# 优惠活动的通知范文(精选18篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-04-15

*优惠活动的通知范文 第一篇一、促销目的(一)通过折扣来清理夏装库存，利用折扣吸引顾客，配合黄金节日拉动销售额的同时清理即将换季产品;(二)借助国庆节招募新会员，扩展客户群;(三)形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率;二、促销主题...*

**优惠活动的通知范文 第一篇**

一、促销目的

(一)通过折扣来清理夏装库存，利用折扣吸引顾客，配合黄金节日拉动销售额的同时清理即将换季产品;

(二)借助国庆节招募新会员，扩展客户群;

(三)形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率;

二、促销主题

迎国庆，倾情回馈新老顾客

三、促销时间

20\_\_年10月1日?D10月5日(共5天)

四、促销范围

全国所有门店

五、促销内容

(一)活动期间，部分商品七折优惠(新品除外);

(二)凡在活动期间生日的顾客，亦只要在全国各个门店产生消费(不限制消费金额)，即可凭身份证办理会员卡一张，并可获赠一份精美的生日礼品;

注：1、生日以身份证的日期为准;

2、顾客成功办理会员卡、领取礼品后，而需登记入簿，并在消费小票上注明“已送”，避免重复;

3、建议礼品为饰品或者印有\_\_公司logo的饰品，如丝巾、首饰、家居装饰品等;

(三)会员尊享

1、活动期间，会员部分商品可享受七折优惠，新品享受九折优惠;

2、活动期间，会员卡照常积分;

3、活动期间生日的会员顾客，可凭身份证，领取精美生日礼品一份;

注：生日以身份证的日期为准，会员领取礼品后需登记入簿;

六、活动宣传配合

(一)活动pop物料;

(二)宣传单张：请配合印刷宣传单张促进活动力度;

(三)短信宣传：20\_\_年9月30日发送活动通知短信给会员顾客;

(四)广播宣传：制作促销活动广播，然后在活动期间反复播放;

(五)商场宣传：20\_\_年9月30日发送活动短信给商场会员，利用商场客户资源,开发潜在客户群。

**优惠活动的通知范文 第二篇**

(一)策划目的：

各类产品实现近可能的均匀销售，通过促销手段引导在校学生尽可能的消费其他类产品。长久的锁住学生的消费必须使超市能够满足他们大部分的生活需求，而不是很少部分。这样在生活有需求时，学生第一感觉能解决的地方就是超市。部分产品促销的目的不仅是盈利的实现，也是培养学生忠诚度的重要手段。

（二）超市调研分析：

安徽审计职业学院在校人口两千多。比邻滨湖学院，学校超市只有一家。学生日常正常消费基本在超市和食堂。其中超市几乎成为在校学生卖生活用品和日常小吃的唯一地点。滨湖超市多，但距离稍远且价格偏贵。但我们了解到，本校超市的东西热卖几乎集中在吃上，明显且集中。针对学校多数女生的实际情况以及消费心理的分析，实现其他吃食的促销与宣传是盈利增长的重要手段。就前期学校 康师傅老坛酸菜方便面的促销活动取得了良好的效果。买一捆送一捆。一天之内被暴抢一光。通过长期在学校了解和交流到，超市的随便降价会带来某产品的销量增长。故在学校对某些产品采取促销是盈利的有利手段。本次策划针对元旦回来到考试结束期间全校学生消费而制定的促销。结合放长假货物可能堆积的情况故制定一系列促销措施。元旦期间大家在外面游玩，回学校时，好多人存在生活费不足的现象，对基本生活用品低价打折比较感兴趣。

（三）策划目标：

(1)不热卖的吃的产品在放假前基本卖到预期目标。像有些饼干和面包等。

(2)在不影响超市形象的情况下，最大程度提高盈利减少库存。

(四)促销措施设计：

（1）促销产品选择:统计近三月来各类食品销量情况情况，找出销量相对很好的一些产品和销量相对较差的产品。确定具体的产品特性和产品数目。简单分析下产品本身与消费者之间的关系。确定几样可以销售能带来盈利的产品。

（2）根据产品的价格和产品之间的相关性进行合理的搭配。几种产品搭配之间价格或用途遵循相近原则。可以洗衣粉肥皂捆绑销售，但一般不把吃的和用的进行搭配。

（3）产品吃的为主，且具有一定的实用性，能在一定程度上填饱肚子。

（4）促销的产品要一定被人所知晓，比如说元酱鸭腿。从不知晓的产品降价也不会又特殊的效果。

（5）促销时间及促销次数要确定好。天天有打折的店铺没有优惠。可以一天两至三种产品进行打折，中间隔两三天再进行打折。且相隔的产品类型不要太相似。 由于校园超市存在一定的垄断性，对于活动中赠品等相关的策略如： “活动名”要有吸引力、易于传播； 赠品绰号要响亮；赠品价值要抬高；限量赠送做催化 剂等问题可以忽略不计。

（6）学校超市可以在食堂前张贴相关活动海报，在中午等人流集中时间段进行广播宣传。是处于考试紧张气氛枯燥生活的学生产生好奇心，激发一定的购买欲

（7）促销是在盈利的同时尽量的减少产品的库存，但促销过程中促销产品也要相对充足，尽量不能出现断货现象。

（8）尽心适当的与学生方面的交流，与学生建立良好的关系。以起到拉拢人心的作用。

（五）具体产品促销方案：

（Ⅰ）饮料类产品策划：由于季节的影响，冷饮的销量势必会受到一定的影响， 而冬季像方便面等速热食则是消费的旺季。可以采取两种产品捆绑适当降价一块钱左右进行销售，又或者买一捆方便面，送清凉饮料两瓶。针对果汁类饮料不做此类促销。

（Ⅱ）乳类盒装牛奶在保持原价不变的基础上，采取温热等方法促使产品畅销。 （Ⅲ）面包类产品根据销量选择一般销量跟日常牛奶销售量最好的产品进行销售。在货架摆放上，超市人员可以尝试建议性的摆出一些食品搭配。这样也许会起到良好的效果。

（Ⅳ）小吃类食品是销售的一大亮点，可以采取甩货卖的形式进行大销售，买二十就抽奖送大礼活动。随机奖品有袜子、精美圆珠笔一支(为多数)、大奖为二十元购物卷。限购一些产品（一般为不受欢迎的饼干啊、小吃啊等等）。

**优惠活动的通知范文 第三篇**

主题口号:

1、真情回报,购物有礼,大型优惠活动

2、专家现场免费义诊,仪器免费检测

3、会员奖品大派送

时间:11月28日——11月30日

地址aa大药房

内容:

1、所有会员派送礼品,现场兑现积分奖品

1)、采取宣传页告知,电话逐个通知,每个会员均免费发放精美茶杯一个.

2)、会员按前期积分多少兑现场兑奖

3)、现场免费办理会员卡

2、专家现场免费义诊

现场免费为顾客就诊，免费开据医药处方，仪器免费测量心血管,胃肠道,糖尿病,风湿等疾病，顾客可以凭处方购药享受20\_\_%的优惠。aa大药房以真情回报顾客对aa大药房的大力支持与关注。

3、aa大药房购药送礼、抽奖大型活动

活动期间，顾客购买商品满8元可获取礼品一份,礼品按购买金额对应提高.购买商品满58元可参加现场抽奖一次,中奖率为20\_\_0%。(多买多抽)

促销活动的难点:

当前促销活动往往不被消费者关注，消费者参与热情不高,容易导至促销活动到场人数不够,活动效果不佳.其实并不是促销活动本身不具备吸引力的问题，而是由于当前各种促销活动太多、太乏乱，部份活动在宣传中没有将促销活动的核心利益点表达清楚,宣传的执行力度也不够.故而，活动宣传单也需要进行精心的设计和创意，其关键还在于怎样投递，采取什么方式投递,投递的范围和密度。

常见的促销活动形式:

主要有三种，即降价和打折、派送礼品、现场有奖促销。

在具体的操作，特价和打折对一些敏感的消费群体的影响力是的，特别是部份敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用。与之相对应的是派送，会员礼品派送可以让会员享受到其消费者的价值，达到稳定前其会员这个忠实消费群的目的.现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段,是活动成功的保证.

一般说来，消费者接受活动信息的模式为:注意——兴趣——欲望——行动——满足。

一、促销活动的目的

通过丰富的活动形式，吸引更多消费者和稳定药店基本消费群(会员)，形成参与和购买热潮，传播服务理念，形成口碑传播。活动以达到直接的经济效果和迅速扩大占领市场的目的。

二、活动内容根据主题确定

活动成功的前提就是活动内容要有吸引力。包括活动前的宣传模式,活动内容的特价商品、打折、会员送礼、购药大抽奖、专家义诊等，都是吸引目标人群必不可少的手段.

三、活动前的准备工作

1、信息发布

①、活动信息发布可选择在药店周边地采用宣传单投递、口碑宣传，各家各户高密度甩投，其宣传单总量为1万份，投递的重点为集市商业区、菜市场、居住门户、老年人娱乐活动中心等等。电话通知到每一位药店会员.

②、从11月26日—20\_\_月27日开始发布促销活动广告信息。

③、在aa大药房门口挂横幅一条，内容为活动主题口号，时间为11月25日—11月30日。

3、现场布置

活动现场布置得好，可以使活动进行的有条不紊，增加活动气势和氛围，吸引更多人参与。

(1)写有活动主题的横幅。

(2)突出活动主题内容的大幅展板和背板。

(3)挂旗、桌牌、大幅海报、宣传单。

(4)咨询台、礼品(会员奖品)发放台、抽奖箱等等。

(5)义诊检测服务台.

人员安排

(1)安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡，便于识别和引导服务。

(2)现场要有秩序维持人员。

(3)现场义诊人员、销售员工既要分工明确又要相互配合。

四、现场执行要点

1.人员,活动物资准备就绪.

2、宣传人员现场派发宣传单，介绍活动内容，引导顾客进药店或参与义诊活动。

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应。

4、礼品在规定时间发放,不宜太早太晚，发放时登记会员资料、签字。

五、活动结束总结会

1、活动成败的分析报告

(1)费销比的计算

(2)到店顾客人数统计

2、新会员注册管理,活动后会员优惠政策的制定

3、顾客意见的整理与落实

**优惠活动的通知范文 第四篇**

一、活动背景

在活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在活动中的销售做铺垫。

二、活动方案

1、活动形式：

预热：时间：x月x日至x月x日

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以为主题元素，旨在营造购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量，\_\_，\_\_图片。

流量：……等等。

正式活动：x月x日00：00~x月x日23：59

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，\_\_活动推广海报，\_\_图片，\_\_图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

2、活动力度：

（1）收藏领卷。

（2）关注有好礼。

（3）抽奖赢免单，每次购买满\_\_元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

（4）邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值\_\_元神秘礼物一份，共x个名额，被邀请人有机会获得价值\_\_元神秘小礼物一份，共\_\_个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

3、活动推广：

（1）\_\_引流

（2）店铺活动通告

（3）宝贝描述通告

（4）\_\_社区宣传

（5）\_\_签名活动预告

（6）\_\_联盟

三、活动跟进

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

**优惠活动的通知范文 第五篇**

一、促销目的

教师节学生对教师感恩的心，威智德为您传递真情，展开快递礼物传心意的活动，提高知名度，达到销售的目的。

二、活动时间

\_\_年9月5日——9月9日(5天)

三、宣传档期

\_\_年9月5日——5月9日(5天)

四、促销主题

“特别的爱献给特别的你”

五、商品促销惊喜不断

惊喜一: 教师凭借教师证购物折优惠.

促销方式：

在活动期间,凡是凭借本人教师证购物的客户享受全场消费折的优惠.

惊喜二: 学校教师团购礼物享优惠

促销方式:

团购总额300元-500元享受8折优惠，采购负责人可赠送相应的礼品一件。(礼品可选择下列产品中的任意一款：飞龙在天、金屋沙漏钟、烟灰缸系列)

团购总额500元-800元享受折优惠，采购负责人赠送相应的礼品。(礼品可选择下列产品中的任意一款：2号迷宫、罗盘游戏、\_系列)

团购总额800元以上享受7折优惠，采购负责人赠送相应的礼品。(礼品可选择下列产品中的任意一款：诱惑、异度空间、电话系列)

惊喜三: 快递礼物传心意

1、促销方式:

在活动期间购物可以在9月10日当天送到您想送的礼物

2、促销内容：

(1)登记自己要送礼物的教师名字及联系方式,并写下对最想说的话,并选购礼物。(表基本的样式在最后一页)

(2)本市地址：购物满100元，可免快递费;不足100元消费的客户，支付百分之五十的快递费。

(3)非本市地址：购物满200元，可免快递费;不足200元消费的客户，支付百分之五十的快递费。

(4)免费赠送礼品包装。

注：费用和价格标准可以根据当地市场的快递费用情况进行适当的调整。

六、店铺布置

在店内的收银台的位置，设置登记本，并要做好详细地记录，登记本的纸张选择最好精致一点的卡片纸。(卡片的样式在最后一页)

备足团购促销所需的优惠产品，产品数量可根据各店的情况而定，设置一个专门的赠送区域。(产品的种类个店也可以根据自己的店面情况适当的调整)

在活动期间要联系好快递公司，以保证礼物能准确地到达。

店内准备好包装用品。

**优惠活动的通知范文 第六篇**

一、活动主题：

感恩大回馈，燃情12月

二、活动时间：

12月6日（六）——12月25日（二）

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

a） 活动时间：12月6日－12月25日

b） 活动地点：1—4楼

c） 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分钟的限时抢购活动，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

a） 活动地点：－1F

b） 活动时间：12月6日－25日

c） 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）

d） 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20\_\_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。

**优惠活动的通知范文 第七篇**

一、活动目的：

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、活动对象：

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题：

在这一部分，主要是来解决两个问题：

1、确定活动主题

2、包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?而选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，这使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多VCD的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。

四、活动方式：

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自已的“狗肉”?这是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。而刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、活动时间和地点(有时候这点会放在第二点之后)：

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现;持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、广告配合方式：

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。而选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、前期准备：

前期准备分三块：

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管””，无空白点，也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

八、中期操作：

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

九、后期延续：

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、费用预算：

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多VCD的“阳光行动B计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

十一、意外防范：

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

十二、效果预估：

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

**优惠活动的通知范文 第八篇**

如何写促销方案？一份完善的促销活动方案分十二部分： 一、活动目的：对市场现状及活动目的进行阐述。

市场现状如何？开展这次活动的目的是什么？是处理库存？是提升销量？是打击竞争对手？是新品上市？还是提升品牌认知度及美誉度？只有目的明确，才能使活动有的放矢。 二、活动对象：活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？活动控制在范围多大内？哪些人是促销的主要目标？哪些人是促销的次要目标？这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题：在这一部分，主要是解决两个问题： 1、确定活动主题 2、包装活动主题 降价？价格折扣？赠品？抽奖？礼券？服务促销？演示促销？消费信用？还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。 在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。

几年前爱多VCD的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。 这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。

四、活动方式：这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑： 1、确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自已的“狗肉”？是厂家单独行动，还是和经销商联手？或是与其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势；和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。

但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、活动时间和地点：促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。

不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、广告配合方式：一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、前期准备：前期准备分三块， 1、人员安排 2、物资准备 3、试验方案 在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通？谁负责文案写作？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。 尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。

试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。 八、中期操作：中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。 现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。 九、后期延续 后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、费用预算：没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。

当年爱多VCD的“阳光行动B计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好 很高兴为楼主解答 如有错误请谅解。

**优惠活动的通知范文 第九篇**

一、活动主题：

主题：金秋十月，豪礼相送，购\_\_地板，送液晶电视

(全省境内可拿一款12MM厚的产品作为“放牧”产品，统一价60元/?O。净板价或全包价可由\_\_总部自行决定，但必须做到一个吸引消费者眼球的噱头。其余系列可按6折起促销后再参加抽奖活动。)

副题：60巨献、普天同庆，康宁生活、\_\_引领

横幅及条幅内容：

1、同庆60年，全场6折起，五重大礼等您拿!史无前例、超值超惠!

2、林业龙头、商标、扛鼎巨献、空前让利，挑战价格极限!

3、用床，装柜，踏板，走健康路!\_\_地板放价惠民!

4、对品质、我们敢于!\_\_地板铺平您健康之路!

飞字广告：

金秋十月，豪礼相送。9月20日至10月19日购\_\_地板，送液晶电视。更多好礼等你拿。详询各专卖店，请认准“\_\_地板”谨防假冒!

1、促销目的：利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料和需求。

2、促销对象：\_\_地板的目标消费群

3、促销时间：20\_\_年x月x―x月x日

根据需要可适当缩短或者延长促销时间，以保证促销活动量接触消费者

4、促销城市：湖北\_\_地板各级专卖店。

5、促销方式：采取活动的方式，运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成地板革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

6、促销产品：\_\_常规地板各系列特价产品和\_\_特色地板展示

二、促销策略：

1、传达\_\_地板信息，收拢社会阶层力量，达到宣传\_\_品牌及\_\_产品的目的。

2、为完成年前库存清销工作，本次促销活动以向消费者让利为主要操作手段;为了展示\_\_地板品牌产品线的完整性，向消费者传达一线品牌的全面形象，所以此次促销活动将针对所有产品进行，根据产品的库存时间安排，库存产品折扣力度放大，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销售量;

三、促销形式：

本次活动考虑到在十一国庆节期间各大卖场会针对各种消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以五重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

**优惠活动的通知范文 第十篇**

活动主题：x到了新年好

活动时间：x月x日——1月3日整体活动：x到了新年好，6000本台历倾情送

活动期间，凡在商城累计购物满300元（大家电等贵重品满500元）即可获赠精美台历一本，单张信誉卡仅限领1本，每天1500本，发完为止！

发放地点：三楼羽绒世界

兴隆商城全体员工祝您新年快乐，万事如意

各商场活动：

食品商场：美食升级贺新年

1、烟酒、滋补——精品文化大餐庆新年

50年\_\_元，30年\_\_元，15年\_\_元，冬虫夏草32800元，极品海参23800元

2、常规食品——大升级

榛子85。99元/斤，最大的大枣49。99元/斤，最好的开心果49。99元/斤，最好的核桃69。99元/斤，

名品商场：

1、x年春节金条全新上市、

2、黄金“钱”兔似锦，吊坠纳福新春

3、新年特别企划

1）黄金饰品免费换

2）黄金加工费兑换大升级

3）黄金身份证当钱花

4）黄金屋会员购金双倍积分

4、明牌首饰新年送惊喜

1）明牌黄铂金每克优惠价

2）明牌钻石全场8折，赠送精美礼品一份

3）明牌裸钻成本价销售。

4）明牌铂金免费换（只须递增30%—40%）

5、x银饰、x银饰、x银饰、x银饰、x全场6、8折

6、元旦开门红，戴新表走正点7、化妆元旦惊喜接连不断选份礼物送给心中的“她”

鞋帽商场

1、元旦开门红兴隆鞋城旧鞋换新鞋

活动细则：在x月x日——1月3日活动期间，顾客凭在鞋城购鞋的信誉卡可在品牌正价折扣的基础上再优惠80元，特价商品可优惠20元。（单张信誉卡只可购买一双鞋，不可累积使用）。

2、兴隆鞋城精品男鞋展皮尔卡丹金利来卡帝乐沙驰花花公子啄木鸟等

3、元旦开门红运动春款上市贵人鸟新品上市冬款8。8折购物再送好礼361新品上市达额送好礼冬款8。5折李宁新款上市冬款8。8折

4、元旦开门红箱包送财运金利来8。8折鳄鱼恤8、8折卡帝乐8。8折米奇8。8折万里马7折烟斗7折保罗7折特价包198————385元皮带59——98元。

家电商场：

1、元旦开门红以旧换新大行动国家财政补贴10%厂商再补贴10%，双重补贴更省钱。

电视、冰洗、数码全面参与以旧换新。

2、苹果店迎新开业。

3、精品电器展。

百货商场：

1、兴隆床品，元旦开门礼，以旧换新大行动。

2、新年换新锅，越“锅”越红火，炊具贺新年，拿锅就抵钱，苏泊尔、爱仕达以旧换新大行动。

3、时尚炊具新春首选——韩国炊具大联展。

4、送礼送健康，健身器材大推广。

5、健康三部曲：

（1）、健康送父母——足浴盆推广。

（2）、健康送朋友——足疗机、按摩垫套购献礼。

（3）、健康送领导——按摩椅推广。

6、应季新品全新上市：

（1）x年送祝福——兔子大会。

（2）新年换新衣，喜庆又吉祥——儿童唐装展。

（3）红红火火过新年——鸿运专柜全新上市。

（4）欢欢“洗洗”过新年——洗涤用品大联展。

（5）“瓷”旧迎新——陶瓷用品大联展。

（6）冬季商品全面清仓：儿童棉服、羽绒服、儿童靴鞋。

服装商场：

1、冬季商品大清仓。

2、极品服饰推荐。

3、贺岁款服饰推荐

针纺商场：

1、红运专柜，休闲春款抢先上市

2、新年贺新春羊绒首选礼

**优惠活动的通知范文 第十一篇**

利用端午节这个中国几千年来的民俗节日，邀请国际友人及青少年共同参加，在更好地了解端午节习俗，感受端午节丰富的文化内涵的同时，向外籍嘉宾宣传酒店、SPA等项目，让参加的人员在浓浓的欢快氛围中体验我国的传统节日中蕴涵的深意。

一、活动地点

西餐厅及户外。

二、活动对象

内部及外部大客户(约50人，20组家庭)。

三、活动时间

\_\_年x月\_\_日15：30-17：00(端午节)。

四、价格标准

免费。

五、活动安排

活动亮点：

1、带香囊虽是端午节的习俗之一，但本市区鲜为人知，可以作为一个亮点突出本次活动;

2、佩五丝是一个比较传统的习俗，考虑家长爱子心切，通过此方法达到看到五丝就想到端午节，想到端午节就联想到\_\_;

3、累计卡的运用，累计卡是由一张A4的PVC材质制作的卡片，上有公司LOGO及端午节活动照片，分成16小块，大小不一，拼成后是一张完整的图片，利用儿童贪玩、好奇心重的心理，达到酒店宣传。

活动促销的目的，另外因为可长期保留还可作为一种宣传的手段。

4、活动延伸，五丝的习俗是在第一场大雨后扔于水流中，故在活动过后的第一个下雨日邀请当日参加人员前来一同将五丝放于气球内，并于工作人员将气球抛至湖中，后由其他工作人员拾起，后所有人员到西餐厅吃饭，并体验其他酒店项目。

优惠政策：

1、增值活动项目。

凭活动入场券，在西餐厅或其他厅可享受特价亲子套餐\_\_元，可享受亲子特价房\_\_元，可享受餐厅\_\_折优惠。

2、凡在活动期间凡参加\_\_活动除享受\_\_折优惠外，另赠送累计卡3张。

3、现场办理SPA卡可享受\_\_折优惠，另赠送累计卡1张。

4、支付\_\_元即可获得亲子游泳票一张，另赠送累计卡1张。

5、报名参加游泳班、购买游泳卡的客户除活动本身享有的权益外，另赠送累计卡2张。

6、购买旅游产品套餐的客户除产品本身享有的权益外，另赠送累计卡2张。

7、奖项设置及奖品负责人：\_\_。

(1)奖项设置：

一等奖、二等奖、三等奖、幸运奖。

(2)奖品：

以客户体验产品及赞助商赞助的物品等。

六、活动预算

1、场地布置：\_\_。

2、食品预算：\_\_。

3、各类优惠券共计18张。

预计活动费用总计\_\_元。

**优惠活动的通知范文 第十二篇**

一、活动背景：

3月,春天的脚步声悄悄已接近人们的身边,\_\_店通过妇女节和消费权益保护日,以及植树节,特别企划以商品特价,买赠促销活动,社会公益活动等来回报顾客,让顾客真正感觉到\_\_店新的实惠,新的感觉。并通过各种各样的促销活动,营造热点,推动商场销售。

二、活动主题：

缤纷女人节、诚信权益日

三、卖场布置：

（1)卖场主要以暖色调为主,如果有需要,\_\_店可自行购买相关物资进行布置,在专区做重点布置。

（2)妇女节及消费权益日营销店制作横幅各一条.(放心购物在\_\_天天都是)。

（3)商场内可自制小吊旗,主要以企业的形象标语为主.人人关心商品安全家家享受幸福生活。

（4)主通道：悬挂节日专用吊旗(由\_\_部统一设计制作)，对于两侧可沿灯管的空隙间悬挂汽球或其它装饰物。

四、商品陈列：

（1)妇女节到整个活动时间也只隔8天的时间,所以能否给顾客留下深刻的印象,在商品陈列及结合商品促销起了相当大的作用.妇女节各营销店有专区陈列,主要以保健品、计生用品、家具用品为主，主要选择低价商品如：洗衣粉(量贩装)、洗洁精、洗发水、沐浴露、袜子、内衣、衬衫、吹风机、牛奶、饮料、饼干(量贩装)、油、方便面、奶粉、春季拖鞋、饼干、大米、纸巾等。

（2)专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需有POP标注，商品建议全部用枪纸标价。

五、员工服务用语：

（1)妇女节当天,凡进入\_\_商场的女顾客必须祝她节日快乐,尤其是商场服务台的工作人员。

（2)其他时间均可采用通用的欢迎光临用语。

六、大宗团购及顾客回访：

（1)短信息的派送,坚持顾客永远是对的原则，妥善处理顾客意见。

（2)对周边的家庭住户进行团购拜访,并做好企业形象宣传工作。

（3)各\_\_店的大客户老客户进行回访,并提前在来临时做好对工商局的拜访工作,得到相关信息,并有利开展好工作。

七、活动宣传方式：

(1)妇女节期间各\_\_店各挂横幅一条,关爱女人你的美丽你做主。

(2)植树节主要采用的方式是街道宣传方式进行,由\_\_科统一制作广告旗,\_\_店上报需求,广告旗只要内容是爱护树木的宣言,放置位置可考虑在街道傍边的树上。

(3)的到来,又是一个对于我们商业重大的考验节日,需要我们全城戒备,各\_\_店客制作横幅一条,并有海报进行本次的主题宣传。

(4)期间\_\_店各制作喷绘海报一张,主要以超低价商品为主。

(5)制作迎宾条幅,主要用于厂外人员的佩戴工作。

**优惠活动的通知范文 第十三篇**

媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，“借势、造势”成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为“大河·统一美丽生活”。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河·统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基矗

活动安排

1、活动时间为5月31日－6月30日。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等“茶”系列产品为一套系的促销，“鲜橙多、葡萄多”等“多”系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五“买就送”，以买送搭赠（面类产品和饮料的捆绑）的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的“限时、限量惊爆抢购”，打击竞争对手，抢拉客源的“超低特价，超级好礼”。

3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动――您的爱心·我的学业 ，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势！

**优惠活动的通知范文 第十四篇**

一)开业活动

1、主题：聚缘七星，星星相映，买一送一。

2、要点：开业活动除常规的喜庆仪式外，拟将火锅品牌的推广融入活动之中，给消费者营造一种“缘份天空”的体验;增大其火锅店的亲和力。具体作法是：在开业七天内，每晚实行“买一送一”，以示“七星”的颗颗赤诚之心。其间，每晚举行抽奖活动，即每桌选一位代表抽奖，被抽的内容是由12张不同星座的样牌。凡抽奖者抽到的星座牌与自己的星座相符的(以身份证的年月日为依据)，视为获奖，当即奖励七瓶啤酒或瓶装饮料，以此代表“七星”的七颗心。

3、效果：此开业活动的设计，旨在做到“七星”老品牌与聚缘七星新品牌的转换，即承上启下，传承发展，让历史为未来服务。另一方面，诠释了品牌的内涵和外延，为今后的促销开辟了广阔的空间。

(二)主题活动

1、主题：七星高照，真情回报，。

2、要点：凡在聚缘七星就餐负责结帐的消费者，均获一枚特制的“五角星”，当其积累到七枚(七星)时，可凭“七星”到火锅店抽奖，抽奖的概率是，只是奖品有一定的区别，但价值大同小异。这项主题活动暂施行一年。如果效果不错，可作为一种制度把它模式化，并写进其加盟营运手册之中。

3、效果：该主题活动除进一步强化了聚缘七星品牌形象外，还在于让消费者时时牵挂着火锅店，使之形成一种情感互动，做到心中“你有我，我有你”，从而体现“缘份天空，星星相映，有光共沾”的一种境界，培育起消费者对火锅店的忠诚度。

(三)卖点活动

1、主题：山水家园，星罗棋布，寿星高照

2、要点：在全市范围内开展寻“寿星”活动。此项活动可以与重庆晚报或重庆晨报合作，发动市民提供“寿星”线索。并最终选出七位年龄最长者(视为重庆的“七星”)，获得“寿星”称号。凡获得其称号者，推荐人将获得尊老荣誉证书和奖励;老人获“寿星”称号荣誉证书和滋补品。

3、效果：该活动可唤起市民的乡情、亲情和友情。通过市民对老人的关注，引发出关注生活环境、关注生活质量和关注生活关系，使之更加快快乐乐、健健康康的生活，让“聚缘七星”得到大家的心赏。

(四)节期活动

1、元旦节——“新年头，新兆头，新搞头”摘星活动，即用七类星物悬挂在店堂内，每类星物代表一种新年祝福，其间，凡摘星的消费者，今后凭星物就餐可享受折的优惠。

2、春节——“聚缘七星，家和齐心”闹春活动，即凡在春节期间在聚缘七星火锅店就餐的，每人可免费享受一瓶啤酒或瓶装饮料，此外，每桌可获书法家现场书写一幅春联。

3、情人节——“星星相映，品味人生”情侣活动。即凡在情人节这天在聚缘七星火锅店就餐的情侣，均可免费获得一枝鲜花和两瓶啤酒或瓶装饮料。

4、劳动节——“七星北斗，劳模生辉”慰问活动，即凡劳动节这天在聚缘七星就餐的市、区级劳模，均享受拆的优惠(凭劳模证书)。

5、教师节——“星星之火，光亮于师”感恩活动，即凡教师节这天在聚缘七星火锅店就餐的教师，凭教师证均可享受折的优惠，并获一张特制的贺卡。

6、国庆节——“国家，大家，一家”欢庆活动，即凡在国庆节这天在聚缘七星火锅店就餐的，除获赠送的小吃外，可享受拆的优惠。

二、广告策略

对于聚缘七星火锅而言，好的广告不但是沟通火锅店与消费者和加盟商之间的一座桥梁，更是聚缘七星品牌、品质、品味的一种具体提升和延伸。

广告是一种广而告知的行为。广告受体是聚缘七星火锅要争取的消费者和加盟商。鉴于聚缘七星火锅的市场定位是“大众化”，因此广告必须符合大众的“口味”，这是制定广告策略所需要认真把握的。

1、广告基调

聚缘七星火锅的生命力在于：“三本”——本质、本味、本色，以及“三情”——乡情、亲情、友情。其中，前者求本朔源;后者聚缘惜缘。然而，广告基调的确立在于它的统一性：有统一的表现，广告诉求力才强;有统一的表现，品牌才便于提升;有统一的表现，广告匹配才。这样才会有可能降低广告投放的成本。

经研究，聚缘火锅的广告基调定格在其标志色彩的“红、黑、白”三色上，即“爱憎分明，热情豪放。”

2、广告诉求点

所谓广告，就是通过一定的媒介和方式，将聚缘七星火锅所提供的服务信息传递给预想中的目标客源，以此达到促销之目的。而对聚缘七星火锅零零碎碎的信息，必须要有一个主题或主线来整合与贯穿，这个主题或主线就是其寻求的广告诉求点。

一般说来，广告诉求点实质就是其服务显示的强项或特色，同时也是消费者最关切的东西。为了突出“七星”的品牌概念，拟用“七星整合七个方面的广告诉求，使“聚缘七星，七星高照”，成为别人偷不走的、可持续发展的战略资源。据此，独创、独特、独享的广告诉求点：七星高照!现分述如下：

汤料——本质、本味、本色，推崇“植根于本”之源泉。

菜品——养眼、清心、爽口，推崇“绿色食品”之艺术。

器具——品牌、品性、品位，推崇“相随星艳”之载体。

环境——聚缘、惜缘、育缘，推崇“缘份天空”之意境。

服务——热情、真情、亲情，推崇“惜缘为贵”之态度。

管理——一体、到位、各谐，推崇“人性活化”之原则。

加盟——交心、换心、一心，推崇“同映同辉”之合作。

3、广告发布

实践证明，广告发布的媒体主要有公共传播媒体、印刷媒体和户外媒体三大类。其中，属于公共传播媒体的报刊和广播电视覆盖面广，客源层多，效果;印刷媒体不但担当现场促销的主角，而且可以定向自由派发，针对性和灵活性较强;户外媒体位置固定，比较适合火锅店旁或人流量较大和街旁。三者取长补短，是聚缘七星火锅广告发布的三驾马车。具体广告发布内容、形式和安排如下：

第一阶段推品牌形象

通过硬、软广告的发布，让公众了解“聚缘七星”从哪里来?在做什么?想到哪里去?借过去“七星”之力。承上启下，继往开来。

(1)开业前的广告发布

通过软广告发布，拟在重庆晚报或重庆晨报上介绍“聚缘七星”的由来，传递其品牌的宗旨理念“聚缘惜缘，重情讲议”和“服务理念，人和归缘，惜缘为贵”，增强大众的关注力。此外，可在渝中区政府大楼街道入口处竖立一牌户外广告牌，吸引当地的消费者。

(2)开业时的广告发布

一是以实景拍摄的聚缘七星火锅卖场为广告稿的背景，分别在重庆晚报和重庆商报上做广告，并把开业“聚缘七星，星星相映，买一送一”活动作为内容之一;二是广告内容大体与上述相同，采用印刷宣传品的方式派发给火锅店周边社区住户、单位和个人，其宣传品上可印刷一些有关星座方面的小知识，增加趣味性和保存性。

(3)开业后的广告发布

待经营进入正常状态的情况下，举行一次小型研讨会，其旨在为新闻记者提供由头。研讨会的主题是：“七星高照”的现象\_着什么?届时，邀请重庆晚报、重庆晨报、重庆商报、重庆经济报、重庆有线电视台的记者参加，其会议信息用新闻报道的方式传递给大众。

第二阶段推概念

此阶段拟在重庆晚报或重庆商报餐饮专刊上全方位、系统化、分步骤地介绍聚缘七星火锅的广告诉求点：“七星高照”。前后历时七周，每周介绍“一星”，让大众感到聚缘七星火锅韵味无穷，逐步对汤料、菜品、器具、环境、服务、管理、加盟有了一个全面的了解，从而使之达到“缘于你我他，齐心呵护她”的目的，提高消费者的忠诚度。

**优惠活动的通知范文 第十五篇**

一、促销背景说明

近年来，情人节在中国也开始流行，超过了中国传统节日“七夕”节。在情人节这一天，送礼已经成为有情人之间表达感情的一种方式，情人节的消费催生了一个很大的市场。

中国有一种中国结，颜色深红、变化多样，象征着吉祥如意、欢乐、富贵，且可长久保存。公司开发的“情人结”是中国结的变化和创新，“结”与“节”的谐音，也为中国结和情人节的结合找到了一个巧妙的切入点，象征着爱情的执著、久远。如果把玫瑰和“情人结”搭配成礼品，一定会受广大消费者的欢迎。

二、市场分析

根据市场调查显示，在情人节期间，20～25岁的未婚青年是主要消费群体，约占\_%，其次是25～35岁的已婚夫妇，而50岁以上的老年消费群体也占到了将近×%。消费者购买鲜花的数目组合以1支、3支、9支、10支、11支等数目为主，大约占到\_%。

此外，大约有\_%的消费者认为每年都送玫瑰、巧克力缺乏创意，无法长久留住情人节的浪漫和温馨，希望除赠送玫瑰、巧克力以外，能赠送其他更时尚、更有保存价值的礼品。这一消费需求蕴含着巨大的商机，也印证了将玫瑰和“情人结”搭配、以“情人结”拉动玫瑰销售的可行性。

三、目标市场

(一)A类消费群体

20～25岁的未婚青年是情人节玫瑰和“情人结”组合消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。

(二)B类消费群体

50岁以上的人群虽然对新生事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个鲜花消费群体中已占有×%的比例，说明其时尚心态渐起，是一个很有潜力的群体。

(三)C类消费群体

25～35岁的消费群，有的是处于事业的起步期、上升期，而有的事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得最为复杂，最不利于细分，也不利于有针对性地进行市场推广，但他们的消费量也相当大，是促销工作的重点。

四、目标市场定位策略

类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场，也是广告的主要对象。

类消费群虽然需求较小，但如果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，其社会影响将有利于公司的品牌建设工作。

3.通过对A类消费群和B类消费的重点诉求，带动C类消费群的积极参与。

五、促销主题

浪漫情人的“情人结”。

六、推广策略

(一)产品策略

1.公司开发出系列的“情人结”礼品，包括“缘字结”、“福字结”、“同心结”、“牵手结”等，并且每种“情人结”都配备高档材质、时尚的包装盒。

2.在玫瑰销售数目组合上，公司推出了多种数目组合，并为每种数目组合都赋予了一定的内涵，如下表所示。

玫瑰销售数目组合含义表

产品单位数量意义

玫瑰支1一心一意

玫瑰支3我爱你

玫瑰支9天长地久

玫瑰支11一生一世

玫瑰支21爱你

玫瑰支27爱妻

3.各种组合公司都要设计新颖、时尚的贺卡，贺卡上注明该组合的寓意。

4.丰富的产品组合可以极大地满足各类消费者的需求，使情人节变得更加富有内涵。针对每类目标消费群，我公司推出三大篇章的产品组合。

(1)浪漫情人——我爱你篇。

针对20～25岁的A类消费群，产品组合：3支玫瑰+1个“缘字结”+烫金贺卡。

(2)真情永恒——爱妻篇。

针对25～35岁的C类消费群，产品组合：27支玫瑰+1个“爱字结”+烫金贺卡。

(3)浓情夕阳——天长地久篇。

针对50岁以上的B类消费群，产品组合：9支玫瑰+1个“牵手结”+烫金贺卡。

(二)价格策略

情人节期间玫瑰的销量是即时的，因此公司的所有产品(主要指玫瑰和“情人结”)均采取高价策略。

(三)渠道策略

**优惠活动的通知范文 第十六篇**

随着经济社会的纵深发展，作为大学生的我们仍无法超然物外。没有物质的消费，我们无法生存，我们是一群地地道道的消费者。而通过对大学生商场消费情况的调查及分析表明，大学生群体有着不可小视的潜在商机。

而每年寒暑假过后，各大高校学生纷纷返校，并且会购买一系列的日常生活用品，高校园区各大商场如果针对大学生返校期间进行一些促销活动，吸引刚刚返校的的大学生前来购物，必定会为商场带来可观的经济效益。

一、促销目的

为迎接各高校学生返校，本商场特实施此次促销优惠活动，给大学生提供最物美价廉的各类商品，让同学们有一个愉快的新学期。

二、促销主题

新学期，新梦想

三、促销时间

20\_\_年9月1号20\_\_年9月7号

四、促销地点

乐天玛特芜湖高校园区店

四、促销策略

(一)价格促销

1、特价促销商品，助学在行动

(1)特价商品范围

本项活动针对寒暑假返校后的大学生开展，各类生活用品及学习用品学生本人持身份证及学生证均有优惠，具体商品有以下数种：

①洗漱用品：毛巾、牙刷、漱口杯、洗发水、洗面奶等。

②纸类商品：卫生纸、面纸等。

③食品：泡面、饼干、火腿肠等。

④小型电器：台灯、插座等。

⑤学习用品：笔、笔记本、文件夹。

(2)特价幅度

本次活动特价商品数量多达上百种左右，降价力度达到原销售价格的5―7折。

(3)注意事项

本次活动特价商品的准备要高要求、严标准，禁止出现特价不特的情况。

(二)趣味促销

促销期间，双重好礼等你拿

1、第一重好礼

凡于活动期间每天前来购物的前二十位(按结账时的先后计)同学，每人可获赠新学期大礼包(含牙膏一盒、漱口杯一个、价值10元购物卡1张)一份。

2、第二重好礼

(1)活动对象

凡于活动第一天来我商场购物的学生，单张小票满50元，即可到我商场指定地点参与本活动。

(2)活动时间

活动第一天全天8：00―22：00，随到随抽

(3)活动规则

顾客凭结账小票参与抽奖活动，在预先准备好的抽奖箱内放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有10―60等50各不同的数字，特定不同的数字可以兑换相应金额的奖品。

(4)活动流程：顾客购物满额→工作人员确认小票金额满额→顾客抓取乒乓球→按乒乓球的号数发放价值相应的礼品→工作人员盖已兑奖的章。

五、促销活动实施

(一)事前准备

1、时间进度

2、各部门责任分工

本次活动有采购部、营销部、门店三方面的人员参与与实施。

(1)采购部

工作内容要求：组织好参与厂家对特价产品你的准备，提前做好本次促销活动涉及礼品、奖品、道具等相关物品的落实，协助营销部各方面的工作。活动期间，采购部的一定人员要及时观察店内货架及堆码，货源不足时要及时补货。

(2)营销部

工作内容要求：负责本次促销活动各项执行工作的指导、活动宣传材料及广告的设计制作，商场氛围的营造，管理及监督好个部门的工作。

(二)中期操作

本次促销活动每位参与人员必须遵照流程来工作，遵守活动相关规定与纪律主要各部门负责人和店长要做好榜样作用，发现问题及时采取措施或向上反映，进行有效的促销过程控制：

1、加强与厂商的密切合作。

提前与他们洽谈好所需要的供货数量，以及合作的方式等问题，尽量避免低级错误，如商品质量、包装、赠品、货源等造成的麻烦。

2、活动现场巡视监控。

3、促销人员培训与管理

4、促销费用管理

(三) 后期延续

本次促销结束后，必须进行顾客满意度调查，了解顾客需求的变化情况，适时调整销售策略，或者为以后的活动积累经验，吸取教训。

(四)广告宣传形式

1、店内广播

① 公告特价商品信息

② 送上新学期祝福

2、店内展示板、pop海报

3、门店前广场的彩旗、横幅

六、费用预算

**优惠活动的通知范文 第十七篇**

最低元/天开通百度文库会员，可在文库查看完整内容>

通知的格式范文通知的格式通知的格式，包括标题、称呼、正文、落款。?1标题：有完全式和省略式两种。①完全式包括发文机关、事由、文种。②省略式，例如《关于\*\*的通知》。通知内容简单的，只写“通知”两字，这也是省略式的一种。写在第一行正中。可只写“通知”二字，如果事情重要或紧急，也可写“重要通知”或“紧急通知”，以引起注意。有的在“通知”前面写上发通知的单位名称，还有的写上通知的主要内容。?《劳动人事部关于设立“劳动保护科学技术进步奖”的通知》，湖南省政府办公厅《关于开展规章和行政规范性文件清理的通知》。《关于某某同志的免职通知》《关于某某等6名同志的任免通知》②称呼：写被通知者的姓名或职称或单位名称。在第二行顶格写。（有时，因通知事项简短，内容单一，书写时略去称呼，直起正文。）?③正文：另起一行，空两格写正文。正文因内容而异。开会的通知要写清开会的时间、地点、参加会议的对象以及开什么会，还要写清要求。布置工作的通知，要写清所通知事件的目的、意义以及具体要求和作法。④落款：分两行写在正文右下方，一行署名，一行写日期。?要写明发文单位、联系人、发文日期并加盖公章。写通知一般采用条款式行文，可以简明扼要，使被通知者能一目了然，便于遵照执行。通知范文一关于加强机关值班、加强机关安全保卫工作的通知各乡镇党委、政府，县直各部、委、局、办、中心：时至年底，全县各种不稳定因素增加，治安形势比较

**优惠活动的通知范文 第十八篇**

又是勤奋的一年，又是收获的一季，\_\_的风风雨雨马良绣品有限公司都与大家同在，我们真心感恩又是一个五年的陪伴，回想去年年终活动的成功，马良绣品再次开启百万回馈，本次活动公司将所有利润倾囊相赠给我们的加盟商，甚至公司还拿出部分产品以象征性的一元两元五元的形式进行馈赠。当大家看到这份马良绣品为大家呈现的大餐，我相信所有人都会满意。

\_\_伴随有太多的风风雨雨，无论\_\_需不需要诺亚方舟的船票，我们都希望我们这份大礼让所有人眼前一亮，充满希望。谣言终将至于智者，时间是检验谎言最有力的武器，当有人不仅山寨我们的产品还山寨我们的品牌的时候打擦边球骗取加盟商的信任的时候，也是广大加盟商第一时间反馈公司，没有造成大家的损失，这是万幸中的万幸。

马良绣品\_\_为大家呈现了行业首创的彩绘底抱枕，还有个性丝带绣定制，还有林林种种的“家”计划“客厅墙”计划精准营销的新品都得到了大家的认可，为广大加盟商在\_\_店面盈利中划上了浓重的一笔，马良绣品全体公司员工真心的为广大商高兴，赠人玫瑰手留余香，有这份余香我们就心满意足。

所以今天公司在\_\_年12月15号正式开启年终百万零利润反馈。

百万反馈年终活动：

1.加盟商拿货\_\_以上5000一下，公司所有商品将按照最低拿货价格再打九折销售，成品赠送如常，购物袋赠送如常，光盘赠送如常。另公司提供特价款产品(均以二元，五元，等价格)

2.加盟商拿货五千以上，公司将会以零利润特价专供近三百款行业最新公司销量的产品，请广大加盟商从公司索取特价活动进货单，同样也可以享受特价款产品(均以二元，五元等价格)

3.活动时间为：\_\_年12月15日到\_\_年12月31号。

特别注意事项：

a:活动期间我们将尽可能保证货物在一两天内发出，如有特别情况公司将及时通知加盟商。

b:特价款产品(均以二元，五元等价格)数量有限，发完既止。详细情况请以既时既刻选货单为准。

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！