# 酒水促销活动方案 酒水促销活动方案(五篇)

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-08-24

*“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”。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。酒水促销活动方案 酒水促销活...*

“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”。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**酒水促销活动方案 酒水促销活动方案篇一**

双陵春酒业亲情回馈家乡，(主要是资源聚焦)

二、活动背景(咱们的销售网络已经布全，乡镇14家代理、市区餐饮、流通铺货率80%以上)，但是铺货基本上每家店一两件货所以形不成强势推销。

春节将近，广大消费者在节日期间难免会走亲访友，而酒水则是馈赠亲友不可或缺的必备品。由于生活水平的提高，消费者习惯了去商场、超市、便利店采购节日所需礼品。我希望能够以次为契机，在流通领域开展促销活动，全方位出击推动市场，进行强势市场推广销售，为市场旺季的到来做一个良好的开端，争取做到占领当地酒水市场份额。

三、活动目的

占领当地酒水市场份额，提升产品在消费者心目中的品牌形象。

四、活动时间

20\_\_年11月20日——20\_\_年11月25日

五、活动渠道

各乡镇代理商及市区经销商

六、活动形式及内容

(一)活动形式

初步定为买赠形式，分为代理和经销。

(二)活动内容(代理商)

凡在活动时间(一次性打款十万及以上的代理商)内购买50年、30年、红高尔夫系列白酒均有优惠，具体优惠活动如下：

注：此优惠政策适用于代理商，以活动期间货款到账时间为准。

(三)市区促销活动

购买50年12件增本品4件、电动车一辆，购买30年15件赠本品5件、电动车一辆。

(四)控制原则

本次促销活动各代理商必须要落实到网络终端，不许中间截留，如经发现将扣除该代理商的所有返利。

七、活动执行细则

(一)活动发放条件

1、活动以规定时间内货款到账为准(见具体活动通知)。

2、公司经过审核后在开元路统一发放各个乡镇代理的产品和赠品，并有电视台新闻录像。

(二)促销活动的广宣安排

1.在电视台以新闻形式播出。

2.统一发货造势转市区。

3.场外摆展台，促销人员穿广告衫进行销售，扩大宣传力度。

八、活动执行时间进程

(一)11月16日前确定各项活动政策，完成报批

(二)11月20日前完成各项所需物品准备工作。

(三)11月21--25日正式实施阶段

要求：

各业务员必须在11月16号之前把自己所属区域客户订货数量统计完毕。11月20号之前通知所有代理商货款到位，每个区域代理货款最少10万元。

l赠出产品必须详细在报表登记(报表后附)。

l各代理商订货品种要求不低于3-3-4得比例。

(四)人员安排

1、负责人：李长军

2、销售部全体(负责前期的广宣品准备和活动期间的监督协调)。

九、执行报表

l活动提报表

l赠品预留登记表

l销量表

十一、活动所需物品及费用(预估销量：50年：6000件、30年6000件、红高尔夫4000件)，

销售额：63万+60万+54万=177万

销售费用：100万(能找到便宜的电动车就更好了，现在联系到的1100元(质量好的)。

(一)所需奖品电动车960辆

注：1、能找到便宜的电动车就更好了，现在联系到的1100元(质量好的)。

2、做这样的活动属于强势推广，酒质必须要好才能做，这一点咱们具备，所以这么做的好处是：

1、整个市场没有模仿的品牌

2、各经销商自己拿现款进的货会全力推广，给他压力。

3、占领的市场份额

4、造势上也能一炮打响

5、让消费者真正的能喝到咱们的酒

酒水促销活动方案 酒水促销活动方案篇二

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从消费者角度出发，艺术化去处理，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：

拉上一个强大的组织做后盾，还是挂上和媒体联合，以获得更大的资源?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，促销的反应越大。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，而且要事前与工商等有关部门沟通好。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?选择什么样的媒体投放?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。谁负责与机构、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小区域试行方案等。

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?

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。要杜绝直到活动开展后，才发现促销计划公司根本没有财力支撑诸如此类的状况发生。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、供应链和物流的配合，甚至天气突变导致的意外原因等等。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。

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。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现效益。

有了一份有说服力和操作性强的的活动方案，才能让公司高层支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，从而化促销的效果。

酒水促销活动方案 酒水促销活动方案篇三

一、活动目的

利用中秋佳节进行促销活动，宣传新产品，刺激消费，拉动销量，为下半年销售市场做准备，同时塑造公司外在的亲和力量。

二、活动主题

与\_\_酒水共婵娟

三、活动对象

主要对象为“亲人”

四、活动时间

10.3

五、活动内容

让利促销

1、促销活动时间，购买\_\_酒水多媒体系列，即可获赠内存卡一张。

2、促销活动时间，\_\_酒水\_\_系列，九折销售，不享有赠送活动。

活动促销

1、中秋与\_\_酒水共婵娟

凡是为亲人来购买酒水，可获得\_\_影楼全家福照片的.赠券。

情侣参与“心心相印”活动，过关可以获得\_\_影院电影票两张及婵娟玩偶一个。

2、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：回答问题均与本酒水有关，且除了问答题也伴有动手操作酒水等关卡，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酒水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。

酒水促销活动方案 酒水促销活动方案篇四

一：活动销售

坚持酒吧定期的活动可以起到一个留住老客户发展新客户的良好市场战略。

活动策划：

(1)宣传期间例如：某月10号为活动日，提前1—2周宣传，首先针对店内vip，一一发送活动信息通知;然后店内外宣传，外部主要广告和客人间口头宣传，内部主要以海报和销售人员的宣传，在每一位客人10号前来店消费即告知活动时间和活动主题，并同时赠与或者推销活动邀请卡片。从而\_客人当日前来参加活动，卡片上须注明时间、权限和使用方法。注释：卡片的形式

a：免费赠与——持该卡片参加活动即可免费获得啤酒一瓶或者洋酒一杯。

b：定额面值——该卡片有一定面值额度，得到此卡片的方式是向销售人员或店里购买，比如50或100活动面值，活动当日持100面值活动卡片可以购买店内啤酒半打或者可以充当120元——150元的酒水购买现金来使用或者其他优惠。销售的同时尽量留下客人的信息。

(2)实施方案如是a形式卡片，活动当天客人持卡片前来参加，在进店或者使用卡片兑现啤酒的时候向其赠送下次活动的卡片;如是b卡片，在客人兑换完啤酒，由店内销售人员在客人即将离店之时，为其推销下次活动的消费卡片，或者上桌为每一桌客人做即时推销此类卡片。

活动期间需要有表演、各种互动游戏、即时促销和抽奖环节，保证每次活动的趣味性和吸引性。

二：日常鸡尾酒推广销售方案

鸡尾酒是一种量少而冰镇，成本低利润高的酒，因为它的制作独特方式及实用吸引了很多朋友们的喜爱。酒吧中在不定时间内搞一些鸡尾酒促销这样会加大我们鸡尾酒销售量，从而提高了我们酒吧的经营效益。

1：每晚在9点30前进场到12点未退场并且在吧台消费达到一定金额的客人，均由调酒师赠送精心调制的鸡尾酒一杯。(这一鸡尾酒促销方案主要特点是有时间限制，一般在这一时段虽然人比较少，但是都是一些酒吧常客。)

2：酒吧时间，对每一位来本酒吧来举行生日聚会的顾客，赠送由调酒师调制的宴会系列鸡尾酒或者天使半打或者沙滩半打或试管鸡尾酒一套，并点上烟花以示庆祝。3：周日三为女士之夜，女士在当晚9点30—23点59即可品尝免费鸡尾酒。4制定每周一酒方案，在桌台的鸡尾酒推广卡片中注明某款鸡尾酒做本周半价销售。

5：由营销人员定台并消费达到一定高度的顾客，由定台营销经理赠送杯塔鸡尾酒一套，可由调酒师亲自到其座位上制作。

6：对在吧台购买宴会型鸡尾酒或成套子弹型鸡尾酒或试管鸡尾酒的顾客赠送果盘或者小吃。

7：由服务部负责促销鸡尾酒，给予服务员百分之5的提成(或其他待定)。

8：招聘吧丽以对于坐在吧台消费的男性客人更好的沟通。

9：可以让来店消费的客人留下一张交友卡由酒吧保存。

10：在酒吧各处贴上鸡尾酒小图片和信息，如厕所，墙壁等。

11：由调酒师和吧台工作人员对每一位坐在吧台点经典鸡尾酒的顾客讲这种鸡尾酒由来的故事。

12吧台工作人员须掌握些小魔术和些趣味性游戏和客人互动时来增加气氛和让客人感受不一样的吧台文化。

13：每位客人都可给我们调酒师提供意见和不满，在我们以后的经营中更有效的帮助，和对策改善。

酒水营销活动方案3

一、背景

中国是酒的王国。酒，形态万千，色泽纷呈;品种之多，产量之丰，皆堪称世界之冠。中国又是酒人的乐土，地无分南北，人无分男女老少，族无分汉满蒙回藏，饮酒之风，历经数干年而不衰。更是酒文化的极盛地，饮酒的意义远不止生理性消费，远不止口腹之乐;在许多场合，它都是作为一个文化符号，一种文化消费，用来表示一种礼仪，一种气氛，一种情趣，一种心境;酒与诗，从来就结下了不解之缘。不仅如此，中国众多的名酒不单给人以美的享受，而且给人以美的启示与力的鼓舞。每一种名酒的发展，都包容劳动者一代接一代的探索奋斗，英勇献身，因此名酒精神与民族自豪息息相通，与大无畏气概紧密相接。

二、营销模式

随着进口葡萄酒市场的增长，关于进口葡萄酒的营销模式的发展和趋势，大家都在关注和尝试以何种方式去进行市场的营销，目前来看主要是以这几种方式去拓展(针对夜场)：

1.酒吧

这种形式是以酒把为主导，通过酒吧各营销人员引导消费，单一性比较强，可以让消费者直接消费，选择起来更有针对性，安全性也比较高。珠海酒吧葡萄酒一个月销量太约在400-500瓶左右，也是酒水快速销售场所

2.\_

\_是最有消费能力，通过与管理者经济挂钩模式\_销售，采购产品多数为高档酒，销售价格相对比其它场所略高。

目前很多人看好这个市场，它有充足的市场信息，在葡萄酒选择渠道上，有足够的优势，在消费上kvt场所可以指定客户单一选择，并且可以以酒类形式与包房价格\_消费。

4.中高档餐饮店

主要消费源来自客桌，需与服务及营业员挂钩销售。但是就将来以何种形式，中国葡萄酒的市场会比较好。

三、营销规划

1、发展期策略

(1)媒体集中投放，选择报纸做促销平面广告、路牌继续增加、电视广告集中在黄金时段、重点城市主要路线车身广告、重点终端做店招广告的组合媒体方式。

(2)在终端建立上加强样板终端的品牌形象包装;

(3)连合夜场举办大型消费者促销系列活动;

2、巩固期策略

适当举行系列公关活动，如文艺演出、刘老根平台、夜场相关协会、社会关注的其它活动相结合等;

3、促销活动：(注：以下推广活动仅为提纲，具体执行方案以届时方案为准)

(1)通路促销：

促销方式内容支付方式费用预算作用。

四、营销策略

(1)消费者主题促销(如1+2模式、奖品模式)：4——7月终端消费买赠活动，以抽奖、

礼品等方式带动消费重点市场，有效提高本品牌在消费者的知名度。

(2)常规性消费者促销：时间活动方式活动地点费用预算效果预估促销服、酒水牌、海报、dm单、\_展架、礼品

(3)公关式

无论是在政治还是在经济方面都需要政治公关策略，但在产品推广方面公关是不可缺少的推广元素。我们在组建销售团队时，首先考虑产品推广人员必须具备社会丰富的资源必须还具备整合和驾驭能力。所谓谈的社会资源整合和社会资源驾御能力就是公关学。

酒水促销活动方案 酒水促销活动方案篇五

一、提前作好春节白酒促销方案

卖场销售的计划性很强，白酒厂家要至少提前一个半月和卖场确定活动的内容和档期，因为每个卖场堆头和端架的黄金陈列位置是有限的(一般只有2—3个位置)，堆头好的位置依次为酒类主通道、酒类货架中间区、商场堆头区、收银台堆头等四个位置。各个卖场在两节期间一般会把堆头和dm的档。

期分为三档或更多，第一档为圣诞期间(多为红酒)，第二档春节期间、第三档春节期间，目的是以丰富的促销活动内容来吸引广大消费者的兴趣，也同时让厂家提供各种费用的支持。所以厂家应该提前做好相应的各项准备，在11月份开始与商超展开谈判，把黄金位置的堆头和端架提前“占领”。因为11月份是白酒旺季里销售比较淡的时段，商家在这个时间一般会主动找厂家要一些支持，厂家可以利用这个机会要求签一些位置好的长期堆头保持到春节，一般商家会给予一定的折扣，从而形成双赢的局面，但只适于实力比较雄厚的厂家。

二、导购人员的招聘和促销品的准备

由于白酒的淡旺季比较明显考虑到投入产出的问题，所以白酒厂家一般在市场的淡季3—8月份只在商超渠道里保留很少的导购人员。而在市场的旺季9月份—次年的2月份特别是中秋、十一和春节、春节期间在商超增加导购人员，所以导购人员的队伍很不稳定。建议在两节促销期间多使用一些30岁左右的女士原因有三，一是这个岁数的人有一定大生活压力比较珍惜工作达到的机会，哪怕是短期的。二是白酒两节期间销售量较大上货需要一定的“体力”，在这方面年轻的都市女孩大多数吃不了这个苦。三是商超一般都把厂家的导购当作自己的员工一样使用，盘货时要加班加点，还要倒早晚班年轻的女孩因为交朋友会经常请假。在人员招聘的同时不要忘记及时准备赠品，这虽是老话长谈，但确是我们促销活动的\'重中之重。因为这将体现厂家对消费者的承诺是否能够兑现。今年夏天某世界饮料巨头在河北一个地级市场开展集一拉罐拉环或瓶盖25元送该品牌的旅行包的活动，在当地青少年当中产生了很大的影响，纷纷排队兑换。但该品牌的旅行包却一直跟不上兑换，每次到兑换的日期只能满足十个人左右，在目标消费者中间产生了很大的负面影响。笔者与礼品兑换人员交谈中了解到，市场部的策划人员没有正确估计到“活动会有这么好的效果”所以根本没有发放足够的促销品到该市场。由此可见连知名的跨国公司都犯的错误，我们怎么能不充分的重视赠品的准备工作呢?

三、春节白酒促销活动在商超的落实

春节期间的白酒促销活动方案，一般要提前一个半月与商超的相关部门开展谈判工作争取卖场的支持。全国性的促销活动要与大型连锁超市的全国采购经理进行协商。目前除了与大型全国连锁商超的统一协议外，其各个门店也有很大的权利。比如：你和有的零售商在总部谈妥了促销活动，又交了各项的费用，可是无法在门店得到很好的执行，或者有的即使执行，你也占不到好的堆头位置和门店的主动配合(往往是店内为了应付总部的命令而勉强作个样子)。这就要去作各个门店的工作。因为你把钱交到了总部，店内没有得到好处，怎么会有积极性拿出的位置来配合你的促销活动呢?所以如果零售商允许的情况下可以与总部谈促销方案，与门店直接洽谈费用有时可以起到意想不到的效果。综上所述要明确了解零售商的内部情况，争取少走弯路才能起到事半功倍的效果。

四、商超费用的控制

在商超开展的促销活动要交纳一定的费用，如：导购员的管理费、堆头费、端架费等。这就要求我们要及时了解零售商的费用结构。很多时候采购等人员的费用是可以谈的，通过良好的沟通达成一个双方都可以接受的价格，才是各自的目的。但记住要把有限的钱花在刀刃上，要把销量和费用挂钩，把费用放在的卖场里，才能取得理想的销量。

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