# 节日的营销策划方案范文

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2024-01-07

*各民族和地区都有自己的节日。一些节日源于传统习俗，如中国的春节、中秋节、清明节、重阳节等。下面是小编为大家带来的节日的营销策划方案，希望大家能够喜欢!节日的营销策划方案1一、【营销活动背景】：中秋是传统的佳节，国庆更是举国欢庆的大节日，更逢...*

各民族和地区都有自己的节日。一些节日源于传统习俗，如中国的春节、中秋节、清明节、重阳节等。下面是小编为大家带来的节日的营销策划方案，希望大家能够喜欢!

**节日的营销策划方案1**

一、【营销活动背景】：中秋是传统的佳节，国庆更是举国欢庆的大节日，更逢\_\_\_\_各业种大调整完毕，形象和档次再次提升。这三大热点必将掀起一阵销售热潮，各业种把握时机，甄选商品再掀销售新高。

二、【活动目标】：同比提升30%，提升商场美誉度、增加店堂活动气氛，突出家文化带给消费者的温馨感觉。

三、【活动主题】：中秋.十一双节同欢、\_\_X耀眼\_\_\_\_

四、【广告词】：赏中秋、庆国庆、走亲朋、送好礼、到\_\_

中秋国庆喜连连、\_\_商品好又全

中秋国庆双联欢超低折扣大惠战

五、活动时间：中秋节主题活动9月17日(周五)——23日(周日)7天

甜蜜婚庆购物周9月24日(周五)——30日(周日)6天

十一国庆主题活动10月1日(周五)——7日(周日)7天

第一部分：中秋节主题活动

六、活动内容：

1.中秋美味汇展

请\_\_超市中心店及各超市门店全力联系供应商引进知名月饼如“德懋恭”、“稻香村”、好利来、阿美莉卡等品牌，全力推出各种风格、各种口味的月饼，大摆热卖形成中秋美食一条街的陈列氛围。重点对月饼礼盒、名烟名酒名茶、节日礼品类、水果类、海鲜类进行强力推荐，可于各品类中找出2—3款做超低价，吸引消费。要与竞争店形成鲜明对比，使消费者对我店的商品产生新颖、特别、全面的购物新感觉。

2、奢华秋品、时尚绽放

穿品业种：包括靴鞋、女装、男装、4楼运动休闲、针纺，本次活动集中推出展示国内外知名品牌的秋款新品，并结合中秋节给予全场深情价，部分商品再降1——2折的适度折扣。针纺业种为即将到来的旺季作好铺垫，重点推出羊绒、羊毛等知名品牌火爆上市的宣传，针对调整升级推出华丽转身、荣耀升级——大升级、转惊喜活动(活动期间到二楼预购羊绒羊毛商品可转转盘一次，领取指定的立减金额，可设置50—200元的立减金额。每日限前100名)同时各业种最后库存夏季商品开始1-2折的超低价折扣。

营销部将在DM广告重点宣传。

3、20\_\_金秋婚庆月：珠宝、化妆、家居床品、家电形成互动，相互给予立减\_\_元的折扣。(立减金额有业种拟定，但须报营销部)食品业种、超市酒水、糖果、干果类商品全市。免费送到指定位置。开展公司级的大套购，联购满50000、30000、20\_0等金额赠送不同婚庆大礼。(本活动初期即开始宣传，24—30日开展力度)

4、会员活动：(1)会员购物即赠购物袋一个(2)会员购物满300元赠送月饼礼盒(3)会员购物满500元送大闸蟹。(4)新人免费办理会员卡、信用卡并赠送双卡好礼。(5)会员持会员卡购物在原有折扣上再优惠0.5—1折，各专柜的商品都要有会员优惠。不参加商品上报营销部个别明示，营业员要将会员卡卡号标明在购物小票上。无会员卡消费不予打折。

5、特别活动:购月饼礼盒满500元以上可免费邮寄及全国各地，为您的亲人送去浓浓的思念。

第二部分：甜蜜婚庆购物周主题活动——花嫁喜事、缘起\_\_

1、婚庆商品甄选：各穿品业种开展主题活动，如西装节、礼服节、婚庆鞋品、旅游必备装、床品节、超市开展婚庆用品、食品展。婚庆周期间都要推出至少20个知名品种的婚庆特供商品，DM作重点宣传。珠宝卖区推出新款钻戒、项链等黄金珠宝类首饰。\_\_金店黄金首饰免费清洗，首饰维修加工只收成本费。钟表卖区推出情侣表;化妆卖区推出新娘套装礼盒等。家电业种推出多款婚庆价的电脑、数码摄像、照像机、手机及各种大小家电，保证价格略低于其他商家。同时大力开展分期付款、以旧换新等业务。

**节日的营销策划方案2**

十一国庆的整体策划方案依据集团本年度的整体定位,改变以往传统模式,以全新的理念打造成以休闲、体验、互动、娱乐四大元素为主体的4T式营销氛围,此次活动扩大整合界面，引进主题文化展览,商务旅游,文化教育,艺术传媒等,将十一期间整体商业氛围打造成以主题文化休闲体验为核心的体验式营销模式。

一、活动概况：

随着中秋节的结束，由于人们在节日期间走亲串友，家中的礼品类商品比较多，使商场在国庆黄金周期间陷入“购买低潮期”，为此万达广场策划部从大连引入“红色文化”为主题巡回展览，营造以主题文化休闲体验为核心的体验式购物环境。

1.活动主题：举办历史题材的“红色文化”主题展览

2.活动时间：10月1日—7日

3.活动地点：万达广场

4.活动形式：围绕革命历史题材，开展主题展览活动。

5.活动预期目标：

目标一：拉伸品牌形象，强化品牌正能量。增加沈阳地区消费者对万达广场的认同感。

目标二：强调与消费者的情感沟通，让消费者在享受历史文化熏陶的过程中，激发其购买欲，从而达到刺激消费的目的。

二.活动氛围营造

本次主题展览依然采取以往的租赁模式，商场美陈布置工作一切都由大连展览公司全程负责。

1.总体原则

合理把握以文化体验为重心，以商业服务为基础，以商品营销为素材的策划理念，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。组织“红色文化”主题展览，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。

2.商场布局规划：

①中庭布置方案：确定以“红色文化”为主题的大型展览，还原开国大典场景，设立长15m,宽6m的天安门城楼模型，摆放伟人蜡像，使人们再次回到全民欢庆的1949年。

②商场DP点布置方案：商场主客流线交叉口、通道入口、扶梯口、楼梯口等增设50组互动式的创意艺术雕塑，使消费者观赏、驻足、拍照，进一步强化整个商场的艺术氛围。

③商场室外景观布置方案：在商场室外的正门，摆设三组高6米的大型武器模型，分别是：中国第一颗\_\_模型、第一颗人造地球卫星“东方红一号”的模型及中国第一艘载人航天宇宙飞船“神州一号”的模型。

三.活动实施方案：

1.商场国庆大酬宾：

此次大酬宾活动由百货部安排三、四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

具体内容:

①我是中国人，国旗大派送：

国庆节当天，凡在我超市二楼一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。(限500面，送完为止)

②秋装上市，名品服饰展示会

2.国庆大优惠

具体内容：10月1日—7日，万达广场每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。除了菜价外，出惊爆价的部门依次为：二楼食品、酒饮、洗化、百货、针织、食品，酒饮。选择商品时，根据惠万家的近期活动，要有针对性的选择商品，原则上为平毛利。情况特殊可作负毛利。

四.活动宣传配合：

1.活动前期宣传

①宣传时间：20\_\_年9月5日

②宣传形式：报纸媒体、DM为主

③宣传内容：版面安排1/2版，以革命历史文化主题展览设计效果图为主，配合商场logo及开业庆典具体事宜说明。

2.活动后期宣传

①宣传时间：20\_\_年9月11—20日

②宣传形式：软文宣传

③宣传内容：详见附表

五、活动预算

由于本次活动的展品全部采用租赁模式，计划会在集团提供的资金范围内压缩一半，预计整体在150万内完成所有的店庆布置工作。

**节日的营销策划方案3**

一、活动主题:“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间:20\_\_年9月1日-9月30日。

三、活动目的:

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展;同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(VIP服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率,切实提升经营业绩。

四、活动内容

活动主要包括以下内容:

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动:

1.“金秋营销.自助服务送好礼”

(1)活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2)凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2.“金秋营销.卡庆双节”

(1)活动期间申请卡免收当年年费。

(2)刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易POS单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达1000元(含)以上，赠送价值100元礼品;

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品;

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品;

刷卡消费达20\_0元(含)以上，赠送价值300元礼品;

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费5000元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3—4个大型商场、高档宾馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

由于活动时间为期一个多月，各行应合理安排礼品投放节奏，确定每天各档次礼品投放数量，当天礼品送完即止;同时各行应积极做好异地卡客户消费赠礼工作

3.“金秋营销.速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二)“金秋营销.产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销.产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有:

1.营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2.网点柜员统一佩带工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3.活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4.积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

5.切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三)“金秋营销.产品欢乐送”社区活动。

1.扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销.产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2.结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

(1)积极拓展速汇通业务

9月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务;对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性;对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取导地代发工资等批量汇款业务。

(2)切实促进个人储蓄存款业务

9月、10月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季节特点，大力吸收储蓄存款。抓住国庆节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。国庆节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户的特殊需求。

(3)有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务

活动期间，各行应在汽车经销市场、家电批发市场、住房装修市场等商业社区加强对汽车消费信贷以及我行各项个人消费信贷业务的宣传和营销。加强对高中端客户的营销力度，推进集团客户购车服务合作;同时加强与人保财险公司以及汽车经销商的沟通合作，加大对集团客户资源的拓展力度，促进个人汽车贷款业务稳步增长。

在活动期间，各行要加快业务受理的效率和审批速度，在规范操作的基础上力求为客户提供便捷高效的服务。

(三)“金秋营销.产品欢乐送”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务;同时抓住高端客户“十·一”期间有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务,进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有:

1.活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。

2.联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠;联合机场、车站等交通部门向我行客户提供贵宾服务。

3.国庆节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业;同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境;另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准,确保总行V客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌。

四、活动目标

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在10月份实现以下目标:

1.客户新增超过历史同期水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高;

2.卡社会知名度和使用率得到进一步提高，当月刷卡消费交易额比去年同期和今年9月份都有较大幅度增长，同业占比在9月份基础上有所上升;

3.速汇通竞争优势得到巩固和提高，促进业务持续快速发展，手续费收入新增创历史同期水平;

4.自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%。

5.圆满完成各项业务指标。

**节日的营销策划方案4**

时间:

活动主题:中秋促销

活动内容:

一、月饼大世界

汇集省内外厂家、品牌的各式月饼近300多种，质优物美，是月饼的理想购买世界。

二、购物抽奖送月饼

1、凡在20\_\_年8月30日-9月21日17点前在大厦购物满50元者即可参加抽奖。

2、抽奖凭有效购物凭证，每满50元抽一次，超过50元部分金额以50元的倍数计算抽奖次数(不足倍数部分不予计算)，最多限抽10次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废并计入应抽次数)。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为:

一等奖:奖价值50元的月饼购物券一张

二等奖:奖价值30元的月饼购物券一张

三等奖:奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本大厦购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

三、吃月饼大赛决赛

决赛:9月21日下午2:00

比赛地点:C\_\_大厦一楼中庭

初赛按报名顺序分组，比赛分组淘汰制，每组取优胜者1名，进入复赛。

复赛在初赛决出的优胜者中以抽签方式决定分组，每组3-5人，比赛采取分组淘汰制，每组取优胜者1名进入决赛。

决赛以个人为单位分别进行，最后决出一、二、三等奖的获得者。

比赛规则:由大厦统一提供同等大小、同等馅料的三个月饼，看谁在最短的时间内全部吃完(以吞咽下肚，张口后后口中无显著残留物为准)，谁为优胜，如违规，比赛成绩无效。吃法不限。

比赛有裁判及裁判长，比赛结果由裁判当场判定。若有争议，裁判长为最终决定者(凡报名参赛者即自愿无条件服从本条规定)。

奖项及奖品设置:

一等奖1名:iphone6s一部

二等奖2名:ipadair2一部

三等奖3名:1000元奖金

中秋节银行营销活动策划方案

一、合作单位简介

无

二、活动目的

以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

三、活动内容要点

1.活动内容

1)体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外:参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2)当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2.交流话题建议

抢答问题建议如下:

1.某银行是哪年成立的?

2.某银行的经营理念是什么?

3.某银行理财产品的产品规格有几种?问题可选择一些针对客户需求方面的。

3.宣传方式(1)在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告;

(2)在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告;

4.活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

四、目标客户组织

1.目标客户

目标客户包括:社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户;

2.客户组织

约访的新老客户当日来我我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏和抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

五、时间地点的安排

1.时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可

2.地点

我行社区银行门口(或能力范围可及内)

六、费用预算(请详细列出各项费用名称，单价，数量，总价等)

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0--500元(可用我行现有水杯或其他)

平板电视1台3000元(社区银行应自有此设备)

七、预期效果分析

1.通过本次活动预计带来的业务量业务量不敢保，人气量肯定暴增

2.通过本次活动预计带来的影响

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

八、人员安排与职责

1.活动策划人:2人

职责:安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配

2.活动协调人:3人

职责:接待来访客户并做好推广解释工作

3.活动现场负责人:1人

职责:负责一切当日活动细则

**节日的营销策划方案5**

路演方式;在西餐厅周围搭建一个平台，邀请若干对情侣上台表演，说出以你们的店名开头的再加上字体的形式展示，如\"富贵餐厅+排骨\"(最少十个)，这样推广自己的品牌。谁说得多就奖励谁一个吻和一朵玫瑰(亲自送上)或其他。(主要还是控制气氛的人)

七夕节，是中国传统节日中浪漫色彩的一个节日。在这样的一个日子里餐厅的促销活动应该以爱为主题。

一、理念

1.表达爱，传达爱

2.“爱她，就带她来吧”

二、具体方案

1.路演方式;在西餐厅周围搭建一个平台，邀请若干对情侣上台表演，说出以你们的店名开头的再加上字体的形式展示，如\"富贵餐厅+排骨\"(最少十个)，这样推广自己的品牌。谁说得多就奖励谁一个吻和一朵玫瑰(亲自送上)或其他。(主要还是控制气氛的人)

2.发宣传单;工作人员穿古装在人口密集地发放。穿古装服给众人带来欣喜的感觉，引发大家的好奇心，加大对餐厅的知名度。

3.拉横幅.如\"表达爱传达爱\"\_\_餐厅给你带来爱的惊喜。

4.杂志，报纸登刊：(因为比较高档的餐厅，所以，名流方面不用多讲)该店的不好的地方：就是让你们两位情人，在那种环境中表现出那种亲昵的冲动。

5.现金返还。现在很多企业开始实施现金返还的促销策略。只要消费者购买了规定的产品，可立即在购买处获得现金返还。现金返还可以让消费者感到这是实实在在的现金优惠，可由消费者任意支配;而不会像返券那样在购货时受到时间，地点和产品牌子的限制。因此这种促销方法更受消费者的欢迎，促销效果更加明显。

6.推出折扣券，增加菜品，增值服务，开展娱乐活动;推出一款情侣套餐，附增玫瑰一朵;就餐过程中可以播放轻音乐，也可设置点歌频道。可以开展餐后抽奖活动，奖品为心型气球，小型娃娃等以女性为主体的奖品，或亲一下，抱一下的温馨字条。以降低成本为主。简单又不失浪漫。

7.(如果可以)飞机烟雾的形式或者电视。

8.室内装饰以简洁为主，粉色为佳，忌雍容华贵。[\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！