# 品牌促销方案内容(十三篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-06-04

*“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”。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？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。品牌促销方案内容篇一提高销量，扩大市场占有率以及提...*

“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”。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？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。

**品牌促销方案内容篇一**

提高销量，扩大市场占有率以及提升xxx品牌影响力

1、 宣传预约时间：4月10日-4月20日

促销时间：4月21日-5月6日

1、正价产品全场8.3折(特价、五金功能件、折叠门除外)

2、xxx白橡/黑胡桃/胡桃木柜体 展开价 298元/㎡直降48%到155元/㎡，投影价838元/㎡直降50%到420元/㎡;

3、苹果木/暖白柜体 展开价 298元/㎡直降45%到165元/㎡，投影价838元/㎡直降46%到450元/㎡;

4、欧式大百叶炭雕原价 1099元/㎡直降66%现价369元/㎡;

欧式大百叶白/红原价 1099元/㎡直降55%现价499元/㎡;

芬芳(隐框芬芳)/格莱美(隐框极简浪潮)/双骄风情(隐框双娇风情)原价1168元/㎡直降32%现价799元/㎡;

巴斯洛克.香颂(mzy-111咖啡sgg-p4100)原价1299元/㎡直降30%现价899元/㎡;

宝丽金(ry-019日源红sgg-702咖啡)原价1399元/㎡直降36%现价899元/㎡;

5、ry-010无手印玉沙原价1099元/㎡直降45%现价599元/㎡;

莹莹私语原价1599元/㎡直降50%现价799元/㎡;

缤纷米黄(天宝象牙白la-0041二等分)原价1368元/㎡直降36%现价879元/㎡

6、特价，抽屉、裤架、格子架等五金功能件，折叠门不打折;

7、2400(高)\*1800(长)\*550(深)赫本衣柜惊爆价2699元/套，(颜色：xxx白橡/黑胡桃/胡桃木/苹果木/暖白，含五金不含门附图)

8、下订20xx元，赠送价值5000元衣柜智能系统(单户金额需满1万元或以上参加)

9、每户交50元，可获美国xxx全球高端家居俱乐部vip卡一张，享受多项优惠活动(导购给予30元/张提成，需登记vip客户信息)

10、时尚ipad等你拿，5.6下午3:30金盛国际家居xxx专卖店组织抽奖活动，奖品：3台ipad，20辆折叠自行车 ,150个衣柜多宝格

编号项目时间

1方案初步确定4月7日前

2店长讨论、培训及方案最终确定4月10日

3客户预约4月10日-4月20日

4海报、版面设计4月10日-12日

5物料(纤维布挂画、易拉宝)制作4月12日-4月16日

6house365团购发布4月10日开始

7house365 flash广告发布4月10日-4月20日

8店面布置4月16日-17日

9活动执行4月21日-5月6日

10促销总结4月8日

xx负责活动统筹安排l 传达方案整体思路及监控活动操作;

xx负责公司整体促销活动的后台支持l 编制活动执行方案，并负责督促执行;

l 新产品、常规产品、特价产品明显标示;

l 专卖店现场布置(海报、价格牌、宣传单张);

xx负责整体促销活动宣传l 在网站和报纸上发布活动内容，并及时跟贴;

l 抽奖场地确定

三个店长负责所有促销人员的管理和培训l 培训导购员：

1、 活动介绍和现场布置符合要求;

2、 导购员职责明确(总目标、各店目标、销量一定要层层分解到每个导购员);

3、 导购员的促销技巧及统一说辞;

4、 至少有2次培训;

l 向谷总汇报促销情况;

测绘师所在专卖店的促销活动l 协助专卖店现场布置;

l 对消费者进行宣传、导购;

l 及时反映专卖店促销情况;

奖励办法完成目标，定金达到1000元/个的客户，奖励30元/单;

完成目标150%以上，奖励60元/单;

完成目标，业绩达成率第一名的团队奖励1000元;

1员工奖金1.2万元

2媒体宣传5万元

3合计投入费用6.2万元，费用比1.55%

4收入预算400万

附：物料设计内容及要求

纤维布挂画内容：

1、2699元赫本衣柜搬回家;

2、5月6日时尚ipad等你拿;

3、下订20xx元，送价值5000元衣柜智能系统(单户金额满1万元以上参加)

4、美国xxx高端家居俱乐部vip会员全球热招中。

**品牌促销方案内容篇二**

产品定位：15至35岁左右的年轻、有活力的人群 产品形象：青春洋溢，活力四射。

适用欢快的颜色作为包装，选择符合定位人群的明星代言（如最近热播的《致青春》中的杨子珊，剧中形象是敢爱敢恨的玉面小飞龙郑薇，青春本就是被人们热追的话题，她这一形象符合青春活力的定位，必为年轻的人们所熟识，让杨子珊作为明星代言将不失为一个好的宣传。）。

主题广告词：我的青春我代言，不留遗憾！“美漾”为你的青春加足动力！ 产品名称：“统一”美漾活力型维生素饮料，设冰柠檬、水蜜桃、蓝莓口味。

（乐百氏已有一款维生素饮料于20xx年3月底上市叫做脉动，脉动再刚开始上市时，销量并不乐观，因为中国饮料市场中的维生素饮料很少，这也说明在这一块将有很大的市场潜力。截止到现在，他们公司推出的大的宣传是“脉动”梦立方。）

价格设定：3.5-4.5元之间（考虑到所作的是校园宣传，主要消费人群是青年群体，这一

群体的消费水平有限，故而把价格定在偏中下。）

宏观环境分析：我国饮料市场潜力巨大。国内庞大的饮料消费群体已经出现，人们越来越注重产品安全和健康，虽然有一些功能型的饮料出现，其中维生素饮料有娃哈哈的“激活”、农夫的“尖叫”、汇源的“他+她”，但市场的潜力还是巨大的。

行业竞争分析：虽然潜在进入者不多，但替代品的威胁还是非常大，行业竞争十分激烈。 内部环境分析：优势在于品牌的知名度、风险应变能力、生产能力、公共关系能力，因为“统一”这个品牌在做饮料方面是成熟的。

利用宣传传递给消费者一种新的生活方式，或者是一种文化、关怀和爱的态度，而不仅仅是解渴的工具，能够让消费者以选择我们的产品成为一种时尚、习惯。

目标消费群的特点：

学生：品牌忠诚度高、侧重时尚性消费、口碑影响力大、易形成潜在消费群体、易于形成辐射宣传。

年轻白领阶级：对生活充满想象与激情，喜欢自由自在的生活氛围，喜欢时尚的消费，想要形成自己的独特生活方式。

活动时间：6月1日（儿童节，可以在促销时做一些活动引领受众回味童年及年少时）

活动目的：转变消费观念，扩大消费群体。 活动地点：郑州北大学城

北大学城较其他大学城人群集中、商业化成熟。这里有中州大学、师专、商专等学校，学生人数在二十万左右，还有商户以及流动人口。此处场地方便，可以在中州大学内的广场或者其对面的学生宿舍区内，本篇策划选用中州大学内的广场，位于学校入口，场地宽广、平坦，适合做促销用。

宣传方式：条幅、展板、各校论坛、海报、健康小册子等。

可以买饮料两瓶送品牌玩偶、水杯等。同时可以做一些比较新颖的宣传来吸引受众。我做了一下方案：

1、 每个学校都有自己的校报，在活动前可以在校报上进行宣传，这种宣传方式只需少量的费用即可。可以刊登照片及活动时间或者一些软文宣传。

2、 条幅、展板、海报、各高校的论坛、短信、健康小册子等

如：条幅分为固定和移动条幅。固定条幅就是悬挂在某一方不随便改变位置，选择在人群集中或出入必经之地。移动条幅要求在特定时间出现在人群聚集地，拉条幅的工作人员的服装要有产品标识，要有新意，能够吸引人们注意。如：穿上轮滑鞋的两名工作人员，身穿与产品包装相同颜色并带有产品标识的服装，在放学的时候于食堂门口拉出条幅，时间为十分钟左右。

健康小册子上印：“美漾教您健康小知识！”，关于饮水的健康知识。这个要活动当天发放。

尽可能的在活动前两天把产品宣传资料充斥于每个学生的身边，一定要在活动之前把气势做足。

3、在活动的前两天或者三天，每天都发出一些宣传页，印上：6月1日下午三点“统一“美漾””给你不一样感觉！擦亮你的眼睛来吧！你，敢来吗？我，等你！上面印上做挑衅动作的人物。

4、轮滑、街舞表演

活动前两天开始派表演者来一些闪客表演（或街舞或轮滑等），给人以悬念。并在每次表演结束后拉出条幅，上写“统一美漾六一不见不散“，频率为每天约三次左右。

轮滑和街舞的表演人员可以招聘有一定水平的兼职人员。 5、活动当天上午准备好场地以及其他必要设备。

在促销活动开始之后，开始表演，比如街舞，可以邀请同学们斗舞等等（活动一天前提前展板说明邀请同学们参斗舞自由赛），胜出的个人或者团队可以跟随校园促销团队去其他地方做宣传以及给予相应的奖金。

斗舞自由赛规则：一对一pk，参与即送“美漾”一箱，胜利者由对方推荐产生。就是比赛双方，有一方觉得自己承认不如对方，那么对方即为胜利方。最终胜利者给予五百元奖励，以及可以跟随宣传队伍寻找对手，并发放证书。

1、人员分组：主负责人1人，轮滑2名，街舞5人，前期采办3人，展地布置5人，主持1人，外联2人，宣传制作2人，维持比赛秩序由展地布置人员负责，音响等由宣传制作人员负责，促销监督由外联负责，前期采办为机动人员。

2、招聘8名兼职促销人员及2名发放宣传单的兼职人员。

3、另派1名人员负责与校内负责人员随时保持联系。

为了品牌的形象以及产品的良好的销售，后期的工作尤其重要，不能说促销活动结束了就让产品的信息销声匿迹。对高校园区里每个超市或者饮料销售点以及自动贩售机都有我们的产品卖，并且每隔一段时间更新一次海报宣传或者做一次促销活动。

1、 由于宣传很密集且较有新意，可能活动现场的人会比较多，而且会有斗舞等竞技活动，可能会有些许骚动，所以现场一定要留有维持秩序的人员。

2、 活动前要与该校的保安人员做好工作，以便放生不便活动进行的事情。 3、 可对该校或者北大学城的高校的社团进行赞助，让其协助工作人员进行促销活动，毕竟在这里他们比工作人员熟悉。 4、 防范暴力事件。

我想，活动现场一定会非常火爆，大多数人可以记住我们的产品，因为目标受众对于新鲜事物的兴趣和接受能力比较强。

**品牌促销方案内容篇三**

吃出特别的味道

通过在各个学校，街市的宣传、促销活动，提高认知度，促进消费者对认可和信任。并通过后续的公关活动，树立x品牌关心百姓健康，关心失学儿童的良好形象提高美誉度、和谐度。

1、企业概况

2、产品概况

3、市场分析。本身就是一种有着很多荣誉的优秀食品品牌被广大群众所认同整体消费水平不高，而标价适中，刚好可以让人们接受，只有一家，它是一种中西结合的快餐，可以同时满足不同口味的人群，这是相比于一种优势

4、消费者分析。xx人民较为朴实，注重经济实惠，标价能够让人接受，品牌还在发展，正在逐步走进人们的生活，它的中西结合的特点给了人们更多的选择空间，它是中国人自己的品牌，这样跟让人容易接纳他，它的口味更加贴近中国人的品味。

1、在20xx年1月1日至3日期间，在各个学校同时开展宣传，向广大青年重新推出，在各个街市宣传，让人们重新了解它。

2、进行促销活动，价格适当下调，

3、重新装潢，以一个新的外貌面向群众，从视觉上起到一个很好的宣传效果。

4、招收高素质的职员向大家系统介绍特点。

5、举办新闻发布会，并当面表示今后利润的1%捐给希望工程，并节日向希望工程捐献一些食品，在以后会进场有类似的公益活动。

1、在活动开始前1周开始通过海报，传单，报刊进行宣传，并表明以后对希望工程的捐资等各种公益活动。

2、又专门聘的高素质职员进行宣传介绍

3、装潢要有新特色，引人注意，并能反映最新动态

宣传单一万份，500元；海报100份，200元；活动宣传媒体广告非5万元；聘请高素质职员，50元每人每天；发布会礼仪，场地等费用6000元；装潢费用，10000元。总计156007—160000元。

活动全部费用预计在15—16万元之间，只要活动安排的当，通过多方面的宣传，让品牌再次进入人们视野，产生一种潮流，让大家重新注意装潢让大家在路过的时候会留意，是品牌给大家更深刻的印象；捐资希望工程能是更加深入人心，在群众中更好地塑造良好的的品牌形象，达到事半功倍的良好效果。

**品牌促销方案内容篇四**

随着服装促销目的的不同，服装促销计划有下列不同的种类。

(一)年度服装促销计划

为营造卖场的气氛与动感，应以年度为计划基准，规划年度服装促销计划时程，并且以下列为主要重点：

1、与当年度的营销策略结合

专卖店与消费者接触最为亲密，公司与消费者之间是有赖营销沟通策略的展现，每年推出不同主题的营销策略，可以建立消费者对品牌形象的认知更为肯定，因此年度服装促销计划结合营销策略，将可以使得品牌形象更加强烈，消费者对品牌好感度增加，同时结合营销策略也能使得资源运用更为集中，具有延续效益。例如某休闲服饰店年度营销沟通策略主题为“社区生活伙伴”，举办的服装促销活动以社区为主要目标群体，表现出对社区的关怀与共同生活的信念，因此举办“社区休闲大赛”服装促销活动，以凝聚社区情感，并且增加社区消费者对本店的好感度。

2、考虑淡旺季业绩差距

其实任何品牌几乎都会有季节趋势的特性，对于业绩会有不同比率的.变化，因此在年度经营计划应已考虑此特性，当然服装促销活动的规划必须要考虑淡旺季的影响，淡季的服装促销活动除了会延缓业绩下降外，并可以尝试以形象类服装促销活动，来增加品牌形象的认知，旺季的服装促销活动因竞争较为激烈，通常以业绩达成为主要目标。

3、节令特性的融合

节令包括国定假日与非国定假日，国定假日型例如国庆日等，非国定假日例如情人节、母亲节、父亲节等，另外中国传统习俗节令也是不能忽视的。

4、年度服装促销行事历

年度服装促销行事历是以年度营销计划为策略始点，将整年度的服装促销活动，以行事历的方式表达，目的在使得品牌以策略的观点充分掌握年度服装促销活动的重点，同时也能以整合性的营销策略规划服装促销活动。

(二)主题式服装促销计划

主题式服装促销计划是指具有特定目的或是专案性服装促销计划，最常使用在店铺开业、周年庆、社会特定事件以及商圈活动。

1、店铺开业

店铺开业代表新通路点的开发以及服务地区的延伸，为专卖店的一大要事，开业期间能吸引多少顾客，会影响未来店铺营运的业绩，因此通常店铺开业期间会搭配服装促销活动，以吸引人潮并且刺激购买欲望。店铺的经营有赖顾客的维系，因而顾客资料相当重要，所以在开业期间的服装促销活动就得在此多费心思，不妨利用开业服装促销留下顾客资料，作为未来商圈耕耘的基础。

2、周年庆

店铺既然有开业，当然也有周年纪念，因此周年庆的服装促销活动成为目前最常被炒作的话题。虽然周年庆年年都有，若是能多加一点创意，多用点心，仍然可以走出刻板的模式，创造出新鲜感的话题。

3、社会特定事件

专卖店除了销售外，就另一种层面而言，也是资讯信息流通中心，是以专卖店对于社会发生的事件，必须时时保持敏感度，平时与顾客接触时可当作闲聊话题，拉近彼此距离建立情感，遇某一事件发生时，也可以举办服装促销活动，一则表示企业关怀社会，一则刺激购买提高业绩。

4、商圈活动

零售店的经营具有区域性，商圈顾客的掌握为最根本之道，连锁店虽然拥有多家店经营的规模利益，仍不能脱离商圈耕耘的基本动作，因此商圈活动必然成为未来区域经营的重点。

(三)弥补业绩缺口的服装促销计划

业绩是专卖店维持利润来源最主要的管道，也是代表品牌在竞争下市场占有的态势，营业人员每日所为即是在确保业绩的达成，因此以月为单位，以周为单位或以日为单位，都应设立预警点，若发现到达预警点即以服装促销活动来弥补业绩的缺口，为了能有效而准确地达到目的，平日应建立“服装促销题库”，遇有状况即能派上用场。至于预警点的设立标准，则会因各业态及专卖店特性而有差异，不妨以过去正常业绩趋势为参考值;某店铺在当日下午六点累积业绩通常为该日业绩的60%。以专卖店特性，建立预警点的参考值，对业绩的达成有相当大的帮助。当然设立预警点不能一成不变，必须随时参酌每一个时点的各种因素，才能符合当时的效益。

(四)对抗性服装促销计划

经营本身是动态的，在市场的激烈竞争之下，专卖店随时要有接受挑战的准备，由于连锁店的蓬勃，竞争的加速化是可以预期的，消费者长期地笼罩在服装促销的诱惑，竞争对手的服装促销活动很可能使得我们的顾客流失，造成业绩的减少，必要的对抗性服装促销活动因此而产生，由于对抗性的服装促销活动通常较为紧急，可运用的时间较短，若能平日建立“服装促销题库”，在面对应变时，将可以立即运用。

根据上述阶段的策略思考之后，接下来便是拟定服装促销方案，服装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服装促销活动，以便拟定最适合的服装促销手法。

(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，以及如何参加此服装促销活动，例如：购买金额满300元可参加抽奖。

(五)活动期间

活动期间指服装促销期间的设定，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，将服装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，对于服装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。

**品牌促销方案内容篇五**

走进湖南，实施38妇女节顾客大回馈。

1) 针对目标人群，强化品牌的宣传力度，形成搞品牌知名度。

2) 让广大居民了解卡菲妮迪的独特魅力，发展更多的客户群体，拥有更多的潜在客户。

3) 开展品牌个性化宣传，寻求女鞋差异化生存。

4) 严格把关产品质量，不断提高产品里，强化目标消费群体对卡菲妮迪女鞋的品牌印象。

5) 用良好的品牌形象，卓越的产品品质，平稳的市场价格，倾力打造“人人买得起的品牌”。

6) 提高卡菲妮迪在女鞋行业的市场占有率，增加其销售量。

时间：20xx年5月7日——20xx年5月9日

地点：卖场、店面、市中心等

1) 主要是为25—45岁之间的成熟女性打造时尚、轻巧、亮丽、性感的女鞋。

2) 刚上市的新产品不打折，如果是vip贵宾可以打折，而打折的产品也可以折上折九折。

3) 降低贵宾门槛，大范围发展贵宾，扩大会员规模，以此促进口碑传播及销售网络。

（1）活动时间：20xx年3月7日

活动内容：在店内推出寻找小水晶鞋活动，发现即可获取购物券，让顾客参加送券在购物的活动。

宣传方式：直邮心寒活动告知；店面pop宣传活动告知。

（2）活动时间：20xx年3月8日

活动内容：借助举办大型评选活动，引起大众的广泛关注，找来十个模特，以不同的风格穿上卡菲妮迪不同风格的鞋子，强化品牌知名度。

宣传方式：全程新闻宣传，之前就得进行广告及新闻宣传；直邮信函告之；店面pop宣传活动告之。

（3）活动时间：20xx3月9日

活动内容：推出各类赠品，在店内设立堆头区，购买画品即可参与“魅力加价送活动”。活动期间购物满500元加28可获赠披肩，购满800远加价38元可获赠皮夹。

**品牌促销方案内容篇六**

(活动目的):借圣诞特殊的日子,进一步把握销售旺季;乘集团\"恒爱行动\"在全国广泛宣传的热潮,提升\"恒源祥\"品牌在消费者心中的美誉度.并通过现场展示和大力宣传,以强烈的商业气氛冲击顾客的视觉,刺激他们的购买欲望,以达到提升销售业绩和抢占市场份额.

(活动时间):2024年12月15日—2024年12月25日

(活动地点):浙江省恒源祥网络终端

(活动主题):①\"恒\"爱耀圣诞,真情暖人心

②\"绒\"情祝奥运,金句送好礼

(活动广告语):\"恒\"爱耀圣诞,\"绒\"情祝奥运

(活动宣传):

1,通过当地电视台,当地商报针对目标消费群作信息告知;

2,与当地市妇女联合会取得联系,得知更多的孤残儿童,孤寡老人的信息和有效宣传;

3,通过手机短信一对一告知活动信息,达到有效针对vip客户;

4,通过别致的店内外布置,使销售终端气氛隆重热烈.

(活动内容):

1,限时限量

2,\"恒\"爱耀圣诞,真情暖人心

赡养孤残儿童,孤寡老人者,带本人身份证和相关证明与赡养者本人一起在12月20日13:00—15:00来本店,可免费获得恒源祥毛线一斤和内衣一套,并报销来回车费50元.若毛线在规定时间内织好送给孤残儿童,孤寡老人后,可领取相关证件和精美礼品.(为下次策划活动作铺垫)

3,\"绒\"情祝奥运,金句送好礼

购羊绒衫一件,送上美好祝福,当场获赠恒源祥精美晴雨伞一把.并将于活动结束后由恒源祥羊绒公司评选出获奖创意.

最佳创意奖1名:恒源祥奥运纪念版羊绒礼盒套装一套

优秀创意奖3名:恒源祥奥运纪念版羊绒衫一件

优秀入围奖10名:恒源祥奥运纪念版围巾一条

4,\"恒\"爱尊会员,珍爱藏奥运

金牌会员,可半价享受全国限量发行奥运珍藏纪念版\"羊毛衫\",\"羊绒衫\"一件或\"内衣\"一套,并获赠精美礼品一份.

5.\"人\"情感家人,金卡相奉献

活动期间为家人购物满()元,送vip金卡一张(享有购物打8.8折的优惠)和精美礼品一份.

(气氛布置具体要求):

1,店内挂pop吊旗,店外彩旗,顾客购物赠送特制圣诞卡/奥运福娃\"迎迎\"纪念卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围.

2,在活动黄金时段,穿着奥运福娃卡通服装,身挂\"庆祝恒源祥成为2024年奥运会赞助商二周年\",\"恒源祥恒爱行动\"\"恒爱耀圣诞\"字样条幅在店外宣传,以吸引客户.

3,圣诞节当天店内以播放以圣诞为主题的歌曲,室外装饰圣诞树.

4,各店活动商品或者赠送品必须于14号晚上前全部到位,并且将活动细则的解释工作落实到每位员工.

——金鼠嘉奖 抓钱能手

(活动目的):元旦是一年中第一个重要节日,此时消费者经济比较宽裕,购买能力强.我们通过\"现金\"即时回报提升入店人气,烘托喜庆气围,且\"抓钱能手\"寓意感强,使消费者产生联想和期盼,易刺激消费者的购买欲望,最终达到冲刺年终销售高锋的目的.

(活动时间):2024年年12月28日至2024年1月6日

(活动地点):浙江省恒源祥网络终端

(活动主题):金鼠嘉奖 抓钱能手

(活动广告语): 手有多大,奖金就有多大

看\"谁\"是2024年的抓钱能手

过年恒源祥 全家喜洋洋

(活动宣传):

1,通过当地电视台,当地商报针对目标消费群作信息告知;

2,通过手机短信一对一告知活动信息,达到有效针对vip客户;

3,通过别致的店内外布置,使销售终端气氛隆重热烈.

(活动内容):

1,限时限量

2,金鼠嘉奖 抓钱能手

购物满()元,即现场进行嘉奖一次,在奖池中单手抓现金,能抓多少给多少.

3,过年恒源祥 全家喜洋洋

活动期间为全家人购物满()元,送vip金卡一张(享有购物打8.8折的优惠)和元旦精美礼品一份.

(气氛布置具体要求):

1,店内挂pop吊旗,店外彩旗,顾客购物赠送新春贺卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围.

2,在活动黄金时段,穿着奥运福娃卡通服装,身挂\"新春穿新衣,新衣伴好礼\",\" 过年恒源祥 全家喜洋洋\"\"看谁是2024年的抓钱能手\"字样条幅在店外宣传,以吸引客户.

3,春节前一周以播放欢快的春节歌曲为主,室外装饰灯笼等.

4,各店活动商品或者赠送品必须于27号晚上前全部到位,并且将活动细则的解释工作落实到每位员工.

**品牌促销方案内容篇七**

国内烟草市场狼烟四起，各厂家竞争异常激烈，纷纷大打品牌之战、烟草文化、公关、行销事件、公益赞助等活动拼得不亦乐乎，大量资金投入到市场，起效甚微。建立品牌要从销量做起，销量上去了，自然品牌的知名度、忠诚度自然攀升。对于新品而言，促销活动是最易拉近消费者之间的距离，迅速完成首次尝试→认识产品→重复购买→忠诚

于该品牌的过程，经过调查证明醇和延安市场的全面展开，76%的消费者认为朋友推荐的。形成意见领袖的消费者能建立良好的口碑效应，缩短了市场的培育期。

本次促销推广活动，主要依靠××企业集团健全的金牌网络优势，占领各大餐饮店，形成名烟与名酒的联袂出击，完成与消费者的亲密接触。

1、 提高××在××市的知名度;

2、 增加消费者的尝试率;

3、 精耕通路，决胜终端，拉动销量;

4、 扎实管理，打击竞品，建立美誉度，为20xx年推广活动的全面展开打下坚实的基础。

20xx年12月5日——20xx年2月5日

××市各大酒店、餐饮店(各零售终端暂不执行)

促销小姐推荐、与口子窖联袂促销、集卡兑换

1、火借油势，风助火威：

充分利用××的金牌营销网络打造××迅速占领××各餐饮终端，并在消费者心目中形成较好的口碑，占领市场关键是占领消费者的心理市场。口子窖营销奇迹已经成为行业里程碑式的历史，提到白酒除了茅台五粮液就是口子窖，可见口子窖的影响力之大。本次活动口子窖与××的联袂可以说是门当户对，对提升××的知名度和美誉度方面锦上添花。

执行技巧：

a、 餐饮店门口的pop提醒等每购口子窖一瓶赠送××香烟一包;(引发需求)

b、 促销小姐主动提示消费者××的促销活动;(兴趣激励)

c、 云南××新品上市促销期间，两空盒兑换一包烟。(信息记忆)

2、欢乐集卡结良缘：

来自云南的××，以她高贵幽雅的姿态，落户古城××。谁能与她喜结良缘，很简单，亮出你的通行证，××伴你行。根据消费者市场研究分析，人类的贪欲一直伴随整个消费过程，集卡简单易行，操作性强，往往在白领一族形成较大的传播影响。

执行技巧：

a、消费者凭三个××烟盒中心牡丹徽标到餐饮店可兑换××香烟一包;

b、另外每购买口 子窖酒一瓶照常赠烟一包;

c、促销小姐主动提示××如何兑换并主动帮消费者剪下，打消消费者有失面子的疑虑。

3、形象小姐公关：

受过正规培训的酒店促销小姐水平技巧远高于临促，她们承担着产品推广的重大责任，行业的使命使她们更了解消费者，通过有效的沟通最终达成交易成功的目的。

执行技巧：

a、形象小姐与消费者面对面的沟通贯穿整个促销活动的始终;

b、以产品展示、产品介绍影响消费者的心理，以便达到最佳的促销效果;

c、重大节日安排部分促销深入到各大卖场(商场、超市、大型专卖店等)

4、全面撒网，重点培养：

酒店以外的各零售终端pop、dm的辅助促销活动的顺利执行，扩大目标消费者的影响力，促使游离态的消费者和潜在消费者对××的认知度，为下一步各终端渗透奠定基础。

执行技巧：

a、pop、dm要求有活动的告知信息;

b、pop、dm12月5日布满整个××市场，销售部人员定期检查，保证活动的实效性;

c、餐饮店的pop简洁醒目易识别，是我们目标消费者的重点培养基地。

1、消费者与促销员发生争执怎么办?

前期的促销员培训，专业的促销队伍，严格的管理制度，是维持促销队伍生存的关键，若发生争执有大堂经 理解决，根据××的促销员规定处理，赔付消费者双倍赠品并书面道歉。

2、消费者拿出大量的烟标来兑换怎么办?

如数兑换。(品牌的忠诚消费者)

3、消费者只在酒店兑换，不吃饭怎么办?

不管吃饭与否，只要不是“假冒伪劣”烟标，照样兑换。

4、促销员私扣赠品怎么办?

印发促销员礼品流水台帐，记录消费者的姓名电话，结合口子窖的提货量和消费者的随机兑换量，制定科学合理的礼品。历来促销礼品的流失是不可避免的，但我们要降到最低限度。

**品牌促销方案内容篇八**

1、延续圣诞影响

2、提高w`·s·m的市场占有率，促进销量，消化库存

1、追求高品质生活的中、上等阶层的现代都市时尚女性

2、年龄层为20-38岁的都市女性

旦旦大礼，与你同享

12月30号(六)、1月1号(元旦、星期日)、2号(一)

试衣者

1、凡试衣者均可获得精美的元旦礼品一份;

2、满即减：

①凡购满380元即减89元

②凡购满580元即减159元

③凡购满780元即减259元

(380—89)/380=0.765(折)

(580—159)/580=0.725(折)

(780—259)/780=0.667(折)

平均折扣：(0.765+0.725+0.655)/3=0.72(折)

主题海报放置在店铺门口右侧且显眼的位置

**品牌促销方案内容篇九**

果汁产品swot分析

s： 中国水果资源丰富，其中，苹果产量是世界第三，柑桔产量是世界第二，梨桃等产量居世界前列。资源丰富可降低原料成本价格，使得\*\*\*果汁饮料零售价显得实惠，符合大学生的消费水平。健康优势。果汁饮料富含多种对人体有益的维生素、矿物质、糖分和膳食纤维中的果胶等物质。果汁饮料是天然、健康饮料，具有可以助消化、润肠道，补充膳食中营养成分的不足。相对于其他饮料而言，消费者更愿喝健康饮料。而且从口感上果汁饮料比碳酸饮料更温和，比纯净水更有滋味、更好喝。

w：果汁饮料市场尚未达到较高的品牌忠诚度，各品牌之间同质化严重，定位雷同，各个产品没有加以清晰的区分。校园市场开发力度不够，影响力有限。

o：近年来，在中国果汁饮料市场呈高速发展态势，果汁市场的迅速崛起与消费者的健康意识增强是密不可分的，果汁饮料，尤其是纯果汁饮料里富含身体必需的维生素和微量元素，也因此，健康美味成为果汁吸引消费者的主因。

t：生产壁垒不高，门槛较低。

好喝、健康、时尚的果汁饮料是吸引消费者特别是年轻消费者的主要原因。

价格策略

采取跟随策略，以市场上其它同类产品的价格为参考，避免价格战。

饮料市场的核心主力是年龄在17—27岁之间的群体，其中大学生在这一群体中占据很大的比重，在价格方面，大学生对饮料的价格接受程度在3元以内。可适当调低其产品价格或者通过捆绑式销售和多买多送的方式隐性降价从而达到扩大市场分额的目的。

一、抢占高校市场的制高点，以点带面巩固局部与区域优势。

二、提高高校市场客户的服务质量。

三、加强终端零售点的铺货率，我们将计划在校园300米以内的超市、饮料店铺货率达到70—80%。

四、完善高校营销渠道建设。

五、加强在高校运动场，如篮球场、足球场、等周围的饮料零售点的布局与渗透，保证铺货率也能达到50%以上。

1、 在学校餐厅的播放器上不断地重复播放关于\*\*\*果汁饮料

明星代言电视广告，截止学校毕业典礼结束。

2、 校园广播在播放时间播放其语音广告，截止学校毕业典礼结束。

3、 制作大海报张贴在同学们都能经过的餐厅门前，介绍活动的主题

地点、方式、详细事项，宣传“时尚、健康”理念

4、在学校的各大小超市入口显眼处张贴一张\*\*\*果汁饮料活动的不干胶海报，介绍活动的主题、地点、方式、详细事项，宣传“时尚、健康”理念。

5、发关于\*\*\*果汁饮料具体促销活动的宣传单。制作5000份。

时间：20xx。6正式开始\*\*\*果汁饮料的促销，到学生都放假离校为止，大概一个半月时间。

包括：1、促销启动仪式，举办时尚健康只是竞答促销。2、超市专场促销、3、毕业生凭毕业证件买\*\*\*果汁饮料除其他优惠外，另外赠送一张明星代言海报。4、赞助学校的毕业典礼。

1、简单举办促销启动仪式，接着在学校举办一场关于时尚健康问题的有奖知识竞答。获奖者即送\*\*\*果汁饮料明星代言海报一张和一瓶500ml\*\*\*饮料。向学生发关于\*\*\*果汁饮料具体促销活动的宣传单。时间定为6。12上午半天。

2、在每个超市留出新产品\*\*\*果汁饮料的专区，有公司直接派出的专业促销人员进行促销活动包括整个促销活动的传达。准备\*\*\*果汁饮料具体促销活动的宣传单。如有同学需要，可直接索要。无偿附赠：买一瓶送200ml的小瓶，同时即可参与免费抽奖，奖品有乒乓球，小瓶\*\*\*200ml饮料，大瓶500ml\*\*\*饮料。活动时间截止学校毕业典礼结束。

3、20xx年毕业生凭毕业证件买\*\*\*果汁饮料除其他优惠外，另外赠送一张明星代言海报。海报数量为200张。活动时间截止学校毕业典礼结束。

4、赞助20xx年学校的毕业典礼。在毕业典礼上继续给参加学生发关于\*\*\*果汁饮料具体促销活动的宣传单。免费为相关部门搭建有关\*\*\*果汁饮料的宣传帐篷。为主持人赞助带有\*\*\*果汁饮料小卡片的话筒。领导席上免费赠送一瓶500ml\*\*\*果汁饮料。

促销费用预算

项目数量费用

宣传单5000份250元

海报800张240元

宣传帐篷5顶350元

赞助及促销果汁饮料 5000元

促销团队10人43000元

总计 48840元

因为促销的产品数量一定，如果市场反应较好的话，及时与总部联系，生产足够的数量以保证活动不会出现缺货，断货而顺利圆满结束。如果市场反应不够好的话，可以适当增加活动时间，而且要及时找出问题在哪里并向总部反应情况，以及时调整策略方案。

面对竞争日益激烈的饮料市场，我们企业依据中国饮料市场发展前景和当今热点问题，将市场不断细分，审时度势，最终推出新产品\*\*\*果汁饮料作为我们的促对象，选取大学生作为细分市场，开创独特的营销方式，将代表时尚、健康的主题在追求时尚、健康的大学生中间铺展开来，以自然原味，健康为契机给中国的果汁饮料品牌打下基础。

我们以“时尚、健康”这些社会热点为宣传和营销的突破点。在整个校园营销活动中配合相应的各种校园渠道的促销，以高效率、高质量、深层次的活动和宣传，既摆脱了大学生反感的商业气氛，又提升了\*\*\*果汁饮料在高校果汁饮料市场的市场占有率和在大学生心目中的品牌美誉度，提高并巩固其在高校果汁饮料市场的领先地位，以期一点带面，成为果汁饮料行业的领导者。

**品牌促销方案内容篇十**

为了方便顾客的购物，降低促销及交易成本，服装企业的零售终端在进行日常销售的时候可采取“记名消费”的会员制方式，具体方法如下：

1、美观大方的记事本一本，内页页数需要在100页以上；

2、以字母（a、b、cx、y、z的顺序）排序，每个字母留出5页左右的篇幅，将每个字母以醒目的方式记录在开篇的位置，以便快速记录和查阅顾客的资料（比如有姓陈的客人加入记名消费活动，那么将该用户归在字母c打头的页数内，对于比较少的a、e、v、u、i、o字母，则不需要留出专门的空白页）；

1、迎宾、销售推介过程在顾客表现出有购买意愿又犹豫不定的时候，适时地向顾客介绍我们的“记名消费”活动；并在结帐的时候再次向顾客提醒和解释本活动的内容；

2、告诉顾客本品牌服饰在进行“记名消费”活动，如果此次消费的时候顾客留下其详细资料，那么可以立即开始享受我们的一系列优惠活动：·本次消费立即可享受九折优惠；

·从第二次开始，在以后任何时间顾客来店消费都可以享受我们八折的贵宾优惠折扣；

·如果在我们做促销活动的时候进行消费，不仅可以享受促销优惠，而且还可以享受折上折的优惠（比如我们现在正在做全场八折的促销活动，那么留下资料的顾客将可以享受八折之后再八折的优惠，其他没有留下资

料的顾客则只能享受八折而不能再折上折！）；

·在顾客生日和重大喜庆节日时，顾客将可以免费享受到我们提供的祝福贺卡和一份精美礼品；

·在顾客的购物累积实际金额达到5000元时，可以再享受到价值200元的现金折扣（可随时在购物时当场抵扣）；折扣后累计金额又从零开始；

例：

有顾客之前累计消费了5180元，在本次打算购买一件全国统一零售价为980元的西服一套，其贵宾折扣应付为784元，因其之前已经累计消费到了5000元，则可在其贵宾折扣的基础之上再现金抵扣200元，即本次实际支付价格为584元；本次消费后该顾客的之前累计又必须从零开始，并且本次消费记录只不得记入新的累计；

·任何时候当次消费只能做为下次消费的累计；比如有顾客之前消费累积了4998元，本次消费贵宾折扣后假设是应付580元，则本次的580元不可以再获得200元的现金抵扣，只能在下次消费时享受200元的现金抵扣。

3、顾客如果有兴趣参与本活动则进行下一步骤；

4、在顾客初次销售结帐的时候，邀请顾客留下联系资料，包括姓名、身份证号码、手机（或其他联系方式）、职业、家庭成员组成；

5、顾客第一次留下资料即可立即享受九折优惠，再以后的消费打八

折；

6、每位顾客来店消费结帐前，收银员都需要在结帐前问顾客是否是老顾客，如果顾客回答是，则请问顾客姓名并核对顾客的身份（比如要求出示身份证或者报出以前留在这里的电话号码等），在核实完毕后对该顾客进行打折优惠或者折上折。并将客户此次消费的日期、款式名称、统一零售价格、优惠后的实际价格一一记录在该用户的名下，以便将来进行查询和累计奖励。如果顾客回答不是，则重复步骤2。

1、留驻客户：通过本活动能够留住客户，将短期客户变成本品牌专卖店的长期客户，客户只要在想购买衣服的时候会立即想起本品牌专卖店；

2、随时享受优惠：方便客户的购买优惠行为，不需要再凭折价券、优惠卡，只需要在每次购买时出示身份证或报上留下的电话，核实完毕就可以立即享受各种优惠活动、获得贵宾待遇，以免客户因为忘记带优惠券或卡而不能享受优惠；

3、简单实用的会员制销售方式，顾客可享受本品牌休闲服饰专卖店的多重优惠活动；从而加强消费者与专卖店的关系；

4、降低促销成本：免去了多次印刷促销折价券、优惠卡的成本，利用现有的方式和条件进行促销活动，各个专卖店可在消费者结帐时进行提醒。

**品牌促销方案内容篇十一**

l 通过部分常规品种的让利促销，提升xx在旺季的销量

l 借助假日经济的人气，带动主力产品的销售

l 树立并传播xx在终端市场的品牌形象

集中等在五一期间进行采购的待装修准业主

(备选)

l 实力xx·实惠放送

l 浓情五月·魅力绽放

l 5.1有特惠，品质不打折

l 五一出实招，惊喜三重奏

l xx纯实木，五一更实惠

l 五月xx，惠风和畅

l 畅享五月风，放价好轻松

l 好xx让更多人享用

xx年4月18日～xx年5月18日

xxxxxx直营旗舰店

(其它地区根据各自情况可参考执行)

xxxx重磅推出三重优惠活动：

1、特价优惠折上折：(优惠力度见特价产品表)

2、真情大放送，送就送实惠：

l 买十送一：你买10平方，我送1平方

l 买xx送踢脚线：购买 平方，送xx专用辅料

l 买xx送安装，实惠送到家：购买xxxx 平方以上，提供免费安装服务

3、抢购实力派，珍藏限量版：一定周期内部分产品特惠限量供应，单次购买面积不超过 平方

1、特价主打产品见列表

2、已推特价商品不参与以上活动

3、三项优惠活动可任选其一，不重复，不累计

4、本次活动的产品和服务仅在活动时间范围内有效

5、本次活动仅限指定区域，最终解释权归xxxxx所有

根据xx门店选择布置以下物料和促销品：

活动海报，店面pop，门头横幅喷绘，易拉宝，宣传单页

**品牌促销方案内容篇十二**

一、近年，随着我国市场经济地位在国际上被更多的国家认可和市场环境的日益完善，服装市场日益朝品牌化、专业化、个性化、多元化方向发展。

20xx年，随着wto的进一步开放与完善以及中国纺织品出口配额的取消，对于中国服装品牌既是机遇也是挑战，国际品牌将大举进军中国市场，较低层面的市场运作模式，如批发和无品牌散卖等，由于市场空间和利润空间的日渐萎缩，市场份额日渐减少，中国内地服装市场在国际品牌竞争催化下，提前进入成熟期，消费者消费行为也明显由盲目趋向理性与感性，市场需求日益在实用功能和消费者消费心理、情感诉求的基础上细分。

这一市场时期，服装产品普遍供过于求，尤其是中低档休闲装，由于利润空间越来越狭小、产品品质同质化和产品款式大同小异现象又十分普遍，市场竞争尤为激烈，品牌之间的竞争普遍超越了产品本身和销售价格的低层次竞争，而转向针对不同层面的消费者、不同穿着场合、不同个性和情感需求的全方位营销和服务的品牌综合实力之争，在此市场态势下，走品牌提升之路，将品牌做大，做强，不但是国内外服装企业的大势所趋，同时也是品牌的生存和发展必由之路。

二、竞争态势

作为传统行业，服装的产品差异性并不大，我们将具有相同质量的竞争者归纳在一起。目前我司运动休闲服所处的市场位置——中低档运动休闲服，目前，我们的目标消费者购买的考虑因素依次为：款式 价格 品牌 面料，此时的消费者忠诚度不高，稳定性极差。运动休闲服100元/三件套价位的的运动套装产品可普遍为目标消费者接受，不过由于梭织类，牛仔类时尚风格的产品有待进一步完善，这在一定程度上制约了运动休闲服品牌春夏季市场占有率的扩大。

同一档次运动休闲竞争品牌，伊韵儿、以纯、异乡人、依米奴等等，则也分别利用各自的产品款式、品牌形象或是零售价格略低等自身优势吸引目标消费群，对我司的市场形成较大的竞争。国际一线的纯运动服品牌nike、addidas，国内市场形象较好的运动服李宁、洲克等品牌的中端产品，由于它们建立了较好的品牌形象，易被消费者接受、购买，因而也占有相当稳定的市场份额。

可喜的是，我司运动休闲服品牌已逐步加强品牌的形象推广工作和主题性的终端促销，并在品牌的文化构建方面决定作长期努力，20xx年度将积极利用一些重大节日开始实行品牌的主题性促销和极富广告创意品牌文化内涵的形象推广，在大大地促进终端销售增长的同时，也将进一步强化运动休闲服的品牌形象，同时也将有效提升运动休闲服的品牌知名度和品牌文化含量。我们的目标消费者购买本品牌的考虑因素的顺序将逐渐转变为：品牌 款式 价格 面料，在目标消费群中建立了相对稳定的品牌忠诚度。

三、问题与机会(swot分析)

通过对公司现有状况的深入了解，我认为运动休闲服当前面临着下面一些市场问题：

●目前营销网络覆盖率几乎为零，国内重要城市或区域市场是空白，，不利于品牌全国拓展战略的推进;

● 与竞争对手相比，产品品种、面料、款式和做工方面的明显优势和特色不多，质量上优势也不明显，要想仅靠产品本身抛离竞争对手，难度较大;

●欠缺系统的广告投放和整合促销计划，品牌形象缺乏独特而鲜明个性，品牌的连贯一致性不强，品牌的推广力度不够，总体市场认知度有待提升;

●部分特许零售网点与总部营销大方向或利益口径不一致，导致营销政策和促销推广活动的执行受阻，品牌形象、终端管理和销售政策也不统一;

● 运动休闲服的品牌文化和管理理念也有待进一步提炼和升华，必须形成运动休闲服品牌独有的企业文化核心理念，使之用于指导企业的整体营运和服务工作，切实贯彻到公司每一位员工，并将其原汁原味的推广普及到我们的目标消费者， 真正的将品牌文化深入心。

**品牌促销方案内容篇十三**

利用315消费者权益保护日这一节日，在活动中注重以公关活动为主，穿插商场的促销活动，营造本商场注重消费者权益的良好形象。

3月10日——3月18日(3/15日为消费者权益保护日，包括前后的双休日)

消费者维权知识有奖判断

(一)“消费者维权知识对与错”有奖投箱活动

1.思路：活动期间，商场每天准备1000张有关消费者维权知识的纸片，每张纸片上内容为一条有关消费者维权知识的对错题，消费者在纸片后填写自己的姓名、联系电话后，根据对错判断投入商场内设置的对错两个箱内。凡是答对的消费者，就有可能获得以下奖品(抽奖产生)。

2.奖项设置：

一等奖：1名价值1000元奖品(购物券);

二等奖：5名价值500元奖品;

三等奖：50名价值20元奖品;

鼓励奖：若干名小礼品一份

3.注意事项：

\*营业员不得参与活动(可采取凭购物小票领判断题的做法);

\*此活动可以由某厂家赞助，以节约费用，但由商场自身举办，这样对商场形象的宣传就直接有力。

\*维权知识问题从有关消费者权益保护的法律条文中取得。

\*活动持续时间、奖项设置、获奖人数、每天发放的对错判断题的数量、是否每天抽奖、还是活动期间共抽一次奖由企业自己控制确定。

(二)当地消费者协会现场受理消费者维权活动。

(三)当地消费者协会受理的维护消费者权益的图片或文字资料展：如20xx年\*\*市十大消费者维权案例。

(四)商场设立有关消费知识的讲座。

3.超市“你敢写，我就给”迎3.15策划

活动的主题：超市“你敢写，我就给”迎3.15活动筹划

活动目的：

为迎接3.15日的到来，和感谢顾客对我们超市在过去的一年里的大力支持，本着互慧互利的原则，经过研究决定举行一次别开生面的让利大酬宾，希望通过我们的活动，能够为顾客朋友节约每一分钱，带来更大的实惠，同时为了感谢顾客朋友的热情购买，在活动期间凡在本超市购买40元的顾客朋友，将还有更大的惊喜。

活动一：

活动时间：2月20日至3月8日

活动对象：2月20日--3月8日在本超市购买40元的顾客

活动的地点：本市的所有xxx超市均参加此次活动。

活动内容：购满40元的顾客可以到服务台领取一张报名的表格，在奖联上写下自己想要的奖品，同时奖品必须是本超市卖场有售的商品，并且是售价不超过20xx元的商品，然后留下有另外一半有活动特制的号码副券，把有自己的姓名和奖品的正券投入我们为你准备的奖箱。

注意点：顾客在写奖品的时，只有写一份商品的名称，同时遵守我们的规定，不得填写大于20xx元的商品和在本超市没有销售的商品，如有出现上类情况而又成为我们的幸运观看，我们将以无效的方式取消获得奖品资格，希望顾客朋友遵守。对以上内容，视同顾客朋友认同，本超市不承担任何责任。

奖项设置:

一等奖：3名奖品：获得自己在奖券上填写的不超过20xx元的商品

二等奖：5名奖品：以自己在奖券上填写的五折价格购买该商品

三等奖：10名

奖品：以自己在奖券上填写的八折购买该商品或者返还在本次活动消费的金额。(最多返还不得大于200元)

活动二：

同时为了以后更好地为顾客朋友很好地服务，我们愿意拎听顾客朋友对我们的心声，只要你在以前或者是未来对我们的工作有很好的意见和见意，我们都愿意拎听，使我们更好地服务你们。

其中可包括以下内容：

一：您对我们超市的哪里不满意和满意的地方;

二：您对我们有何种的建议;

三：我们要如何服务您;

四：您在我们的超市有过种种的不愉快;

五：您对我们的评价;

六：我们要如何经营好我们的超市;

七：您想希望我们以后怎样让利给您;

八：对我们的出售的商品有何要求;

只要您对我们有想说的冲动都可以拿起你手中的笔，我们都愿意听，同时我们将对我们有很大的提议者给予奖励，将在这些热情的顾客朋友当中评选出以下的幸运顾客：

一等奖(二名)：奖1000元有的mp3一台

二等奖(五名)：奖300元的照相机一台

三等奖(十名)：奖100元的商品

鼓励奖若干名：奖20元的购物券

开奖的时间和地点：3月15日晚6：00在各店活动区

领奖时间及地点：3月15日-3月22日营业时间内，请获奖顾客凭有效证件至各店服务中心领取奖品，如获得价值100元(含)以上的奖品，须缴纳20%的个人所得税，由本公司代缴。

活动宣传方式：

超市广播：

从2月1日至3月1日每2小时播一次为频率

从3月2日至3月15日每1小时播一次频率

文字：

超市dm支持(每一星期为一期)

各超市店门前张贴pop广告宣传

4.中心百货“情牵3.15”系列曲策划

活动时间：3月13日-16日

活动主题：xxx超市“情牵3.15”系列曲进行时

活动口号：与幸福同行与精彩握手

活动内容：

旋律a：春潮涌动——让您欢喜让您欣慰

走在风和日丽的三月,您一定被春风春雨感动,被自己的浪漫情怀感动,现在,请让我们来感动您。

您对xxx超市的关心由来已久,我们的成长凝聚着您的支持,我们除了感谢还是感谢.油盐柴米酱醋茶,让我们为您精打细算,漫漫风雨人生路,我们真诚陪您走。

让历史见证“3.15”，我们的感恩行动于3月13日---3月16日闪亮登场。除名烟名酒,特价商品和部分专柜商品外,全场一律8.8折让大利酬宾.您欢喜,我欣慰,xxx超市永远是您生活的好帮手。

旋律b：爱洒宝宝——妈妈，我把祝福和梦想飞上天了

春天离我们不远,它就在窗外,就在我们的身边,它同时也在孩子的手中.一只小小的风筝,承载的是孩子的梦想,放飞的是孩子的心情,请您帮孩子将

xxx超市的风筝带回家中,同时也请您把xxx超市的祝福捎到孩子的心上。宝宝，我们祝你健康成长,天天向上。

宝宝,只要你的爸妈代你在超市购物满15元,这只漂亮的风筝就属于你的了,你就可以随心所欲地将它与梦想给飞上天了。

旋律c：情牵“3.15”——有奖问卷调查活动

凡在本超市购物满15元起,评电脑小票可到服务中心领取“有奖调查卷”一份，填写后交回服务中心即可参与现场的摸奖，内设一等奖4名,奖价值38元的文体商品组合;二登奖6名,奖价值28元的化妆品组合;三登奖10名,奖价值18元的任意商品组合，并根据编号评出特别奖2名,奖价值500元的购物券一张.好心情自然有好运气,好运气一定给您好心情。

旋律d：情涌xxx超市——购物淘金之旅

“走温馨通道,踏淘金之旅”3月16日惊喜为您准备.我们在超市内不同地方分别放置了15套“诚信经营,放心消费”的电脑打印字,如您能把每一套字完整地找出来,那么请到我们的服务中心把您的奖品拿回家.每人限找一套,15套惊喜送给15位朋友.祝您幸运。

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