# 最新元宵节促销活动方案(23篇)

来源：网络 作者：天地有情 更新时间：2024-08-25

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。元宵节促销活动方案篇一由于父亲节和端午节只相差...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**元宵节促销活动方案篇一**

由于父亲节和端午节只相差几天，并在同一快讯档期，而父亲节相对端午节来说，仅仅是一个小节日，两者只能选择其一做为促销重点，因此，今年父亲节的促销不做主题式促销，主要以商品促销为重点，来达到销售的目的，商场促销父亲节活动方案精选。

6月19日—6月24日

1、扮靓父亲，重返年轻

2、给老爸一个温馨的父亲节

3、真情实意送父亲，健康礼品更贴心

选择男士商品和季节性商品进行促销，以下商品谨供参考：

1、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等；

2、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀、体育用品、高档礼品等；

3、烟酒类。

由采购部针对相关商品与供应商洽谈特价销售：

1、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀等特卖；

2、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖；

3、让父亲更快乐：一些精美高档礼品等特卖；

1、要求采购部洽谈供应商，争取供应商对相关男士用品开展打折、买赠活动，如买空调送毛巾被、买西服送领带、买烟酒送打火机、买保健品送一小盒西洋参等；

由各连锁分店根据本店与专柜情况，针对相关特价商品进行突出和重点陈列，以促进和达到节日销售的目的，规划方案《商场促销父亲节活动方案推荐》。

1、“神气老爸”孝子亲情绘画大赛

活动时间：6/5—6/12活动地点：绘画成品交至1f服务台；获奖作品展示于iy西侧橱窗

活动内容：父亲节即将来临，为了表达对父亲的敬意与感谢，用你的画笔将老爸最具特色的一面画下来并在画像背面附上简短的说明寄给我们。如：“健康老爸”、“快乐老爸”、“帅气老爸”等。进行评选后，我们从中评选出50名获奖作品在店外进行展示。参赛者年龄限18岁以下（含18岁），画体风格不限。6/5———6/12为作品收集期，6/13为作品评选期，6/14———6/16为获奖作品展示期，6/16进行现场颁奖。

奖项设置：一等奖：1名价值300元的礼品二等奖：1名价值100元的礼品三等奖：2名价值50元的礼品纪念奖：46名精美礼品一份

2、“巧手老爸”手包粽子比赛

活动时间：6/1615：00—17：00活动地点：正门外淑女屋旁报名方式：

活动内容：父子（或父女）免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报50队。在规定的时间内，包粽子的数量最多、最规范者即为获胜，所包粽子参赛者可带走。

奖项设置：冠军：1名价值300元的礼品亚军：2名价值100元的礼品季军：3名价值50元的礼品参与奖：44名精美礼品一份

3、“勇敢老爸“旱地龙舟比赛

活动时间：6/1710：00—12：30

活动地点：iy西侧橱窗

活动内容：举办旱地龙舟比赛。

在端午节这天，自古就有赛龙舟、吃粽子等传统习俗。你想尝试划龙舟的乐趣吗？你想让今年的端午节过得更有意义吗？那么赶快参与我们的旱地龙舟大赛。参赛队伍组成：康师傅一支队伍，观众三支队伍，春熙路街道办两支队伍。参赛队伍可获精美小礼品一份

4、父子闯关趣味赛

活动时间：6/1715：00—17：30活动地点：1f正门

活动内容：父子（或父女）免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报30队。比赛分为：父子颠足球接力、父子卡拉ok对唱（伴奏带自备）、你做我猜——父子默契大考验，真情传递。参赛先手需按要求完成以上内容，比赛采用计分制，根据部分评出冠、亚、季军。

奖项设置：冠军：1名价值400元的礼品亚军：1名价值200元的礼品季军：2名价值100元的礼品参与奖：26名精美礼品一份。

**元宵节促销活动方案篇二**

：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。

：顶瓜瓜的目标消费群

：20 年5月1-7日，根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动最大量接触消费者

：全国顶瓜瓜零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高顶呱呱在当地的销售业绩和知名度。

运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

：购物七天乐，天天都快乐

副标题： 四重大礼 送你惊喜

：debest各系列特价产品

促销策略：

为完成年前库存换季清销工作，本次促销活动以向消费者让利为主要操作手段;为了展示debest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终端销售产品进行，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;

促销形式：

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性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，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

1、 曾经买过，一定送!(第一重礼)如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

2、 现在来买，立刻送!(第二重礼)五一七天，指定产品均享受五一快乐价!新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送!

3、特款特价，特别送!(第三重礼)：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。

4、即使不买，还能送!(第四重礼)：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，创造线下传播及尝试性购买的可能性。

规则设定：到顶呱呱专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的就可以参加抽奖活动。

奖品设置：一等奖 价值400元的美容护肤品(也可用价值比较高的顶呱呱产品替代)

二等奖 debest彩棉内裤一条或等值debest产品

三等奖 debest袜子一双或等值debest产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商根据当地顶瓜瓜平时销售情况预估而设定名额，抽奖箱由经销商自购，抽奖用的客户资料卡可以做成名片大小，材质就和名片材质一样即可，这由客户自己制作。

顾客资料卡设计(抽奖卡)参考：

注：购买特价品不再参加买赠活动，购买特价品和参加买赠活动的同样可以参加抽奖活动。 买赠指买正品、新品达到多少金额，送内衣或线衫一套/件，赠品可从特价品中选出一部分不做特价销售，专门用于赠品。

对终端要求：

1、 客户活动组织能力强，愿意投入、配合。

2、 五一活动前有大量备货，活动前有一定量的广告宣传。

3、 严格按照公司制定的促销价格执行，如不能按统一的促销价销售，公司将对其进行严厉处罚。

1、 吊旗16--20面/10平方;

2、 dm宣传单 1000/点

3、 海报 1张/点

注：吊旗、dm单、海报公司可统一制作，营销经理需提前和客户沟通，做好统计，4月15之前将各个数量报回公司客服部，以便公司及时安排印刷。

1、活动期间活动点派销售人员在各大商场入口处派发活动dm单页;

2、活动点于4月30日门店或专卖点营业结束在门店内或专卖点内悬挂活动主题吊旗，张贴海报，用于吸引消费者驻足观望并烘托主题活动氛围;

3、各专卖点醒目处放置主题背景及内容说明物料一个(x展架或其他物料);

4、 活动面积至少保证50平米以上，可选择商场门前或步行接的露天广场，也可选择商场内的活动广场，因为五一搞活动的品牌、厂家很多，所以场地要提前洽谈，越早越好。

5、 为加强活动的吸引力和现场的气氛，客户可同时在活动场地举办模特走秀、歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭置、主持人的挑选，演员的确定，娱乐活动内容的选择都要细致，周到。

场地要求：场地中央可搭建t型台，后面制作的大型背景喷绘,可以走秀,表演节目,t型台周围放几个模特,花车10-20节围在周围.货品全部放在花车与t型台之间.现场所有能利用的地方都要有顶呱呱的广告喷绘，以制造良好的现场氛围.

本次活动由各地经销商按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量最大的通道派发dm单页，负责向女性消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有debest明显标志。

2、抽奖活动管理人员：

为保证抽奖活动有序进行，必须指定专人对抽奖箱、奖券、奖品进行管理，避免发生不必要的纠纷，影响到品牌形象。

3、活动检查人员：

活动执行期间，debest各大区派出人员进行活动检查，如发现各地经销商操作上的一些偏差行为即刻调整，保证各地活动的同步进行。

五一活动所需物料及媒体支持如下：

① 场地支持(50平米以上)

② 五一海报

③ 五一x展架

④ 横幅

⑤ 吊旗

⑥ 活动背板喷绘

⑦ dm宣传单页

⑧ 报纸广告

⑨ 电视字幕广告

⑾抽奖箱一个，用于存放消费者留下的个人信息。

(注：货品请提前三天准备好，广告发布提前一周，道具喷绘制作请提前五天做好。如有必要，经销商可以自行增加其他方式，如歌舞走秀节目。)

海报

文字部分：

顶瓜瓜(左上角商标)购物七天乐，天天都快乐

五一“购物大片”激情七天连映

曾经买过，一定送!

现在来买，立刻送!

特款特价， 特别送!

即使不买，还能送!

活动没有门槛，参与不受限制!

顶瓜瓜彩棉服饰公司独家发行，全国公映!

(海报制作注解：按照电影海报发行风格，体现经典、同时具备服饰影像，建议色调：刺激、醒目、大气!如果是专卖店，做成海报贴在橱窗，如果是商场终端，做成展架)

x展架或店堂公告

(用来解释优惠内容的!建议使用印刷体，不建议手体书写，公司可以设计样本)

文字部分：

顶瓜瓜(商标)五一 购物七天乐，天天都快乐!

副标：四重大礼，环环惊喜

① 曾经买过，一定送：如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

② 现在来买，立刻送：五一七天，指定产品均享受五一快乐价!新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送!

③ 特款特价，特别送：您很想很想买顶呱呱的产品，但又很想很想省点钱，怎么办?顶呱呱特别为您送出了t恤、家居服、衬衫等特款特价产品，只要掏个成本价您就可以买到喜欢的产品。

④ 即使不买，还能送：即使您从不买顶瓜瓜产品，但是不小心路过顶瓜瓜专柜，请您留下姓名和电话号码，活动结束当天，我们将抽出30名幸运奖，礼品为彩棉线衫、彩棉内裤和彩棉袜，中奖后我们会第一时间通知您。

**元宵节促销活动方案篇三**

一、活动背景

618流量史上最大，红包史上最多的将会是几百万卖家的舞台。零门槛，精准推送，让更多的卖家和买家加入到这场年终盛典中来。

二、活动时间

6月18日

三、活动主题

主题：

活动主页:

四、全网推广方式

全网推广优势：

1、 价格低

2、 速度快，没有任何一种传播工具可以像互联网这么快。

3、 传播范围广，可以全方位，全面的把活动信息展示在互联网任何角落。

1、微博推广

微博作为一种新兴的媒体传播渠道被越来越多的.人关注，因为他传播速度快，一对众的n次方传播范围广，时效性强，推广方法如下：

1、更新微博：微博图文并茂更有说服力。常与粉丝互动取得信任，达到口碑宣传、信任代理。

2、微任务：让大v转发(付费，五十元左右一条)，大v的效果不能忽视，大v就证明在某一圈子或领域有一定的影响力!

3、粉丝通(付费)：精准投放，百分百展示，按效果付费。

粉丝头条(一元)与粉丝通相似，前是展示在自己粉丝信息之中，后者是全网之中。

4 、发起博友转发互动，在原微博上闹起来!使更多的人参与进来转发互动，便可以展示在更多人面前 。

2、微信推广

微信特色是一对一基础上的人脉口碑传播，传播速度慢但影响深，信任度高，微信还有极强的移动o2o基因，很适合做销售转化及客户关系管理。

公众账号、朋友圈、漂流瓶等方式进行广告、软文发布。可以公司全民参与，让更多的人了解。(联系高质量公众账号发布)

3、论坛推广

论坛是人气聚集最高的地方，设置个性签名，可以发一些活动介绍(新闻)、软文链接等，做好关键词也方便百度等搜索引擎收录。

4、sns社区推广

sns的关键是关系黏度，校友网、人人网、开心网、豆瓣网等，可以分三步，加好友、常互动、留答案。

5、qq推广

可以同时加几十个qq群,每个群有200人左右, 发布广告、群邮件、(一般会被请出群。)

6、博客推广

sina博客、网易博客、qq空间(说说)、百度空间等发表几篇好文章，这个需要长期间的积攒沉淀才能换来终

始的粉丝。目前只能做到广告展示的效果。

7、百度推广

贴吧：到比较火的吧发链接、发布广告，在黄金时段马甲顶贴，使其置顶展示。

问答：自问自答，需要多个马甲。

百科文库：具有权威性，搜索排名靠前。(ps：如本次方案做好标题关键词、加上活动链接就可以上传文库。)

五、最终目的

经各种推广手段引流达到30万uv，并提高更好的转化率。是双十二活动完成制定目标!

**元宵节促销活动方案篇四**

一、活动背景

从以往的经验看圣诞节对于药店促销来说推动性不是很大，但机会不可放过，将两节合并一块，借机宣传并加强药店影响力度。

二、活动目的

加强药店外在形象，扩大知名度。

三、活动主题

送给你家一般的温暖

四、活动时间

12年12月24日-12年1月3日

五、活动方式

打折、买赠、义卖

六、活动内容

活动一

1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。

2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。

3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒(共500份)。

活动二

本店开展\_\_老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于\_\_贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

七、活动宣传

宣传单、dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

八、活动预算

略

九、活动注意

1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。

2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。

3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

【范例】

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10%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100%。(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最大的，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、菜市尝居住门户、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—10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

**元宵节促销活动方案篇五**

一、活动目标：提高商场问量，培养一批忠实客户，增强和客户互动交流。

二、活动介绍：利用愚人节搞整蛊和促销活动，通过推广，提高商场访问量，培养一批忠实客户，增强和客户互动交流。

三、活动准备：

(一)物品准备：所有新产品上架

(二)图片准备

1、整人商品拍照、处理

2、设计整人礼品促销图片。

3、设计整人活动和促销活动图片

(三)商场布置

1、整人活动及促销活动宣传图片放在主页。

2、设计整人活动和促销活动专区。

3、设计宣传口号及宣传活动说明

(四)宣传推广

1、论坛宣传。

2、网站宣传。

四、活动方案：

1.买一送一：愚人节活动期间(3.30-4.1，共三天)只要在本店购买价格超过50元的，就可以免费任选ck、lee、阿玛尼、lv袜子宝贝一双。购买价格超过100元的就可以免费任选男士ck内裤或袜子一件。购买价格超过200元除了可以免费任选男士ck内裤或袜子一件，还可以获得我们vip会员资格，享受vip会员待遇!

2.买衣服，送整盅：另外，为了发扬本商场一切为买家服务的思想，回馈光顾我们的买家们，还特地推出买衣服，送整盅活动，只要参加了我们买一送一的活动，可以指定将免费赠送的内裤或袜子快递给您需要整盅的朋友。并且可以留言，留言内容可以由买家决定。或者选用我们的整盅短信或整盅书信。

**元宵节促销活动方案篇六**

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

**元宵节促销活动方案篇七**

一、活动目的

加强药店外在形象，扩大知名度。

二、活动时间

依据国家法定节日或周末时间提前自行安排

三、活动方式

打折、买赠、义卖

四、活动内容

活动一

1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。

2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。

3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒(共500份)。

活动二

本店开展\_老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于\_贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

五、活动宣传

宣传单、dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

六、活动预算

药店根据自身情况自行决定

七、活动注意

1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。

2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。

3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

八、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

药店最实用的促销方法

产品折扣让利

要点：价格折扣或特价，主要是：限时特价或闪时抢购两种方式。

分析：特价或让利销售是直接、效果最明显的促销方式，但其是把双刃剑，一方面销售利润低，另一方面对产品后期销售价格有影响。

注意：开展折扣或特价促销活动之前，应将产品价格高挂不低于15天，同时给予pop海报说明(店内、店外)，海报应简短明了，直接告诉消费者便宜了多少钱，并且活动时间不宜过长，二至三天为佳;所折让额度应尽可能高，否则无法引起关注。

买赠促销

要点：买赠促销，方式有两种，买a送a，买a送b，b可以是实物亦可以是服务同时可考虑两种赠送方式：长期赠送和短期赠送。

分析：买赠是目前较为通行的促销方式，但是，赠品的高度同质化造成消费者疲劳，很难引起消费者兴趣，一个好的赠品(实物或服务)会对消费者产生强烈的兴趣冲激。

注意：所选择的赠品品牌一定不能比本品低赠品的采购价格应不为消费者所知，并具有可描述价值空间活动开展前应详细计算投入产出比，考虑费用承受能力。

现金返还

要点：购买成交，返还现金 按成交梯度返还、接单返还。

实例：购物200元，返还50元 每成交一单送红包一个(不论金额)。

分析：相当于直接折扣，当有让消费者意外收获的效果，且能有效保护价盘采用按单返还，可降低费率。

注意：虽现金返还与直接折扣本质相同，但操作时一定不能直接将返还从货款中扣出现金返还应根据情况，确定返还时间。如：开单后、提货后、铺贴后。

凭证优惠

要点：凭卷凭票凭证享受一般消费者无法获得之优惠额度;方式主要有：给老客户发放优惠卷、通过媒体发放优惠卷、针对目标消费群发放等。

实例：凭优惠券，优惠一定幅折扣或额外服务。

分析：发放控制，有效期限，优惠程度，实际价值。

注意：优惠卷的发放量一定要控制数量，不能让消费者很轻易得到。

优惠卷的折扣力度应是全方位的，如此才能让消费者感觉到优惠卷的含金量，激起用优惠卷的欲望。

集点购买

要点：达到积分或者数量，给予额外优惠。

实例：月销售额达1000元，除正常返点外，额外给予3%。

分析：对内部员工的活动。

联合促销

要点：直接价格折扣。

举例：购买本品，可获得\_等高额折扣。

注意：联合伙伴的经营行为不可随意更改，不可向其他消费者提供更低的折扣。联合伙伴的品牌力不可低于本品。

免费(部分)试用

要点：提供试用产品或部分免费试用。

举例：花茶小包试饮装。

分析：此促销需事先投入成本，后期效果可控性差。

注意：1、选择合适的参与对像，地位、声誉、口碑;2、参与对像应允许对其进行广宣。

抽奖销售

要点：购物参与抽奖，现场或者集中开奖。

实例：买产品达1000元，可免费抽奖一次。

分析：当前在县级市场和乡镇级市场，抽奖活动依然广受青睐，每人个都相信自己会有好运气。

注意：1、按费用计算，未达到一定额度不要投入一等奖。2、不可因设过多奖项，而降低一等奖奖励额度，没有人看到小奖，引起关注的只有一等奖。3、不可因有抽奖活动而放弃常规促销。

有奖参与

要点：设置活动，参与有奖 主要运用于人气提升。

举例：进店有礼。

分析：规模性有奖参与可最大化提升消费者，特别是潜在消费者的关注度，对得升品牌、店面宣传、促销活动有极好的推动作用。

注意：单次奖品的设置应考虑费用核算，不要将部分消费者重复获得奖品做以控制，要知道越重复，关注率越高。

**元宵节促销活动方案篇八**

一、活动背景

1、面临国庆长达7天的假期，用户消费能力比较强，进行大型促销活动，拉动商场消费，提高商品消费额。

2、促销活动，也是传达公司经营理念，提升企业品牌形象、进行品牌宣传的好机会。

3、如今家电行业，同城国美、苏宁等商场都在积极备货，策划商场活动，如何结合商场优势，打造新颖的促销活动。

4、整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

二、活动主题

“喜迎国庆、乐庆中秋”\_\_商场，豪礼相送，挑战价格最低点。

三、活动地点：

\_\_商场各大门店

四、活动组织：

总负责：\_\_商场市场部

协办：销售部、各大门店、采购部

五、活动内容及安排：

1、到店送

活动期间：活动期间，只要到店，就有不同小礼品相送。

2、满就送

活动期间：凭购物小票，去每层支付台，兑换相应小奖品。

比如：购物满1000元送价值30元\_\_西餐厅使用券;

购物满3000元送价值60元\_\_影院电影票;

购物满5000元送价值120元\_\_电器;

购物满10000元送价值240元\_\_电器;

3、特价送：

全店每店有不同电器日，10月1日电脑日，诸如此类的，当天同类电器新品9折，老款8折甚至更低。

4、购物送：

在10.1-7日，凡在我商场购物即可凭购物小票参加国庆中秋刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，获取相应标签号，待活动最后结束那天，实行抽奖活动，请商场总经理进行抽奖仪式，实行全透明，保持公平公正。

一等奖：45英寸彩电一台;

二等奖：洗衣机二台

三等奖：大一p冷暖空调三台

六、活动宣传：

1、投放时间：9月22日—9月30日;

2、投放渠道：电视、巴士、地铁等广告

3、宣传内容：“喜迎国庆、乐庆中秋”\_\_商场，豪礼相送，挑战价格最低点。宣传当天活动内容，营造活动氛围。

**元宵节促销活动方案篇九**

一、手机swot分析

优势：

1.品牌全球注册

2.得天独厚的数码音频技术

3.1000~20\_\_的手机价格竞争优势比较强

4.阅历优势

5.雄厚的自主研发力量

劣势：

1.起步较晚，目前市场占有率较低

2.产品少，机型单一

3.功能不够强大

4.产品线有限

机会：

1.市场容量巨大

2.3g宽带的显著提升

3.科技技术不断进展

4.中高端收入人群不断增多，对音乐的要求也越来越高

威逼：

1.国内国外竞争者多，竞争比较大

2.核心技术把握不够

3.各大手机品牌销售价格竞争激烈

4.同类手机竞争品牌多且已有肯定优势

二、活动目的

加大宣扬力度，提高知名度不断完善销售渠道和售后服务，提高顾客满足度技术上不断创新，扩大生产规模，降低生产成本连续保持原有品牌定位，扩大消费群体加大研发力度，推出新品牌，形成自己的品牌。\_手机有关“留住最真的”为了迎接五一小假期的到来，抓住一个节日购买的金朝日。\_如何在激烈的手机市场竞争中打响名号，独树一帜。

达到销售和宣扬双赢的效果。通过一系列的促销活动及一些优待价格策略，打开在高校城里\_的名气，增加销售量，传递\_给我们彼此带来最真的爱。

三、活动主题

“留住最真的”

四、活动时间

20\_\_年5月1日—5月3日

五、活动地点

\_\_广场、\_\_广场

六、活动对象

高校生、情侣、工人

七、活动内容：

活动前预备：

1、在促销开头前一周投放广告及开头产品促销前的广告宣扬，为促销的开头造势。通过报纸、传单、户外广告这些媒介，制造知名度，这是一次全力以赴的广告活动，使人们对于\_有肯定的印象和了解。

2、预备好一切促销所需物品(例如示范产品和销售产品，宣扬用的遮阳伞，促销开头时用法的传单，促销人员的服饰)。

3、定好促销人员并且做好推销前的培训，人员搭配是一男搭一女一起应对消费者。

4、街道布置：在步行街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅(每个条幅的标语都不相同)广告策划，一共三个条幅。

5、舞台布置：1米高，长为4.5米什么是策划，宽为2.5米的台子，用红地毯铺上，背景长4.5米，宽2米;上行写：\_手机，真情回报重庆人民(\_手机四个字用别的颜色)下行写：大奖等你拿(奖字写的大些，并且用另一种字体)，舞台左右各放三个音响舞台前摆上电视机，电饭锅等盒子，摆2米高并用绳子拉好(以免风大，吹倒盒子砸到群众)，在盒子上贴上奖字;舞台摆个气模。

6、柜台设置：真机放在柜台里;柜台上放模型，模型下放着相应的传单;柜台的手机应按价格摆放，每个柜台有两位销售员

7、人员选择：舞台人员选择，舞台的演员应选择乐队，注目率高，能更好的留住消费者，乐队应尽量“阳完”，能给人一种活力，乐队大多都有自己的主持人外观，表达力量进行审核，要幽默，并且有很强的应对现场的力量，还要配一个电工，(防止出现电力方面的问题，好即时修复，也可以关心搬运奖品之类的);柜台销售人员选择，首先这些人员要有过销售阅历，不要找同学之类做柜台销售人员，由于她们没有过多的接触或根本就没接触过销售，表达力量上欠缺一些房地产策划，也没有过销售阅历，选择的人员外貌也要经过审核，对服务看法也要有一个也许的考核，经过培训让她们了解天时达每款手机的功能，并敏捷运用手机企业策划，每个柜台占两人，她的销量和她的工资挺直联系起来(从而可以提高柜台销售人员的服务看法和销售业绩)。

8、服装的选择：舞台人员可以随便，服装颜色的选择要尽量艳丽，尽量显的有风格但还不另人反感;柜台人员的服装应统一，并佩带柜台销售人员的标记。

活动中的操作节目设置：

1、情侣组：

(1)现在邀请几对情侣上台前来，都着装好\_公司统一的服饰。

(2)由几对情侣之中的一位男士(女士)蒙上眼睛摸台上的其余嘉宾女士(男士)的脸，看是否可以分辨出对方

(3)最终找准了自己的另一半的将送出由\_公司供应的精致情侣手表一套

2、同学组：

现场邀请一些同学清唱\_广告的音乐，最终由场下观众打算最终的冠军，将由\_公司供应\_(mp4)一部

3、嬉戏组(快速投球)：

(1)把不同颜色的篮球球投掷在我们现场的篮筐里

(2)根据规定的时间投进写有\_的篮球最多者为成功，送由\_公司供应的直板体验机一部。

活动后的连续购买现场：当天购买\_任何手机都有促销价格，还有赠送1g内存;对与参与了嬉戏的顾客除以上优待还再送一个原装电池。

八、活动经费

略

九、促销评估

此次促销是刺激消费者的认知，以品牌认知为目标的表现策略，提高认知度，强化记忆度达到最基本的认知和知晓的目的，运用广告引起消费者的留意。

通过介绍手机，作嬉戏，无偿领奖的方式引发消费者的爱好，增加消费者的记忆，良好的服务看法，以及广告宣扬来左右消费者的看法，信任20\_\_年度\_real会“留住最真的”爱。

**元宵节促销活动方案篇十**

喜庆新开业 百万豪礼大放送！（总计：53800元）

dm档期：1月\*日—————1月\*日

震憾开张——意外惊喜送！费用预算： 500元x3天=1500元

活动时间： （开业前3天）

活动形式：活动期间凡晚上6点以后光临百姓超市顾客朋友购物满128元就送5元打车费。每晚限100名

三十万元购物卡大放送！（1月20日~26 日）费用：15000元

活动内容：活动期间现金购物满128元，凭购物小票+85元现金可换取100元购物卡一张。（只限现金消费，限送3000张，米面油等特殊商品除外，送完即止）

来就赚 满就送！（1月20日—————1月22日）费用：12600元

活动时间：开业前3天

活动形式：活动期间顾客一次性购物满48元（会员38元）以上，凭当日单张电脑小票可获赠百姓精制购物袋一个。每天限送400个，送完即止。

一次性购物满98（会员88元）元以上，凭当日单张电脑小票可获赠黄豆酱油一桶。每天限送200桶，送完即止。

一次性购物满128（会员118元）元以上，凭当日单张电脑小票可获赠精制大号钢化塑料盆一个。每天限送200个，送完即止。

费用预算：2元\*400名=800元x3天=2400元

7元\*200桶x3天=4200元

10元\*200个x3天=6000元

整点购物幸运大免单！（开业前3天）费用预算： 10000元

活动形式：活动期间每个整点时段幸运大转盘就会转出一个幸运收银台号，而此时正在此收银台结账顾客朋友就可以获得免单，买多免越多哦！（每次免单金额最多200元）

活动细则：开业前三天，每天12个整点分别是：9点。10点。11点。12点。13点。14点。15点。16点。17点。18点。19点。20点。转盘放在收银线一侧。

注：收银课 财务 防损 等部门共同负责。

喜庆开业大奖等你拿！ 费用：11700元

活动细则：即日起会员购物满48元（顾客购物满58元）即可参加，开业当日晚举行大型抽奖庆典活动。

特等奖一名：奖42寸平板电视一台（3500元）

一等奖一名：奖32寸平板电视一台（20xx元）

二等奖2名：奖洗衣机一台（20xx元）

三等奖二名：各奖微波炉一台（1000元）

四等奖二十名：各奖5l大豆油一桶（1200元）

纪念奖200名：各奖精美礼品一份（20xx元）

开店送温暖，幸福你我他

盛大开业当晚将进行大型抽奖活动及文艺晚会，敬请期待！舞台音响！费用：（3000元）

**元宵节促销活动方案篇十一**

现在是星期二的下午，是我们最love的专业，但是让人很恼火的是，竟然没有网!我们网络营销班的教室里没有网!网络班没有网!意味着我们要干嘛 看书!看《淘宝运营专才》!我们最痛苦的事莫过于此了!这时我们机灵的张老师想了一个办法，他清了清嗓子:\"同学们!现在，没有网了啊，我们也上不了淘宝了，今天呢我们不看书!\"同学们心里想着，哇，那干嘛 不看书就行，干嘛都可以!\"我们每人写一篇营销策划书!下课了全部上交!交一个走一个!\"教室里顿时崩溃了，多年没有写作文了，现在写 怎么开头来着 要写题目吧 要写尊敬的什么不 今天是几月几日来着 有的看着离下课的时间，有的拿出手机迅速上网查资料，有点拿起书就开始翻。同学们开始工作了,我也要开始了......

时间:20xx年12月13日15时18分

具体内容:首先得找到合适的货源，现在是冬天，天气冷，脚需要特别保护，这就需要有一双保暖的鞋子。去那弄鞋子呢 我可以到各个商场去实地考察，和各个鞋店的老板商量跟他们合作。那么货源就可以搞定了。从那先拿货来供我拍摄图片用，这整个流程大概需要一天时间。

第二是拍照，作为大学生的我没有足够的设备，但是我可以借，就借张老师的那一套。这个工作估计得要好好做一下。不管任何办法能弄到设备就行。拍摄时，得先拍鞋子细节图，各个细节部分都得在图片上展示的清清楚楚。然后在班上请一两位女生来当模特，拍人物图，这需要找到一个好的风景点，我想好了就我们学校的芙蓉溪就很不错，地名也文雅。

拍照拍完后就需要处理图片，这一步我自己也可以做好，首先在网上收集一些别人的宝贝图片及宝贝描述，吸取一些精华，把人家的亮点搬到自己图片上来。

接下来就是最重要的一步了，推广。这方面我会给身边的朋友好好介绍介绍我的店铺以及我店铺的宝贝。同时用我仅有的电脑资源进行大范围的发帖，以生动形象的文字和图片来打动网友们让他们有兴趣进我的店并且被我的宝贝图片吸引。

在客服很重要，流程为:问好提问分析推荐谈判帮助核实告别

在这过程中我会告诉自己:

1、及时的回复客户的消息，这将得到客户良好的印象

2、不要用过于简单生硬语言，这会将影响服务体验

3、必须使用标准化的客服礼貌用语

4、必须配合恰当的旺旺表情

使用开放式的问提。对于买家的任何问题都必须如实回答，要体察客户的意图，所以要七分听三分问，提问应是一种引导，语气忌简单生硬，要做到用提问激发客户的潜在需求，提问中穿插推荐，促进销售。

每天必须在各个贴吧发帖，推广我的网店以及我的产品。

**元宵节促销活动方案篇十二**

一、活动时间：5、1-5、7

二、活动主题：五一“钻石代表我的心”——超值回报消费者

5月1日钻石吊坠及戒指超值回报价510元发售

5月2日钻石吊坠及戒指超值回报价520元发售

5月3日钻石吊坠及戒指超值回报价530元发售

5月4日钻石吊坠及戒指超值回报价540元发售

5月5日钻石吊坠及戒指超值回报价550元发售

5月6日钻石吊坠及戒指超值回报价560元发售

5月7日钻石吊坠及戒指超值回报价570元发售

(1)在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，主题是《五一“钻石代表我的心”——超值回报消费者》，内容是活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告;

(2)在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做“五一“钻石代表我的心”——超值回报消费者”活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

(3)在店前做好活动宣传海报或x展架，在柜台安排活动咨询员并设立咨询电话方便顾客咨询;

1、在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录;

2、活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

1、宣传费用约3000元;

2、x展架：85元;

3、总计： 3000+85=3085元

**元宵节促销活动方案篇十三**

一、活动时间：6.7-12(活动准备)6.12-6.17(预热)6.18(活动当天)

二、大促活动内容策划

1.收藏店铺有礼(五元优惠券)

2.加入购物车有礼(五元优惠券)

3.买满包邮(满80包邮)

4.满减活动:

满100元减10

满200元减25

满300元减50

(提前模拟，确保在活动当天，几种优惠之前不会有冲突)

三、年中大促618之前的准备：

1.美工配合(6月1号~6月12号之前必须准备好)

a.预热页面(突出618活动折扣)

b.大促页面(突出活动优惠，仅此一天。)

c.大促后首页(突出卖点，制造出“抢购”的气氛)

d.宝贝详情优化(把优惠券加入宝贝详情，突出宝贝优惠，添加套餐)

e.钻展图(突出活动优惠，和产品的特点)

f.大促售罄图

2.运营配合

a.标题优化，在6月份之前对店铺做诊断。把每一个有问题的地方解决。

b.在618之前通过报活动，淘客，直通，麻吉引流，活动曝光。

c.微淘：

无线端更加适合与消费者去互动。通过微淘插件实现互动功能，比如收藏有礼，导购服务通知，大促款投票预热等。最好有一点神秘感把活动一步步揭开，给买家留一个神秘感。

d.会员专属活动：

作为距离大促最近的一个关键时期，会员的唤醒以及互动是非常重要的事情。这个时候可以借助重点客户电话定向发放会员特权实现客户关怀、短信提醒大促及特惠信息等等。

活动期间在无线页面加入无线会员卡的领取入口。尽量将新客户沉淀下来。

可以增加部分会员专享活动，会员在活动当天可以享受双重优惠。

e.直通车

在活动前两周把直通车上好，把点击率做好。出高价底折扣，快速降低ppc。以最有效的时间来获取最大的收益。

站外投放打开，折扣设置高点。定向打开，引流。无线端折扣提高。地域投放上，如果资金充足全部打开，特别要注意平时店铺流量集中的地方一定要投，还有就是快递易达的地方也要投放。关键词除了top词表需要添加外，这些词也必须添加，首页热搜词大促词：年中狂欢、热卖、店庆、大促等

f.钻展

提前上好创意图片，挑选流量大的展示位，拉新为主降低老顾客投放力度。增加种子店铺抢夺流量。掌控好时间截点(凌晨0点 上午8点 下午15点晚上22点)，注意随时关注点击率、投资回报等数据，时时调整优化策略。

四、活动维护

1.618当天

a.当天重点关注直通车和店铺的成交情况。看流量与转化情况,优化直通车,加大有效流量争取更多客户。提前充值直通车以防单天直通车推广经费不足，活动期间流量是最重要的，有了流量，活动也算成功了一半了。

b. 一般过完当天0点之后的高峰期，就是下午的第二高峰。再就是晚上的转化高峰。这几段高峰期需要重点关注。

c.为了避免系统的不稳定或销售效果非常不理想或人为过错影响店铺正常运营，要安全相关岗位负责人24小时轮班。

e.客户下单半个小时内通过旺旺和短信进行实时催付。

2.活动过后：

a.试用超级无线软件对加购和收藏客户进行互动，开启短信营销，针对这些客户群体再次进行营销，提高销售额

b.发货上尽快发货，提高买家的满意度。售后问题要处理好，维护好客户。

**元宵节促销活动方案篇十四**

一、活动背景

备受瞩目的5.1国际劳动节及5.17国际电信日即将来临，为充分利用此时间节点开展营销，扩大4g用户规模、促进4g终端销量、提升流量使用量、加强高价值客户保有、提高新增市场占有率，公司将围绕终端、流量、积分、通话时长等营销产品，开展“激情五月、和你畅享”为主题的系列节日营销活动，相关安排通知如下：

二、活动主题

激情五月、和你畅享

三、活动时间

20\_\_年5月1日-20\_\_年5月31日

四、办理渠道

自有渠道、社会渠道、电子渠道

六、活动内容

(一)终端活动

1.裸机政策

(1)5月1日至5月3日，各级渠道网点可以继续执行现行裸机政策，进行个性化促销，吸引客户到店购机。同时，客户可以到卖场化自有厅和省级连锁渠道主营网点购买指定促销机型，具体促销机型政策见附件1。

(2)为提升4g裸机销量，鼓励代理商在后合约模式下让利促销，公司开展4g裸机优惠购活动。活动期间，客户购买裸机(含促销价格裸机)，需捆绑移动手机号码、换4g卡并办理30元(含)以上流量包或58元(含)以上4g飞享套餐，同时可以选择0元、60元、90元、120元、150元及180元特种预存款六档中的任意一档。具体选档及购裸机要求如下：

{c}①{c} 购正常价格裸机：选择0元特种预存款档。

{c}②{c}购促销价格裸机：选择60元、90元、120元、150元及180元五档特种预存款档中任意一档。同时，系统将冻结等额特种预存款，并在3个月内返款，返款需满足以下条件：

1、系统次月判断上月客户办理手机号码是否与购买4g终端串码一一捆绑。

2、客户已更换4g usim卡。

3、返款3个月内，每月至少产生30m以上辽宁省内手机上网流量，纳入流量防拆包管理3个月。

4、客户已办理并生效的30元(含)以上流量包或4g飞享套餐。

同时，客户参与以上两种方式购机，公司将统一赠送价值300元本地通话时长，购机次月起连续三个月，每月赠送100元通话时长(限赠送当月使用)以及每月返款至客户。

2.合约机政策

(1)移动定制版三星g9208(s6)活动政策

根据公司下发《关于开展三星gala\_ys6统一营销活动的通知》(\_通[20\_\_]\_号)文件要求，省公司统一对移动定制版三星g9208(s6)配置了预存999元和预存1999元话费合约计划政策，并在卖场化自有厅(含驻店商家)及北一路万达和三好街诚大手机卖场开展，具体政策见附件1。

(2)超低端4g手机活动政策

按照公司下发《关于开展超低端4g手机营销活动的通知》(\_通[20\_\_]\_号)和《关于增加超低端4g手机营销活动政策的通知》(\_通[20\_\_]\_号)文件执行，并在全渠道网点开展，具体政策见附件1。

(二)4g发展及流量经营

1、“购终端，送流量”活动

(1)活动时间：5月1日-5月31日

(2)目标客户：购买4g手机用户

(3)办理渠道：自有渠道、社会渠道

(4)活动内容：活动期间，凡目标客户到营业厅购买4g裸机并更换4gusim卡，次月8日前购买手机匹配的号码即可获赠5元随意玩(1\_)产品，赠送两个月。

(5)活动办理：业务支撑中心将于6月8日前完成对符合条件号码的随意玩产品赠送操作，从6月起连续赠送两个月。

2、购买流量包，积分多倍送—4g手机客户办4g套餐优惠活动

(1)活动时间：5月1日-5月31日

(2)目标客户：在网6个月以上非4g套餐的4g手机客户

(3)办理渠道：自有渠道、社会渠道、短信群发

(4)活动内容：

客户成功办理《关于开展“赢在4g”流量营销专项行动的通知》(\_市通[20\_\_]\_号)文件中“升级流量包、豪礼二选一”活动流量包后，即可获赠数值为流量包月费20倍的促销积分。促销积分的赠送时间为套餐生效月份，由公司后台统一赠送，一次赠送完成，促销积分有效期为3个月。

5)活动要求：

活动将在线上和线下统一开展，公司将提取在网六个月以上非4g套餐的4g手机客户，通过外呼、短信群发等方式进行宣传推广，各营销单位重点针对到厅目标客户进行推荐。

3、五一特惠5元500m流量包

(1)活动时间：5月1日-5月4日

(2)办理渠道：短信办理

(3)目标客户：全网客户

(4)活动内容：

活动期间，凡沈阳归属客户用户发送“五一特惠流量包”或“51thllb”至10086，即可订购5元500m省内通用流量，流量仅限在1日0时至4日24时使用，到期后产品自动失效。

(5)活动规则：

① 产品费用5元，包含500m省内通用流量，流量仅限在1日0时至4日24时使用，仅限沈阳用户办理，到期后产品自动失效;

② 该产品优先级为最高，流量优先使用;

③ 产品办理后流量立即生效，费用一次性扣除，不能撤单;

④ 产品可从即日起至5月4日办理，每位用户仅允许订购一次;

(6)产品短信办理指令：

短信办理流程为：“用户发送开通短信至10086” ——“系统下发确认短信”——“用户回复确认短信”——“系统下发产品办理成功短信”

①产品办理指令：用户发送“五一特惠流量包”或“51thllb”至10086。

②系统二次确认短信语：尊敬的客户:欢迎您办理“五一特惠流量包”，费用为5元，包含500m省内通用流量，流量仅限5月1日至4日使用，到期后产品自动失效，回复“是”确认开通。

③成功办理产品系统提示短信语：待客户回复“是”后，系统为客户下发如下短信：您已成功办理“五一特惠流量包”，费用为5元，包含500m省内通用流量，流量仅能在5月1日至4日使用，别浪费哦!更多优惠活动请登录手机营业厅客户端查询，点击\_\_ 即可下载。

(三)客户发展及保有

1、在网久久，好礼多多—拍照中高端客户网龄计划

(1)活动目的

满足拍照高价值客户的个性化需求、稳定高价值客户规模和收入。

(2)活动时间：5月7日-5月31日

(3)目标客户

重点针对拍照高价值客户，其他网龄6个月以上的客户也可参加。

(4)活动内容

承诺6个月或10个月在网时长及相应档位的最低消费，即可赠送不同档位的语音、流量、短信、积分等业务。客户可通过短信营业厅、手机营业厅等多种渠道办理。

**元宵节促销活动方案篇十五**

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(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。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，以实现最佳效益。

**元宵节促销活动方案篇十六**

五月季节的交替，让消费者对化妆品的需求开始攀升，而五一小长假正好为化妆品商家准备了一次促销的良机，为迈进销售旺季搭上了一块跳板。那么五一化妆品促销活动要怎么样做呢?在众多的五一化妆品促销活动中又要怎么做才能脱颖而出呢?

五月春夏交替，爱美的人们此时对于化妆品的要求也有了更替变化，主动需求增加。精明的化妆品商家们自然不会放过这样的促销好时机，但是到底要如何去操作五一化妆品促销活动，才能取得好效果就值得思考了。但是有一点是不变的，帮商家完成商品促销、提高销量的是消费者，因此，只有把促销做到消费者心理去，才会取得好效果。

分析自己化妆品消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专营店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。分析数据出来后才能做出有针对性的促销对象及促销产品，以及采用何种促销方式。

常用的促销活动手段主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、限时抢购、空瓶抵现换购等等。

专营店从品牌产品或是流通产品中挑选几款消费者熟悉或较熟悉的特定产品做特别优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对比度会清晰，消费者能切实感受到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，因为消费者对产品了解不深，是没有太大吸引力度的。

面对大家熟悉的某些品牌，特别是具有吸引力的品牌，可以将全系列产品在促销期间打折优惠销售。可以迅速聚拢人气，提升入店率，但是因为品牌产品的利润率本来就不是很高，打折后利润率则更低了，因而店内促销人员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向引导至专营店经营的主利润品牌上

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：(如买某品牌两款任何产品送一支护手霜;买三款送一支护手霜加一个面贴膜;或是买满多少金额送一支护手霜等等方式)。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而

县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品，(如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等)。

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。(如买满化妆品100元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。)

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算);要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，商家还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

**元宵节促销活动方案篇十七**

情人节是一个典型的西方节日，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，其流行程度已大大超过了我国传统的七夕情人节。在这一天，情侣们都会安排很多活动来庆祝这个特殊的节日。这样一来就使2月14日情人节成了春节以后的第一个消费高峰。很多商家都积极主动的抓住这个机会，搞各种各样的促销活动以期在年初获得一个销量增长。同样的书店也不例外，也要抓住这个机会。

过去和现在，各大企业在情人节期间的促销活动不外乎打折优惠，抽奖等，大都缺乏新意，因此没能达到预期的效果。试想一下，追求天长地久的爱情岂能打折?那究竟怎样才能策划出好的，富有新意的活动呢?我们先来作一下情人节的消费市场分析。

市场需求分析

1、行业分析

情人节期间的主要消费群体是20—25岁的未婚青年，约占52%，其次是25—35岁的已婚夫妇，约占43%，而50岁以上的老年消费群体也占到了将近5%;消费者的购买行为主要是购买礼物(鲜花，巧克力等)，娱乐，餐饮。在对本市内其他几家图书销售商过去几年的情况进行了解后发现，他们都没有在情人节期间举办较大促销活动的历史，即使有也只是简单的商品促销，通过常见的打折，送礼等形式实现。更多的图书销售商及书店采取的只是自然销售，最多搞一下店面布置而已。既然这样，如果我们现在反常态而为之，开创书店举办大型宣传促销活动的先例，从一个侧面来推动书店的销售增长，将是一个非常有开创性的举动。

2、消费者分析

20—25岁的未婚青年及20岁以下的学生，此类消费者都是情人节消费的主力人群。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。特点就是这一人群的消费能力不高，但是基数大，所以总体的消费量也就很大，是活动的主要参与人群，绝不能放弃。

活动目标

对这类消费群体做活动概念和形象的宣传，作为重点推广。

活动内容

(1)在书城入口附近显著位置摆放一个大展板，用玫瑰花装点四周。凡是2月14日进店的顾客都有一个给爱人承诺的机会。那就是进店时每人可获得一张心型卡片(红色代表年轻的爱情，适合25岁以下的年轻人;蓝色代表成熟的爱情，适合25---45岁的人;金色代表完美的爱情，适合45岁以上的人)，以及一根红丝线。把自己的“心”和最爱的人的“心”用红丝线系在一起，象征对美满爱情的祝愿和纪念。顾客可以把连在一起的“心”带走，也可以留在店里。对于留在店里的，书城制作一个玻璃展窗展览，给参与的顾客一个纪念。

(2)2月14日当天进店的前52位顾客可以获得情人节礼物一份(\_\_餐厅优惠券)，开心的度过情人节。

(3)持有2月10日至2月14日购书小票(的顾客还可以参加2月14日下午17：00举行的抽奖活动(由顾客抽取，结果现场公布)，奖品为书店优惠券20，50，100免费领。

活动对象

所有的图书爱好消费者

活动效果

图书城通过一个较大型的、新奇的、互动性的活动把人(消费群体)聚集到书店里，并充分考虑“促”和“销”的两个关键问题，通过了一些行之有效的销售方法激发消费群产生消费行为，最终达到增加销量的目的。同时还考虑到企业形象的提升和维护，从不同的面上都对企业的文化作了很好的反映。同时，把活动放在2月13日，离情人节还差一天，这样幸运顾客就有足够的时间考虑安排如何使用餐券。同样的，充分体现了企业人性化的关怀。

**元宵节促销活动方案篇十八**

活动目的：

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

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：

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

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

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。

**元宵节促销活动方案篇十九**

一.活动时间：

20xx年8月28日(七夕节)-8月29日

二.活动主题

会说情话的玫瑰--珠宝传递你的爱

三.活动背景：

每逢佳节倍思亲，xx年8月28日(七夕节)-8月29日好节相连，情人节是表达爱情的绝佳机会，元宵节古称灯节，也是夫妻相约看灯互诉衷肠的节日，人们这个时候最多想到的就是自己的爱人或情人，人们会想到送鲜花给爱人或情人，同时还会买礼物(如珠宝、化妆品等等)，所以我们就迎合了这种心理，特意推出新颖别致的礼品--会说情话的玫瑰，让人们在送礼物的同时用会说情话的玫瑰表达对爱人或情人的爱和感谢等情话，使珠宝附着上情感的含义，以情感诉求打动广大消费者的心，以情感营销取胜。

四.活动目的：

1.通过此次活动增加情人节期间卖场人气;

2.提高珠宝品牌在当地知名度，抢占市场份额;

3.进一步提高珠宝的品牌美誉度，以利于长期推广销售。

五.活动内容：

1.造势活动：

(1)8月9日在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，主题是《会说情话的玫瑰--珠宝传递你的爱》;

(2)各地加盟商在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

2.柜台促销：

凡在珠宝专店/柜买满1000元即送\"会说情话玫瑰花\"一朵，此活动是为了使人们在情人节来表达对爱人的爱恋和感谢等，主要是用\"会说情话玫瑰花\"录制人们在平时不好意思对爱人或情人说出口的情话和感谢的甜言蜜语，之后连同珠宝一起送出，使爱人或情人获得尊贵的钻石的同时又得到一份情感的精神馈赠。

3.新款上市:

总部将有一系列的打动人们深层情感的新款钻饰(主要是\"信守\"、\"善美\"系列)同时发售，与本次活动一起在情感上打动顾客，与活动一起相得益彰的使本次\"情感营销\"取得全面的成功。

六.活动宣传与推广

(1)在店前做好宣传海报、x展架，在柜台安排咨询活动咨询员并设立活动咨询电话方便回答顾客对系列活动咨询;

(2)网络推广：联合当地网站做活动宣传广告、活动新闻报道等宣传活动，以新闻事件的形式做好\"造势\"宣传;

(3)各加盟伙伴注意与当地报纸媒体记者联系，注意做好活动报道工作，以达到长期宣传品牌和长期促进销售的目的;

七.活动经费预算

略

**元宵节促销活动方案篇二十**

第一招：比淘宝还吸引人的限时免单

经常逛淘宝的人都有体会，说好的限时免单，可自己从来就没有抢到过免单名额。而蛋糕房的限时免单则是实实在在的优惠：每天固定一个时间，就在这限定时间内，只要进店就能获得免单资格，消费者能不来吗?只怕要把店门给挤破了呢。

不过，限时免单也要有一定的资格限定，比如哪几款产品有免单资格等等。这个需要老板们根据自己的成本经营情况来具体把握。总之，只要让进店的人能得到优惠，即使不能全部免单，大家也不会反感的，这可比淘宝的吸引力大多了。

第二招：每天做不同的产品主场

以京东商城为例，双十一总共促销11天，每天都是不同的品类主场。蛋糕房也可以借鉴这种方法，比如第一天做蛋糕专场，第二天面包专场，第三天饼干专场，第四天甜点专场……具体每天做什么专场可以根据自己的产品总类目来灵活变通，总之，每天都要给消费者不一样的惊喜，吸引他们持续关注。

如果您的产品品类较少，还可以做单品专场，比如第一天是黑森林蛋糕专场，第二天是慕斯蛋糕专场……，相信只要产品好吃，活动有趣，一定会有大量吃货来捧场。

第三招：让消费者提前充值

提前充值的诱惑点在哪儿?如果在双11之前进行会员卡充值，双11当天充值金额可以当做1.5倍使用(或者充200当250，充300当380之类的也行)，这就是最大的诱惑点。当然，具体优惠多少还是要老板们自己核算成本。不过话又说回来了，如果能通过双11积累高人气，就是暂时不赚钱也值得呀。

值得注意的是，充值活动一定要有期限设置，比如10天。店里面可以挂一个牌子：最后3天，最后2天，最后1天。大量事实证明，最后一两天是充值的高峰期哦。

第四招：让顾客提前下单预付定金

别开玩笑了，蛋糕房还能提前下单预付定金?这可能是很多老板的.第一反应。小编想说，互联网时代有什么不可能呢?比如预定某款蛋糕，原价100，交定金30块，双11当天30元可以当做双倍使用，也就是说消费者只需再交40元即可。这么大的优惠，消费者会拒绝吗?既给消费者带来了优惠，也方便自己提前备货，岂不是一举两得?

毕竟现在的消费主力是年轻人，全场7折之类的传统玩法对他们的吸引力已经不够，他们更喜欢京东淘宝上那些新奇好玩的促销，而以上几个新招恰好满足了消费者的心理，只要好好利用，绝对能销量猛增人气爆棚!

**元宵节促销活动方案篇二十一**

从以往的经验看圣诞节对于药店促销来说推动性不是很大，但机会不可放过，将两节合并一块，借机宣传并加强药店影响力度。

加强药店外在形象，扩大知名度。

送给你家一般的温暖

10年12月24日-11年1月3日

打折、买赠、义卖

活动一

1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。

2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。

3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒（共500份）。

活动二

本店开展老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

宣传单、dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

略

1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。

2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。

3、赠品要提前准备，统一定做。

**元宵节促销活动方案篇二十二**

·品名：\*\*牌卷烟；

·含税调拨价：\*元/条

统一批发价：\*元/条

建议零售价：200元/条

单箱利润：\*元（20xx年12月统计）

·20xx年一季度省内各城市某烟销售情况（单位：箱）

20xx某烟品味之旅

全省各地区，九个地级市及其他重要城市。

本次活动分解为两个子项目同步进行。其一为零售点买赠促销，其二为酒楼评吸宣传。

由于人力、物力所限，本次活动的两个项目均秉承选取重点、集中造势的原则来开展，即通过选取有影响力的场所进行促销，在短期内扩大产品知晓度，维护并巩固该烟在20元左右价位段卷烟中的领导地位。

（一）零售点买赠促销

1.活动方式

·每个城市选择10－30个重点零售点进行促销；全省共选取200个点。每个点赠送3盒面巾纸和2个真空保温杯作为酬谢。

·每个点进行为期10天的促销，须涵盖两个周末；由于目前各项准备工作刚刚起步，预计需要1个月的筹备时间，另外5·1长假期间各方面人员均休假，因此建议促销时间选在5·1长假之后，各地区视具体情况选择促销时间。可选择的时间段为：5月15日（周六）－6月14日。

·每个点派驻1名促销小姐；促销员要求形象佼好、口齿伶俐。

·每天分为上午、下午两个时段执行

·促销期间，消费者每购买2条烟，即赠送1罐听装；

每购买1条，则赠送1个金属打火机（约15－20元/个）或者送1支duke签字笔（35元/支）

2.物料筹备及促销预算

（以单个零售点进行测算）

名称 数量 预计单价 预算金额

促销员服装 1套 150 150

促销员挎包 1个 30 30

质感弓形展架 1个 100 100

旋转灯箱 1个 150 150

宣传单页 50张×10天＝500张 0.2 100

产品手册 10本×10天＝100本 5 500

纸袋 25个×10天＝250个 4 1000

金属打火机 20个×10天＝200个 20 4000

听装烟 15听×10＝150听 30 4500

执行费（10天） 20xx

面巾纸 3盒 1.7 5.1

真空保温杯 2个 26 52

杂费 200

合计 12787.1

200个零售促销点，共需促销预算：12787×200＝256万元

（二）酒楼评吸宣传

1.活动方式

·每个城市选择5－10家大酒楼进行宣传；全省共选取100个酒楼。每个点赠送扑克、雨伞各1件以及10听烟。

·每个点进行为期5天的评吸宣传工作，宣传时间选在零售店促销前，建议从周三至周日。

·每家酒楼派驻2名促销小姐；促销员要求形象佼好、口齿伶俐。

·促销时段为晚上6：00－8：00

2.评吸宣传方式

·每晚6：00开始进行香烟评吸、宣传；评吸宣传工作先从包厢做起，做完包厢再面向大厅客人推介。

·如1桌有超过5位男性客人文章版权归作者所有!且有3人以上吸烟的，则赠送1包烟评吸；否则就用听装烟品吸。

·每桌视情况送2－5个打火机。

·所有评吸烟均需拉开拉线

·促销员从零售店促销小姐中选取。

3.物料筹备及促销预算

（以单个酒楼进行测算，假设所选酒楼每天对50个包厢进行评吸宣传）

名称 数量 预计单价 预算金额

促销员用挎包 2个 30 60

质感弓形展架 1个 100 100

宣传单页 100张×5天＝500张 0.2 100

水牌 50个 10 500

一次性打火机 250个 1.4 350

产品展示柜（打灯） 1个 150 150

听装烟 10听×5＝50听 30 1500

条装烟 40包×5/10＝20条 132 2640

执行费（5天） 500

进场费（5天） 500元×5天 2500

扑克 1件

**元宵节促销活动方案篇二十三**

一、百货、超市促销内容

2月10-14日冬季服饰2-4折,持天虹vip卡可享受春装8折优惠!超市推出不同主题特色情人礼;

二、vip办理

2月8日-14日期间,顾客可至商场一楼总服务台免费办理vip银卡1张,每人限办1张;

三、黄金珠宝促销

周大生、老凤祥:

周大生的真人秀2.14情人节上午11:00-12:00点现场上演

黄金、铂金每克降10-20元;

钻石等镶嵌类7.8折,

其他类全场8折。

天韵和玉器、珺瑶玉器、金象珠宝、百萃玉器、正大福珠宝、山东黄金、周六福珠宝:

黄金、铂金每克降10-20元;

翡翠玉器5.5折;

钻石等镶嵌类5.8折;

k金6.8折;银饰6折;

四、情人节特色主题展

商场一楼大堂设有情人节主题展,顾客可前往展区拍照,留下20\_\_年爱的纪念!

五、建行刷卡有礼

2月12日-14日,活动期间当日超市消费满99、199元,百货消费满199、299元在二楼vip顾客体验室领取赠品,每个客户凭签购单、卡片限领取一次。

百货大楼优惠信息

六楼百货商场

飞利浦 剃须刀

hq6070

原价458

现价388

pq202

原价149

现价99

hs190

原价598

现价526

pt730

原价1088

现价958

pt725

原价798

现价749

五楼商场情人节活动当日单柜累计购物满399元送精装巧克力1盒;

满699元送张裕干红1瓶;

满1999元送张裕干红礼盒1份。

时间2月12日-2月14日

同步各专柜均有情侣款服饰推荐。

四楼男装商场 当日于男装商场单品牌购物满599元以上送巧克力一盒

满999元以上送金利来毛巾礼盒一份。

三楼少淑商场 当日单柜累计购物满399元以上即可获赠金帝巧克力一盒

满999元即可获赠金帝心形巧克力一盒。

二楼女装商场海弗兰饰品推出最佳伴侣永恒的爱两款情人节主题项链礼盒,凡购买任一款可获赠心形彩虹抱枕一个,且一次购物满1200元可获赠价值168元的韩国丝巾或丝袜。另维·弗拉士,纽马克推出情人节特价商品。女装整体买够398元即可获赠情侣毛巾礼盒,单柜可累计,单张限领1次。

一楼百货商场化妆区满299元起送金帝巧克力一盒,珠宝区、钟表区满599元起送金帝巧克力一盒。化妆品满499元起送德芙巧克力一盒,珠宝区、钟表区满999元起,送德芙巧克力一盒。

一、主题:

浪漫情人节 真爱无限

二、时间:

2.14

三、内容:

1)购物赠礼:当日累计购物满999元,赠送皮尔卡丹男袜一双或毛巾三件套。

累计购物满3999元,赠送蓬泰干红葡萄酒一瓶或多样屋盖碗一个。

(单张发票3999元以上限领一奖,奖品以现场发放为准,超市、家电及个别品牌不参加活动)地点:一楼梅花表专厅处

2)刷卡有礼

活动期间刷中信银行、中国银行、交通银行、招商银行银行卡有礼品赠送。

3)贴心服务:活动期间凭当日购物小票可免费享受国内邮递

(超市、家电除外,地点5楼总服务台)

中信银行

活动时间:20\_\_年2月11日15日

活动期间至威海振华商厦刷中信信用卡累计消费满399元新新娘凯瑟琳婚纱摄影提供的价值298元写真券一张;累计消费满599元送新新娘凯瑟琳婚纱摄影提供的价值398元写真券一张。

中国银行

活动时间:20\_\_年2月13日14日

活动对象:中国银行中银系列信用卡、长城系列信用卡(不含借记卡客户)

活动当日,在威海振华商厦刷中行信用卡单卡当日消费累计满599元(含)以上可获赠以下好礼,不同级别礼品不可兼得;

单卡当日累计刷卡消费满599元(含)以上,赠多功能胶炳锤或布衣收纳凳一个;

单卡当日累计刷卡消费满999元(含)以上,赠迪士尼四入果盘或家用工具箱一个;

单卡当日累计刷卡消费满1999元(含)以上,赠二合一汤锅或史努比踏雪沐浴组合套装一个;

单卡当日累计刷卡消费满3000元(含)以上,送大号木质康熙御笔 天下第一福一个

交通银行

活动时间:20\_\_年2月14日

活动对象:交通银行沃德卡、交通理财卡

持卡人当日单笔消费满1000元以上可获得精美巧克力一盒,交通银行祝福天下有情人终成眷属(团购卡办理不参加此活动)

招商银行

活动时间:20\_\_年2月14日

活动对象:威海招商银行信用卡、一卡通金卡、金葵花卡、钻石卡持卡人

持招行卡消费满288元,可现场领取玫瑰花束礼品一份,当日限量40份

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