# 促销活动的策划方案(4篇)

来源：网络 作者：海棠云影 更新时间：2024-07-15

*“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”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？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。促销活动的策划方案篇一为了提高丰田汽车的销售量，...*

“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”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？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。

**促销活动的策划方案篇一**

为了提高丰田汽车的销售量，增强其在河南市场的知名度以及提高在河南市场的市场占有率，改善“召回门“对丰田汽车的消极影响，重新树立丰田汽车的品牌正义形象

活动对象：

河南省内的中高收入且富有爱心的人群

活动主题：

炎炎夏日、丰田陪学子一起前行

活动时间：

20\_\_年8月1日——8月30日

活动地点：

郑州市内的各个丰田汽车直营店

广告配合方式：

电视台(河南卫视)、报纸(大河报)、 电台(河南交通广播)、 户外广告(现有的丰田汽车户外广告) 、店内、网站

活动方式：

买丰田雅力士(9.2——12.56万元)、丰田威驰(8.95——11.99)、丰田卡罗拉(12.78——17.28)三款车可以以客户的名义向河南省红十字会捐出500元以支助上不起大学的贫困高考毕业生，与此同时完全购车后凭购车凭据可获得500元现金(顾客可以把这500元钱捐出)或者凭此单可获得700元的汽车服务。

买丰田普锐斯(25.98——27.98)、丰田凯美瑞(18.28——28.38) 、丰田锐志(21.68——35.68)三款车可以以客户的名义向红十字会捐出1000元的现金以以支助上不起大学的贫困高考毕业生，与此同时完全购车后凭购车凭据可获得1000元现金(顾客可以把这1000元钱捐出)或者凭此单可获得1500元的汽车服务。

回款单必须在购买车15天内寄回(回款单上设计有本次活动的三种选择《现金 捐款 汽车服务》)。

寄回回款单并且捐出钱的的客户将会会收到一份公司寄回的小礼品(礼品带有编号)和捐款证明，在9月15日举行抽奖仪式。

获奖的客户可以获得一年的汽车服务，并以客户的名义向贫困学生捐出一台电脑(红十字会)。

前期准备

1、活动前宣传

促销活动方案 活动开始前一周(7月25日到31日)在河南电视台进行每天黄金段的广告宣传

b活动前开始前一周(7月25日到31日)在大河报进行广告宣传

c活动开始前一周(7月25日到31日)在河南交通广播进行整点高强度的宣传

d活动前半月(7月15日到31日)更换丰田车在河南省内的部分户外广告为此次活动内容

e活动前一月在丰田车各个销售点进行pop 海报等店内宣传

f丰田车网站主页宣传

2、店址选定：

促销活动方案、前中期：郑州市内的各个丰田汽车直营店

b、后期;选定郑州市区内一家丰田汽车直营店

3、人员安排：成立专门的促销执行小组对本次活动进行具体的操作以及一些紧急情况的处理在前期对其进行专门的人员培训

中期操作

1、中期宣传

促销活动方案大河报每周周末版进行活动宣传。

b每天黄金段的河南交通广播的电台宣传

c继续用户外宣传

d店内宣传

e丰田公司网页宣传

2、宣传重点

促销活动方案 此阶段还是要进行宣传，借助大河报河南交通广播、户外广告、店内的广告宣传来为本次活动进行造势

b活动期间在每个店门口进行装饰，装饰要充分突出丰田跟学子的联系，制作宣传片把河南高考生的情况。以及丰田的公益事业联合起来，进行情感诉求

c引起媒体关注，利用媒体对这次活动进行宣传

3、促销方式：

8月1日——8月20日按常规促销。

8月20日——30日打出限量的促销策略。

4、中期阶段最重要的就是活动的执行力 所以前期必须要有一个训练有素、业务熟练的执行人员 。

后期延续

九月十五日在郑州市区内选定一销量最好的丰田汽车直营店举行抽奖仪式请公正部门、公司领导、红十字会、客户代表、受助学生代表参加。现场颁发助学金。以此吸引媒体关注

将本次活动中回款单中的钱捐出的人员名单出在大河报上对其对公益事业的支持表示感谢

电话回访参与此次活动的所有人员首先感谢对公益事业的支持然后对参加此次活动的感受以及对车的感受举行大型的赞助活动引起媒体关注以及后续报道

费用预算： 宣传：电视10000元、报纸10000元、电台10000元、户外5000元、店内5000元

礼品：10000元

机动：100000元

共：150000元

意外防范：

1、由于本次活动在夏季，要在活动现场注意防暑，防火等措施。

2、由于此次活动涉及到公益所以全程都要有公正部门参与。

3、重点在操作阶段，要有一个组织严密，训练有素的队伍。

提前效果评估：

1、由于丰田公司前一段的召回们，对其影响比较大所以这次活动与公益结合可以很好的增加其社会责任感，可以在一定程度上提高其客户的好感度。

2、此次促销所涉及的汽车价位为中低档的，结合郑州的实际情况，也就是说客户是收入不太高的人，进行返款优待，可以吸引一部分人。

3、本次活动可以增加其销量，重点是提高其知名度。

促销活动的策划方案篇二

一、活动目的

利用国庆佳节进行促销活动，刺激消费，拉动销量，为下半年销售市场做准备。

二、活动主题

庆国庆，得大礼，游北京。

三、活动对象，潜在客户

四、活动时间

\_月\_号至\_月\_日

五、活动内容

1、促销活动时间，购买\_\_手机多媒体系列，即可获赠\_\_一张。

2、促销活动时间，\_\_手机\_\_系列，九折销售，不享有赠送活动。

3、\_月\_日当天举行互动活动，消费者可以凭购机小票参加回答问题抽奖活动。

一等奖：北京国庆游

二等奖：\_\_数码相机

三等奖：\_\_mp3

注：回答问题均与本手机有关，且除了问答题也伴有动手操作手机等关卡，旨在调动了解和扩大本机的影响力。

六、活动宣传

1、报纸、当地电视台滚动广告等。

2、宣传单。

3、店外展板，条幅等。

七、活动注意

1、对工作人员进行培训，并要向工作人员清楚阐述国庆手机促销方案主旨及要求。

2、对工作人员进行责任分组，各组协调合作。

3、作出防意外措施。

促销活动的策划方案篇三

为答谢广大客户对本公司的支持，\_\_\_\_装饰公司特推出“风雨同路·感谢有你—感恩回馈第三季”活动，活动主题“约会春天.相约九九!”活动内容如下：

一、活动时间：20\_\_年4月28日—20\_\_年5月15日

二、活动范围：\_\_市各区县装修房子的客户

三、活动内容：

1、本次活动参与客户均可享受价值20\_\_元甲醛处理，确保家庭环境绿色健康。

2、交足定金20\_\_元的客户，可获赠价值2450元奥斯漫花洒龙头as-2512c30(如对设计和价格不满意龙头一样可以拿回家)

3、在活动期间与我公司签订装修施工合同的客户，可享受以下优惠：

(1)感恩礼包a系列——风雨同路

a、基础装修合同总价5万元以下，凭公司的施工合同抵20\_\_元现金消费劵，橱柜、地板、洁具、窗帘等(任选其一)

b、基础装修合同总价5—10万元，凭公司的施工合同抵5000元现金消费劵，橱柜、地板、洁具、窗帘等(任选其一)

c、基础装修合同总价10万元以上，凭公司的施工合同抵8000元现金消费劵，橱柜、地板、洁具、窗帘等(任选其一)

我公司合作品牌：奥斯漫洁具、巨迪橱柜、肯帝亚地板、斯米克陶瓷、马可波罗瓷砖、唯美窗帘、美家灯饰、中冠木门、品格集成吊顶、容声集成吊顶、冠湘楼梯、韩国墙纸、艾仕墙纸等。

(2)感恩礼包b系列—感谢有你

a、凡在我公司活动期间交纳定金或签订装修合同的客户，觉得我们施工过程中做得好对公司认可，可介绍朋友到公司装修，凡成交的客户，我们赠送老客户和新客户各一千元工程款。

b、凡在我公司活动期间交纳定金或签订装修合同的客户，是公司在该小区的前两户客户可享受一千元的样板房大礼包，并指派公司金牌施工队施工。

(3)终极感恩礼包—万元现金感恩客户

凡与本公司交纳定金或签订装修合同的客户，均有机会参与我公司周年庆的“终极感恩礼包—10000元现金感恩客户”大型抽奖活动，

四、享受公司六级施工管理

全方位24小时服务，随时随地了解自己家里装修的情况和进度;客服启动主材全程跟踪管理服务，让我们的客户省钱省时做到真真的快乐装修。

五、活动说明

1、基础装修合同总价以工程完工实际结算金额为准。

2、感恩礼包a系列和感恩礼包b系列及终极感恩礼包均可参与。

4、如工程项目出现增减，其合同价款与实际结算价款不符时，以最后结算价为准，赠送购物款多退少补。

此活动的最终解释权归\_\_\_\_装饰设计工程有限公司所有。

一、策略

组合：上市造势 低价竞争 占位最佳

1、形象宣传 + 产品卖力 + 终端拦截。

宣传，产品卖力(点)，终端包装，主题活动。

2、彰显差异+重力组合。

定位独特明确，彰现差异，炒出声势。

二、推出促销套餐

1、店内活动+店外活动

店外主要是平面广告，2m\_1.8m的户外平面广告。

户外主题促销。

2、堆头dm

a、促销活动方案、堆头(四周包装，以vi为背景，以色图字pop或kt版组合，设计出特色，突显统一形象，以增加视觉冲击力)有可能的话投放电视，堆头上产品艺术陈列，借助销物料，生动化，结合低价热卖。

b、选一款单品，价格有竞争力的产品，做特卖。价格一定要有吸引力，价格标要显眼。

c、位置最佳(在食品区域)，促销员能同时兼顾到货架和堆头，位置有利于抢截顾客。配合促销员的促销专业水准，促成销售。

d、告知活动要明显，综合促销力要明显强于现在对手。

三、推广广告

条幅投放 电视 平面图等广告资源的合理投放。

广告坚持3.15原则，尽量消费者在3秒内，看完15个字，能一目了然。

四、具体运作

1、促销员招聘，强化培训

2、促销准备，进度

3、促销监制，专人跟进

4、评估回顾

5、费用

五、费用控制

6个月控制在 38 %

策略：“3月猛，6月平”。总体“区域平衡，费用高低互补”。

具体：产品上市前三个月，一定要重点投入，搞出声势，超出对手，不要求全面，但一定要有一两项自己最拿手的，超过竞争对手;费用可控制在55%，其后，在未来的六个月内，将费用拉平，达到平均的38%。

六、全面监控，水平左右

接近计划总体水平

促销活动的策划方案篇四

促销主题：

家装主题一日游

促销类型：

举办活动

促销宣传方案：

1)在当地报纸做1/2或1/4版广告宣传

2)重点小区进行业务人员推广，可印刷一批宣传单页

3)安排电话营销人员对前期咨询的客户或小区电话名单进行电话告知4)公司内部海报

5)施工现场进行海报宣传(印刷几十份海报)

促销优惠方案：

1)\_\_品牌地砖\_\_品牌地板6折起团购

2)\_\_品牌厨房\_\_品牌卫浴7折起团购

3)\_\_品牌家具7折起团购

4)装修团购85折起，每增加10户再降5个点，一直降到7折零利润装修

5)来就送500元主材家居代购券，在团购最大优惠基础上，由我家装公司再让您省下500元

6)本次活动现场只报名不收取订金，客户报名后只需于我们活动截止日前到我公司签署设计协议即生效，真正无风险的完美家装之旅

现场活动：

1)5月1日上午9：00家装一日游班车出发，上午参观地板、地砖、橱柜、卫浴材料，下午参观家具、家居产品，下午三点以后参观三

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找