# 促销策划方案论文 瓜子促销策划方案(二十八篇)

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-06-14

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇一1．通过活动与消费...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇一**

1．通过活动与消费者进行深度沟通，从而进一步掌握周围目标消费者的消费形态、消费习惯、消费心理及文化需求；

2．通过现场促销活动，充分展示xx草本饮料品牌形象及功能，让南宁市消费者认知xx草本饮料，使产品深入人心，树立xx草本饮料形象；

3．通过活动加强品牌本身与消费者的互动，促进品牌信息传递的准确性及广泛性，让更多的消费者对xx草本饮料有所关注与了解，并建立起品牌的忠诚、亲民形象；

4．通过活动促进xx草本饮料在南宁市场的销量；

5．以活动表明厂家力推xx草本饮料的决心，以此增强xx草本饮料经销商的信心，进一步扩大市场影响力。

20xx年7月16日、7月23日、7月30日（时间都定在星期六）活动地点：xxxx广场、xxx门口、xxxx门口活动形式：

1．在活动现场放置展台、展架、pop标识，每个活动场地聘请4名形象促销小姐，在活动场地派发产品宣传单；

2．在舞台两侧分别摆放桌子，放置资料、赠品、饮料等，每边2名促销小姐负责宣传；

3．现场介绍xx草本饮料的功能，并邀请观众免费品尝，让消费者充分体验xx草本饮料的清凉口感；

4．现场由主持人介绍xx草本饮料产品特性，并在现场送出品牌宣传礼品；

5．歌手、舞蹈演员现场精彩表演，促进现场热烈气氛；

6．主持人现场提问（内容与xx草本饮料有关），答对的观众将获得精美礼品；

7．活动期内为加大活动的影响力，每场促销活动可令消费者现场抽奖，奖品为xx草本饮料；

8．消费者可凭xx草本饮料空罐领取相应礼品或奖品，如消费者可凭3个完整的空罐换取1罐xx饮料，同时还可以参加现场抽奖。

主持人1名

要求：男，拥有多年商场促销主持经验，能好的控制活动气氛。

主持风格明朗，幽默风趣，擅长于调动现场气氛和即兴发挥，给人惊喜的感觉。能应付可能出现的冷场局面。说唱组合2名

要求：男，具有较强的说唱能力，丰富的演出经验。

擅长利用自身现场表演的优势调动观众的参与热情。能应付可能出现的冷场局面。歌手1名

要求：女，具有十分扎实的演唱功底，并能唱能跳。

善于选择适合不同观众听的流行歌曲，并善于传达客户信息，并且十分敬业。能应付可能出现的冷场局面。舞蹈组合3名

要求：女，拥有丰富的户外表演经验。

善于挑选强劲音乐排演舞蹈吸引现场观众。

能应付可能出现的冷场局面，并且乐意参与游戏活动，与观众同乐。公司配合人员若干名具有较强的组织策划能力，丰富的路展促销活动经验，曾为xx、xx、xx、xx、xx、xx、xx等知名企业成功策划并组织了各种大型的路展、路演活动。

9 : 00－9 : 45调试音响、主持人和演员准备，所有工作人员到场进行布置，形象促销小姐派发宣传单，

进行产品展示

9 : 45－10:00

主持人现场预热，吸引观众，调动现场气氛，舞蹈演员准备开场舞蹈

10:00－10:05开场舞蹈（劲舞），由舞蹈演员调动现场气氛

2

10:05－10:20 10:20－10:30 10:30－10:45

10:45－10:55

10:55－11:05 11:05－11:15 11:15－11:30

11:30－11:40 11:40－11:55

11:55－12:05

12:05－12:15

12:15－12:30 12:30

主持人宣布活动正式开始，介绍今天的活动安排及内容，鼓动观众参与，并告知观众将

有精美礼品及丰厚奖品。告知观众抽奖时段。现场继续派发传单，邀请观众现场免费品尝xx草本饮料。同时，主持人介绍xx草本饮料的功能、公司的一些情况。告知观众，稍后进行的节目更加精彩，以及问答游戏都将与刚才的介绍及传单上的介绍有关，请大家关注独唱。首先由演员感谢参与观众，舞蹈演员稍作休息，独唱演员可临场发挥，调动现场

主持人反复介绍xx草本饮料的功能、公司的一些情况。进行简单问答游戏，鼓动观众参与活动，将有精美礼品及丰厚奖品。参与者都有机会获得礼品及奖品，主持人临场发挥，活跃现场气氛（参考问题：a、本次活动推广的品牌是什么？b、xx是哪个公司开发的产品？c、xx草本饮料是什么时候上市的？d、xx草本饮料的是都有些什么功能？e、xx适合哪些人群饮用？等）

说唱组合表演（时下流行歌曲，并可以让歌手在说唱之间掺入今天活动的主题，让部分喜欢听歌的观众更受感染）

游戏（夹气球；在规定时间内看谁夹的xx气球最多为胜出者）

介绍xx现有的销售渠道以及这次活动主题，进行第二轮简单问答游戏。可参考上午问答游戏的问题，反复提问，增加观众印象，并可增加以下问题，如：问观众是否知道上火是什么意思？有什么症状？并说出一句自编的上火广告语，其中里面要带有“xx”。如“咽喉肿痛，请喝xx草本饮料。”把xx要宣传的基本精神和相关信息融汇到问答的问题中去中，让观众参与游戏拿丰富礼品之余记住xx饮料的功能和特点，进一步了解xx的产品

观众互动玩游戏（xx真情对对碰）：相互认识的`两个人上台，分别为男女的两人，大家蒙上眼睛，女的排成一排，伸出右手，由男的逐一碰橱女性的右手，从中找出自己的女伴，参与者都有精美礼品赠送

说唱组合表演（时下流行歌曲，并可以让歌手在说唱之间掺入今天活动的主题，让部分喜欢听歌的观众更受感染），可邀请观众参与

回顾以上两轮问答游戏，混合介绍xx的各种情况（公司、产品）把以上提过的问题混合提问，加深印象，并可以适当当提高问题的难度，以使部分长时间支持本活动的观众受鼓励

进行现场阶抽奖，主持人再次介绍xx的后续活动的服务，竭诚的为消费者服务，主持

人及演员临场发挥，与观众现场互动，发放免费xx草本饮料及奖品

注：以上节目及内容为暂定框架，可根据每场促销活动的不同灵活调整，活动前应对所有工作人员及招聘演员进行培训，同时要求演员上报曲目，制作详细的节目单。在实际的开展过程中也不可按部就班，应根据现场情况进行灵活调整。

第一场：xxxx广场

备注：①前广场：6000元/天，周一至周五4000元/天；②中心广场：6000元/天，周一至周五4000元/天；③南广场：4000元/天；④电费另算：1.3元/度，有电工负责拉线；⑤7月17日为万达周年庆。⑥执行费用按实际发生金额的15%收取，税金按实际发生金额的10%收取。以上预算仅为参考。

第二场：xxx门口

备注：执行费用按实际发生金额的15%收取，税金按实际发生金额的10%收取，以上预算仅为参考。

第三场：xxxx门口

策划：xxxxxxxxxx

地址：xxxxxxxxxxxxxxxx

电话：xxxx-xxxxxx xxxxxxx

备注：执行费用按实际发生金额的15%收取，税金按实际发生金额的10%收取，以上预算仅为参考。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二**

凉茶（功能性饮料）是目前销量增长最快、发展潜力最强的饮料之一。据统计，中国功能性饮料市场近年来的年平均增长率在５.３％左右。20xx年世界功能饮料市场可迅速增长到250亿美元，比20xx年的150亿美元增长近一倍，市场发展极为迅猛，容量之大超乎想像。凉茶（功能性饮料）独特的功能迎合了市场需求和消费者青睐，有消费者便有市场，有市场便有竞争，面对市场上大大小小的饮料品牌，促销新花样可谓层出不穷，作为新生品牌的xx草本饮料，要想得到消费者的认可及青睐，还需在促销上下一方苦功夫。所以，为配合xx草本饮料上市的推广工作，为更好的针对消费层面，拟订分别在南宁市xxxx广场、xxx门口及xxxx门口举办xx草本饮料路展促销活动。

1．通过活动与消费者进行深度沟通，从而进一步掌握周围目标消费者的消费形态、消费习惯、消费心理及文化需求；

2．通过现场促销活动，充分展示xx草本饮料品牌形象及功能，让南宁市消费者认知xx草本饮料，使产品深入人心，树立xx草本饮料形象；

3．通过活动加强品牌本身与消费者的互动，促进品牌信息传递的准确性及广泛性，让更多的消费者对xx草本饮料有所关注与了解，并建立起品牌的忠诚、亲民形象；

4．通过活动促进xx草本饮料在南宁市场的销量；

5．以活动表明厂家力推xx草本饮料的决心，以此增强xx草本饮料经销商的信心，进一步扩大市场影响力。

20xx年7月16日、7月23日、7月30日（时间都定在星期六）活动地点：xxxx广场、xxx门口、xxxx门口活动形式：

1．在活动现场放置展台、展架、pop标识，每个活动场地聘请4名形象促销小姐，在活动场地派发产品宣传单；

2．在舞台两侧分别摆放桌子，放置资料、赠品、饮料等，每边2名促销小姐负责宣传；

3．现场介绍xx草本饮料的功能，并邀请观众免费品尝，让消费者充分体验xx草本饮料的清凉口感；

4．现场由主持人介绍xx草本饮料产品特性，并在现场送出品牌宣传礼品；

5．歌手、舞蹈演员现场精彩表演，促进现场热烈气氛；

6．主持人现场提问（内容与xx草本饮料有关），答对的观众将获得精美礼品；

7．活动期内为加大活动的影响力，每场促销活动可令消费者现场抽奖，奖品为xx草本饮料；

8．消费者可凭xx草本饮料空罐领取相应礼品或奖品，如消费者可凭3个完整的空罐换取1罐xx饮料，同时还可以参加现场抽奖。

主持人1名

要求：男，拥有多年商场促销主持经验，能好的控制活动气氛。

主持风格明朗，幽默风趣，擅长于调动现场气氛和即兴发挥，给人惊喜的感觉。能应付可能出现的冷场局面。说唱组合2名

要求：男，具有较强的说唱能力，丰富的演出经验。

擅长利用自身现场表演的优势调动观众的参与热情。能应付可能出现的冷场局面。歌手1名

要求：女，具有十分扎实的演唱功底，并能唱能跳。

善于选择适合不同观众听的流行歌曲，并善于传达客户信息，并且十分敬业。能应付可能出现的冷场局面。舞蹈组合3名

要求：女，拥有丰富的户外表演经验。

善于挑选强劲音乐排演舞蹈吸引现场观众。

能应付可能出现的冷场局面，并且乐意参与游戏活动，与观众同乐。公司配合人员若干名具有较强的组织策划能力，丰富的路展促销活动经验，曾为xx、xx、xx、xx、xx、xx、xx等知名企业成功策划并组织了各种大型的路展、路演活动。

9 : 00－9 : 45调试音响、主持人和演员准备，所有工作人员到场进行布置，形象促销小姐派发宣传单，

进行产品展示

9 : 45－10:00

主持人现场预热，吸引观众，调动现场气氛，舞蹈演员准备开场舞蹈

10:00－10:05开场舞蹈（劲舞），由舞蹈演员调动现场气氛

2

10:05－10:20 10:20－10:30 10:30－10:45

10:45－10:55

10:55－11:05 11:05－11:15 11:15－11:30

11:30－11:40 11:40－11:55

11:55－12:05

12:05－12:15

12:15－12:30 12:30

主持人宣布活动正式开始，介绍今天的活动安排及内容，鼓动观众参与，并告知观众将

有精美礼品及丰厚奖品。告知观众抽奖时段。现场继续派发传单，邀请观众现场免费品尝xx草本饮料。同时，主持人介绍xx草本饮料的功能、公司的一些情况。告知观众，稍后进行的节目更加精彩，以及问答游戏都将与刚才的介绍及传单上的介绍有关，请大家关注独唱。首先由演员感谢参与观众，舞蹈演员稍作休息，独唱演员可临场发挥，调动现场

主持人反复介绍xx草本饮料的功能、公司的一些情况。进行简单问答游戏，鼓动观众参与活动，将有精美礼品及丰厚奖品。参与者都有机会获得礼品及奖品，主持人临场发挥，活跃现场气氛（参考问题：a、本次活动推广的品牌是什么？b、xx是哪个公司开发的产品？c、xx草本饮料是什么时候上市的？d、xx草本饮料的是都有些什么功能？e、xx适合哪些人群饮用？等）

说唱组合表演（时下流行歌曲，并可以让歌手在说唱之间掺入今天活动的主题，让部分喜欢听歌的观众更受感染）

游戏（夹气球；在规定时间内看谁夹的xx气球最多为胜出者）

介绍xx现有的销售渠道以及这次活动主题，进行第二轮简单问答游戏。可参考上午问答游戏的问题，反复提问，增加观众印象，并可增加以下问题，如：问观众是否知道上火是什么意思？有什么症状？并说出一句自编的上火广告语，其中里面要带有“xx”。如“咽喉肿痛，请喝xx草本饮料。”把xx要宣传的基本精神和相关信息融汇到问答的问题中去中，让观众参与游戏拿丰富礼品之余记住xx饮料的功能和特点，进一步了解xx的产品

观众互动玩游戏（xx真情对对碰）：相互认识的`两个人上台，分别为男女的两人，大家蒙上眼睛，女的排成一排，伸出右手，由男的逐一碰橱女性的右手，从中找出自己的女伴，参与者都有精美礼品赠送

说唱组合表演（时下流行歌曲，并可以让歌手在说唱之间掺入今天活动的主题，让部分喜欢听歌的观众更受感染），可邀请观众参与

回顾以上两轮问答游戏，混合介绍xx的各种情况（公司、产品）把以上提过的问题混合提问，加深印象，并可以适当当提高问题的难度，以使部分长时间支持本活动的观众受鼓励

进行现场阶抽奖，主持人再次介绍xx的后续活动的服务，竭诚的为消费者服务，主持

人及演员临场发挥，与观众现场互动，发放免费xx草本饮料及奖品

注：以上节目及内容为暂定框架，可根据每场促销活动的不同灵活调整，活动前应对所有工作人员及招聘演员进行培训，同时要求演员上报曲目，制作详细的节目单。在实际的开展过程中也不可按部就班，应根据现场情况进行灵活调整。

第一场：xxxx广场

备注：①前广场：6000元/天，周一至周五4000元/天；②中心广场：6000元/天，周一至周五4000元/天；③南广场：4000元/天；④电费另算：1.3元/度，有电工负责拉线；⑤7月17日为万达周年庆。⑥执行费用按实际发生金额的15%收取，税金按实际发生金额的10%收取。以上预算仅为参考。

第二场：xxx门口

备注：执行费用按实际发生金额的15%收取，税金按实际发生金额的10%收取，以上预算仅为参考。

第三场：xxxx门口

策划：xxxxxxxxxx

地址：xxxxxxxxxxxxxxxx

电话：xxxx-xxxxxx xxxxxxx

备注：执行费用按实际发生金额的15%收取，税金按实际发生金额的10%收取，以上预算仅为参考。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇三**

一、市场分析：

1、 顾客群体：

学生(大、中、小)。 家庭主妇。 打工青年。

2、 畅销商品：

文体用品。季节性商品：应季瓜类、水果/饮料、水、啤酒/冰品/灭蚊用品/夏装/凉鞋/风扇、空调等。

二、促销目标：

1、 提高来客数。 2、提升企业形象。

三、促销主题：

清凉夏日，健康生活

四、促销时间：

7月8日至23日，共16天。

五、促销地点：

东莞、深圳7分店。

六、活动内容

活动一：百事欢乐送

7月12日、13日，凡来我店购物的顾客，在超市区一次性购物满38元以上(含38元)，在百货区一次性购物满76元以上(含76元)，凭收银小票到服务中心可领取355ml罐装百事可乐一罐，每天限300罐。小票当日有效，盖章作废。单独收银之专柜不参加此活动。

活动二：购物“油”奖

7月19日、20日，凡在我店购物一次性金额满： 100元以上，奖500ml海天酱油一瓶; 300元以上，奖500ml康力调和油一瓶; 600元以上，奖1600ml味事达酱油一瓶; 900元以上，奖2升鸿禧花生调和油一瓶;1200元以上，奖4升金龙鱼第二代调和油一瓶; 1500元以上，奖5升花旗花生香调和油一瓶。

以上奖品凭当日收银小票到服务中心领取。小票当日有效，盖章作废。单独收银之专柜不参加此活动

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇四**

一、市场分析：

1、 顾客群体：

学生(大、中、小)。 家庭主妇。 打工青年。

2、 畅销商品：

文体用品。季节性商品：应季瓜类、水果/饮料、水、啤酒/冰品/灭蚊用品/夏装/凉鞋/风扇、空调等。

二、促销目标：

1、 提高来客数。 2、提升企业形象。

三、促销主题：

清凉夏日，健康生活

四、促销时间：

7月8日至23日，共16天。

五、促销地点：

东莞、深圳7分店。

六、活动内容

活动一：百事欢乐送

7月12日、13日，凡来我店购物的顾客，在超市区一次性购物满38元以上(含38元)，在百货区一次性购物满76元以上(含76元)，凭收银小票到服务中心可领取355ml罐装百事可乐一罐，每天限300罐。小票当日有效，盖章作废。单独收银之专柜不参加此活动。

活动二：购物“油”奖

7月19日、20日，凡在我店购物一次性金额满： 100元以上，奖500ml海天酱油一瓶; 300元以上，奖500ml康力调和油一瓶; 600元以上，奖1600ml味事达酱油一瓶; 900元以上，奖2升鸿禧花生调和油一瓶;1200元以上，奖4升金龙鱼第二代调和油一瓶; 1500元以上，奖5升花旗花生香调和油一瓶。

以上奖品凭当日收银小票到服务中心领取。小票当日有效，盖章作废。单独收银之专柜不参加此活动

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇五**

活动主题： 浪漫圣诞，惊喜回馈!

活动时间： 20xx年12月1日——12月30日

活动目的：

1、提高消费金额，增加会所营销业绩;

2、加强与顾客之间的联系，巩固客户的忠诚度;

3、打响品牌知名度，宣传企业文化。

活动内容：

促销活动一：完美圣诞节，大餐吃到饱!

圣诞节将至，最令人期待的不仅仅可以好好享受一下，同时还可以让你吃上一顿美味可口的圣诞大餐，法式、中式、日式……任你挑选，那如何可以获得吃大餐的特权呢?

请记住在会所圣诞节活动期间，凡是当天消费满8000元以上的顾客均可获得吃三人大餐的特权，名额有限，仅进店消费前十名的。

促销活动二：圣诞双人游，浪漫不断!

每年的圣诞节，不论是商场还是旅行社都会推出情侣优惠活动，一些旅行社还专门为情侣们制定圣诞节旅游路线，不仅拉动顾客消费，还能带动圣诞节的气氛。所以会所想要在20xx圣诞节策划不一样的促销活动，不妨考虑和一些旅行社联合促销。

在活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本会所开卡，并且消费达到1000金额的话，就可以和另一半享享受美容院推出的圣诞节双人游活动。而已经是会所的老顾客，只要您在圣诞节当天消费满800元也可获得双人游机会。

注：消费金额来决定去哪儿游!

促销活动三：幸运大转盘，圣诞赚不停!

圣诞节活动期间，凡在会所消费金额满388元的顾客均可获得“幸运大转盘”的一次机会，该转盘里成本划分不同区域：500元、600元、700元、800元、900元、10000元代金券或者是产品。由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑奖，永不落空，让你圣诞夜赚不停!

活动注意事项：

1、在活动前期，会所店长需分配好每位员工的工作任务，为她们打气加油，提高她们的奋斗志气。

2、在活动期间，美容师必须认真对待进店的每位顾客，不要给顾客留下一个不好的印象。

3、在活动结束后，记得整理一份这次促销活动的总结，方便认清还有哪些不足的地方。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇六**

活动主题： 浪漫圣诞，惊喜回馈!

活动时间： 20xx年12月1日——12月30日

活动目的：

1、提高消费金额，增加会所营销业绩;

2、加强与顾客之间的联系，巩固客户的忠诚度;

3、打响品牌知名度，宣传企业文化。

活动内容：

促销活动一：完美圣诞节，大餐吃到饱!

圣诞节将至，最令人期待的不仅仅可以好好享受一下，同时还可以让你吃上一顿美味可口的圣诞大餐，法式、中式、日式……任你挑选，那如何可以获得吃大餐的特权呢?

请记住在会所圣诞节活动期间，凡是当天消费满8000元以上的顾客均可获得吃三人大餐的特权，名额有限，仅进店消费前十名的。

促销活动二：圣诞双人游，浪漫不断!

每年的圣诞节，不论是商场还是旅行社都会推出情侣优惠活动，一些旅行社还专门为情侣们制定圣诞节旅游路线，不仅拉动顾客消费，还能带动圣诞节的气氛。所以会所想要在20xx圣诞节策划不一样的促销活动，不妨考虑和一些旅行社联合促销。

在活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本会所开卡，并且消费达到1000金额的话，就可以和另一半享享受美容院推出的圣诞节双人游活动。而已经是会所的老顾客，只要您在圣诞节当天消费满800元也可获得双人游机会。

注：消费金额来决定去哪儿游!

促销活动三：幸运大转盘，圣诞赚不停!

圣诞节活动期间，凡在会所消费金额满388元的顾客均可获得“幸运大转盘”的一次机会，该转盘里成本划分不同区域：500元、600元、700元、800元、900元、10000元代金券或者是产品。由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑奖，永不落空，让你圣诞夜赚不停!

活动注意事项：

1、在活动前期，会所店长需分配好每位员工的工作任务，为她们打气加油，提高她们的奋斗志气。

2、在活动期间，美容师必须认真对待进店的每位顾客，不要给顾客留下一个不好的印象。

3、在活动结束后，记得整理一份这次促销活动的总结，方便认清还有哪些不足的地方。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇七**

时值秋季，正是购房装房、购置、布局、结婚的大好时间，也是家具行业的黄金时，各大家具商都纷纷策划各种形式的促销活动。本方案也是在这种背景下产生的。

促销是一种在特殊时期导入新产品和抢占市场分额行之有效的手段，但据我在网上查的其它家具商家的促销方案，发现以往的促销形式比较单一，除了价格优惠以外，难有其它亮点。并且这些促销方案多是作为单一事件来执行而没有一个全局的统筹跟进，所以在很多客户的头脑中只是浮光掠影、一闪而过。

在当今广告泛滥成灾的年代，不但要有出奇制胜的方案才能形成第一浪巨大震撼的冲击波，而且一定要有连续性、系统性、战略性。如果没有采取继续跟进的措施，也只是那一个月的销量上去，而没有达到持续稳定上升的目的（在于消费者来说，一浪接一浪的冲击才能不断地唤醒她的记忆，让人印象深刻）。而且要注意的是，促销只是一种短期的刺激行为，尤其是单一的价格促销，往往会陷入不得不越来越依赖价格打折的促销怪圈。这样的单一过度促销导致营销成本和交易成本就大大提高了，还会引起诸种不良反应。

譬如有很多商家在节日期间单纯地打折让利销售等等，表面上看起来红红火火的假日销售，但认真一分析，原来只不过是消费者将昨天、明天或下个月的消费集中在几天内进行而已。因此，绝不能为促销而促销，没有战略眼光的促销策划是急功近利的，纵能取得一时风光却最终自食其果。

\" 一个针对所有人的方案就是糟糕的方案\" ，因此我们做促销方案也必须进行市场细分，象导弹一样精确击中目标。

据调查，一般到商场购买家具的人，有几种组合：夫妻、一家、单人、婆媳，其中相对占多数的组合是夫妻二人一起逛家具商场。所以本方案正是针对夫妻这种情况做出的策略，而且是以女方为导向。因为购买家用产品，大多数的购买决策权是在妻子那里，丈夫只是参议和付款。而且女性比较感性，容易受环境所感染，加上秋季是工作整顿的时间、部分人会选择旅游消遣，与平时不同，心态比较悠闲轻松，比较容易感受并融入到商家精心布置的氛围。

综上所述，本次促销活动目标人群有几个特征：

1、年龄在25-40岁左右

2、白领阶层（此基于产品和商场档次的定位，且白领对文化氛围有特殊需求）

3、夫妻一同逛商场

根据实际情况，目标人群购买家具的主要诉求点有：产品、价格、品牌、服务、购买成本（不仅是金钱，还有时间、精力、便利、风险等等）、购买环境、文化内涵。在前几个点已固定的情况下，我们可以在购买环境、文化内涵这两点上提升。

虽然\" 家具\" 和\" 家庭\" 本来就是天然性的关联，但可以通过环境氛围强化消费者感想联想。家具是物、关爱是情，把这两者关联起来，那我们不只是卖家具，更是卖一种家庭的温馨与幸福感觉。通过活动，使消费者（基于妻子心理为导向）觉得全友家具是丈夫对妻子关爱的表现，是\" 关爱\"\" 爱的`见证\" ，是\" 温馨\"\" 幸福\" ，如哈根达斯的\" 爱她就请她吃哈根达斯\" 一样。（如何实现强化这一关联见下）

需要注意的是，家具属于价格较高的耐用消费品，客户会仔细比较各品牌产品的性能价格比，是购买决策相对复杂的理性产品。如果新推出的那些款式家具价格有较大优势，则可以将该地区同类家具不同商场的价格对比表贴在上面，并注上地址、联系方式等等，强化客户感受。产品、价格、服务等等是正，营销策

略是奇。正与奇、实与虚的关系要把握好。如果只在形式上做做秀，而没有实际的优惠提供给消费者，就很可能流于花拳绣腿，只能让消费者感到新奇罢了，而不会进一步掏钱购买。

需要注意的是，家具属于价格较高的耐用消费品，客户会仔细比较各品牌产品的性能价格比，是购买决策相对复杂的理性产品。如果新推出的那些款式家具价格有较大优势，则可以将该地区同类家具不同商场的价格对比表贴在上面，并注上地址、联系方式等等，强化客户感受。产品、价格、服务等等是正，营销策略是奇。正与奇、实与虚的关系要把握好。如果只在形式上做做秀，而没有实际的优惠提供给消费者，就很可能流于花拳绣腿，只能让消费者感到新奇罢了，而不会进一步掏钱购买。

主要是围绕核心诉求点和主题而在传达产品、品牌信息的一致性和强化性。

1提炼出几个核心的广告语，如\" 爱心打造幸福家\" 、\" 全友家具，让您生活在爱的空间里\" 、\" 全友家具，家人般的浓浓关爱\" 、\" 全友家具，建造幸福家庭的一砖一瓦\"

2简短的pop 形式软文，如对\" 为您画构完美的生活\" 这主题的阐述。如\" 每当回到家，看见和老公一起买的家具，想起买家具时他爱的宣言，只觉得整个家里满眼都是爱。我被幸福的空间包围\" （重点描述全友家具是\" 关爱的见证\" 、\" 关爱的物语\" ，需要注意的是，这必须和活动结合起来。否则，会给人牵强关联之感）

1、陈列布置

在家具店外面因地制宜地布置, 如用x 展架、易拉宝、kt 板、拉挂横幅、在店内外张贴大幅海报、心形氢气球（气球下面悬挂着标语）

以及派发dm 单等等造势。内容一定要配合主题，气氛一定要浓厚，因为人在不同的环境中, 消费心理也不同（尤其是女性）

2、背景音乐

音乐是制造氛围的最好工具，在商场内循环播放跟\" 家庭\"\" 温馨\" 等主题有关联的、给人感觉很温暖的精选音乐。如《回家》、《茉莉花》（萨克斯名曲）、《常回家看看》、《心会跟爱一起走》、《爱的奉献》

从家具店外看见很有冲击力的横幅和x 架展海报(,将其导入购买流程中)---在卖场内感受浓厚的主题氛围-----逛场、对比、选择、考虑各种购买成本----营业员的导购服务，参与互动活动(在活动中会产生比较强烈的参与感、认同感，增大选择机率)-----确认购买-----完成购买-----客户走时, 再派发家具店此次活动的相关资料给她, 通过她的口碑再带动她的朋友圈子, 保持购买持续性和拓展性。

如果中间任何一环节不到位, 就没有一浪接一浪的冲击和震撼, 都会对效果产生很大打击。客户选择一个品牌需要很多理由，放弃一个品牌却只需要一个理由。

在原先那些价格促销如积点卡、送礼品等的基础上，以下列形式表现。这样从本质上区别与其他商家大同小异的一味让利打折手段来带动假日消费。

1、你有多幸福就打多少折！

情侣、夫妻在规定的短时间内能够说出多少个和对方在一起生活幸福的理由或爱的理由就打多少折！（注：这里的折扣是以百分点计算的，即说出十个理由是10%，二十个理由是20%）（注意，这里一定先要预算好各种成本，预算好最佳时间，以免得不偿失）

2、执子之手，与之偕老

考虑到目标人群中有不少是即将结婚或刚刚结婚而来买家具的，加上现在有不少年轻夫妻心态开放、敢于真情表露，因此推出独具特色的专题活动，积极调动即将进入婚礼殿堂的新娘新郎自我表白的参与热情，将写有爱情誓言、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客户敞开心扉，与人们共同感受挚爱的甜蜜与温馨。 实施细则：

①每对

情侣客户可现场领取手绢一块，提供油性马克笔供客户撰写爱情誓言、真实姓名（用于抽取幸运客户）、祝福等内容，规定必须手牵手一起把手绢系在场外的红色软绳上。后一对客户接着前一对客户用手绢打结连接，以次类推，挂满为止。

①每对情侣客户可现场领取手绢一块，提供油性马克笔供客户撰写爱情誓言、真实姓名（用于抽取幸运客户）、祝福等内容，规定必须手牵手一起把手绢系在场外的红色软绳上。后一对客户接着前一对客户用手绢打结连接，以次类推，挂满为止。

②每日抽取一对幸运情侣，可获赠礼品xx

3、我们具体实施的vip 会员卡活动期间正式投入；

vip 会员卡获得形式：凡在活动期间，前10名的消费朋友，只需购买5000元产品即可获得vip 会员卡一张。

凡一次性在本家具店购买产品10000元，即可获得vip 会员卡一张。

凡累计购物消费达15000元，即可获得vip 会员卡一张。

使用vip 会员卡的好处：

凡持有vip 会员卡的朋友在任何一家连锁精品家具店购物均可享受6.8折的优惠。持有vip 会员卡的朋友还可以参加每星期六本店举办的千元抽奖活动。只要你的朋友或亲属持您的vip 会员卡来进行消费，达20000元即可获得200元的礼品。

4、买10000返100；

1、活动期内，在本店购物满1000元，凭借交过定金且加盖\" 全友家具售后服务章\" 的合同单，可获10元\*\*购物券一卡。

2、合同单上每满1000元均可获10元购物券一卡，但是已交定金必须多于所获购物卡中的金额。

3、购物卡的使用时间为\*月\*\*日--\*月\*\*日。

若客户要求退货，如责任在本店，（比如质量问题、样式错误等），则全额退款，购物卡收回，如购物卡已用则按卡中金额的80%退回现金；如责任不完全或根本不在本店，在正常办理退货的同时要回购物卡，如购物卡已用完，则退回原值现金。

5、全友家具，给您家人般点滴关爱

凡购买全友家具的女性消费者，每年结婚成家纪念日公司均会寄张贺卡给丈夫，提醒他丈夫要给予妻子关爱（女人是很渴望丈夫有形式表现出来的关爱）。这样作用有三，一是成本很低效果很大，二是大大提高女性客户的忠诚度，三是品牌再次传播。

促销礼品注：因为本方案是以女方为导向的，应送相同价值但对女性实用的产品，如化妆品、工艺饰品、儿童玩具等等。

家具虽属于耐用消费品，但可以运用otc 、保健品等快速消费品的很多营销操作手法，如数据库营销法、鱼窝撒饵法等。

其中如借田割禾法：在实施某个方案过程中，需要拦截终端客户，则可派人员在对手地盘门口直接终端拦截和派送资料。

（如在其它家具商场或婚纱影楼出来的对手或潜客户，这样的客户质量往往是非常高的）

1、执行进度表：

省略（有待商定）

2、促销预算

省略（有待商定）

3、促销效果展望

省略（有待商定）

4、反馈与评估

省略（有待商定）

制定一个反馈表，里面有每天各类款式的销售额、客户类型、客户

意见、诉求偏重点、关键数据等等，营业员必须每天晚上认真如实填写，每周或每月集中上交反馈表到公司总部研究分析。

制定一个反馈表，里面有每天各类款式的销售额、客户类型、客户意见、诉求偏重点、关键数据等等，营业员必须每天晚上认真如实填写，每周或每月集中上交反馈表到公司总部研究分析。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇八**

时值秋季，正是购房装房、购置、布局、结婚的大好时间，也是家具行业的黄金时，各大家具商都纷纷策划各种形式的促销活动。本方案也是在这种背景下产生的。

促销是一种在特殊时期导入新产品和抢占市场分额行之有效的手段，但据我在网上查的其它家具商家的促销方案，发现以往的促销形式比较单一，除了价格优惠以外，难有其它亮点。并且这些促销方案多是作为单一事件来执行而没有一个全局的统筹跟进，所以在很多客户的头脑中只是浮光掠影、一闪而过。

在当今广告泛滥成灾的年代，不但要有出奇制胜的方案才能形成第一浪巨大震撼的冲击波，而且一定要有连续性、系统性、战略性。如果没有采取继续跟进的措施，也只是那一个月的销量上去，而没有达到持续稳定上升的目的（在于消费者来说，一浪接一浪的冲击才能不断地唤醒她的记忆，让人印象深刻）。而且要注意的是，促销只是一种短期的刺激行为，尤其是单一的价格促销，往往会陷入不得不越来越依赖价格打折的促销怪圈。这样的单一过度促销导致营销成本和交易成本就大大提高了，还会引起诸种不良反应。

譬如有很多商家在节日期间单纯地打折让利销售等等，表面上看起来红红火火的假日销售，但认真一分析，原来只不过是消费者将昨天、明天或下个月的消费集中在几天内进行而已。因此，绝不能为促销而促销，没有战略眼光的促销策划是急功近利的，纵能取得一时风光却最终自食其果。

\" 一个针对所有人的方案就是糟糕的方案\" ，因此我们做促销方案也必须进行市场细分，象导弹一样精确击中目标。

据调查，一般到商场购买家具的人，有几种组合：夫妻、一家、单人、婆媳，其中相对占多数的组合是夫妻二人一起逛家具商场。所以本方案正是针对夫妻这种情况做出的策略，而且是以女方为导向。因为购买家用产品，大多数的购买决策权是在妻子那里，丈夫只是参议和付款。而且女性比较感性，容易受环境所感染，加上秋季是工作整顿的时间、部分人会选择旅游消遣，与平时不同，心态比较悠闲轻松，比较容易感受并融入到商家精心布置的氛围。

综上所述，本次促销活动目标人群有几个特征：

1、年龄在25-40岁左右

2、白领阶层（此基于产品和商场档次的定位，且白领对文化氛围有特殊需求）

3、夫妻一同逛商场

根据实际情况，目标人群购买家具的主要诉求点有：产品、价格、品牌、服务、购买成本（不仅是金钱，还有时间、精力、便利、风险等等）、购买环境、文化内涵。在前几个点已固定的情况下，我们可以在购买环境、文化内涵这两点上提升。

虽然\" 家具\" 和\" 家庭\" 本来就是天然性的关联，但可以通过环境氛围强化消费者感想联想。家具是物、关爱是情，把这两者关联起来，那我们不只是卖家具，更是卖一种家庭的温馨与幸福感觉。通过活动，使消费者（基于妻子心理为导向）觉得全友家具是丈夫对妻子关爱的表现，是\" 关爱\"\" 爱的`见证\" ，是\" 温馨\"\" 幸福\" ，如哈根达斯的\" 爱她就请她吃哈根达斯\" 一样。（如何实现强化这一关联见下）

需要注意的是，家具属于价格较高的耐用消费品，客户会仔细比较各品牌产品的性能价格比，是购买决策相对复杂的理性产品。如果新推出的那些款式家具价格有较大优势，则可以将该地区同类家具不同商场的价格对比表贴在上面，并注上地址、联系方式等等，强化客户感受。产品、价格、服务等等是正，营销策

略是奇。正与奇、实与虚的关系要把握好。如果只在形式上做做秀，而没有实际的优惠提供给消费者，就很可能流于花拳绣腿，只能让消费者感到新奇罢了，而不会进一步掏钱购买。

需要注意的是，家具属于价格较高的耐用消费品，客户会仔细比较各品牌产品的性能价格比，是购买决策相对复杂的理性产品。如果新推出的那些款式家具价格有较大优势，则可以将该地区同类家具不同商场的价格对比表贴在上面，并注上地址、联系方式等等，强化客户感受。产品、价格、服务等等是正，营销策略是奇。正与奇、实与虚的关系要把握好。如果只在形式上做做秀，而没有实际的优惠提供给消费者，就很可能流于花拳绣腿，只能让消费者感到新奇罢了，而不会进一步掏钱购买。

主要是围绕核心诉求点和主题而在传达产品、品牌信息的一致性和强化性。

1提炼出几个核心的广告语，如\" 爱心打造幸福家\" 、\" 全友家具，让您生活在爱的空间里\" 、\" 全友家具，家人般的浓浓关爱\" 、\" 全友家具，建造幸福家庭的一砖一瓦\"

2简短的pop 形式软文，如对\" 为您画构完美的生活\" 这主题的阐述。如\" 每当回到家，看见和老公一起买的家具，想起买家具时他爱的宣言，只觉得整个家里满眼都是爱。我被幸福的空间包围\" （重点描述全友家具是\" 关爱的见证\" 、\" 关爱的物语\" ，需要注意的是，这必须和活动结合起来。否则，会给人牵强关联之感）

1、陈列布置

在家具店外面因地制宜地布置, 如用x 展架、易拉宝、kt 板、拉挂横幅、在店内外张贴大幅海报、心形氢气球（气球下面悬挂着标语）

以及派发dm 单等等造势。内容一定要配合主题，气氛一定要浓厚，因为人在不同的环境中, 消费心理也不同（尤其是女性）

2、背景音乐

音乐是制造氛围的最好工具，在商场内循环播放跟\" 家庭\"\" 温馨\" 等主题有关联的、给人感觉很温暖的精选音乐。如《回家》、《茉莉花》（萨克斯名曲）、《常回家看看》、《心会跟爱一起走》、《爱的奉献》

从家具店外看见很有冲击力的横幅和x 架展海报(,将其导入购买流程中)---在卖场内感受浓厚的主题氛围-----逛场、对比、选择、考虑各种购买成本----营业员的导购服务，参与互动活动(在活动中会产生比较强烈的参与感、认同感，增大选择机率)-----确认购买-----完成购买-----客户走时, 再派发家具店此次活动的相关资料给她, 通过她的口碑再带动她的朋友圈子, 保持购买持续性和拓展性。

如果中间任何一环节不到位, 就没有一浪接一浪的冲击和震撼, 都会对效果产生很大打击。客户选择一个品牌需要很多理由，放弃一个品牌却只需要一个理由。

在原先那些价格促销如积点卡、送礼品等的基础上，以下列形式表现。这样从本质上区别与其他商家大同小异的一味让利打折手段来带动假日消费。

1、你有多幸福就打多少折！

情侣、夫妻在规定的短时间内能够说出多少个和对方在一起生活幸福的理由或爱的理由就打多少折！（注：这里的折扣是以百分点计算的，即说出十个理由是10%，二十个理由是20%）（注意，这里一定先要预算好各种成本，预算好最佳时间，以免得不偿失）

2、执子之手，与之偕老

考虑到目标人群中有不少是即将结婚或刚刚结婚而来买家具的，加上现在有不少年轻夫妻心态开放、敢于真情表露，因此推出独具特色的专题活动，积极调动即将进入婚礼殿堂的新娘新郎自我表白的参与热情，将写有爱情誓言、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客户敞开心扉，与人们共同感受挚爱的甜蜜与温馨。 实施细则：

①每对

情侣客户可现场领取手绢一块，提供油性马克笔供客户撰写爱情誓言、真实姓名（用于抽取幸运客户）、祝福等内容，规定必须手牵手一起把手绢系在场外的红色软绳上。后一对客户接着前一对客户用手绢打结连接，以次类推，挂满为止。

①每对情侣客户可现场领取手绢一块，提供油性马克笔供客户撰写爱情誓言、真实姓名（用于抽取幸运客户）、祝福等内容，规定必须手牵手一起把手绢系在场外的红色软绳上。后一对客户接着前一对客户用手绢打结连接，以次类推，挂满为止。

②每日抽取一对幸运情侣，可获赠礼品xx

3、我们具体实施的vip 会员卡活动期间正式投入；

vip 会员卡获得形式：凡在活动期间，前10名的消费朋友，只需购买5000元产品即可获得vip 会员卡一张。

凡一次性在本家具店购买产品10000元，即可获得vip 会员卡一张。

凡累计购物消费达15000元，即可获得vip 会员卡一张。

使用vip 会员卡的好处：

凡持有vip 会员卡的朋友在任何一家连锁精品家具店购物均可享受6.8折的优惠。持有vip 会员卡的朋友还可以参加每星期六本店举办的千元抽奖活动。只要你的朋友或亲属持您的vip 会员卡来进行消费，达20000元即可获得200元的礼品。

4、买10000返100；

1、活动期内，在本店购物满1000元，凭借交过定金且加盖\" 全友家具售后服务章\" 的合同单，可获10元\*\*购物券一卡。

2、合同单上每满1000元均可获10元购物券一卡，但是已交定金必须多于所获购物卡中的金额。

3、购物卡的使用时间为\*月\*\*日--\*月\*\*日。

若客户要求退货，如责任在本店，（比如质量问题、样式错误等），则全额退款，购物卡收回，如购物卡已用则按卡中金额的80%退回现金；如责任不完全或根本不在本店，在正常办理退货的同时要回购物卡，如购物卡已用完，则退回原值现金。

5、全友家具，给您家人般点滴关爱

凡购买全友家具的女性消费者，每年结婚成家纪念日公司均会寄张贺卡给丈夫，提醒他丈夫要给予妻子关爱（女人是很渴望丈夫有形式表现出来的关爱）。这样作用有三，一是成本很低效果很大，二是大大提高女性客户的忠诚度，三是品牌再次传播。

促销礼品注：因为本方案是以女方为导向的，应送相同价值但对女性实用的产品，如化妆品、工艺饰品、儿童玩具等等。

家具虽属于耐用消费品，但可以运用otc 、保健品等快速消费品的很多营销操作手法，如数据库营销法、鱼窝撒饵法等。

其中如借田割禾法：在实施某个方案过程中，需要拦截终端客户，则可派人员在对手地盘门口直接终端拦截和派送资料。

（如在其它家具商场或婚纱影楼出来的对手或潜客户，这样的客户质量往往是非常高的）

1、执行进度表：

省略（有待商定）

2、促销预算

省略（有待商定）

3、促销效果展望

省略（有待商定）

4、反馈与评估

省略（有待商定）

制定一个反馈表，里面有每天各类款式的销售额、客户类型、客户

意见、诉求偏重点、关键数据等等，营业员必须每天晚上认真如实填写，每周或每月集中上交反馈表到公司总部研究分析。

制定一个反馈表，里面有每天各类款式的销售额、客户类型、客户意见、诉求偏重点、关键数据等等，营业员必须每天晚上认真如实填写，每周或每月集中上交反馈表到公司总部研究分析。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇九**

\"五一\"金价在\_x

20\_年x月x日

\_x第三小组

组长：

组员：

一、任务概述

\_超市公司是隶属于上海\_集团的连锁超市公司，其以承担上海烟草卷烟网络第一层次(大型超市、商场饭店、宾馆等)的卷烟管理和配送任务并以为大连锁超市、大卖场、宾馆、商场24小时配送到位为主营业务的捷强集团作为基础，因此经济实力雄厚，承担风险能力强，拥有巨大的潜能.虽在同行业中起步比较慢，但因资金雄厚而发展很快，已经在全国建立了200家左右的连锁网点，并且挤身于上海第四、全国第六的连锁超市公司。

为了充分利用超市现有的资源，自食其力，早日成为集团的又一大支柱产业，因此抓住这次\"五·一\"长假，以上海市内的60家连锁超市为对象，由总公司统一策划的促销活动是一次很好的机会，初步安排促销活动时间20xx.4.27---20xx.5.7，此次促销的目的是争取在\"五·一\"期间营业额比平日增加30%。

二、\"五·一\"市场分析

根据所得到数据反映，目前\_各大超市全年总营业额的50%左右是来自于节假日消费.可见黄金假日的购物浪潮是一个大商机，近几年的\"五·一\"假期有三个明显的消费结构特征：

走亲访友多.平时工作忙，无暇与亲朋好友常来常往，很多人会利用长假去走访亲友，因此买礼品的就不在少数，酒类、水果、营养品等也就成为了畅销商品，商家们也应该在此多下功夫。

请客招待多.相对上述的\"走亲访友多\"，同样别人来自家作客的也比较多，而招待客人用的饮料、水果、餐点便成为了焦点。

外出旅游多.利用难得的七天长假出去放松休闲是许多人的选择，一路上的旅游用品当然也就少不了，所以零食、干点、饮料、盥洗用品、杯子、针线包等也是热点。

又因每年一度的中考、高考就要来临，学生营养品销售旺季再次到来，所以，各类营养品也就成为一大卖点。

针对这一特点，我们展开了关于\"五一\"节家庭需求情况的市场调研，我们对家庭收入在1000---3000，3000---5000，5000以上的家庭进行了调查，数据表明\"五一\"期间，居民家庭平均消费支出为500-1200元，同时对联华、华联、农工商等几家连锁超市的暗访，经过权衡利弊后，我们确定了酒类、饮料类、糖果类、零食类、冷饮类、营养品类等其它个别商品为主力商品，共计40种，我们分别用规格、建议价和促销方式拟定了一份具体方案

三、捷强超市营销概况

捷强超市公司隶属于捷强集团，主要经营烟草，酒类，饮料，糖奶，小食品，粮油制品，南北杂货，日用百货等5000余种商品，并且其进货渠道畅通，在上海乃至整个华东地区的糖烟酒经营上拥有雄厚实力。

在激烈的市场竞争中，捷强拥有与其独特的竞争优势：

首先，捷强拥有烟草，酒类专卖权，并享受全市烟草，酒类网络第一层次的销售权。

其次，完善的配送系统，使其商品价格低廉，质量稳定，因此受到了消费者的青睐。

但是，相对于联华，华联，农工商等起步早，资本雄厚，市场份额大的.超市公司，捷强也存在许多不足：

1.门店数量少，店面相对较小。

2.商品种类少，更新速度不够快。

3.生鲜数量少，不能满足居民需求。

4.货架丰满度不够，陈列方式不够一目了然。

5.促销手段缺乏\"亮点\"，不能很好吸引顾客的吸引力。

四、竞争对手情况

此次促销活动的主要对手是联华、华联和农工商。

联华超市有限公司是我国零售业的龙头，其门店数已近千家并不断在全国扩大销售网络，其20xx年的销售总额已突破100亿元大关.联华积极实行全国采购，有效降低成本，并不失时机的开拓海外市场，是实力的竞争对手。

华联与联华一样，都是国内实力雄厚，成立较早的超市公司，它最近开始发展大卖场和便利店等优势业态，其良好的企业形象，新型的发展战略，使其成为可与联华抗衡的国内第二大超市.

农工商是全国超市零售业的一匹黑马，虽然起步较晚，但已成为全国第三的超市企业，其营业面积居各超市之首，以\"规模大，品种全，价格廉\"的特点，树立了良好的企业形象。

另外，麦德龙，家乐福，易初莲花等大卖场对假日的销售也有重要的影响，它们虽然分布区域偏僻，但营业面积大，商品价格低廉，品种齐全，服务多样化，并拥有完备的销售体系和丰富的营销经验.是五一市场的一股重要势力。

针对众多实力强劲的竞争对手，捷强应该立足自身的优势，利用完备的配送系统，确立适合自身发展的连锁经营模式，并要在五一的黄金假期里，增加促销的\"亮点\"，进一步扩大影响，提高知名度，为企业创造新的发展机遇。

五、确立主题

主题：\"五一\"金假/价在捷强.

表现：1.\"五一\"是可以放松，休闲的黄金假期.捷强在此为您提供轻松购物的场所，由此体现金\"假\"。

2.捷强为您提供优质优价的放心产品，由此体现金\"价\"。

3.此主题既突出了捷强的价格优势，又迎合了此次五一的黄金假期，达到一语双关的目的，可以有效的吸引顾客的注意力，并且树立良好的企业形象。

六、广告策划

对象：市内60家分店预算总额：40万

负责人：广告宣传部期限：4月27日前

项目数量发行手段费用预算作用

dm广告10万份邮寄8万份，派送2万份10万使顾客了解捷强五一促销产品及价格

海报600张店内张贴10元/张6000元制造节庆气氛，树立企业形象

吊旗2400张店内张贴8元/张19000元烘托店内气氛，吸引顾客购买

彩旗，彩色气球600面40个较大门店前设置6000元;

4000元制造节庆气氛，树立企业形象

展台广告300~350张展台设置15元/张5000元突出店内重点商品

候车亭广告50座1000元/座，5万宣传活动主题，树立企业形象

新民晚报4.25;5.1;5.3每天半版报章广告5万宣传活动主题，树立企业形象

990电台4.23~5.7早新闻前后各一次广播广告5万宣传活动主题，树立企业形象

纪念铅笔1.2万支免费向附近小学赠送0.5元/支，6万通过赠送印有捷强标志的铅笔，培养孩子对捷强形象的认识

附注：1.海报以草绿色为底色，用淡黄色、白色、深绿色、金黄色点缀，突出春天的气息.海报的主题与这次促销主题相一致。

2.吊旗的整体色调与海报相同，因为吊旗是在店内设置的，所以其主题为\"金价风暴\"，字体要设计成爆炸式的，以刺激消费者的购买欲望。

超市5.1促销活动策划方案--策划书策划书策划方案3.对促销的商品，要明显的标出原价，让消费者在对比中感到实惠。

4.店内的灯光、背景音乐及展台设置要突出喜庆欢快的节日气氛。

七、促销商品推出方案

向消费者提供精美的商品外包装，以满足送礼要求。

推出\"买就送\"活动，按照消费金额的大小实行\"多买多送\"，刺激消费者购买更多商品。

向附近小学免费赠送印有捷强标志和形象的铅笔，培养孩子对捷强品牌的认识。

慰问附近孤寡老人，制造良好的社会舆论，树立捷强品牌形象。

实行买任何商品，只要加一元，就可换购明星海报的活动，刺激青年消费者的购买。

对于购买高档葡萄酒的顾客，可以免费赠送开瓶器.

对于饮料，酒类等，可以采取集中堆积销售的方式，使消费者产生\"又多又便宜\"感觉。

推出半成品加工活动，满足节假日消费需求。

购买满一定数额，赠送抵用券，还可进行抽奖活动。

按各种食品类别和它们的价格归类，同一品种同一价格的商品放在同一货架上，划定一个区间定为\"一包盖天下\"，让顾客在每一货架上挑一样凑齐旅游大背包，其价格比单买要便宜。

准备半成品，分成早、中、晚三个区域，不论顾客自己吃或请客都不用亲自动手了，即为\"一日三餐不用愁\"。

现是换季时节，人们免不了利用节假日更换不同季节的服饰，捷强门店内应设有\"防霉、防蛀\"区，包括一切洗涤和储藏衣物的系列用品，也可捆绑特价。

〈八〉时间进度安排

进度安排工作布置负责人

4.19~4.22与供应商洽谈有关事宜采购员

4.22开始进货采购员

4.19设置吊旗宣传部

4.25;5.1;5.3作报章广告宣传部

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十**

\"五一\"金价在\_x

20\_年x月x日

\_x第三小组

组长：

组员：

一、任务概述

\_超市公司是隶属于上海\_集团的连锁超市公司，其以承担上海烟草卷烟网络第一层次(大型超市、商场饭店、宾馆等)的卷烟管理和配送任务并以为大连锁超市、大卖场、宾馆、商场24小时配送到位为主营业务的捷强集团作为基础，因此经济实力雄厚，承担风险能力强，拥有巨大的潜能.虽在同行业中起步比较慢，但因资金雄厚而发展很快，已经在全国建立了200家左右的连锁网点，并且挤身于上海第四、全国第六的连锁超市公司。

为了充分利用超市现有的资源，自食其力，早日成为集团的又一大支柱产业，因此抓住这次\"五·一\"长假，以上海市内的60家连锁超市为对象，由总公司统一策划的促销活动是一次很好的机会，初步安排促销活动时间20xx.4.27---20xx.5.7，此次促销的目的是争取在\"五·一\"期间营业额比平日增加30%。

二、\"五·一\"市场分析

根据所得到数据反映，目前\_各大超市全年总营业额的50%左右是来自于节假日消费.可见黄金假日的购物浪潮是一个大商机，近几年的\"五·一\"假期有三个明显的消费结构特征：

走亲访友多.平时工作忙，无暇与亲朋好友常来常往，很多人会利用长假去走访亲友，因此买礼品的就不在少数，酒类、水果、营养品等也就成为了畅销商品，商家们也应该在此多下功夫。

请客招待多.相对上述的\"走亲访友多\"，同样别人来自家作客的也比较多，而招待客人用的饮料、水果、餐点便成为了焦点。

外出旅游多.利用难得的七天长假出去放松休闲是许多人的选择，一路上的旅游用品当然也就少不了，所以零食、干点、饮料、盥洗用品、杯子、针线包等也是热点。

又因每年一度的中考、高考就要来临，学生营养品销售旺季再次到来，所以，各类营养品也就成为一大卖点。

针对这一特点，我们展开了关于\"五一\"节家庭需求情况的市场调研，我们对家庭收入在1000---3000，3000---5000，5000以上的家庭进行了调查，数据表明\"五一\"期间，居民家庭平均消费支出为500-1200元，同时对联华、华联、农工商等几家连锁超市的暗访，经过权衡利弊后，我们确定了酒类、饮料类、糖果类、零食类、冷饮类、营养品类等其它个别商品为主力商品，共计40种，我们分别用规格、建议价和促销方式拟定了一份具体方案

三、捷强超市营销概况

捷强超市公司隶属于捷强集团，主要经营烟草，酒类，饮料，糖奶，小食品，粮油制品，南北杂货，日用百货等5000余种商品，并且其进货渠道畅通，在上海乃至整个华东地区的糖烟酒经营上拥有雄厚实力。

在激烈的市场竞争中，捷强拥有与其独特的竞争优势：

首先，捷强拥有烟草，酒类专卖权，并享受全市烟草，酒类网络第一层次的销售权。

其次，完善的配送系统，使其商品价格低廉，质量稳定，因此受到了消费者的青睐。

但是，相对于联华，华联，农工商等起步早，资本雄厚，市场份额大的.超市公司，捷强也存在许多不足：

1.门店数量少，店面相对较小。

2.商品种类少，更新速度不够快。

3.生鲜数量少，不能满足居民需求。

4.货架丰满度不够，陈列方式不够一目了然。

5.促销手段缺乏\"亮点\"，不能很好吸引顾客的吸引力。

四、竞争对手情况

此次促销活动的主要对手是联华、华联和农工商。

联华超市有限公司是我国零售业的龙头，其门店数已近千家并不断在全国扩大销售网络，其20xx年的销售总额已突破100亿元大关.联华积极实行全国采购，有效降低成本，并不失时机的开拓海外市场，是实力的竞争对手。

华联与联华一样，都是国内实力雄厚，成立较早的超市公司，它最近开始发展大卖场和便利店等优势业态，其良好的企业形象，新型的发展战略，使其成为可与联华抗衡的国内第二大超市.

农工商是全国超市零售业的一匹黑马，虽然起步较晚，但已成为全国第三的超市企业，其营业面积居各超市之首，以\"规模大，品种全，价格廉\"的特点，树立了良好的企业形象。

另外，麦德龙，家乐福，易初莲花等大卖场对假日的销售也有重要的影响，它们虽然分布区域偏僻，但营业面积大，商品价格低廉，品种齐全，服务多样化，并拥有完备的销售体系和丰富的营销经验.是五一市场的一股重要势力。

针对众多实力强劲的竞争对手，捷强应该立足自身的优势，利用完备的配送系统，确立适合自身发展的连锁经营模式，并要在五一的黄金假期里，增加促销的\"亮点\"，进一步扩大影响，提高知名度，为企业创造新的发展机遇。

五、确立主题

主题：\"五一\"金假/价在捷强.

表现：1.\"五一\"是可以放松，休闲的黄金假期.捷强在此为您提供轻松购物的场所，由此体现金\"假\"。

2.捷强为您提供优质优价的放心产品，由此体现金\"价\"。

3.此主题既突出了捷强的价格优势，又迎合了此次五一的黄金假期，达到一语双关的目的，可以有效的吸引顾客的注意力，并且树立良好的企业形象。

六、广告策划

对象：市内60家分店预算总额：40万

负责人：广告宣传部期限：4月27日前

项目数量发行手段费用预算作用

dm广告10万份邮寄8万份，派送2万份10万使顾客了解捷强五一促销产品及价格

海报600张店内张贴10元/张6000元制造节庆气氛，树立企业形象

吊旗2400张店内张贴8元/张19000元烘托店内气氛，吸引顾客购买

彩旗，彩色气球600面40个较大门店前设置6000元;

4000元制造节庆气氛，树立企业形象

展台广告300~350张展台设置15元/张5000元突出店内重点商品

候车亭广告50座1000元/座，5万宣传活动主题，树立企业形象

新民晚报4.25;5.1;5.3每天半版报章广告5万宣传活动主题，树立企业形象

990电台4.23~5.7早新闻前后各一次广播广告5万宣传活动主题，树立企业形象

纪念铅笔1.2万支免费向附近小学赠送0.5元/支，6万通过赠送印有捷强标志的铅笔，培养孩子对捷强形象的认识

附注：1.海报以草绿色为底色，用淡黄色、白色、深绿色、金黄色点缀，突出春天的气息.海报的主题与这次促销主题相一致。

2.吊旗的整体色调与海报相同，因为吊旗是在店内设置的，所以其主题为\"金价风暴\"，字体要设计成爆炸式的，以刺激消费者的购买欲望。

超市5.1促销活动策划方案--策划书策划书策划方案3.对促销的商品，要明显的标出原价，让消费者在对比中感到实惠。

4.店内的灯光、背景音乐及展台设置要突出喜庆欢快的节日气氛。

七、促销商品推出方案

向消费者提供精美的商品外包装，以满足送礼要求。

推出\"买就送\"活动，按照消费金额的大小实行\"多买多送\"，刺激消费者购买更多商品。

向附近小学免费赠送印有捷强标志和形象的铅笔，培养孩子对捷强品牌的认识。

慰问附近孤寡老人，制造良好的社会舆论，树立捷强品牌形象。

实行买任何商品，只要加一元，就可换购明星海报的活动，刺激青年消费者的购买。

对于购买高档葡萄酒的顾客，可以免费赠送开瓶器.

对于饮料，酒类等，可以采取集中堆积销售的方式，使消费者产生\"又多又便宜\"感觉。

推出半成品加工活动，满足节假日消费需求。

购买满一定数额，赠送抵用券，还可进行抽奖活动。

按各种食品类别和它们的价格归类，同一品种同一价格的商品放在同一货架上，划定一个区间定为\"一包盖天下\"，让顾客在每一货架上挑一样凑齐旅游大背包，其价格比单买要便宜。

准备半成品，分成早、中、晚三个区域，不论顾客自己吃或请客都不用亲自动手了，即为\"一日三餐不用愁\"。

现是换季时节，人们免不了利用节假日更换不同季节的服饰，捷强门店内应设有\"防霉、防蛀\"区，包括一切洗涤和储藏衣物的系列用品，也可捆绑特价。

〈八〉时间进度安排

进度安排工作布置负责人

4.19~4.22与供应商洽谈有关事宜采购员

4.22开始进货采购员

4.19设置吊旗宣传部

4.25;5.1;5.3作报章广告宣传部

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十一**

1.广告策略

a.建立酒楼知名度，告诉消费者酒楼所提供的产品与提供何种特色的服务。针对本酒楼目前的情况，以及本公司的主要客户群是白领阶层，考虑到白领工作压力等方面的因素，我们推出以营养、健康为主题的一系列活动。活动具体内容：首先开展猜谜活动，题目是关于营养饮食方面的，譬如吃什么东西补充维c.吃什么对眼睛有好处，什么食物可以让人心情愉悦，可以减压，把题目弄成一个小纸条或别的什么东西，类似于猜灯谜那种，猜对了有奖品，或者就餐优惠等。地点，可以在酒楼外面举行。

(猜谜活动的可行性分析：比如这样一个类似的活动，当时是有很多人围上去参加的，只要在酒楼门口聚集了人气，由于大多数消费者都会有从众心理，跟着围过来看的人就多了，可有效提高公司知名度。)本活动持续实践为3个工作日。

b.强化酒楼形象，增加消费者由认知、肯定到指定购买。

具体内容：

①加强对该酒楼的广告宣传，不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当的时机，及时、灵活的进行，如在某些节日、或对本酒楼或对客户群体有重大意义的时间及时开展促销活动。广告内容以酒楼文化和酒楼特色介绍为主，包括本酒楼的品牌/经营理念和口号/特色/环境/服务/当期的促销活动等。

②拓展广告渠道，印制专用的dm，传单，msn/qq等网络渠道推广，上下班必经的车站推广，在白领较常阅读的杂志上刊登广告，附带优惠券的那种。c.针对单项商品(单品)或新商品来加强广告与促销活动。针对本酒楼健康饮食的一系列活动，通过各种广告形式促销形式大力宣传，宣传时间持续一个月。使得本酒楼食品健康营养的观念深入身心。打造酒楼以人为本的良好形象。

2.产品策略

(1)提高餐饮质量、创立特色产品

①要保证产品原材料的卫生与新鲜。严格把关，特别是原材料的采购和处理，禁止使用不合格的原材料或其他配料。

②严格按照各种制作工艺和流程做好每一道菜，提高口感。定期对厨师进行培训，提高其厨艺。

③增加产品品种，研发多种新菜式。

(2)重视产品组合产品组合的目的是增强产品的吸引力、增加销售量。

合理计划餐饮产品与节假日的组合。以盖饭、拉面、小食品为主，精心制作营养套餐，情侣套餐，家庭套餐，个人消费套餐等，形成自己的特色。具体设想有以下几种套餐：

产品组合一：营养套餐由于本酒楼的目标客户是白领阶层，针对白领阶层的健康问题我们推出了营养套餐，有关报道指出，不良的午餐状况是造成白领健康状况差的一个很重要的因素。而且最近的人越来越注重健康饮食，我们应该把握这个机会。

具体设想：通过前面的广告宣传，让营养套餐这一观念深入人心，并有利于打造企业“以人为本”的良好形象。具体套餐组合可以有素食餐，水果餐等具体的视酒楼情况而定。

产品组合二：情侣组合情侣在就餐时对就餐环境要求也相对较高：他们一般选择环境优雅、气氛浪漫且档次相对较高的地方就餐。该酒楼装修典雅，环境色以枣红和浅米黄色为主，整体感觉时尚、简约，给情侣们提供了一个约会的好场景。该酒楼应该发挥这方面的优势。同时，在经营该市场时，应该注意到情侣的消费特点和要求，并以之做为出发点形成自身特色的经营方式。

具体操作如下：

①氛围和气氛的制造浪漫温馨的就餐气氛，柔和温馨的灯光，轻松浪漫的音乐，以及在适当的时候为情侣们点上几根蜡烛，让他们享受一份烛光晚餐。这些都是吸引顾客的极好方法。

②附加服务(特色服务)对于消费满一定金额(如50元以上)的情侣们赠送一枝玫瑰等!产品组合三：周末特价在周五晚上、周六、周天这三个时间段，推出优惠产品或提供特价服务。顾客对象主要是情侣和小型同事聚会，但事先应需要做好活动宣传等工作。

(3)不放过任何可能的节日，不断推出新组合这点石山水西酒楼做得较不错，可以作为借鉴。在元旦(1月1日)，元宵节(农历正月十五)，西洋情人节(2月14日)，七夕情人节(农历七月初七)，中秋节(农历八月十五)，感恩节(11月最后一个星期四)，圣诞节(12月25日)这几个主要的节日里可以推出一些适合节日气氛的新产品。

(4)创造轻松、温馨、浪漫的气氛。

由于本酒楼的主要客户群是白领阶层，他们当中很多都是刚离开学校，离开家里，刚投入到这个社会的，对于社会上一些风气可能还是不能完全加受，也依然眷恋着学校，家里的温暖。所以，创造轻松、温馨，浪漫的气氛能给他们带来温暖的感觉，让他们对本酒楼印象更深刻。气氛是服务态度、服务技术、服务员的形象、酒楼的建筑装潢、设施设备的布局、色彩、背景音乐等因素的综合，更体现了一种文化品味。因此，本酒楼应在原有优雅环境的优势下，充分营造一种轻松、温馨、浪漫的就餐气氛。

3.销售渠道策略。

依据酒楼的特点，宜采用直接销售和一级销售渠道二种形式，以前者为主。直接销售：对到酒楼就餐的新顾客以及老客户尽量让他们满意，形成二次，三次的回头消费，形成一部分稳定的客源。

一级销售：选择公司或商场活动，与之建立关系，可以将抵用券作为奖品等等，或其它形式，从而增加客流量。另外，我们还可以开展网络订餐业务，现在白领的工作一般比较繁忙，再加上最近天气比较热，可能都不想出来吃饭，网络订餐服务给他们提供一定的便利性。

主要设想：酒楼把产品的详细信息发布于网上，顾客通过网络订餐服务可以直接点餐，也可以选加配料。另外：也可以开展电话订餐业务，但是由于电话订餐要找号码，还存在对产品的不了解，与网络订餐相比，稍嫌逊色。但开展网络订餐服务前提是要保证能准时送餐。

管理策略

1、员工招聘

①由于本酒楼针对的主要的客户是白领阶层，大都是25到30多左右，所以，在员工招聘方面应该选择些年轻有活力的，这样可以更好地吸引消费者到这儿消费，而且他们可以更好地跟跟顾客沟通，以便更好地了解客人的需要。

②除了要招聘些年轻有活力的员工以外，员工素质也是需要考虑到的，在员工选择时应选择有良好思想道德素养和职业道德的。

2、员工管理

加强员工管理具体内容：

①加强政治思想教育，无论什么时候政治思想教育都是必要的，只有有良好的思想素养的员工，才能够更好地做好自己的工作。

②增强专业技能培训，提高服务质量。本酒楼已经意识到酒楼服务员生手、年轻，服务意识薄弱，我们就应该从这一方面着手对员工进行专业技能培训，并且这样培训是经常性的。关心员工生活“以人为本”就是“以员工为核心”，只有忠诚的员工才能带来顾客的忠诚。

作为管理者，应该关心员工的生活，学会尊重员工，让他们有一种意思：酒楼也是属于他们的。渴望有效提高员工工作积极性。机体内容：完善员工奖惩制度，提倡微笑服务，每周评选微笑之星，服务之星，服务员，给予一定的物质或金钱奖励。

3、酒楼服务，提高服务质量，提倡阳光般的服务，给予客人真诚的笑容，服务员要和客人多沟通，联络感情，给人一种亲切感，着力打造一种温馨的氛围。

4、给顾客发意见卡，顾客的意见是酒楼成长的肥料，可以再顾客就餐完毕后结账时给

他发意见卡，上面可以写一些问题：比如，你认为本酒楼的服务有哪些不足有那些需要改正之类的。并注明，下次来消费可以凭填好的意见卡获得xx折扣的优惠。每周评选一次，对意见中肯正确的选出前三名……以一定的奖品奖励。

营销预算(单位：元)活动成本：时具体情况而定。

平面宣传：以dm为主，dm的广告形式有信件、海报、图表等多种，视具体情况而确定费用。

地面传单：新产品推出时适当使用0.08元/张意见卡印制成本：现在名片是几块钱一盒的，这个应该也差不多以上方案可根据实据情况及需要，有选择地协调进行!方案风险和收益。

风险

每一种方案都暗含风险，如何在风险和收益之间取得平衡，是决策中的重要问题。

风险分析可以帮助我们做出最稳妥的决策方案，以下是我们对本次方案可能产生风险的分析：市场风险：目前市场上的同类酒楼及相关食品主要有上述一些，他们可能随时采取一些新的营销策略，会使得酒楼的销售额受到影响。成本控制风险：本酒楼是以环境优雅及产品种类多样取胜的，所以在成本控制方面的风险在于过多投入市场开发而忽视服务和产品创新等方面。如果本方案的一些产品组合推出的市场效果低于期望指，那么由该方案所产生的成本(包括人工及产品)将较难回收。产品组合推出将面临较大风险。内部环节脱节风险：本方案的一些产品组合如果在本酒楼内部出现环节脱节的情况也会使得酒楼面临风险。

收益

市场占有率：通过一系列的营销活动，迅速占领白领市场。使得大部分希望有个优雅的就餐环境的白领能够来到酒楼消费。总体营销量：在先前的宣传及促销的基础上，结合各类产品的特点，提高本酒楼的总体营销量，进而增加销售额。

营销计划的实施和控制

1.计划的实施，营销计划的实施需要酒楼全体服务人员和参加活动的人员的协调和配合。2.销售控制，各细分市场的业绩评估采用下表的形式，每月进行一次评估，及时分析未完成的相应销售指标的原因(是产品、服务还是促销方式、价格问题)，提出相应的措施。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十二**

1.广告策略

a.建立酒楼知名度，告诉消费者酒楼所提供的产品与提供何种特色的服务。针对本酒楼目前的情况，以及本公司的主要客户群是白领阶层，考虑到白领工作压力等方面的因素，我们推出以营养、健康为主题的一系列活动。活动具体内容：首先开展猜谜活动，题目是关于营养饮食方面的，譬如吃什么东西补充维c.吃什么对眼睛有好处，什么食物可以让人心情愉悦，可以减压，把题目弄成一个小纸条或别的什么东西，类似于猜灯谜那种，猜对了有奖品，或者就餐优惠等。地点，可以在酒楼外面举行。

(猜谜活动的可行性分析：比如这样一个类似的活动，当时是有很多人围上去参加的，只要在酒楼门口聚集了人气，由于大多数消费者都会有从众心理，跟着围过来看的人就多了，可有效提高公司知名度。)本活动持续实践为3个工作日。

b.强化酒楼形象，增加消费者由认知、肯定到指定购买。

具体内容：

①加强对该酒楼的广告宣传，不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当的时机，及时、灵活的进行，如在某些节日、或对本酒楼或对客户群体有重大意义的时间及时开展促销活动。广告内容以酒楼文化和酒楼特色介绍为主，包括本酒楼的品牌/经营理念和口号/特色/环境/服务/当期的促销活动等。

②拓展广告渠道，印制专用的dm，传单，msn/qq等网络渠道推广，上下班必经的车站推广，在白领较常阅读的杂志上刊登广告，附带优惠券的那种。c.针对单项商品(单品)或新商品来加强广告与促销活动。针对本酒楼健康饮食的一系列活动，通过各种广告形式促销形式大力宣传，宣传时间持续一个月。使得本酒楼食品健康营养的观念深入身心。打造酒楼以人为本的良好形象。

2.产品策略

(1)提高餐饮质量、创立特色产品

①要保证产品原材料的卫生与新鲜。严格把关，特别是原材料的采购和处理，禁止使用不合格的原材料或其他配料。

②严格按照各种制作工艺和流程做好每一道菜，提高口感。定期对厨师进行培训，提高其厨艺。

③增加产品品种，研发多种新菜式。

(2)重视产品组合产品组合的目的是增强产品的吸引力、增加销售量。

合理计划餐饮产品与节假日的组合。以盖饭、拉面、小食品为主，精心制作营养套餐，情侣套餐，家庭套餐，个人消费套餐等，形成自己的特色。具体设想有以下几种套餐：

产品组合一：营养套餐由于本酒楼的目标客户是白领阶层，针对白领阶层的健康问题我们推出了营养套餐，有关报道指出，不良的午餐状况是造成白领健康状况差的一个很重要的因素。而且最近的人越来越注重健康饮食，我们应该把握这个机会。

具体设想：通过前面的广告宣传，让营养套餐这一观念深入人心，并有利于打造企业“以人为本”的良好形象。具体套餐组合可以有素食餐，水果餐等具体的视酒楼情况而定。

产品组合二：情侣组合情侣在就餐时对就餐环境要求也相对较高：他们一般选择环境优雅、气氛浪漫且档次相对较高的地方就餐。该酒楼装修典雅，环境色以枣红和浅米黄色为主，整体感觉时尚、简约，给情侣们提供了一个约会的好场景。该酒楼应该发挥这方面的优势。同时，在经营该市场时，应该注意到情侣的消费特点和要求，并以之做为出发点形成自身特色的经营方式。

具体操作如下：

①氛围和气氛的制造浪漫温馨的就餐气氛，柔和温馨的灯光，轻松浪漫的音乐，以及在适当的时候为情侣们点上几根蜡烛，让他们享受一份烛光晚餐。这些都是吸引顾客的极好方法。

②附加服务(特色服务)对于消费满一定金额(如50元以上)的情侣们赠送一枝玫瑰等!产品组合三：周末特价在周五晚上、周六、周天这三个时间段，推出优惠产品或提供特价服务。顾客对象主要是情侣和小型同事聚会，但事先应需要做好活动宣传等工作。

(3)不放过任何可能的节日，不断推出新组合这点石山水西酒楼做得较不错，可以作为借鉴。在元旦(1月1日)，元宵节(农历正月十五)，西洋情人节(2月14日)，七夕情人节(农历七月初七)，中秋节(农历八月十五)，感恩节(11月最后一个星期四)，圣诞节(12月25日)这几个主要的节日里可以推出一些适合节日气氛的新产品。

(4)创造轻松、温馨、浪漫的气氛。

由于本酒楼的主要客户群是白领阶层，他们当中很多都是刚离开学校，离开家里，刚投入到这个社会的，对于社会上一些风气可能还是不能完全加受，也依然眷恋着学校，家里的温暖。所以，创造轻松、温馨，浪漫的气氛能给他们带来温暖的感觉，让他们对本酒楼印象更深刻。气氛是服务态度、服务技术、服务员的形象、酒楼的建筑装潢、设施设备的布局、色彩、背景音乐等因素的综合，更体现了一种文化品味。因此，本酒楼应在原有优雅环境的优势下，充分营造一种轻松、温馨、浪漫的就餐气氛。

3.销售渠道策略。

依据酒楼的特点，宜采用直接销售和一级销售渠道二种形式，以前者为主。直接销售：对到酒楼就餐的新顾客以及老客户尽量让他们满意，形成二次，三次的回头消费，形成一部分稳定的客源。

一级销售：选择公司或商场活动，与之建立关系，可以将抵用券作为奖品等等，或其它形式，从而增加客流量。另外，我们还可以开展网络订餐业务，现在白领的工作一般比较繁忙，再加上最近天气比较热，可能都不想出来吃饭，网络订餐服务给他们提供一定的便利性。

主要设想：酒楼把产品的详细信息发布于网上，顾客通过网络订餐服务可以直接点餐，也可以选加配料。另外：也可以开展电话订餐业务，但是由于电话订餐要找号码，还存在对产品的不了解，与网络订餐相比，稍嫌逊色。但开展网络订餐服务前提是要保证能准时送餐。

管理策略

1、员工招聘

①由于本酒楼针对的主要的客户是白领阶层，大都是25到30多左右，所以，在员工招聘方面应该选择些年轻有活力的，这样可以更好地吸引消费者到这儿消费，而且他们可以更好地跟跟顾客沟通，以便更好地了解客人的需要。

②除了要招聘些年轻有活力的员工以外，员工素质也是需要考虑到的，在员工选择时应选择有良好思想道德素养和职业道德的。

2、员工管理

加强员工管理具体内容：

①加强政治思想教育，无论什么时候政治思想教育都是必要的，只有有良好的思想素养的员工，才能够更好地做好自己的工作。

②增强专业技能培训，提高服务质量。本酒楼已经意识到酒楼服务员生手、年轻，服务意识薄弱，我们就应该从这一方面着手对员工进行专业技能培训，并且这样培训是经常性的。关心员工生活“以人为本”就是“以员工为核心”，只有忠诚的员工才能带来顾客的忠诚。

作为管理者，应该关心员工的生活，学会尊重员工，让他们有一种意思：酒楼也是属于他们的。渴望有效提高员工工作积极性。机体内容：完善员工奖惩制度，提倡微笑服务，每周评选微笑之星，服务之星，服务员，给予一定的物质或金钱奖励。

3、酒楼服务，提高服务质量，提倡阳光般的服务，给予客人真诚的笑容，服务员要和客人多沟通，联络感情，给人一种亲切感，着力打造一种温馨的氛围。

4、给顾客发意见卡，顾客的意见是酒楼成长的肥料，可以再顾客就餐完毕后结账时给

他发意见卡，上面可以写一些问题：比如，你认为本酒楼的服务有哪些不足有那些需要改正之类的。并注明，下次来消费可以凭填好的意见卡获得xx折扣的优惠。每周评选一次，对意见中肯正确的选出前三名……以一定的奖品奖励。

营销预算(单位：元)活动成本：时具体情况而定。

平面宣传：以dm为主，dm的广告形式有信件、海报、图表等多种，视具体情况而确定费用。

地面传单：新产品推出时适当使用0.08元/张意见卡印制成本：现在名片是几块钱一盒的，这个应该也差不多以上方案可根据实据情况及需要，有选择地协调进行!方案风险和收益。

风险

每一种方案都暗含风险，如何在风险和收益之间取得平衡，是决策中的重要问题。

风险分析可以帮助我们做出最稳妥的决策方案，以下是我们对本次方案可能产生风险的分析：市场风险：目前市场上的同类酒楼及相关食品主要有上述一些，他们可能随时采取一些新的营销策略，会使得酒楼的销售额受到影响。成本控制风险：本酒楼是以环境优雅及产品种类多样取胜的，所以在成本控制方面的风险在于过多投入市场开发而忽视服务和产品创新等方面。如果本方案的一些产品组合推出的市场效果低于期望指，那么由该方案所产生的成本(包括人工及产品)将较难回收。产品组合推出将面临较大风险。内部环节脱节风险：本方案的一些产品组合如果在本酒楼内部出现环节脱节的情况也会使得酒楼面临风险。

收益

市场占有率：通过一系列的营销活动，迅速占领白领市场。使得大部分希望有个优雅的就餐环境的白领能够来到酒楼消费。总体营销量：在先前的宣传及促销的基础上，结合各类产品的特点，提高本酒楼的总体营销量，进而增加销售额。

营销计划的实施和控制

1.计划的实施，营销计划的实施需要酒楼全体服务人员和参加活动的人员的协调和配合。2.销售控制，各细分市场的业绩评估采用下表的形式，每月进行一次评估，及时分析未完成的相应销售指标的原因(是产品、服务还是促销方式、价格问题)，提出相应的措施。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十三**

活动主题

圣诞乐翻天，缤纷乐淘惠！

活动时间

20xx年12月1日—12月30日

活动目的

1、提高消费金额，增加化妆品店销售业绩；

2、加强与顾客之间的联系，巩固客户的忠诚度；

3、打响品牌知名度，宣传企业文化。

活动资料

促销活动一：完美圣诞节，大餐吃到饱！

圣诞节将至，最令人期待的不仅仅能够好好享受一下，同时还能够让你吃上一顿美味可口的圣诞大餐，法式、中式、日式……任你挑选，那如何能够获得吃大餐的特权呢？

请记住在本化妆品店圣诞节活动期间，凡是当天消费满xxx元以上的顾客均可获得吃三人自助圣诞大餐的.特权，名额有限，仅进店消费前十名的。

注：可选择当地酒店圣诞自助餐（提议价格xx元-xx元位）

促销活动二：圣诞双人游，浪漫不断！

每年的圣诞节，不论是商场还是旅行社都会推出情侣优惠活动，一些旅行社还专门为情侣们制定圣诞节旅游路线，不仅仅拉动顾客消费，还能带动圣诞节的气氛。所以化妆品店想要在20xx圣诞节策划不一样的促销活动，不妨研究和一些旅行社联合促销。

在活动期间，新顾客在本化妆品店开通会员卡，并且消费满xxx元的话，就能够和另一半享享受本化妆品店推出的圣诞节双人游活动。而已经是本化妆品店的老顾客，只要您在圣诞节当天消费满xxx元也可获得双人游机会。

注：消费金额来决定去哪儿游！

促销活动三：幸运大转盘，圣诞赚不停！

圣诞节活动期间，凡在本化妆品店消费满xxx元的顾客均可获得“幸运大转盘”的一次机会，该转盘里成本划分不一样区域：500元、600元、700元、800元、900元、10000元代金券或者是产品。由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑奖，永不落空，让你圣诞夜赚不停！

促销活动四：狂欢平安夜，领礼又免单！

1、12月24日、12月25日晚上18点20点22点整点和圣诞老人pk拿礼物喽！

细心了，圣诞节本化妆品店有圣诞老人出没，大家留意喽你们的福利来喽

和圣诞老人玩猜拳、掰手力，三局两胜制，由你来决定玩哪个项目。快和家人一齐来吧。获胜了圣诞老人身上的、拉着的小马车上的礼物可任你挑选，可别挑花了眼。是不是手痒了，那就快来（活动期间每人凭本店会员卡限玩一次，先至本店服务台领取圣诞游戏卡片）

2、12月24日晚上18点20点22点整点总计8个免单大奖，让你“88888888”

活动细则：消费即可参加抽奖，18点前消费的顾客可享有4次以上的免单机会哟，20点可享有3次以上免单机会，以此类推。免单金额最高达xxx元，以本化妆品店现金券形式返还。本店当天以现场公示牌、隔天官方微信公布的形式告知各中奖者，活动期间领取均有效。详情咨询本店工作人员。

异常微企划之一：微信达人奔过来

关注本化妆品店及参加活动专柜微信，可至专柜抢购微信特供款最低10元开卖喽！

特供款每一天微信会上新公告，下手要趁早。

活动细则：参与品牌及商品详见专柜海报明示及每一天微信公告每一天供应数量有限，抢完为止

异常微企划之二：圣诞幸运礼盒

关注本化妆品店微信，发送《我要收礼》进入游戏环节，每一天每个微信号均有一次金手指点开大礼的机会。礼物里边除了会出现iphone6手机套、化妆品圣诞礼盒、圣诞自助大餐、圣诞服饰券，活动期间更有一部iphone6等你手到擒来。哇哇，快用你的手指赶紧狠狠来戳我戳我————

活动细则：有中奖者请根据页面提示输入相应资料，凭有效证件于12月31日前到本店领取

活动注意事项：

1、在活动前期，店长需分配好每位员工的工作任务，为她们打气加油，提高她们的奋斗志气。

2、在活动期间，店员必须认真对待进店的每位顾客，不要给顾客留下一个不好的印象。

3、在活动结束后，记得整理一份这次促销活动的总结，方便认清还有哪些不足的地方。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十四**

活动主题

圣诞乐翻天，缤纷乐淘惠！

活动时间

20xx年12月1日—12月30日

活动目的

1、提高消费金额，增加化妆品店销售业绩；

2、加强与顾客之间的联系，巩固客户的忠诚度；

3、打响品牌知名度，宣传企业文化。

活动资料

促销活动一：完美圣诞节，大餐吃到饱！

圣诞节将至，最令人期待的不仅仅能够好好享受一下，同时还能够让你吃上一顿美味可口的圣诞大餐，法式、中式、日式……任你挑选，那如何能够获得吃大餐的特权呢？

请记住在本化妆品店圣诞节活动期间，凡是当天消费满xxx元以上的顾客均可获得吃三人自助圣诞大餐的.特权，名额有限，仅进店消费前十名的。

注：可选择当地酒店圣诞自助餐（提议价格xx元-xx元位）

促销活动二：圣诞双人游，浪漫不断！

每年的圣诞节，不论是商场还是旅行社都会推出情侣优惠活动，一些旅行社还专门为情侣们制定圣诞节旅游路线，不仅仅拉动顾客消费，还能带动圣诞节的气氛。所以化妆品店想要在20xx圣诞节策划不一样的促销活动，不妨研究和一些旅行社联合促销。

在活动期间，新顾客在本化妆品店开通会员卡，并且消费满xxx元的话，就能够和另一半享享受本化妆品店推出的圣诞节双人游活动。而已经是本化妆品店的老顾客，只要您在圣诞节当天消费满xxx元也可获得双人游机会。

注：消费金额来决定去哪儿游！

促销活动三：幸运大转盘，圣诞赚不停！

圣诞节活动期间，凡在本化妆品店消费满xxx元的顾客均可获得“幸运大转盘”的一次机会，该转盘里成本划分不一样区域：500元、600元、700元、800元、900元、10000元代金券或者是产品。由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑奖，永不落空，让你圣诞夜赚不停！

促销活动四：狂欢平安夜，领礼又免单！

1、12月24日、12月25日晚上18点20点22点整点和圣诞老人pk拿礼物喽！

细心了，圣诞节本化妆品店有圣诞老人出没，大家留意喽你们的福利来喽

和圣诞老人玩猜拳、掰手力，三局两胜制，由你来决定玩哪个项目。快和家人一齐来吧。获胜了圣诞老人身上的、拉着的小马车上的礼物可任你挑选，可别挑花了眼。是不是手痒了，那就快来（活动期间每人凭本店会员卡限玩一次，先至本店服务台领取圣诞游戏卡片）

2、12月24日晚上18点20点22点整点总计8个免单大奖，让你“88888888”

活动细则：消费即可参加抽奖，18点前消费的顾客可享有4次以上的免单机会哟，20点可享有3次以上免单机会，以此类推。免单金额最高达xxx元，以本化妆品店现金券形式返还。本店当天以现场公示牌、隔天官方微信公布的形式告知各中奖者，活动期间领取均有效。详情咨询本店工作人员。

异常微企划之一：微信达人奔过来

关注本化妆品店及参加活动专柜微信，可至专柜抢购微信特供款最低10元开卖喽！

特供款每一天微信会上新公告，下手要趁早。

活动细则：参与品牌及商品详见专柜海报明示及每一天微信公告每一天供应数量有限，抢完为止

异常微企划之二：圣诞幸运礼盒

关注本化妆品店微信，发送《我要收礼》进入游戏环节，每一天每个微信号均有一次金手指点开大礼的机会。礼物里边除了会出现iphone6手机套、化妆品圣诞礼盒、圣诞自助大餐、圣诞服饰券，活动期间更有一部iphone6等你手到擒来。哇哇，快用你的手指赶紧狠狠来戳我戳我————

活动细则：有中奖者请根据页面提示输入相应资料，凭有效证件于12月31日前到本店领取

活动注意事项：

1、在活动前期，店长需分配好每位员工的工作任务，为她们打气加油，提高她们的奋斗志气。

2、在活动期间，店员必须认真对待进店的每位顾客，不要给顾客留下一个不好的印象。

3、在活动结束后，记得整理一份这次促销活动的总结，方便认清还有哪些不足的地方。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十五**

面对年后第一个长假的来临,第一个销售高峰也随之到来,在这个春夏交接的时段,是一个消费较为活跃的时期,尤其是服装和食品类。

五月正是天气转暧并趋于稳定的季节,也是

进行旅游等户外活动的好时期,特举办“锣开五月、玩美假期”活动,“锣开”是大力度的促销活动,为消费者省钱的时间到了,“玩美假期”则是假日期间我们将举行很多有意思的活动,此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

:

提高门店销售额,同时增加企业亲和力,树立优良企业形象,培养忠实顾客。

:

“锣开五月、玩美假期”

:

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

:

4月25日——5月15日

:

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

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。

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

“五一”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“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”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。

“假日套餐”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“黄金周健康谱”。

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)。

活动内容:实质是限时抢购,在每天的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。

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。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十六**

面对年后第一个长假的来临,第一个销售高峰也随之到来,在这个春夏交接的时段,是一个消费较为活跃的时期,尤其是服装和食品类。

五月正是天气转暧并趋于稳定的季节,也是

进行旅游等户外活动的好时期,特举办“锣开五月、玩美假期”活动,“锣开”是大力度的促销活动,为消费者省钱的时间到了,“玩美假期”则是假日期间我们将举行很多有意思的活动,此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

:

提高门店销售额,同时增加企业亲和力,树立优良企业形象,培养忠实顾客。

:

“锣开五月、玩美假期”

:

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

:

4月25日——5月15日

:

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

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。

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

“五一”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“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”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。

“假日套餐”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“黄金周健康谱”。

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)。

活动内容:实质是限时抢购,在每天的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。

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。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十七**

一、促销的目的：

促销的最终目的是以任何手段将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。淘宝商城的光棍节半价促销活动是最近热到发烫的一种促销方式。

二、促销的过程：

1 确定促销的商品、并备好充足的货。

2 要确定顾客人群

1、确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对感官与好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。

2、要确定顾客人群：确定商品之后最重要的就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

三、制定促销方案：

1会员、积分促销：

2 折扣促销

3 赠送样品促销：

4 抽奖促销：

5 红包促销

6 拍卖：

7 积极参与淘宝主办的各种促销活动

（1）会员、积分促销：所有购买我公司产品的顾客，都成为我公司的会员，会员不仅可享受购物优惠，同时还可以累计积分，用积分免费兑换商品。

优点：采用这种促销方式，可吸引客户再次来店购买以及介绍新客户来店购买，不仅可以使客户得到更多的实惠，同时巩固老客户，拓展新客户，增强了客户对网店的忠诚度!

（2）折扣促销：折价亦称打折、折扣，是目前最常用的一种阶段性促销方式。由于折扣促销直接让利与消费者，让客户非常直接的感受到了实惠，因此，这种促销方式是比较立杆见影的。

a、直接折扣：找个借口，进行打折销售。

优点：符合节日需求，会吸引更多的人前来购买，虽然折扣后单件利润下降，但销量上去了，总的销售收入不会减少，同时还增加了店内的人气，拥有了更多的客户，对以后的销售也会起到带动作用，何乐而不为呢?

建议：采用这种促销方式的促销效果也要取决于商品的价格敏感度。对于价格敏感度不高的商品，往往徒劳无功。不过，由于网上营销的特殊性，直接的折扣销售容易造成顾客的怀疑，一般不建议使用。

b、变相折扣：

免邮费，单件商品的价格略低于免邮费要求的价格，组合起来买两件或者多件商品达到免邮费要求。将商品组合起来打折。

优点：更加人性化，而且，折扣不露痕迹!

建议：产品的组合有很高的学问，组合得好可以让消费者非常满意，一定要找相关产品进行组合。

c、买赠促销：

其实这也是一种变相的折价促销方式，也是一种非常常用而且有效的促销方式之一。优点：让顾客觉得自己花同样的钱多买了样产品，高兴!

建议：买赠促销应用效果的好坏关键在赠品的选择上，一个贴切，得当的赠品，会对产品销售起到积极的促进作用，而选择不适合的赠品只能是赔了夫人又折兵，你的成本上去了，利润减少了，但客户却不领情!

（3）赠送样品促销：

在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

优点：让顾客产生对产品的忠实度。

建议：效果过硬的产品才能够试用。

（4）抽奖促销：

这是一种有bo彩性质的促销方式。也是应该较为广泛的促销方式之一，由于选择空间大都是有诱惑力的奖品，因此，可以吸引消费者来店，促进产品销售。抽奖促销活动应注意的几点：

a奖品要有诱惑力，可考虑大额超值的产品吸引人们参加;

b活动参加方式要简单化，太过复杂和难度太大的活动较难吸客户的参与;

c抽奖结果的公正公平性，由于网络的虚拟性和参加者的广泛地域性，对抽奖结果的真实性要有一定的保证，并及时能过email、公告等形式向参加者通告活动进度和结果。

（5）红包促销

红包是淘宝网上专用的一种促销道具，各位卖家可以根据各自店铺的不同情况灵活制定红包的赠送规则和使用规则。

优点：

可增强店内的人气，由于红包有使用时限，因此可促进客户在短期内再次购买，有效形成客户的忠诚度!

（6）拍卖：

拍卖是网上吸引人气最为有效的.方法之一，由于一元拍和荷兰拍在淘宝首面都有专门的展示区，因此进入该区的商品可获得更多的被展示机会，淘宝买家也会因为拍卖的物品而进入家店内浏览更多商品，可大大提升商品成交机会。

（7）积极参与淘宝主办的各种促销活动：

淘宝不定期会在不同版块组织不同的活动，参与活动的卖家会得到更多的推荐机会，这也是提升店铺人气和促进销售的一个好方法。要想让更多的人关注到你的店铺，这个机会可要抓住哦，所以别忘了经常到淘宝的首页，支付页面，公告栏等处关注淘宝举行的活动，并积极参与!

四、营造良好的促销氛围

有效利用店铺装修、公告及留言，营造一种火爆的氛围。有些人做促销，店外宣传也做得很不错，可进店一看，扭头就走。就是店内氛围没做好。促销时和没促销时一个样，冷冷清清的，店铺公告没有促销，留言也没有促销信息，进入店内就感觉不到一点有人气、有促销氛围的感觉。促销要“有声有色”!冷冷清清，能留住客户吗?

五、总结促销的效果和经验教训

组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果。

淘宝、天猫： #11.11购物狂欢节# 国际品牌专场，3折起全场包邮！别说小猫没提醒，这里一定有你喜欢的品牌。11月11日零点整，谢谢各位，五折先生登场。

国美： #史无前例价格战# 但愿人长久，光棍不再有！国美网上商城史无前例，狂享超值“\*\*”价！大家电满立减，百货满减+返券，3c现金券大派送，生活厨卫、五金体育裸价出击，抢个够！11.11购物狂欢，做个精明的光棍儿吧

苏宁： #苏宁易购双十一超级0元购#超级0元购成功登顶百度双11折扣最狠活动top1，领先全网！百万件300元以下商品0元购！买多少返多少全场通用券。全场包邮！还不过瘾？11月11日，smart汽车大奖等着你！来苏宁易购，一次爽个购！

京东： 超低价，真实惠！京东11.11专场来啦! 阿迪、耐克、联想、索尼、魅族、gucci、惠氏……想要么？①超低价②买满99送1010礼券③满4件减免1件④奢侈品大牌满1000返20xx⑤11元抢购数码产品……心动么？

亚马逊： #亚马逊z省周 双十一预告#【11月11日上午11:11起】，亚马逊每个小时开始隔11分钟就会推出一轮劲爆秒杀！微博上的#猜价格赢大奖#活动也会从每天3次频增为#每小时一次#哦，早11:11至晚上21:11大奖送不停！总而言之一句话：光棍节跟@亚马逊 黏在一起就够啦！

当当网： #当当店庆月#双十一，当当冬装新品1折起，满300减150元，满600还送100元，满1000元送200元还当当通用现金券啦。多买多送，上不封顶哦~小当这次当真要被折了又折再折还折使劲折了！小当等着各位来反馈，你来当当折了多少？

衣联网： #衣联双十一男装促销盛典#眼看明天就双十一了，衣联双十一活动也迎来了最高潮。如果您还为了买两件衣服守着电脑过光棍节就太不划算啦。为了明天的“自由”，今天您就可以秒杀衣联男装啦！衣联裸批狂欢季，全场低至5.5折！

凡客： #双十一裸到底#凡客光棍节促销，全场满300元直减60元，11月11日0时—24时，仅此一天！！年度最疯狂促销，请狂戳

易迅网： #飓风行动#飓风行动第二季！全网底价狂欢周！活动页面商品挑战全网底价，贵就赔！更可凭订单抽iphone5，敬请期待！

一号店： #万券齐发，千款五折#光棍节什么礼物最懂你？当然是把购物车中的物品全部买下！而且必须是最低价！1号店万券齐发送低价，千款五折最懂你，还有限时抢购送福利，独享商品助\*\*，20xx光棍节的幸福，上了1号店就懂了！

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十八**

一、促销的目的：

促销的最终目的是以任何手段将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。淘宝商城的光棍节半价促销活动是最近热到发烫的一种促销方式。

二、促销的过程：

1 确定促销的商品、并备好充足的货。

2 要确定顾客人群

1、确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对感官与好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。

2、要确定顾客人群：确定商品之后最重要的就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

三、制定促销方案：

1会员、积分促销：

2 折扣促销

3 赠送样品促销：

4 抽奖促销：

5 红包促销

6 拍卖：

7 积极参与淘宝主办的各种促销活动

（1）会员、积分促销：所有购买我公司产品的顾客，都成为我公司的会员，会员不仅可享受购物优惠，同时还可以累计积分，用积分免费兑换商品。

优点：采用这种促销方式，可吸引客户再次来店购买以及介绍新客户来店购买，不仅可以使客户得到更多的实惠，同时巩固老客户，拓展新客户，增强了客户对网店的忠诚度!

（2）折扣促销：折价亦称打折、折扣，是目前最常用的一种阶段性促销方式。由于折扣促销直接让利与消费者，让客户非常直接的感受到了实惠，因此，这种促销方式是比较立杆见影的。

a、直接折扣：找个借口，进行打折销售。

优点：符合节日需求，会吸引更多的人前来购买，虽然折扣后单件利润下降，但销量上去了，总的销售收入不会减少，同时还增加了店内的人气，拥有了更多的客户，对以后的销售也会起到带动作用，何乐而不为呢?

建议：采用这种促销方式的促销效果也要取决于商品的价格敏感度。对于价格敏感度不高的商品，往往徒劳无功。不过，由于网上营销的特殊性，直接的折扣销售容易造成顾客的怀疑，一般不建议使用。

b、变相折扣：

免邮费，单件商品的价格略低于免邮费要求的价格，组合起来买两件或者多件商品达到免邮费要求。将商品组合起来打折。

优点：更加人性化，而且，折扣不露痕迹!

建议：产品的组合有很高的学问，组合得好可以让消费者非常满意，一定要找相关产品进行组合。

c、买赠促销：

其实这也是一种变相的折价促销方式，也是一种非常常用而且有效的促销方式之一。优点：让顾客觉得自己花同样的钱多买了样产品，高兴!

建议：买赠促销应用效果的好坏关键在赠品的选择上，一个贴切，得当的赠品，会对产品销售起到积极的促进作用，而选择不适合的赠品只能是赔了夫人又折兵，你的成本上去了，利润减少了，但客户却不领情!

（3）赠送样品促销：

在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

优点：让顾客产生对产品的忠实度。

建议：效果过硬的产品才能够试用。

（4）抽奖促销：

这是一种有bo彩性质的促销方式。也是应该较为广泛的促销方式之一，由于选择空间大都是有诱惑力的奖品，因此，可以吸引消费者来店，促进产品销售。抽奖促销活动应注意的几点：

a奖品要有诱惑力，可考虑大额超值的产品吸引人们参加;

b活动参加方式要简单化，太过复杂和难度太大的活动较难吸客户的参与;

c抽奖结果的公正公平性，由于网络的虚拟性和参加者的广泛地域性，对抽奖结果的真实性要有一定的保证，并及时能过email、公告等形式向参加者通告活动进度和结果。

（5）红包促销

红包是淘宝网上专用的一种促销道具，各位卖家可以根据各自店铺的不同情况灵活制定红包的赠送规则和使用规则。

优点：

可增强店内的人气，由于红包有使用时限，因此可促进客户在短期内再次购买，有效形成客户的忠诚度!

（6）拍卖：

拍卖是网上吸引人气最为有效的.方法之一，由于一元拍和荷兰拍在淘宝首面都有专门的展示区，因此进入该区的商品可获得更多的被展示机会，淘宝买家也会因为拍卖的物品而进入家店内浏览更多商品，可大大提升商品成交机会。

（7）积极参与淘宝主办的各种促销活动：

淘宝不定期会在不同版块组织不同的活动，参与活动的卖家会得到更多的推荐机会，这也是提升店铺人气和促进销售的一个好方法。要想让更多的人关注到你的店铺，这个机会可要抓住哦，所以别忘了经常到淘宝的首页，支付页面，公告栏等处关注淘宝举行的活动，并积极参与!

四、营造良好的促销氛围

有效利用店铺装修、公告及留言，营造一种火爆的氛围。有些人做促销，店外宣传也做得很不错，可进店一看，扭头就走。就是店内氛围没做好。促销时和没促销时一个样，冷冷清清的，店铺公告没有促销，留言也没有促销信息，进入店内就感觉不到一点有人气、有促销氛围的感觉。促销要“有声有色”!冷冷清清，能留住客户吗?

五、总结促销的效果和经验教训

组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果。

淘宝、天猫： #11.11购物狂欢节# 国际品牌专场，3折起全场包邮！别说小猫没提醒，这里一定有你喜欢的品牌。11月11日零点整，谢谢各位，五折先生登场。

国美： #史无前例价格战# 但愿人长久，光棍不再有！国美网上商城史无前例，狂享超值“\*\*”价！大家电满立减，百货满减+返券，3c现金券大派送，生活厨卫、五金体育裸价出击，抢个够！11.11购物狂欢，做个精明的光棍儿吧

苏宁： #苏宁易购双十一超级0元购#超级0元购成功登顶百度双11折扣最狠活动top1，领先全网！百万件300元以下商品0元购！买多少返多少全场通用券。全场包邮！还不过瘾？11月11日，smart汽车大奖等着你！来苏宁易购，一次爽个购！

京东： 超低价，真实惠！京东11.11专场来啦! 阿迪、耐克、联想、索尼、魅族、gucci、惠氏……想要么？①超低价②买满99送1010礼券③满4件减免1件④奢侈品大牌满1000返20xx⑤11元抢购数码产品……心动么？

亚马逊： #亚马逊z省周 双十一预告#【11月11日上午11:11起】，亚马逊每个小时开始隔11分钟就会推出一轮劲爆秒杀！微博上的#猜价格赢大奖#活动也会从每天3次频增为#每小时一次#哦，早11:11至晚上21:11大奖送不停！总而言之一句话：光棍节跟@亚马逊 黏在一起就够啦！

当当网： #当当店庆月#双十一，当当冬装新品1折起，满300减150元，满600还送100元，满1000元送200元还当当通用现金券啦。多买多送，上不封顶哦~小当这次当真要被折了又折再折还折使劲折了！小当等着各位来反馈，你来当当折了多少？

衣联网： #衣联双十一男装促销盛典#眼看明天就双十一了，衣联双十一活动也迎来了最高潮。如果您还为了买两件衣服守着电脑过光棍节就太不划算啦。为了明天的“自由”，今天您就可以秒杀衣联男装啦！衣联裸批狂欢季，全场低至5.5折！

凡客： #双十一裸到底#凡客光棍节促销，全场满300元直减60元，11月11日0时—24时，仅此一天！！年度最疯狂促销，请狂戳

易迅网： #飓风行动#飓风行动第二季！全网底价狂欢周！活动页面商品挑战全网底价，贵就赔！更可凭订单抽iphone5，敬请期待！

一号店： #万券齐发，千款五折#光棍节什么礼物最懂你？当然是把购物车中的物品全部买下！而且必须是最低价！1号店万券齐发送低价，千款五折最懂你，还有限时抢购送福利，独享商品助\*\*，20xx光棍节的幸福，上了1号店就懂了！

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇十九**

“元旦”是一年一度的新年佳节，元旦和“五一”、“十一”都是黄金假期产品消费的旺季，为抢夺市场，各品牌的产品和业主都纷纷有所行动，同时豆浆机、家电等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我们特策划了本次活动。“xxx”在蒙语中是“金牌牛奶”之意，也是xx的一个牛奶品牌。xxx纯牛奶来自中国乳都核心区，集结了海拔、纬度、阳光、水土等天地精华，国际专业牧场，精挑高质牧草，优选良种乳牛，造就出富含天然优质乳蛋白的xxx纯牛奶。每100克牛奶中蛋白质含量高达3.3克，比国家标准高出13.8%，xxx牛奶中的醇香新贵族，带给消费者高品质的生活，高品味的人生。

迎接新年，畅饮牛奶——xxxxx牛奶营养与你同在

新的一年新的到来，为了回馈广大消费者的支持与厚爱，xxxxx牛奶特在新年期间与大家亲密相见，在大家畅饮开怀的同时，也给大家带来了新的口感和新的营养。

1.利用“元旦”黄金周的机会，提高产品销量

2.借势推广xxxxx牛奶，促进认知

3.回馈广大消费者，建立忠诚度

4.加强与终端合作，给予各业主信心

20xx年12月30日——20xx年1月5日

xxx纯牛奶xxx低脂奶xxx有机奶xxx醇纤牛奶

各大商场及各大超市卖场

(一)活动内容

1、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶一盒(12盒以内)，即可参加幸运大转盘拿奖活动一次

2、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶一箱(12盒)，即可赠送xxxxx牛奶两盒和参加幸运大抽奖活动一次

3、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶两箱，即可赠送精美新年台历一本(价值25元)和参加幸运大抽奖活动两次

4、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶三箱，即可赠送xx纯牛奶一箱(价值38元)和参加幸运大抽奖活动三次

5、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶四箱，即可赠送xxxxx牛奶一箱和参加幸运大抽奖活动四次，最多四次。

(二)活动形式

1、互动游戏：在超市内和广场上人流较多的地方进行互动游戏，道具为三个玻璃杯，分别装有xxxxx牛奶、奶粉冲泡的牛奶、其它品牌牛奶;消费者通过观察、品尝判断出哪一杯装的是优质的xxxxx牛奶;作用：经由消费者传达出xxxxx液态奶制品的健康、纯天然、好口感。

2、每个促销员的终端设有一个幸运大转盘：转盘上设有12个模块，模块上写着“xxxxx牛奶一箱”、“xxxxx牛奶六盒”、“xxxxx牛奶两盒”、“xxxxx牛奶一盒”、“精美纸巾两包”。按照已写奖项的顺序，设置转盘“xxxxx牛奶一箱”占转盘面积最小，即中奖概率最小，“精美纸巾两包”占转盘面积，即中奖概率。

3、每个促销员终端还设有一个抽奖箱，抽奖箱用硬纸箱制作，抽奖箱四个面：每个面为《“新年”迎好运》字样。

4、每个抽奖箱放51张小纸卡，纸卡上写着“元”、“旦”、“元旦”、“好运”字样。

5、纸卡字样分配：10张纸卡上写“元”;5张纸卡上写“旦”;1张纸卡上写“元旦”;另外35张纸卡上写“好运”。

(三)奖项设计

1、一等奖的字样为“元旦”，奖品为xxxxx牛奶两箱。

2、二等奖的字样为“元”，奖品为xxxxx牛奶一箱。

3、三等奖的字样为“旦”，奖品为xxxxx牛奶6盒。

4、四等奖的字样为“好运”，奖品为xxxxx牛奶1盒。

(四)其他补充说明

1、在活动期间，我们针对前来团购的顾客，推行礼品大赠送活动，凡是当天前来团购的顾客超过4人，根据他们的消费情况，除了赠送礼品外，还推行团购抽大奖活动，每个团选出一名代表，抽取我们准备的回馈消费者礼品一份，奖品为xx系列产品。

2、本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条。

1、经销商控制的终端：要求经销商给予活动的配合在供应价经常让利5%-10%或由我们与经销共同让利5%-10%。

2、我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%。

3、不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客!

1、根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

(1)现有产品结构比较合理，要有足够的礼盒陈列。

(2)促销员的足够人数。

2、现场的.布置设计：

(1)活动期间通过一些气球、鲜花等美化现场，哄动现场促销气氛。

(2)在活动现场竖立广告牌，宣传xxxxx的品牌文化。

(3)在超市门口要有活动的告知。

(4)活动现场要摆上抽奖箱/赠品进行展示，激发消费者购买欲望。

3、在活动期间，需在目标终端附近的小区和超市门前及商场广场人流量较多的地方进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力。

1、活动宣传单页

2、活动海报

3、悬挂横幅

1、产品进场

2、促销员的招聘、进场，对促销员的培训

3、活动现场的秩序

4、活动宣传单的发放

1、通过促销活动，促进了现有产品50%的销售量

2、提升了产品70%的知名度

3、提高了产品60%的竞争力

4、增强了消费者100%的信赖度

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十**

“元旦”是一年一度的新年佳节，元旦和“五一”、“十一”都是黄金假期产品消费的旺季，为抢夺市场，各品牌的产品和业主都纷纷有所行动，同时豆浆机、家电等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我们特策划了本次活动。“xxx”在蒙语中是“金牌牛奶”之意，也是xx的一个牛奶品牌。xxx纯牛奶来自中国乳都核心区，集结了海拔、纬度、阳光、水土等天地精华，国际专业牧场，精挑高质牧草，优选良种乳牛，造就出富含天然优质乳蛋白的xxx纯牛奶。每100克牛奶中蛋白质含量高达3.3克，比国家标准高出13.8%，xxx牛奶中的醇香新贵族，带给消费者高品质的生活，高品味的人生。

迎接新年，畅饮牛奶——xxxxx牛奶营养与你同在

新的一年新的到来，为了回馈广大消费者的支持与厚爱，xxxxx牛奶特在新年期间与大家亲密相见，在大家畅饮开怀的同时，也给大家带来了新的口感和新的营养。

1.利用“元旦”黄金周的机会，提高产品销量

2.借势推广xxxxx牛奶，促进认知

3.回馈广大消费者，建立忠诚度

4.加强与终端合作，给予各业主信心

20xx年12月30日——20xx年1月5日

xxx纯牛奶xxx低脂奶xxx有机奶xxx醇纤牛奶

各大商场及各大超市卖场

(一)活动内容

1、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶一盒(12盒以内)，即可参加幸运大转盘拿奖活动一次

2、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶一箱(12盒)，即可赠送xxxxx牛奶两盒和参加幸运大抽奖活动一次

3、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶两箱，即可赠送精美新年台历一本(价值25元)和参加幸运大抽奖活动两次

4、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶三箱，即可赠送xx纯牛奶一箱(价值38元)和参加幸运大抽奖活动三次

5、凡在活动期限内购买xxxxx牛奶四箱，即可赠送xxxxx牛奶一箱和参加幸运大抽奖活动四次，最多四次。

(二)活动形式

1、互动游戏：在超市内和广场上人流较多的地方进行互动游戏，道具为三个玻璃杯，分别装有xxxxx牛奶、奶粉冲泡的牛奶、其它品牌牛奶;消费者通过观察、品尝判断出哪一杯装的是优质的xxxxx牛奶;作用：经由消费者传达出xxxxx液态奶制品的健康、纯天然、好口感。

2、每个促销员的终端设有一个幸运大转盘：转盘上设有12个模块，模块上写着“xxxxx牛奶一箱”、“xxxxx牛奶六盒”、“xxxxx牛奶两盒”、“xxxxx牛奶一盒”、“精美纸巾两包”。按照已写奖项的顺序，设置转盘“xxxxx牛奶一箱”占转盘面积最小，即中奖概率最小，“精美纸巾两包”占转盘面积，即中奖概率。

3、每个促销员终端还设有一个抽奖箱，抽奖箱用硬纸箱制作，抽奖箱四个面：每个面为《“新年”迎好运》字样。

4、每个抽奖箱放51张小纸卡，纸卡上写着“元”、“旦”、“元旦”、“好运”字样。

5、纸卡字样分配：10张纸卡上写“元”;5张纸卡上写“旦”;1张纸卡上写“元旦”;另外35张纸卡上写“好运”。

(三)奖项设计

1、一等奖的字样为“元旦”，奖品为xxxxx牛奶两箱。

2、二等奖的字样为“元”，奖品为xxxxx牛奶一箱。

3、三等奖的字样为“旦”，奖品为xxxxx牛奶6盒。

4、四等奖的字样为“好运”，奖品为xxxxx牛奶1盒。

(四)其他补充说明

1、在活动期间，我们针对前来团购的顾客，推行礼品大赠送活动，凡是当天前来团购的顾客超过4人，根据他们的消费情况，除了赠送礼品外，还推行团购抽大奖活动，每个团选出一名代表，抽取我们准备的回馈消费者礼品一份，奖品为xx系列产品。

2、本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条。

1、经销商控制的终端：要求经销商给予活动的配合在供应价经常让利5%-10%或由我们与经销共同让利5%-10%。

2、我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%。

3、不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客!

1、根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

(1)现有产品结构比较合理，要有足够的礼盒陈列。

(2)促销员的足够人数。

2、现场的.布置设计：

(1)活动期间通过一些气球、鲜花等美化现场，哄动现场促销气氛。

(2)在活动现场竖立广告牌，宣传xxxxx的品牌文化。

(3)在超市门口要有活动的告知。

(4)活动现场要摆上抽奖箱/赠品进行展示，激发消费者购买欲望。

3、在活动期间，需在目标终端附近的小区和超市门前及商场广场人流量较多的地方进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力。

1、活动宣传单页

2、活动海报

3、悬挂横幅

1、产品进场

2、促销员的招聘、进场，对促销员的培训

3、活动现场的秩序

4、活动宣传单的发放

1、通过促销活动，促进了现有产品50%的销售量

2、提升了产品70%的知名度

3、提高了产品60%的竞争力

4、增强了消费者100%的信赖度

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十一**

忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽

忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽

树立五四新华都的人文形象，同时增进销售额的.提高。

6月20日——6月25日

第一商圈内的居民

主要商品成品粽及熟食、海鲜等;

对一些成品粽及熟食进行特价活动(6月20日——25日)

具体品项由采购部决定(一楼促销栏及广播进行宣传)

可选2项中的其中1项

游戏规则——3人/组;限时5分钟，以包粽子多者为胜;

胜者奖其所包粽子的全数;

其余参加者各奖一个粽子。

活动时间——6月23日/24日

活动地点——一楼生鲜部的冻品区前

道具要求——桌子、喇叭、包粽子的材料(糯米、豆子、花生、肉、竹叶)

负责人——生鲜部，采购部配合

游戏规则——每人可获得5科子弹;以射中的是标识为豆沙、肉粽等即获得该种粽子一个;

活动时间——6月23日/24日

活动地点——一楼生鲜部的海产区前

道具要求——气球、挡板、子弹

负责人——生鲜部，采购部配合

引进供应商进行场内免费品尝

时间：6/22日—25日

具体负责——采购部

可考虑引进一批闽南肉粽，现场特色促销。

具体负责——采购部

场内：

1.一楼冻品区前，两个堆头的位置，堆头前布置成龙舟的头，两个堆头为龙舟的身;

2.冻柜上方用粽子或气球挂成“五月五吃粽子”字样。

场外：条幅宣传“忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽”

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十二**

忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽

忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽

树立五四新华都的人文形象，同时增进销售额的.提高。

6月20日——6月25日

第一商圈内的居民

主要商品成品粽及熟食、海鲜等;

对一些成品粽及熟食进行特价活动(6月20日——25日)

具体品项由采购部决定(一楼促销栏及广播进行宣传)

可选2项中的其中1项

游戏规则——3人/组;限时5分钟，以包粽子多者为胜;

胜者奖其所包粽子的全数;

其余参加者各奖一个粽子。

活动时间——6月23日/24日

活动地点——一楼生鲜部的冻品区前

道具要求——桌子、喇叭、包粽子的材料(糯米、豆子、花生、肉、竹叶)

负责人——生鲜部，采购部配合

游戏规则——每人可获得5科子弹;以射中的是标识为豆沙、肉粽等即获得该种粽子一个;

活动时间——6月23日/24日

活动地点——一楼生鲜部的海产区前

道具要求——气球、挡板、子弹

负责人——生鲜部，采购部配合

引进供应商进行场内免费品尝

时间：6/22日—25日

具体负责——采购部

可考虑引进一批闽南肉粽，现场特色促销。

具体负责——采购部

场内：

1.一楼冻品区前，两个堆头的位置，堆头前布置成龙舟的头，两个堆头为龙舟的身;

2.冻柜上方用粽子或气球挂成“五月五吃粽子”字样。

场外：条幅宣传“忆一段历史佳话 尝一颗风味美粽”

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十三**

通过节日感情传播，诉诸、哄托亲情、父子情，通过电商实现不了的情感诉求，刺激消费，提升客流;通过精选单品及礼品，并通过现场实物花车、地堆，结合pop、店内广播提高客单价。

父亲节在周末扮演了重要的角色，“品质、礼品、快速”这些是父亲节促销方式风格的标签;因此，“买即赠”、“满立减”是父亲节最好的活动方式。

如：买x品牌t恤送太阳镜或满x元立减xx元。

“父亲爱如山”、“崇尚孝道”、“父亲节快乐”、“感恩父亲节”、“献礼父亲”、“爱在父亲节”、“爸爸，我爱你”……

以上这些陈词滥调，是时候收起来放到箱底了。

为什么?

我们每一个生活在互联网+社会的人，接触广告信息的时间几乎是全天候，全时段，换句话来说，这些陈词滥调小朋友都会背，对于受众心理唤起或者心理共鸣已经起不到应有的作用，换句话来讲，只是嘴边气、耳边风一样的麻木，缺乏深度，缺乏能调动受众行动的作用。

避开麻木的陈词滥调，怎么拟定活动主题?

在互联网+时代，“我们改变不了受众的想法，但是我们可利用(或顺应)受众的想法、利用受众关心的内容或话题，调动其积极性”

据上分析：结合需要突出线下感情诉诸和能引起共鸣的活动主题两方面，在此分类列举个别业态父亲节活动主题，以供参考!

[商超业]

父亲节!送什么不重要——重要的是能陪爸爸逛超市

[餐饮业]

父亲节!吃什么不重要——重要的是我请爸爸吃午餐

[男装店]

父亲节!穿什么不重要——陪爸爸逛街挑一件称心的最重要

[女装店]

装扮最漂亮的自己，带上最精心的`礼物!——送给亲爱的爸爸!

记得这里要配上mm的美图哦!

把顾客分类型，首先是两大类：第一类是贡献80%利润的20%客群，这类客群，对于商品、礼品的品质，以及售后相对比较在意，对于商品售价相对不那么敏感;第二类贡献20%利润的80%客群，对价格相对敏感，对于商品、礼品的品质以及售后相对要求不是很高。给合两大类客群特点为原则，选品要适合不同的侧重点。

1、员工活动促销培训、店面pop、店面父亲节歌曲广播或父亲节tv短片;

2、号召员工、朋友、家人微信版广告传播;

3、会员顾客定向活动内容投递。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十四**

引言：五月春夏交替，爱美的人们此时对于美发的要求也有了更替变化，主动需求增加。做了行业知名服务商阿杰美发推出了阿杰美发五一促销活动实施方案。

5.1活动方案主题： 缤纷五一，\*\*(店名)有礼，温馨五一，从头做起

5.2活动方案主题说明：

降价促销、折换礼品是各大卖场在五一期间永恒的促销活动主题，本活动方案主题准备表达出了五一黄金周的美发有礼的促销概念，并在主题中突出了美发店的店名和美发服务内容，让人记忆深刻，产生消费的冲动。

5.3 活动方案目的：

(1)进-步发掘市场的消费潜力，提高市场占有率，满足顾客需求，为顾客提供方便。

(2)以美发服务的人力度促销为主线，来增强服务的促销力、渗透力, 提升活动的影响力、辐射力。

5.4 活动时间

4月28日一5月6日

5.5 活动方案准备

(1)在本地区域社区网站(如：论坛、团购网站)进行前期宣传。

(2)寻求“钟情一生，\*\*(店名)有你”的五一准新娘来店试妆。

(3)在当地媒体进行新闻宣传，尤其是晨报、晚报的宣传力度必不可少。

(4)店外横幅及布幅若干，传单若干， 奖品及礼品货源充足。

5.6 五一方案内容及实施

(1)凡进店消费10元以上均可参加抽奖活动

一等奖1名：价值510元美发卡一张。

二等奖3名：vip白金会员卡三张，持卡来店内消费均享受8折优惠。

三等奖6名：价值50元电吹风机或同等价值护发素一瓶，参与奖若干：均有袋装洗发液，眉夹等小礼品赠送。

(2)推出“温馨五一，祝福有你”新娘盘头促销活动，针对五一期间 结婚人多，为此加大对来店盘头的准新娘的优惠，凡来店消费满800元者, 可赠高档美发护理品一套，如果消费更多，礼品更多。

(3)感谢老会员长期惠顾，凡老会员带新会员来店消费均有积分及礼 品相送。

5.7方案总结

本次方案以折扣优惠吸引頋客更多入店，创造更多服务机会，为今后你的店的发展打下良好的基础;顾客来店消费的

具体发型款式及原价请 根据本店实际情况设定;顾客入店后.要根据的顾客的需要，向顾客推荐更高端的项目或套餐;具体的价格项目各店根据实际情况进行调整。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十五**

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?是提升业绩?是打击竞争对手?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。

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。

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。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

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”?是企业单独行动，还是和联盟商联手?或是与其它企业联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和联盟商或其它企业联合可整合资源，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。

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。

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。

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。

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。

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。

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。 十一、预警机制

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。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

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。

当然以上十二部分只是促销活动方案的一个大体框架，在操作时还需根据实际情况加以充实和完善，另外负责人还应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，这样才能实现最佳效益。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十六**

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?是提升业绩?是打击竞争对手?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。

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。

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。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

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”?是企业单独行动，还是和联盟商联手?或是与其它企业联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和联盟商或其它企业联合可整合资源，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。

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。

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。

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。

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。

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。

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。 十一、预警机制

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。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

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。

当然以上十二部分只是促销活动方案的一个大体框架，在操作时还需根据实际情况加以充实和完善，另外负责人还应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，这样才能实现最佳效益。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十七**

引言：五月春夏交替，爱美的人们此时对于美发的要求也有了更替变化，主动需求增加。做了行业知名服务商阿杰美发推出了阿杰美发五一促销活动实施方案。

5.1活动方案主题： 缤纷五一，\*\*(店名)有礼，温馨五一，从头做起

5.2活动方案主题说明：

降价促销、折换礼品是各大卖场在五一期间永恒的促销活动主题，本活动方案主题准备表达出了五一黄金周的美发有礼的促销概念，并在主题中突出了美发店的店名和美发服务内容，让人记忆深刻，产生消费的冲动。

5.3 活动方案目的：

(1)进-步发掘市场的消费潜力，提高市场占有率，满足顾客需求，为顾客提供方便。

(2)以美发服务的人力度促销为主线，来增强服务的促销力、渗透力, 提升活动的影响力、辐射力。

5.4 活动时间

4月28日一5月6日

5.5 活动方案准备

(1)在本地区域社区网站(如：论坛、团购网站)进行前期宣传。

(2)寻求“钟情一生，\*\*(店名)有你”的五一准新娘来店试妆。

(3)在当地媒体进行新闻宣传，尤其是晨报、晚报的宣传力度必不可少。

(4)店外横幅及布幅若干，传单若干， 奖品及礼品货源充足。

5.6 五一方案内容及实施

(1)凡进店消费10元以上均可参加抽奖活动

一等奖1名：价值510元美发卡一张。

二等奖3名：vip白金会员卡三张，持卡来店内消费均享受8折优惠。

三等奖6名：价值50元电吹风机或同等价值护发素一瓶，参与奖若干：均有袋装洗发液，眉夹等小礼品赠送。

(2)推出“温馨五一，祝福有你”新娘盘头促销活动，针对五一期间 结婚人多，为此加大对来店盘头的准新娘的优惠，凡来店消费满800元者, 可赠高档美发护理品一套，如果消费更多，礼品更多。

(3)感谢老会员长期惠顾，凡老会员带新会员来店消费均有积分及礼 品相送。

5.7方案总结

本次方案以折扣优惠吸引頋客更多入店，创造更多服务机会，为今后你的店的发展打下良好的基础;顾客来店消费的

具体发型款式及原价请 根据本店实际情况设定;顾客入店后.要根据的顾客的需要，向顾客推荐更高端的项目或套餐;具体的价格项目各店根据实际情况进行调整。

**促销策划方案论文 瓜子促销策划方案篇二十八**

通过节日感情传播，诉诸、哄托亲情、父子情，通过电商实现不了的情感诉求，刺激消费，提升客流;通过精选单品及礼品，并通过现场实物花车、地堆，结合pop、店内广播提高客单价。

父亲节在周末扮演了重要的角色，“品质、礼品、快速”这些是父亲节促销方式风格的标签;因此，“买即赠”、“满立减”是父亲节最好的活动方式。

如：买x品牌t恤送太阳镜或满x元立减xx元。

“父亲爱如山”、“崇尚孝道”、“父亲节快乐”、“感恩父亲节”、“献礼父亲”、“爱在父亲节”、“爸爸，我爱你”……

以上这些陈词滥调，是时候收起来放到箱底了。

为什么?

我们每一个生活在互联网+社会的人，接触广告信息的时间几乎是全天候，全时段，换句话来说，这些陈词滥调小朋友都会背，对于受众心理唤起或者心理共鸣已经起不到应有的作用，换句话来讲，只是嘴边气、耳边风一样的麻木，缺乏深度，缺乏能调动受众行动的作用。

避开麻木的陈词滥调，怎么拟定活动主题?

在互联网+时代，“我们改变不了受众的想法，但是我们可利用(或顺应)受众的想法、利用受众关心的内容或话题，调动其积极性”

据上分析：结合需要突出线下感情诉诸和能引起共鸣的活动主题两方面，在此分类列举个别业态父亲节活动主题，以供参考!

[商超业]

父亲节!送什么不重要——重要的是能陪爸爸逛超市

[餐饮业]

父亲节!吃什么不重要——重要的是我请爸爸吃午餐

[男装店]

父亲节!穿什么不重要——陪爸爸逛街挑一件称心的最重要

[女装店]

装扮最漂亮的自己，带上最精心的`礼物!——送给亲爱的爸爸!

记得这里要配上mm的美图哦!

把顾客分类型，首先是两大类：第一类是贡献80%利润的20%客群，这类客群，对于商品、礼品的品质，以及售后相对比较在意，对于商品售价相对不那么敏感;第二类贡献20%利润的80%客群，对价格相对敏感，对于商品、礼品的品质以及售后相对要求不是很高。给合两大类客群特点为原则，选品要适合不同的侧重点。

1、员工活动促销培训、店面pop、店面父亲节歌曲广播或父亲节tv短片;

2、号召员工、朋友、家人微信版广告传播;

3、会员顾客定向活动内容投递。

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