜且效果较好；
- 3.在店前做好活动宣传海报，在柜台安排咨询活动咨询员（如有条件可设立咨询电话）；
- 4.在活动前印制活动宣传单页在店前派发（有条件还可在人流汇集区及社区派发），扩大活动影响力和宣传力度。
- 5.后期印制50元或100元的现金优惠券，通过与其他强势非珠宝类品牌经销商（比如同商场的家电销售商）、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上

店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

6.宣传器材及内容：

(1) x展架：

主题：xx珠宝“xx珠宝xx节日有礼”。

内容：本次促销活动奖品设置、报名参与办法及xx珠宝logo、咨询电话等内容。

(2) 宣传页dm：

主题：xx珠宝xx节日“三大活动三重惊喜”。

内容：本次促销活动细则及奖品设置、报名参与办法（配“拍挡射箭”场地图片）、xx珠宝logo、xx珠宝专柜位置图、地址、电话等。

1.在活动中做好顾客咨询到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录；

2.活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至xx珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟商。

珠宝店促销活动策划方案篇四

其作为传统的婚庆时节，刺激了消费者购买钻石等珠宝饰品表达爱意，以感谢对方为彼此做的奉献。针对情侣、伴侣渴求浪漫的心理，制定有效地促销方案，在吸引情侣、伴侣为主要目标顾客的同时，兼顾其他顾客。本案以五一劳动节促销活动展开。

依托假日经济，通过强有力的促销活动，吸引消费者关注，促进消费者购买，提升销量。

以“中秋”为契机，通过策划一系列活动，进一步宣传xx珠宝品牌形象，提高xx品牌知名度和美誉度。

通过多样化的促销活动，把利益真正回馈于消费者的同时，突出温情的品牌形象，拉近企业与消费者的距离，提升品牌忠诚度，最大限度的提高店内人流量、聚集人气、扩大专卖店的销售业绩。

心时代·“吾以钻为盟耀真爱永恒”。

xx心时代·爱耀20xx“吾以钻为盟耀真爱永恒”——xx恭祝全国新老顾客节日快乐。

20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日。

在专卖店、商场专柜及边厅进行统一的布置，让消费者能够十分快速地了解促销活动并被其吸引。此次五一促销的终端布置将营造一种温馨的购物环境，让消费者保持愉悦的心情并产生购买行为。

(一) 专卖店

在专卖店门口右侧放置“吾以钻为盟耀真爱永恒”x展架；在专卖店门口铺有活动地毯；

在专卖店门口布置“吾以钻为盟耀真爱永恒”形象活动布幔，在门口顶部两侧装饰气球；

柜台上放置“吾以钻为盟耀真爱永恒”桌牌。

（二）商场专柜或边厅

在专柜前或边厅拐角摆设“吾以钻为盟耀真爱永恒”x展架；在专柜或边厅吊顶装饰活动吊牌及气球；柜台上放置“吾以钻为盟耀真爱永恒”桌牌。

（一）网络线上活动

1.微博、微信齐互动

/*

*/，加xx网购为好友，即有机会获得由xx珠宝送出的精美旅行护肤套装一份（共30份）；

关注xx珠宝官方新浪微博，参与“xx心时代·爱耀2013‘吾以钻为盟耀真爱永恒’”微博互动，/*

*/ 十元优惠券一张（不可累积使用）。

2.钻戒秒杀超值购

xx珠宝天猫xxx在活动期间每天上午10：00推出一款钻戒（限一件）进行秒杀活动，价格低至3.8折。

（二）终端促销活动

1.情贵钻不贵

在五一活动期间，钻石产品全场7.5折优惠，并可凭购物小票参与抽奖活动。全国共设一等奖10名，本单可享受免单优惠，当场返现；二等奖100名，本单可再享受8折优惠，当场返现；三等奖200名，本单可再享受9折优惠，当场返现。

2.情比金坚

在xx活动期间，素金产品（黄金、铂金、k金）每克优惠18元。

3.爱情证书之爱的奉献

凡在活动期间在xx购买任意产品均可参加活动。参与者填写爱情证书之爱的奉献（每个爱情证书均有证书编号），感谢对方为感情、为家庭的付出，写下真爱誓言，承诺真心永不变，并可在证书上按上指纹。

购买产品价格在1000元以上的顾客，还可以获得由xx珠宝赠送的观影券两张。

注：翡翠等产品按平常的折扣进行优惠。

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