# 五一足疗促销文案范文(30篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-03-31

*五一足疗促销文案范文1>一、活动主题感恩大回馈，燃情X月>二、活动时间X月X日（X）——X月X日（X）>三、活动目标活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长10%。>四、活动内容1、疯狂时段天天有（1）、...*

**五一足疗促销文案范文1**

>一、活动主题

感恩大回馈，燃情X月

>二、活动时间

X月X日（X）——X月X日（X）

>三、活动目标

活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长10%。

>四、活动内容

1、疯狂时段天天有

（1）、活动时间：X月X日-X月X日。

（2）、活动地点：X-X楼。

（3）、活动内容：活动期间，周一至周五每天不定期选择1个时段（在人潮高峰期），周六至周日（另含24、25日）每天不定期选择2个时段，在1—4f选1家专柜举行为时20分钟的抢购活动，即在现价的基础上5折优惠。（抢购期间所售商品，建议免扣）。

2、超市购物新鲜派加1元多一件。

（1）、活动地点：-1f。

（2）、活动时间：X月X日

（3）、活动期间，凡当日在我商场一次性购物满28元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。（每日限量，先到先得）

（4）、等级设置

购物满28元加1元得1包抽纸（日限量500包）

购物满48元加1元得柚子一个（日限量200个自理）

购物满88元以上加1元得生抽一瓶（日限量100瓶）

3、立丹暖万家冬季“羊毛衫、内衣、床品”大展销

（1）、活动地点：商场大门外步行街

（2）、活动时间：X月X日-X日

（3）、组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。（建议降扣，让厂家以特价进行销售）

4、耶诞礼品特卖会

（1）、活动地点：商场大门和侧门外步行街

（2）、活动时间：X月X日-X日

（3）、组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

5、耶诞“奇遇”来店惊喜

（1）、活动地点：全场

（2）、活动时间：X月X日-X日

（3）、活动内容：活动期间，圣诞老人将不定期出现在各楼层卖场，凡当日光临本店的朋友可在店内寻

找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。特别提醒：在XX关店时，出店顾客还可以得到一份特别的关店礼！数量有限，送完为止。

6、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜

（1）、活动地点：大门外步行街

（2）、活动时间：X月X日、X日晚上XX-XX

（3）、活动内容：为了营造节日的热烈气氛，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

>五、媒体宣传规划

1、媒体宣传

（1）、dm宣传单：于x月x日通过夹报和入户派发的方式发放2万份dm宣传单。

（2）、报纸广告：x月x日在《xx晚报》上发布半版活动信息广告1期；

>六、费用预估

1、超市购物新鲜派加1元多一件

500元×19天=9，500元

2、耶诞“奇遇”来店惊喜2，000元

3、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜15，000元

4、报纸广告及其他宣传费用：20，000元。

5、活动及圣诞气氛布置10，000元

6、合计56，500

>七、承担方式

本次活动费用，百货部分，可参照去年，通过圣诞气氛布置费用，按厂家每平米加收1元进行分摊，超市建议让厂家承担4000元

**五一足疗促销文案范文2**

一、开锣省钱、玩美假期

二、诗歌花语、完美母亲节

三、爱心行动、完美助残日

四、健康生活、玩美假期

背景：五一黄金周

内涵：\*\*商场在五一是消费者省钱的假期，消费者的五一应该在华达玩美。

外延：降价促销、限时抢购、捆绑销售、联合促销、换购。

内容：

1、开锣套餐、惊喜无限

2、开锣时刻、争分夺秒

3、完美价期、任您挑选

a促销板块

开锣套餐、惊喜无限（活动时间：5月1日至5月7日）

^v^五一^v^期间是旅游高峰期，在市民准备前往旅游目的地之前的采购，部份市民的市内户外活动、短途旅游也将是我们这次促销活动的一个契机。

活动内容：实质是捆绑，销售分^v^旅游套餐^v^和^v^假日套餐^v^

^v^旅游套餐^v^是针对短途旅游消费群和外来长途游团体，将单个商品的折扣累加、集中凸显价格优势。

^v^假日套餐^v^针对平日忙于工作难得休息的人群，尤其是单身消费群体，主要将生活必需品适当组合、建议在此炒作健康概念，推出^v^黄金周健康谱^v^。

5月1日^v^劳动光荣餐^v^为滋补系列

5月2日^v^开锣首席餐^v^特色系列

5月3日^v^玩美心情餐^v^绿色系列

5月4日^v^时尚青年餐^v^营养系列

5月5日^v^青春飞扬餐^v^美容系列

5月6日^v^开心、玩转餐^v^ 休闲系列

5月7日^v^归心似箭餐^v^ 调节合胃系列

每日食谱不同（主要包括：菜系、水果饮料、休闲食品等、捆绑销售）。

b、开锣时刻、争分夺秒 （活动时间：XX年5月1日至XX年5月7日止）

活动内容：实质是限时抢购，在每天的早上8：00—9：00分、下午：14：00—15：00、晚上20：30—21：30分建议每天每时段抢购商品都具有实用性、独特性，能够让消费者产生购买欲望。

早上8：00—9：00以家庭主妇商品为主

下午14：00—15：00普通商品

晚上20：30—21：30只要在活动期间一次性购物满68元，即可至服务台加一元领取一张抢购票入场抢购，抢购票当天使用有效，过期作废，（数量有限，抢完为止）

（注：本次活动单张小票最多限领二张抢购票，入场抢购时必须将抢购票交于工作人员，才能入场抢购，抢购票必须加盖华达财务章方才有效）。

内部注意：内部员工及员工家属不得参于本次活动，违者必纠，所有抢购商品均为纸条放在盒子里（盒子为密封）堆放在抢购堆头上，顾客抢购到纸盒至服务台加一元换商品，每天限抢300份商品。

c、玩转价期（活动时间：XX年5月6日晚20：00开始）

为了提升晚间购物人气、特在5月6日晚，也就是长假结束之前，预热后期促销，在外场专设一场商品拍卖会，1元起拍。

**五一足疗促销文案范文3**

家纺店怎么做促销活动更能吸引消费者

促销活动是家纺加盟商在家纺经营过程中一项重要的手段，不但能增加客流量和销量，也能提高店面的知名度。家纺加盟店怎样做促销才能更吸引消费者呢？

首先做促销的目的要明了，促销分为清底货和新货优惠增加销售额，个人觉得清底货类的促销就是价格战，商家在底价+费用的基础上考虑库存状态而优惠消费者，这种情况店铺如果老客户多应提前维护好客户群争取老客户回购率，店铺促销氛围活跃带动新客户购买。

新品促销就要结合季节活动类型积极策划比如买新品赠送老款这样消费者觉得实惠划算自己底货也会连带销一部分，还有赠送小礼品等等，最重要的还是赠送礼品要选择大部分消费者实用的东西，华而不实的礼品送给消费者会有适得其反的效果。

**五一足疗促销文案范文4**

我们可以将消费者的消费心理历程划分为注意、兴趣、联想、欲望、比较、确信、决定这7个阶段，春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，广告位招商 也就是说，在此期间这7个阶段的消费心理变化时间将大大缩短。有效地与消费者沟通就是采用视觉，语言，演示的方式将春节促销信息传递给消费者，抓住消费心理变化的瞬间，促使消费者快速形成购买决策的过程。

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息。抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”， 求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣 （针对这次送福，送财）春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动

>一：春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前三天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3 、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

>二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点:

1、属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近五成的消费人群,都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此,生动化及人员推销至关重要。

3、春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

>三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中,陈列还要注意以下主要原则：

1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

**五一足疗促销文案范文5**

每到这个节日，人们都在寻找着送给父亲的最好礼物，而服装则是父亲节最常见的礼品，为了让促销活动的投入得到最大的回报，商家们都在精心的准备着服装父亲节促销方案，那么服装父亲节促销方案该如何去做呢?

一份行之有效的方案是建立在真实可靠的数据之上的，因此，事前的市场调整则是服装父亲节促销方案的基础，这样就为方案的科学性、准确性提供了保证。市场调查，包括社会大环境，行业内部环境，比如产品特征，竞争对手情况，消费者的消费习惯等等。通过对市场调查数据进行分析，找出自己的优劣势，机会风险。

>接下来便是拟定促销方案，促销方案的内容包括以下的项目：

(一)目标对象只针对某一群消费者举办的促销活动，以便拟定最适合的促销手法

(二)主题主题的设定必须具有创意性、话题性，若能创造出口语或标语，则可兼具广告效果。

(三)诱因诱因是指消费者获得的部份，例如赠品、折扣等，诱因的大小要同时考虑消费者的接受度，以及企业成本的负担。

(四)参加条件参加条件是界定哪些消费者可以参加，以及如何参加此促销活动，例如：购买金额满300元可参加抽奖。

(五)活动期间活动期间指促销期间的设定，依过去经验及消费行为特性，决定长短合适的活动期间。

(六)媒体运用媒体的运用是指通过讯息传递的管道，将促销的讯息传达给消费者，由于讯息是否准确且即时的传达给消费者，对于促销期间的来客数会有相当的影响，因此必须谨慎地评估及选择媒体。

>促销方案

一、活动背景

适逢6月19日是父亲节，本次促销活动创意旨在以父亲节为契机，抓住人们对父爱这一重要感情意识缺失的空白，因为平时人们强调的更多的是母爱的重要性，从而导致忽视了对这个节日本身重要意义的倡导。我们现将其重点提出并用强视觉冲击力的平面、文字以及具有纪念意义的礼品给予宣导，在习以为常的商业促销中标新立异。同时，将社会缺失的基本情感和道德唤回，能给广大消费者留下非常美好的印象，增加品牌的美誉度、好感度和认知度。

另一方面，本次活动重点仍以销售为主，借助父亲节创造的销售氛围，提出“父爱如衫(山)”的情感诉求，有针对性的对“衬衫、T恤衫”等相关产品进行促销，利用促销带动整个淡季销售。

二、活动目的

借助父亲节良好的销售氛围，抓住节日特点、销售升温等优势，配合适宜的促销手段和部分的广告宣传，充分调动消费者购物热情，提升店堂人气，从而提高营业额。

对父亲节气氛的宣导，帮助消费者增加感恩情愫，唤回现代人对亲情、父爱的共鸣。从而来突出企业的社会责任感，达到消费者对品牌好感度的提升。

紧扣公司目前品牌开发的前景和战略，独树一帜、别具一格的突现品牌个性，培养消费者对品牌的关注度和对后期活动礼品的期待，逐步导入大企划的概念，提升促销活动的意义目的。

传播品牌信息，提升淡季销售业绩，从而减轻库存压力，提高产销率。

三、活动主题

①父爱如“衫”感恩有礼

②父爱如“衫”“森”情回馈

四、活动地点

BUSEN全国终端店

五、活动时间

父亲节时间前后

六、活动内容及创意文案

父爱有痕，岁月无迹……

父爱如山，高大而巍峨;父爱如天，粗旷而深远;

父爱如河，细长而源源;他是血与脉的相通相融，

他是骨与肉的相联相依;在这个特殊的日子里，

让我们一起来道声：“爸爸，您辛苦了!”

方案一：(适用不经常打折的店铺)

父爱如衫，BUSEN父亲节感恩回馈，衬衫、T恤衫全场8折;

感恩组合套餐：夏季新品二件组合折;夏季新品三件组合折;

购满800元送VIP贵宾卡，父亲节当日满1000元加送\*\*\*\*\*礼品

(注：有条件的客户可选择送体检卡等体现关爱老人的礼品，

(另请做好附加推销或者套装组合的销售，如购衬衫、T恤建议配裤子等)

本次活动最终解释权归本店铺所有。

方案二：(B券推广)

父爱如衫，BUSEN父亲节感恩回馈，买多少送多少，

**五一足疗促销文案范文6**

博宇中学“教师进万家”家访活动实施方案

为加强师德师风建设，建立家校沟通的长效机制，根据教育局“家访进万家”活动文件精神，结合我校的特点，经学校研究，决定在全校教师中全面开展“关爱学生，携手育人” 大家访、大调研活动。为确保该活动科学有序、取得实效，特制订实施方案如下：

一、领导小组

学校成立“家访进万家”大家访、大调研活动领导小组，负责方案的制定、落实，确保家访、调研活动有效进行。

组 长：王新存

副组长：朱栋、刘志强、万道理、张炎

成 员：张仁方、孙英、张群、孔宝金、曹峰、杨书华

二、活动宗旨

通过“家访进万家”大家访、大调研活动，切实加强学校和家庭、教师和家长的联系，进一步推进师德师风建设，树立教育良好形象。

三、活动主题：关爱学生，携手育人。

四、活动时间 20\_年3月

五、活动安排

（一）、宣传动员阶段（20\_年3月24日-30日）

利用教师大会宣传家访的意义和目的及内容和要求，同时召开专题会议，进行培训，培训内容：

1、家访调研内容

⑴了解学生的家庭状况、成长环境、在家表现、学习习惯和生活习惯等；

⑵向家长反馈学生的学习情况及在校表现，指导家长转变教育观念，用科学的方法教育孩子，与家长共同制定促进学生发展的教育措施和方法； ⑶宣传教育法律、法规和教育政策，对群众关心的热点问题做好宣传解释工作；

⑷了解掌握特殊家庭学生（贫困生、单亲生、农民工子女、留守子女等）和行为偏差生（学困生、有不良行为习惯的学生）情况，有针对性地采取帮教、辅导（含心理辅导和学习辅导）和其他助学措施；

⑸讲解有关学生安全教育知识，督促家长或监护人教育学生增强安全防范意识；

⑹征求家长对教师、学校及教育部门的意见和建议等。

2、活动要求

⑴教师家访要做好记录，采取上门家访形式必须有家长的亲笔签字。

⑵校长和学校中层领导上门家访每人不少于5名学生，重点是特殊家庭子女；班主任和任课教师要确定家访对象和时间。班主任要对全班学生家访一遍，其中上门家访不少于10名学生；其他任课教师上门家访不少于5名学生。

⑶教师开展家访，要切实做到“四要四不要”：要用激励语言从发展角度通报学生在校情况，要全面了解学生家庭和在家表现，要共同探讨有助于学生进步的教育方法，要做好家访情况记录和访后分析。不要在家长面前指责学生，不要随意用请家长形式把家长叫到学校进行责怪训斥，不要接受家长的宴请和赠礼，不要以家长会等形式代替家访。

⑷教师上门家访要注意积累有关资料，并做好访后分析。对发现的问题要加以梳理，并在日常工作中调整教育教学方法。

⑸注意安全

教师家访，注意安全，家访期间开车、骑车的教师更要遵守交通规则。

（二）、推进实施阶段 各教师按照学校安排进行家访、调研工作，负责领导在进行家访的同时，了解辖区内教师家访情况。

（三）、总结汇总阶段

对家访活动中征求的意见和建议进行汇总，排查出来的问题建立台账，并认真分析研究，制定切实可行的整改方案。

（四）、整改强化阶段

落实整改方案，定期召开班主任经验交流会、家校恳谈会、家长经验交流会，切实加强学校和家庭、教师和家长的联系，促进各项工作的开展。

六、活动几点要求：

（一）提高认识。此次活动是加强家校共建机制，健全互信沟通的有效尝试，是为加强行风和师德师风建设，加强教师职业道德建设，办好让当地人民最满意的学校具有重要意义。

（二）落实机制。学校将定期检查，定期总结，定期督导，定期上报。

（三）确保安全出行。在家访过程中，牢固树立安全第一的意识，家访教师要向负责领导报告家访的对象、地点、所需时间、交通工具、联系方式；确保通讯畅通，严禁搭乘“三无车辆”，家访结束后，将家访情况报告负责领导。

（四）建立长效机制。继续完善教师家访制度，建立健全家访台账，梳理学生、家长信息。活动开展中和活动结束后，将教师家访任务完成情况列入教师师德考核、年度考核和绩效考核内容。

二○一八年三月

**五一足疗促销文案范文7**

>促销方案：

>一、品牌定位。

铁观音不仅香高味醇，是天然可口佳饮，而且养生保健功能在茶叶中也属佼佼者。有很好的美容保健功能。经科学分析和实践证明，铁观音含有较高的氨基酸，维生素，矿物质，茶多酚和生物碱，有多种营养和药效成分，具有清心明目，杀菌消炎，减肥美容和延缓衰老，防癌症、消血脂、降低胆固醇，减少心血管疾病及糖尿病等功效因此针对它的这个特性适宜人群是定在30—60岁的人群。以及商务送礼、礼仪拜访、感恩回馈、生病慰问等场合。

>二、买家消费习惯分析

根据资料显示，有百分之九十的顾客都会注重茶的香味然后选择需购买的茶叶。所以在店铺推出新品的时候，我们可以抓住这一点，推出店铺新品。

也有百分之八十六的顾客注重茶叶的价格，所以在节日里可以选择能够吸引顾客的优惠的方式。使一些顾客前来购买。

>三、产品宣传文案

月是故乡明，茶表故乡情，春福铁观音，送礼情意浓，喝出健康，品味生活！

>四、春福茶叶宣传促销方案

1）在淘宝上发帖做宣传

2）在微博上发表相关活动

3）在各个论坛上做宣传

4）和其他店家做链接，新品上市。

>五、其他的推广工作

1）店铺名字的更改，可以写上五一促销新品上市等字样，方便搜索！

2）店招的设计！“春福茶叶，自然健康新选择”可作为本店广告代名词，通俗、好记

3）店铺自定义区广告设计春茶新品上市、五一促销活动，插入相关新茶图片，宽750PX。

具体促销活动内容（五一期间倾情回馈全场满120包邮！买一送一！送小袋装新茶，可以为新品做推广。20xx淘宝首发，春茶上市，抢先购买、优惠多多！）

4）依据节日气氛，设计与之相符合的标题栏、店铺风格。富有节日气氛，但不要太过喧闹，我们要的是低调的奢华。一定保持茶叶的清新典雅韵味。

5）宝贝描述也要写上促销和或新品上市的字样，字体一定要醒目吸引人的眼球，（把促销价放大倍颜色鲜艳醒目，用气泡图案写上火爆热卖等字样）

>六、团队分工

董珍：产品宣传文案

徐祥、叶杭、：春福茶叶宣传文案

^v^：品牌定位

徐祥、^v^、董珍、叶杭：具体推广工作

**五一足疗促销文案范文8**

全价购面膜280元一套（柔肤水+水凝+精华素）

半价购眼部特护一套455元（眼霜+眼部赋活+水份眼膜）

三折购夏季养膜一套572元（滋养保湿+赋活美容+再生素）

再如：购基础年卡一张，可优惠五折购保健品，四折内衣等相关附属产品等) 说瞒：结合顾客注意力，推广全套美容院产品，有些东西反正不是用来赚钱的，想赚也可能赚不到，还不如做局部让利来达成刺激销售的工具。

在许多大店里面，计算顾客全年的消费，一年年卡20xx元，卖顾客20瓶产品，每瓶100元，共20xx元，共4000元，但是推销20次会让顾客感到特别不舒服，不如做一个顾客全年美容方案：全年护理卡4000元加自由选用产品20次（瓶），要固定品牌。这样基本上满足了顾客全年居家产品的需求。

说瞒：这样不至于经常推销让顾客反感，而且相对是赠送，顾客更好接受。 n转卡法：

学习销售型连锁的转卡形式，以顾客爱占小便宜心理，让顾客消费更高价值的卡种。即顾客做780元卡，如果转卡为3800元的卡，不管卡里还剩多少钱，都按780元来算。依次类推。或者余额翻倍。

某某美容院首经常举办“月月有抽奖，天天有优惠”的活动，让有潜力有意向顾客去抽奖，人人有奖品，等领奖时，就有销售机会，顾客贪图便宜，又面子薄，受到优惠的诱惑，销售了740元的超值特惠卡，内容为15次面部经络美容护理。等顾客第二次来的时候，不管她是否想买了，通过店长、部长、经理的说服，推销价值20xx元的眼部护理30次。在此基础上，视顾客的购买力和欲望，可升为3800的卡，或者直接升为5800的卡。如果钱不够，可由店长代垫，下次还他，定金一旦收到，第一时间上缴财务，不能退了。此外，还有办9800的终生卡，有许多优惠和好处，如果顾客带个人也来办终身卡，该顾客能享受积分优惠，价值不等。终身卡，也分类型：如暖油包身终身1万5，足疗终身1万5。如果顾客在美容院做护理，就多提一些转卡的人和事，让客人产生对比感和攀比心，从而达到转卡的作用。

凡来店的顾客购买任一服务卡项赠同等服务卡一张例如：办金卡赠金卡。买月卡赠月卡，买年卡赚年卡。还有一类方法就是双人来美容就可以只收一个人或一个半人的钱，也是如此，羊毛出在羊身上，看政策如何设定而已，如原来一个卡价值3000元，双人来美容院只要4500元就可以，另外送一瓶产品，让另一个购买。

说瞒：该赠卡可以送一个朋友或者不同的朋友，但要限次数，时间。 p转介绍法：

如年卡20xx元，送价值900元的产品，几瓶最好有差价。再送友情卡一张（月卡四次，价值480元），惠顾卡一张（一次，180元），两种卡一定非本人使用，且有使用期限。

免费提供“美容月票”：某美容院为推出新产品，开发新市场，举行“免费月票”促销活动：消费者可免费领取“美容月票”，对该促销产品进行为期一个月的免费体护理；凡在当月购买一定数量该促销美容品的消费者，可免费获德下一个月的“美容月票”；凡在当月向本店介绍2名符合要求的消费者来本店领取“美容月票”并进行体者，可免费获德下一个月的“美容月票”。活动推出后一个月，美容院共发放“美容月票”90余张，有近40人领到了第二个月的“美容月票”。 全年一元钱做美容方案，将顾客去年消费者达3000元统计出来，只要交3000元，再交1元钱，可获免费做美容机会。其介绍顾客的消费可以作半冲抵，如介绍二个顾客花了5000元，就冲抵2500元，上限为3000元，年底再利诱第二年或者优惠产品，一般顾客的钱都不会拿回去的。

用低价吸引客源增加人气后，通过滚动促销促进消费者增加消费。

1、顾客消费18元可获德： 免费护理4次，

2、再消费月卡200元可获德：前面18元可做购买产品的优惠，及带一位朋友免费护理一次，再消费季卡540元可获德：前面所消费218元做其他护理（任选）的充值，并可获德100元家居产品赠送，

3、再消费半年卡960元可获德：前面所消费758元做其他护理（任选）的充值，并获德280元家居产品赠送，

4、再消费年卡1680元可获德：前面所消费1718元做其他护理（任选）的充值，并可获德500元家居产品赠送，

用中等价位和较大优惠力度吸引客源，再通过滚动促销促进消费者增加消费。 顾客消费1000元可获德：厂家赠送礼包：免费护理4次，含一瓶产品，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷一张（共价值？？元）。

再消费季卡1540元可获德：前面所消费100元做其他护理（任选）的充值，并可获德厂家赠送礼包：380元家居产品赠送，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷两张（共价值？？元）。

再消费半年卡2960元可获德：前面所消费1540元做其他护理（任选）的充值，并可获德厂家赠送礼包：800元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷三张（共价值 元）。再消费年卡6680元可获德：前面所消费2960元做其他护理（任选）的充值，并可获德厂家赠送礼包：2500元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷五张（共价值？？元）。

注意：所谓“其他护理（任选）”指项目较高附加值的护理，比如卵巢保养，背部开穴，护理中增加精油，淋巴排毒，美发、纹绣等等。（所有价格可以随当地消费习惯和终端商自身情况不同进行调整）

其促销措施规定：凡在该美容院购买“ 年卡 ” 和 “ 半年卡 ” 的顾客，若在20xx年继续购买 “ 年卡 ” 和 “ 半年卡 ”，则在 “ 年卡 ” 和 “ 半年卡 ” 的折扣基础上 “ 半年卡 ” 多折 “ 折 ” ； “ 年卡 ” 多折 “ 1折 ” 。而且，今后每年如此，直至折扣为 “ 0 ” 时，便可终生享受该美容院的免费服务，新顾客也可在未来的消费中享受该措施。

（即：如果拥有20xx年 “ 年卡 ” 享受 “ 6折 ” 的消费者，20xx年购买 “ 年卡 ” 则享受 “ 5折 ” ，20xx年购买 “ 年卡 ” 则享受 “ 4折 ” 。促销措施宣布后的一周内，有100余消费者购买了该美容院的 “ 年卡 ” 和 “ 半年卡 ” ，同时仍有人陆续咨询该活动。

r分级护理法：美丽一生终极卡

只需花元，可享受价值服务元的服务，仅限8名。

开业三天内定购，可以成为终生永久性会员，此后下个年度开始凡于某某美容中心消费项目，可永久性享受护理项目7折优惠，产品8折优惠，某某医院整形项目7折优惠，（或8000元的第二年护理消费金。价值8000元）。

特聘为某某美容中心巡查顾问，及时检查本中心全面工作，有直接与美容中心资方沟通的权利与义务，宣传推广本中心，向本中心提供好的意见或建议，年度答谢获赠顾问特别奖励。

全年48次贴心保姆vip面部护理，价值100元/次，共4800元。

全年48次贴心保姆vip手部护理，价值50元/次，共2400元。

全年48次贴心保姆vip颈部护理，价值50元/次，共2400元。

全年48次贴心保姆vip身体护理，价值150元/次，共4800元。

一次性全效性无菌极致护肤课程：美容袍、拖鞋、美容裤、束发带、床单以及酒精、消毒棉花、口罩、调理用套头等组成专用无菌组合包，一人一款，确保卫生。价值30元/次，二年，共2880元。

提供全年的美容服务整合方案，专门指定式服务，配备私人美容顾问和健康顾问。价值600元。

另外免费赠送全年护肤家居产品，视季节，肤质，与消费习惯，配赠价值4888元王牌精选产品。能满足全年家居护理定量需求。

全年优惠身体亚健康基本体检一次。价值1000元。

提供亲情卡2张，价值666元，每张亲密式体验服务4次。价值1200元。 说瞒：在美容院将卡分极同时也要将服务分级，具体包括：项目分级，美容间分级，美容师分级，售后分级，活动分级

另外高端美容院要将可能卡项全设计出来，如1万，3万，5万，8万，18万，28万，88万等，又如高端顾客1年卡，2年卡，3年卡全部内容事先都要设计好，不要临时搞出一些即兴的东西来。

**五一足疗促销文案范文9**

越龙家纺20\_年3月促销活动方案

1.活动主题：美丽绽放季巨惠满禾城

2.活动时间：3月3日—3月31日

3.活动目的：淡季抢量，通过强势推出特价商品，在传统家纺淡季期间抢占嘉兴市场，并主推公司直营店形象，强化公司形象定位。

4活动产品：

（1）春秋被、舒适被特价销售、特价被芯（薰衣草被）

（2）婚庆多件套，印花四件套、竹棉、提花套件挑选几款作为特价销售

（3）珊瑚绒毯、童毯、休闲大靠垫特价

5.活动主要方式：

凡购买产品金额达500元+1元可购买精美枕套1套

凡购买产品金额达800元+1元可购买精美被套1套

凡购买产品金额达1000元+1元可购买高弹力抗压枕1只

凡购买产品金额达3000元+1元可购买全棉印花四件套1套

持活动海报在越龙家纺直营店购买任意产品，金额达到300元即可办理越龙家纺会员卡一张，该会员卡可在3月8日当天在越龙家纺各直营店领取精美礼品一份（毛巾或雨伞）

限时抢购：不同时间段部分商品超低价限量抢购

早上10:00-12:00 下午14:00-16:00

数量少、断码产品、直销产品处理价销售

6.活动布置：店内外形象设计、海报设计、吊旗设计、橱窗布置、店内陈列布置、（以绿色清新感觉为主）

7.主要销售产品：

多件套、仿真丝、提花四件套、印花四件套、竹棉四件套、春秋被、蚕丝被、珊瑚毯、童毯

小件：休闲靠垫

其他建议：

可以单独为越龙家纺品牌设计吉娃娃一个，（作为品牌形象，活跃活动氛围、可做成小饰品、手机挂饰、真人衣服等）

活动可以添加一些互动游戏：例如答题、抽奖等

**五一足疗促销文案范文10**

家纺促销活动方案

促销活动主题的设计

促销不是为了促销而开展，它还肩负着品牌建设的任务。促销活动一定要有一个主题，这是整个促销活动的灵魂，目的在于提高品牌美誉度。从目标消费者的心里挖掘最富有煽动性的促销活动主题，以此主题为整个推广活动的核心，整合各种营销要素，在终端与消费者形成互动的氛围，最大限度拉进消费者与产品、企业的心理距离，吸引一批稳定的忠诚消费群体，从而最有效地推动产品销售业绩的持续增长。

促销主题要从一个时间段中考虑，在这个时间段可以设计不同的主题，但是每个主题之间必须有联系，整个活动主题一脉相承，一气呵成，形成具有震撼效果的品牌影响力。促销活动主题要与产品品牌诉求和定位相一致，避免给目标消费者混乱甚至错乱的印象，必须根据公司整体品牌战略目标来确定；促销活动主题是打动消费者的关键，一定要贴近目标消费者利益，是他们关注的重点，而不是给老板看的；促销主题要简洁、突出、富有创意，并且朗朗上口，反映促销活动的核心思想；促销主题还要充分利用时势热点，诸如春节、母亲节、奥运等等，要有一定的新闻价值，在一定程度上能够引起社会舆论的关注。

主题促销活动主要有三种：以产品为主题的促销活动；以季节特点为主题的促销活动；结合特定节假日的促销活动等。需要明确主题促销活动绝不是简单的买赠、特价、路演等活动形式，而是围绕一系列主题这个活动灵魂来体现出品牌的诉求和定位、消费者的利益。

开展促销活动的注意事项

促销，顾名思义就是促进销售，但是目的绝不仅仅是为了拉动销售量，更重要是要使品牌的美誉度得到提升，从而进一步扩大品牌忠诚度，实现品牌的持续长久发展。

很多企业陷入不促销不上量、频繁促销又没有效果的怪圈不能自拔，往往是由于没有系统规划整体促销活动，而是局限在为了促销而促销。当然，促销活动的效果也往往受到产品性质、促销目标、市场特点、产品生命周期和其他营销策略的影响。但是消费品的促销活动基本上应该分别从终端销售氛围的营造、媒体宣传的告知、促销活动主题的设计、人员的组织管理等几个方面系统开展。

产品促销关键点：细分产品线，区别对待

在做产品促销的时候，一定要把产品分为四类：滞销、断码、换季产品，形象产品，拉动人气产品，利润产品。要利用形象产品，吸引喜新厌旧的高端消费者的注意。拉动人气的产品——要根据以往各种产品的销售比重，制定主打产品作为促销的主要对象（如一些低端产品），拉动日常消费。对于利润产品，要在产品标签上进行重点说明，并告知消费者这是属于限量发售的独家产品，使消费者产生想拥有的想法。价格制定方面，考虑到消费者的心理价位，必须标明原有价格多少，现价多少，而且价格不能是整数，如原价1680，现价998，让消费者觉得比较优惠。如果竞争对手采取同样的策略，那我们可以采取浮动的促销价格策略，如非节假日促销期间，平均77折出货；节假日促销期间，平均75折出货。当然，除了折扣以外，必要的时候还可以赠送一些高价值、高关注度的促销品。

人员促销关键点：为你的顾客提供消费方案

销售，临门一脚看导购。大多数家纺经销商朋友促销时，往往忽视了对导购员的甄选和培养。受过良好持续培训、性格外向的导购员和一般的、极少培训的、不善于与客户沟通的导购员相比，前者的业绩是后者的三倍以上。因此，经销商培养手下的销售尖兵，是提升销量的有效途径。当然，培训内容也是多方面的，不仅包括品牌文化、产品信息，还要包括导购员的心态和营销沟通技巧。只有以自信、积极、主动的心态，再结合针对性的营销战术和察言观色的沟通技巧，才能保证应对好形形色色的消费者。在做人员促销的时候，切忌只靠嘴说，要引导消费者自己动手、动眼、动感觉去体验产品价值。

广告促销关键点：区域投放选重点

**五一足疗促销文案范文11**

>一、活动主题

五一大促销

>二、活动内容

1、深呼吸 海的味道

在xx月xx日到xx月xx日期间，凡在某超市各分店购物满xxx元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运xx四日游的名额，到xx天涯海角去感受“海的味道”

特等奖x名（x个店共x名） 各奖xx四日游名额一个

一等奖x名（x个店共x名） 各奖xx吸尘器一个

二等奖x名（x个店共x名） 各奖xx电饭煲一个

鼓励奖x名（x个店共x名） 各奖xx胶卷一卷

2、服装打折 自己做主

在xx月xx日到xx月xx日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

3、五一惊喜三重奏

一重奏：全城至低（各种商品价格全城至低，便宜至极）

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

xx月xx日至xx月xx日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

x月x日至x日，一次性在某超市购物满x元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米、500ML食用调和油。

4、超市“五一”部分特价商品

五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品（具体定出特价商品的价格）。（本次活动最终解释权归某超市所有）

**五一足疗促销文案范文12**

>一、活动背景

可口可乐和香港迪士尼乐园于\*\*年4月7日在广州正式宣布成为合作伙伴，可口可乐利用香港在\*\*年9月12日开张时机，与香港迪士尼合作，推出^v^多喝多中赶快行动^v^免费游玩香港迪士尼的促销活动。

>二、活动对象

15–25岁的年轻一族是最具活力的、最富有冒险精神的一族，他们更容易被充满梦幻、刺激的迪士尼之旅所吸引，因此他们是这次活动所吸引主要目标群体。

>三、活动形式

除本次^v^多喝多中赶快行动^v^活动揭盖有奖的形式外，集十个金盖拉环或瓶盖，可换取可口可乐公司精心设计的以迪士尼为背景的特制心意卡，免费邮寄给父亲或母亲，换取一份表达孝心的机会，给父母一个惊喜。

每个心意卡上面印有抽奖号码，“双亲节”过后（6月30日）可口可乐公司对心意卡进行抽奖，中奖信息在报刊/络上公布，消费者凭心意卡兑奖。

操作形式以可口可乐公司本身的销售渠道为基础，而每箱产品配送心意卡（）个，消费者集齐十个拉环或金盖就可以到就近的售点换取心意卡。便利了消费者的兑奖途径，亦也使可口可乐公司对本次活动更易于操作及监控。

>四、切入点分析

饮料促销的活动绚丽多彩，形式多样。唯独还没有以亲情为背景的情感诉求。

俗话说：母爱如水，父爱如山。父母对子女的爱是这个世界上最伟大的爱。一如长江黄河对炎黄子孙的爱，黄山五岳对华夏儿女的爱。

时尚、活泼的青年一代在创造自己的天地时，同时也深深感激父母对我们的养育之恩。但是在相对保守的的家庭氛围里，很难找到恰当的方式来表达他们的孝心。母亲节（5月8日）、父亲节（6月19日）虽然是美国的节日，但越来越被全世界的人们所接受，尤其是在中国。为让更多的目标消费者关注并参与这次促销活动，而我们将以心意卡作为年轻一代与双亲沟通的桥梁表达孝心的行动为切入点。

可口可乐公司的“揭盖有礼多重惊喜”的活动不仅提供了一个恰当的表达孝心的形式。还可获得畅游迪士尼、赠饮及抽奖等多重惊喜，从而刺激消费者的购买欲望。

>五、活动目标

1、本次推广活动是为让目标群体更关注这次“多喝多中赶快行动^v^免费畅游香港迪士尼的促销活动。

2、通过售点的具有吸引力的大力度宣传，以及借表孝心为题的节日集盖促销，从而达到一个提升即时性销量及达成再次销售的目的。

3、而通过特殊通路与分销通路的整合传播来扩大本次促销的影响度。

>六、传播场所

为目标消费群聚集地，学校（高中/大学）及吧。

>七、传播策略：

1.心意卡设计

心意卡采用印刷品，设计和宣传文案由凯路公司提供，以迪士尼为背景，由凯路公司加文案和宣传主题并制作。

2.校园推广

A、校以售点、走道等活动场所的海报、宣传单页等地面方式进行告知。

B、发动学校学生会，根据各学校不同情况，制定宣传方式

如：校内广播、校报登载亲情相关软文报道或采访，略带品牌广告及告知本次活动可集盖换取心意卡信息等方式。

C、不采用报纸、电视、电台等空中媒体告知。

D、海报采用印刷品，设计和宣传文案由凯路公司提供，以可口可乐公司提供的广告宣传画为蓝本，由凯路公司加文案和宣传主题并制作。

3.吧推广

吧采用广告开机桌面及广告屏幕保护形式，设计和宣传文案由凯路公司提供，以可口可乐公司提供的广告宣传画为蓝本，由凯路公司加文案和宣传主题并制作。

4.大型卖场推广

大型超市周六、日设立售卖专柜，以海报、宣传单页等地面方式进行告知。而大型卖场采用路演结合现场促销的方式进行，选在节假日举行。

>八、路演策划

1、活动的意义及目的

A、增加品牌的曝光率，提高消费者本次“揭盖有礼多重惊喜”的活动的关注度，增加品牌理解与偏好；

B、现场大型活动配合促销以增加销量，保障经销商的出货率，亦提高经销商主推品牌的信心；

C、在节假日饮料市场销售旺季时，从终端上提高“音量”，打压其它品牌的声音，占领阵地；

D、以大型的路演活动，突出可口可乐公司以亲情为题的情感诉求，为“揭盖有礼多重惊喜”作情感铺垫；

E、为^v^多喝多中赶快行动^v^免费游玩香港迪士尼的促销活动造势并提高销量

2．路演活动主题

1、对梦幻、刺激的迪士尼乐园的向往；

2、以亲情为主线的煽情演译，突出心意卡的作用，激起即时购买的欲望；

3、促销主题：

“揭盖有礼多重惊喜”

4．活动地点

1、地点的选择由经销商与销售代表共同选定，根据营业部批准的活动方案由广告部统一安排；

2、各地市主要大型超市广场或附近广场（不超过步行十分钟距离），表演场地1000平方以上，三面空地，不得占用城市道路主干道；

3、活报批手续由经销商负责办理，场地费，管理费等场地费用由经销商支付；

5、活动形式及促销组合

1、时间：20xx年4-6月，此时间段内前期先做好地面的活动宣传推广作为铺垫，而同时广东气温平和，阳光充足，少量雨水可备双拱门防范，活动效果有保证；

2、根据传播策略制作活动内容及表演形式，物料准备，人员组成，业务培训等；

3、活动以周六或周日一场，以巡回演出、展示、现场问答、试驾、抽奖活动、互动游戏为主；

4、促销内容：根据“揭盖有礼多重惊喜”促销内容，建议由经销商安排更大力度的促销内容，如加送小礼品等；

活动流程

1、销售代表与经销商上报本销售区域内的路演活动计划，包括时间、地点、场地、促销内容；

2、营业部审批；

3、广告部根据各线路汇总情况，统一安排计划并书面答复，知照代理商；

4、活动前一天，路演人员、道具到位，晚间，安装；

内容安排

10:00活动开始；

内容：街舞、主持人介绍介绍活动情况及呼吁大家踊跃参与。煽情小品、互动游戏活动、销售、咨询、等

12：00午休

14：30下午开始

内容：文艺表演、互动游戏活动、销售、咨询、等

17：00退场

互动游戏：

1、速饮比快

比赛规则：含纸杯，喝饮料比快

2、喜干杯

比赛规划：两人拿饮料相距4米蒙眼，吹一声哨子互相走进一步，三次后干杯，成功干杯为赢

3、锵镪三人行

比赛规划：两组三人六足比赛，拿4杯饮料，两边各一杯，中间各一杯，先到终点为赢

4、其它小游戏

名称、规则等

活动监控

为了使路演活动更能适合客户的需要，需要销售代表大力的配合，同时为了产生更大的效果，将安排以下的办法监控活动的执行：

1、每次路演，安排广告科一名工作人员到场监控活动的全过程执行情况；

2、将制作代理公司、销售代表、广告科、经销商四方共同确认的活动效果评介表，并以此确诊活动的执行完整性；

3、每次活动至少准备4张照片存档备查，分别反映活动的全景、舞蹈、试驾、车技表演等环节；

4、每次活动礼品消耗数量提供详细报表；

5、人员到场情况提供准确的合影及签到表；

>八、促销活动（供参考）

1、活动主题：揭盖有礼多重惊喜

2、活动时间:20xx年4月27日至6月30日

3、活动区域:广东省九大城市(汕头,广州,深圳,惠州,花从,东莞,佛山,清远,海丰)

4、活动内容：

揭盖惊喜奖:揭金盖,就有机会获得率先畅游香港迪士尼乐园

揭盖体验奖:揭金盖,就有机会获得赠饮

揭盖孝心奖:揭金盖,一直揭下去,只要集够十个拉环或金盖,就可以在母亲节和父亲节送上可口可乐公司提供的特制心意卡

揭盖奖上奖:母亲或父亲可根据心意卡上的编号参加抽奖,就有机会获得(奖品待定)

>九、费用预算（略）

>十、活动效果预测

1、快速增加消费者对^v^多喝多中赶快行动^v^免费游玩香港迪士尼的促销活动的理解、提高活动的影响力、直接促进广东地区销量的上升；

2、提高品牌终端曝光率，饮料行业首次以亲情为背景的营销方式，增加消费者对品牌的偏好度，有助于品牌形象的提升。

3、活动形式与内容参与感强，实现品牌与消费者互动，加大关注度；促销活动主题明确，持续时间长，力度大，活动新颖，影响深远。

**五一足疗促销文案范文13**

蛋糕店店庆活动方案【篇1：蛋糕店店庆促销】

所有糕点都是现烤现卖。

为了着重显示我们店现烤现卖的特点，会在店外设促销台。把鲜烤的蛋糕或面包展示出来，作为礼品。礼品的赠送方法为：在店内购买多少钱的蛋糕，就可获得一定的鲜烤糕点作为开张酬宾：同时使出打折牌，但打折不和送鲜烤糕点同时享受。

以在门口发放打折的优惠券，在亲戚朋友间散发优惠券也可以。

顾客么，肯定对给自己利益的东西感兴趣。如果你在高校附近，可以在宣传单上写上欢迎大家来亲自动手制作蛋糕。如果是送给男朋友或者女朋友，那么在蛋糕师傅做好的蛋糕上，能自己亲手写祝福的话或者亲手绘制卡通图案意义比较特别，也一定能得到学生的欢迎。另外就是准备好小礼品，不要再买蛋糕的时候就告诉人家可以得到赠品，而要在蛋糕包装好后要带走的时候，拿出小礼品赠送给顾客，这样人家会觉得很惊喜，心情也会很好，留下好的印象就会常常来光顾了。一． 体现个性，清晰可见的点面外观

优秀的点面外观设计让人看一眼就能记住，通过其外观可初步估计店的类别、档次，并可引起相应的细分市场的关注。麦当劳餐厅那金色的拱门－m已成为快乐的象征。

应该注意的是蛋糕店的外部装潢是否会让顾客误会价格必定很高，以致不敢贸然进入消费。在这种情况下，若在店外显著的位置设立精美的价格牌，这样可消除顾客的顾虑而可安心的进入进行消费。

二． 自制店内广告

店内广告（pop广告），它主要包括店面广告、橱窗陈列及放在桌上、贴在墙上的价格单等。

在制作店内广告时应注意以下两点：

1．选择适当的广告数量。店内广告数量太多将破坏店中固有的特色、气氛，反而会减弱广告的效果，所以重点要放在招牌产品基本产品上。2．注意张贴位置。

三． 电视台、电台、报纸等大众传媒

蛋糕店在决定利用媒体做广告之前一定要认真分析各个传媒的覆盖情况，主要观众、听众以及与他们与本企业的细分市场的关系，找出其交叉点，创造最佳促销效果。

四． 街头传单的利用 在街头散发传单是一种常见的促销手段。因为其投入成本不高，许多企业都采用这种促销方法，但是若前期工作没做好，通常会收效甚微，为此应考虑以下几点： 1． 广告的内容

不易过多，应尽量限于重点内容，如店名、招牌产品、价格、电话、地址、简明地图等。同时在设计时应从接受者的角度来看是否有收藏价值，如附印折扣优惠券或兑换纪念品的传单，最好还要有公章，并规定有效期限。这有利于顾客对该券的真实性产生肯定的态度。2． 重视对分发员工的培训

不要见人就发，要针对某种适合消费的顾客群。

五． 赠送礼品

六．吸引流动顾客的交通广告。一般来说，新的顾客是不太愿意进入客人稀少，且清淡的店内购买食品的，因此，靠窗的位置特别是落地玻璃墙不要用来安放太多的桌椅。通常情况下可以用来展示产品，以免减少客人从外看到的空旷。

优质服务的策略是蛋糕店最重要的营销策略，是现代饼店企业的经营之本，只有在提供优质服务（当然包括本身产品的质量）的前提下，其它几种促销策略才可能生效。

皇后蛋糕房特别推出亲情活动，生日蛋糕折优惠并送优惠卡一张。2、法式面包： 凡购买五个面包，均送...地址：xxxxxx路中段xx路对面 电话：找我们制作录音，价格比当地电台找人录制便宜。且效果更好，声音有选择。比如婚纱摄影的广告录音，手机店广告录音，清仓甩卖录音。专题片广告配音。珠宝，玉器店广告录音，皮革，皮具店广告录音。箱包广告录音，制作的动听。会让你的店铺销量更大。进店顾客更多。

金帆饼店（学院店）swot分析

金帆饼店促销战略 3．促销方案

(1)主题以“新鲜面包大甩卖”为主题的促销活动，推出“面包卖三送一”，“买蛋糕送礼品”的优惠。

（2）促销时间：20\_年1月1日下午5:00—10:00（3）促销方式。在附近派发传单

（4）卖场气氛布置。张贴元旦节目有关海报，用气球装饰，刺激顾客的购买欲望，同时播放背景音乐。

金帆饼店广告支持策略--——同贺生日送蛋糕活动时间： 活动地点：

活动内容：a项：凡 月 日出生的1周岁儿童，可凭出生证在天天蛋糕房领取6寸生日蛋糕一份（限领30份，领完为止）；

【篇2：米旗蛋糕店营销策划书】

米旗蛋糕店 策

策划单位名称：第十组

策划人员：刘航 张拼拼 樊云翔

黄倩 李胜杰 吴薇肖

策划时间：二零一三年六月十九日

一、市场分析

（一）市场环境分析

（二）消费者分析

（三）竞争者

二、企业状况

（一）企业形象

（二）经营状况

（三）媒介 (四)调查问卷

三、广告计划

（一）广告目标

一、市场分析

（一）市场环境分析

1． 经济因素：考虑到大学生有一定的经济限制，本店推出系列产品的价格比较

适合大学生的消费。

2． 文化因素：随着西方文化的慢慢渗透，甜点也开始慢慢被更多的中国人所好可以满足消费者的需求。

（二）消费者分析 1．消费者数量

米旗选址在阎良区的中心地段千禧广场，所以米旗的目标顾客群适合各个年龄段的人。根据我们的调查显示： 80%愿意购买糕点类休闲食品为19——24岁的年轻人；千禧广场位于阎良中心地段，人口流量大，交通便利。

由此可见，我们米旗在大学生中还是有很大的发展前景的。他们喜欢标新立异，1722/3的学生除了吃饭以外，平时对那 3

打我们的服务热线，只要购买20元以上的我们可以提供上门服务。尤其是晚上8：00以后，也是她们下晚自习的时候，这段时间性内送货上门能促进一定数量的消费者购买。

（三）竞争者分析 1.产品市场容量

根据本店的选址，该区域面对的主要群体就是该全区职工。2.广告产品等竞争对手的市场占有率、潜力：

据调查，竞争者的产品价格都较高、没品牌，因此，使许多大学生因为价格、品牌原因不常购买。并且推出新品的间隔期也较长，使大学生们没有快、品种繁多等。

3.竞争对手的促销手段及广告策略：

（四）公司stp分析 1、细分市场

享受制作蛋糕的过程

需要筹办特殊 3的，使顾客舒心放心的蛋糕店。

（五）4p策略 分析

1、产品策略 提供定制服务 提供便利的各种原料让顾客按自己的需要自行搭配组合2、价格策略 顾客按照自己预期的支出对所选取的组合进行选择 3、渠道策略 宽渠道和长渠道的结合4、促销策略 节假日可有多种促销活动、促销组合二、企业状况

（一）企业形象

1．米旗的经营理念

现出来，以及海报来宣传。

（二）经营状况 1.管理水平的卫生状况。2.企业人员素质 a b c .群发短信

在促销活动宣传期间，将本店促销内容以群发短信方式传达

(四)调查问卷 调查数据显示超过一半的学生每月能够接受在这方面的花费为5至20元。由此可见，我们米旗在大学生中还是有很大的发展前景的。而且重点应放在水果系列产品上。他们喜欢标新立异，有自己独特的风格，有追求品牌的的【篇3：美食乐蛋糕店开业庆典公关策划书】

美食乐面包店开业庆典活动策划书

美食乐面包店开业庆典公关策划方案活动背景为八一农垦大学美食乐蛋糕店门前。美食乐公司是以“健康大庆人”为使命，专业生产面包、蛋糕、月饼等产品的大型食品公司。始建于1988年，20年来，公司坚持走专业化、品牌化的发展道路，并确定了自有的销售渠道——连锁经营，经营规模不断扩大，在大庆各个地区均有分店。虽然美食乐知名度很高，但由于初次进入大学校园，所以打好开业这一炮是至关重要的。

一、策划目标 最大限度的提高品牌在校园内的知名度，打开学生市场，通过一系列系统性的卖场内外布置宣传，给顾客耳目一新的感觉，充分营造良好购物环境，提升公司对外整体社会形象。通过一系列宣传活动，吸引客流，增加人气，直接提升知名度，为今后的销售奠定坚实的基础。

二、活动主题

狂欢庆开业，吉祥献贺礼

三、活动时间

十月二十四号（星期日）开业当日

四、活动地点

农大美食乐店门前

五、活动参与者

农大学生均可参加

六、对公众的分析 校园本就有几家专门经营面包的商店，并且学校内的各个超市也都出售各种品牌的面包，因此学校内的竞争是十分激烈的。同时，随着物质生活的丰富，学生们对食品口味的要求也越来越高，一旦产品不能适应学生们的要求，就会很快被淘汰。

在面包市场上来讲，美食乐面包价位并不低廉，所以想要走低端路线，靠走量来进行盈利是不太可行的。幸好，对于学生消费群体来说，更注重的是食品本身的品质，而不是价位的高低，这就给我们的产品带来了商机。我们要在食品的多种多样化以及高品质上进行重点宣传，试图在质量上获胜。

七、宣传计划 1、海报：根据公司要求在店铺内外墙壁上粘贴美食乐海报

2、店铺装饰要求：在营业厅门口放置一个直径15米的红色拱门。在拱门上悬挂开业条幅，增加开业当天的喜庆氛围。

3、派发宣传单：将在活动当日派发五千份宣传单，利用其中的广告宣传和人群的从众心理宣传本店的开业方式及对消费者的让利情况。

八、活动内容

1、打折：活动期间，全场商品八折出售。 2、购物玩骰子，赢得好运来

购物玩骰子，好运自然来，开业当日隆重推出

凡在本店购物满38元的顾客，即有机会凭购物小票到我商场出口处参加一次“玩骰子”游戏活动，满68元两次，98元以上三次。奖项设置如下： 头等奖：掷出六个同点数，奖价值100元礼品卷；

吉祥奖：掷出五个同点数，奖价值50元礼品卷；

幸运奖：掷出三个同点数，获得价值30元礼品卷；

参与奖：掷出两个同点数，奖得价值五元礼品卷。

说明：顾客凭礼品卷可以在店内随意挑选同等价位的商品。

如考虑投入成本可能会高，可每日限量，先到先得，送完即止。如：头等奖5个，吉祥奖10个，依次类推。

3、在开业当日凡在本店购买商品超过38元者均可办理会员卡一张，今后本人持会员卡可享受生日蛋糕8、5折优惠，仅限本人使用。

九、经费预算

预计购置海报、气球等共需费用三百元

预计印发传单需要五百元

预计用于进行骰子抽奖卷活动需要五百元 费用共计一千三百元

十、效果预测

1、通过前期派发宣传单，使公众对美食乐蛋糕店有一个初步了解，引发客户的好奇感，吸引顾客尝试本店蛋糕。

2、通过开业公关，营造一个热闹的气氛，给公众一个耳目一新的感觉，留给公

众一个深刻的印象。

3、通过“玩购物玩骰子”活动，吸引顾客购买本店产品，使其对本店产品有个初步的认识，促进以后继续购买本店产品。

策划人:

**五一足疗促销文案范文14**

>活动主题：

缤纷时代

冬日情怀活动内容：

>活动1

全场商品3折起

部分商品限量特卖活动期间，全场商品3——8折销售（六楼百元街全场8折），对于部分不能进行折扣销售的品牌，也可以自活动之日起每天推出两款应季商品特价销售，每天限量销售3——5件（原则上按成本价销售）。

1、活动期间商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；

2、厂家或应商要根据实际情况自行确定，但严禁调高售价后再打折；

3、业务招商主管和客务员要对“调高售价再打折”情况进行严格监督，一经发现虚假打折情况公司将按相关规定严肃处理；

4、限量销售商品由业务招商部给出专用编码，商场只扣缴2%的广告费，其余费用不再扣缴；

5、活动期间，财务将对限量销售商品进行单独结算；

6、足金、铂金、名表、部分化妆品不参加本活动；

>活动2

购物送券

超值实惠

活动期间，凡当日在1——5楼累计购物满300元（现金部分）送60元礼品券（B券），满600元（现金部分）送120元礼品券（B券），以次类推，多购多得（以300元为整数单位，零头不计）；

活动期间，在1——5楼累计购物满500元（现金部分）（活动期间消费金额均可参加累计），再送50元全场十足抵用券（A券），满1000元送100元全场十足抵用券（A券），以此类推，多购多得（以300元为整数单位，零头不计）。

1、活动期间所送礼品券（B券）由商场和接受方各承担50%；

2、足金、铂金、名表、部分化妆品、裘皮及特卖商品不参加满500送50十足抵用券（A券）活动；

3、活动期间所送赠券（A券）全部由商场承担（限参加活动1的厂家或供应商）；

4、在活动期间即不打折销售又不进行商品限量特价销售的厂家或供应商，将按销售额与商场各自承担满500送50赠券（A券）的50%（特种商品：足金、铂金、名表、部分化妆品除外）；

5、赠券（A券）、礼品券（B券）领取地点：6楼促销服务台；

6、赠券（A券）、礼品券（B券）领取时间：当日营业时间；

7、促销服务台在发放赠券（A券）后，在收银机制小票第一联（白色）上加盖“已领赠券”章，并收回收银机制小票第二联（粉色）；发放礼品券（B券）后，在收银机制小票第一联（白色）上加盖“已领礼品券”章，并收回购物小票顾客留存联；

8、各岗位工作人员应提醒顾客先以完整购物凭证参加抽奖活动，再参加赠送活动；

9、不接受礼品券（B券）的品牌商务必在本档活动开始前3天提出书面申请，经业务总监、营销总监分别审批后，在财务备档，并现场明示后方可有效；

>活动3

吉祥年 欢喜月 幸运日在活动期间，在4号门附近设3个抽奖箱(暗箱)，内放如下所需乒乓球，球上做好标记。凡在我商场1——5楼当日累计购物满300元(现金部分)均可参加抽奖活动。

抽奖规则：

1、凡获取摸奖资格的顾客按年、月、日顺序进行摸奖活动;

2、摸中“吉祥年”乒乓球者方可继续摸取“欢喜月”乒乓球，摸中“欢喜月”乒乓球者方可继续摸取“幸运日”乒乓球;

3、单张机制小票累计满300元限摸一次，超出300元部分不在重复累计。

奖项设置：

1、摸出“20xx年”字样乒乓球者或“20xx年”字样乒乓球者者，可获得VIP银卡一张及十足抵用券(A券)20元;

2、摸出“12月”字样乒乓球者或“1月” 字样乒乓球者，可获得VIP金卡一张及十足抵用券(A券)600元;

3、摸出购物当天日期者(如在27日购物，摸中有“27日”字样乒乓球者)，可获得VIP金卡一张及十足抵用券(A券)3000元;

抽奖事项：

1、顾客需持当日完整购物凭证(收银机制小票和购物小票顾客留存联)参加本活动

2、顾客抽完奖后，工作人员需在收银机制小票和购物小票顾客留存联上分别加盖“已抽奖”章，抽中奖项者按奖项级别分别加盖“吉祥年”、“欢喜月”、“幸运日”章;

3、促销服务台在发放完奖后，收回收银机制小票第一联(白色联)并做好登记;

4、抽奖地点：4号门(肯德基侧);

5、抽奖时间：当日营业时间;

6、领奖地点：6楼促销服务台;

7、领奖时间：当日营业时间;

>活动4

六楼百元街酬宾送礼

活动期间，在六楼百元街同一柜组累计购物满500元(现金部分)(20xx年12月21日—20xx年1月7日之间消费部分都可重复累计)的顾客，可到该消费柜组领取价值50元礼品一份;12月29日、30日、31日期间，每天前30名光临六楼百元街的顾客将免费获赠精美礼品一份;1月1日、2日、3日每天9：30——10：30，六楼百元街头饰区全部6折。

1、顾客凭购物小票顾客留存联进行消费金额的累计;

2、免费礼品发放处：6楼扶梯口。

顾客参与流程：

消费金额超过300元的顾客，凭完整购物凭证(收银机制小票和购物小票顾客留存联)到商场4号门参加“吉祥年 欢喜月 幸运日”抽奖活动

到6楼促销服务台按消费金额(现金部分)领取相应赠券 (A券)、礼品券(B券)。

特别提示：

1、本档活动期间，各收银台需要打印两联收银机制小票;

2、活动期间，VIP卡折扣功能暂停，但积分累计功能正常使用;

3、其它活动实施要求及各部门工作要求安排请参照以前同类活动通知。

**五一足疗促销文案范文15**

养生会馆店庆三周年活动方案

一、拓客活动

1、产品：御美荟系列产品6次体验套盒

2、套盒种类：5种，分别为胸部疏通、翘臀理疗、淋巴排毒、排酸调养、暧宫养巢套。

3、拓客方法：以老顾客带新顾客，新老顾客均赠送免费体验套盒的方式进行。要求必须是进过本店的老顾客带新顾客一起来，二人才可以享受免费体验套盒。一人进店只能抽奖，没有套盒赠送。免费体验套盒赠送活动在10月30日结束。31日各位美容师上报自己体验顾客数量，上报各类套盒明细，统一进货。

（1）会员：必须选择没在本店包过疗程的项目进行体验，因为我们是体验项目，做过的就不体验了。会员只要带一名顾客进店，就可获得体验套盒一个，同时带来的顾客也获赠套盒一个，会员免手工做体验项目，带来的新顾客收60元手工费。可多带人，多带一人，多送一次V脸青春定格。

（2）非会员顾客（在本店消费过的）：也要体验没做过的疗程的项目，比如组过胸护团的就不能体验胸了。只要带一名顾客进店，两人就各获得体验套盒一个，双方均需花60元手工做体验项目。可多带人，多带一人，多送一次V脸青春定格。

（3）本次新进店的顾客再带顾客，其所带来的新进顾客也有套盒赠送，多带一人可多送V脸一次。

4、美容师：

（1）每人20个新顾客的指标。要广泛宣传，力争自己的老顾客每人至少带一名顾客进店。

（2）自己的顾客自己登记赠送的套盒种类，并让领取的顾客签字确认。员工自己统计上报，自己操作。

（3）做体验套盒与赠送的V脸每月要用一个表格单独计次。套盒完成6次收齐60元手工费开票上交，并在当月工资中给美容师30元手工费。没完成没手工。赠送的V脸次数也要在此表格中单独记录，按每次5元给手工。

（4）顾客选择的套盒要标上姓名留在院内，不可带回家，防止顾客去别人家去做，那样我们的成本就白投了。美容师一定要向顾客说明，套盒完成时间必须在12月31日前，因为是赠送活动，过期剩余次数本店收回。

（5）后期包疗程价格：胸部疏通12次（还用百草堂的产品），1980元；翘臀理疗12次，1280元；排酸调养12次1680元、暧宫养巢12次1980元；淋巴排毒12次（一部位），1280元，如果和胸部一起包疗程，收880元。所有项目会员可刷会员卡打折。

（6）成交会员首次尊享48次的项目有胸部疏通、面部护理、面部V脸、暖宫养巢，只能选一种，不可拼项（去除水疗）。

二、新办会员或充值（本月开始充值有效）。 1、存3000元，8折消费，送美幺幺胸罩一件。

2、存8000元，7折消费，送美幺幺胸罩加底裤一套，另送眼角加额头祛皱一次。 3、存120\_元，4个月内反120\_元，6折消费，另送全面部祛皱一次。三、^v^维4D国际版优立塑推广活动

1、本月580体验一次面部，780体验一次腰腹部。之前老师给体验过的顾客，200元可再做一次。一是为了大家练手，二是为了让更多的人体验。本月没时间体验可交款定位，下月体验恢复980元一次。

2、面部毫米精雕+热水光一疗程10次9800元，本月送二次。下月无赠送。3、腰腹部优立塑+热溶脂10次11800元，送二次。下月无赠送。

**五一足疗促销文案范文16**

>一. 活动系列主题

1. 节日购物赠大礼，欢乐假期全家游

2. 心系千千结，十万爱情大展示

3. 会员节日大回馈

4. 春季时装周

5. 打折促销活动

6. 印制商城《xx》假期班

>二. 活动时间

1. 五月购物赠大礼，欢乐假期全家游：20xx年5月xx日——5月xx日

2. 心系千千结，十万爱情大展示：20xx年5月xx日——5月xx日

3. 迎五一旅游大礼回馈会员：20xx年5月xx日——5月xx日

4. 春季时装周：20xx年5月xx日——5月xx日

5. 打折促销活动：20xx年5月xx日——5月xx日

>三. 系列活动范围

商城及各分店

>四. 系列活动内容

（一）五月购物赠大礼，欢乐假期全家游

活动内容：

为在五一黄金周提升商城人气，创造销售佳绩，特举办“欢乐假期乐不停”即购物赠五一情侣、全家旅游套票活动。

实施细则：

① 5月xx日——5月xx日，凡当日累计消费正价商品满xx元凭发票及有效证件登记即可获得五一旅游两人情侣套票一张。

② 凡当日累计消费正价商品满xx元凭发票及有效证件登记即可获得五一全家旅游标准套票（限三人）一张。

③ 凡当日累计消费正价商品满xx元凭发票及有效证件在相应品牌专柜登记即可获得五一全家旅游套票（限四人）一张。（不累计赠送）

④ 凡当日累计消费正价商品满xx元凭发票及有效证件登记即可获得豪华旅游两人情侣套票一张。（不累计赠送）

⑤ 凡当日累计消费正价商品满xx元以上凭发票及有效证件登记即可获得豪华港澳旅游两人情侣套票一张。（不累计赠送）

注：此次活动仅限于服装品牌（会员卡只积分不打折），厂家自愿参加，不参加厂家需参加打折促销活动，银座不承担费用。顾客旅游费用在购物xx元消费金额前提下产生，厂家承担费用仅相当于商品打折额度xx折，较通常节日打折促销活动费用少且促销效果显著。（附：旅游价格表一份）

（二）心系千千结，十万爱情大展示

活动内容：

爱情专线 尽显温馨

五一期间，推出独具特色的爱情专题活动，以“心系千千结，十万爱情大展示”为响亮口号，抓住现代年轻人趋于真情表露的开放心态，积极调动热恋中情侣们自我表白的参与热情，将写有每对情侣爱情誓言、姓名、祝福等内容的手绢相互连接，这五彩缤纷、心心相结的“爱之物语”在春风吹拂之下自然形成一道亮丽的风景线，而形形色色的爱情誓言则向每位顾客敞开心扉，与人们共同感受挚爱的甜蜜与温馨。

实施细则：

① 五一期间，活动在商城前广场举办“心系千千结，十万爱情大展示”活动，用红色软绳连接用于悬挂手绢，每对男女顾客可现场领取手绢一块，提供油性马克笔供顾客撰写爱情誓言、真实姓名（用于抽取幸运顾客）、祝福等内容，凡经顾客同意的手绢由顾客亲手系在绳上，后一对顾客接着前一对顾客用手绢打结连接，以次类推，挂满为止。

**五一足疗促销文案范文17**

>一、活动主题

迎五一————荣辱与共，爱在\*\*

>二、活动时间

(1)如有条件，建议活动分为两波。

第一波：在4月24-30日执行。

第二波：五一期间(1号-10号)执行活动。

(2)选择活动时间为3天的经销商必须具备以下条件：

@具备良好的市场基础@具备优良的市场口碑@拥有较强的执行能力。

>三、活动内容

1、进店有礼

活动期间，凡进店者，均送精美小礼品一份；每日进店前3名者均免费赠送广东家私精美小雨伞一把或地垫一张。

2、抢相因(限量)

精品餐边柜298元；精品沙发2188元。

3、购家具，送电器。(正价产品)

满4900元，送：品牌电磁炉一套(约5个点或折现230元)

满8900元，送：品牌微波炉一台(约6个点或折现500元)

满14900元，送：品牌洗衣机一台(约8个点或折现1100元)

4、购物返现(特价计量，不反现)

活动期间，凡教师，家有在校上大学家庭，军属及退伍军人等在交定金一周后凭相关有效证件至所购家具专卖店领取购物金额6%的现金反现。

5、抢先一步，锁定实惠。

活动期间，只要交定金20xx元，在活动结束后四个月仍可享受五一期间相应项目相因优惠。

>四、公司支持

(1)参加活动产品：主流系列与原林B系列两个系列产品；在20xx年9月6日-15日期间打款,在20xx年9月6日-10月10日期间提货达到如下要求可享受下列优惠(特价款记量不反点，先打款优先选择货品)；

预存3万元,可以提主流系列或原林B系列单系列万元(约5%)的产品；

预存5万元,可以提主流系列或原林B系列单系列万元(约8%)的产品；

预存10万元,可以提主流系列或原林B系列单系列11万元(约10%)的产品；

预存20万元,可以提主流系列或原林B系列单系列万元(约14%)的产品；

(2)欣尚时空餐边柜250元/个。每家最多5个；数量有限，先提先得。010-65沙发公司出厂价1480元，需要提前下单。优派W1011+W5011+W3001，主流B1017+3005=5003-10；公司出厂价2500元。在9月10日-10月10日期间，正价提货3万配5套，5万配8套，8万配15套。发货时按2690开单。10月30日之前按提货量相关达标标准核销反现冲货。

(3)宣传费用支持。(常规特价款计入提货量)

九十两月提货总量达20万元，需投入广告10000元以上，公司补助4000元；

九十两月提货总量达16万元，需投入广告8000元以上，公司补助3000元；

九十两月提货总量达12万元，需投入广告6000元以上，公司补助20xx元；

(4)公司可提供印有广东字样的地垫和小雨伞，按半价收费。半价为地垫11元，雨伞为4元。最多每家合计不能超过20张个。(请各经销商在9月12日之前将所需提供的数量确认回传公司，过时不侯)

>五、活动宣传

①商场外围：采用喷绘、横幅、巨幅、宣传单、彩旗、彩虹门、升空气球、花篮等手段营造出热闹

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！