# 2024年产品促销活动方案(61篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-07-01

*确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。产品促销活动方案篇一本次促销主要是以中秋节月饼...*

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**产品促销活动方案篇一**

本次促销主要是以中秋节月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。估计日均销量在促销期间增长x%~xx%。

二、活动时间

20xx年x月xx~x月xx日

三、

活动主题

团团聚圆过中秋

四、促销活动支配

活动一：

1、买200以上中秋月饼送电影票一张。

2、买300以上中秋月饼送价值50元超市电子劵一张。

活动二：

活动期间，在超市消费后，每张打印出来的电脑小票的底部会随机出现“中”、“秋”、“快”、“乐”某一个字，集齐四个字即可兑换中秋大礼包一份!

中秋大礼包可定为：品牌月饼一盒+10元超市券+2张电影兑换券。

活动三：

月圆之夜，惊魂10分钟!活动期间，超市区特殊推出“10分钟抢购”活动，场内全部正价商品一律8折优待!与速度比拼，抢到就是赚到!月饼也参与哦!

五、整合促销

(一)广告

在内部电视广告中，隔天滚动播出促销广告。

(二)宣扬推广

1、制作宣扬单页，主动推出各类促销信息。

2、公众微信号推广宣扬活动信息。

3、从卖场的上午开业到打烊，每隔一个小时就播一次相关促销信息的广播。

(三)卖场布置

1.场外

(1)在免费寄包柜的上方，制作中秋宣扬。

(2)在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势。

(3)超市门口可悬挂气球或拉竖幅，挂“xxxx超市庆中秋”的横幅。

2.场内

(1)在主通道、斜坡的墙上，用自贴纸等来装饰增加节日的气氛。

(2)卖场陈设尽量有创意，吸引眼球。

六、留意事项

1.若场外促销的布置与市容委在协调上有困难的，场外就仅选择在免费寄包柜的上方制作中秋宣扬。

2.市场部应进行严格的跟踪，对出现的任何异样准时进行订正。

**产品促销活动方案篇二**

一、目标人群：

1、微店主。

①已入驻爱优微，渴望提升微店流量及销量;

②未入驻爱优微，渴望获得宣扬推广;

③刚开店新手，渴望获得微店运营推广相关阅历。

2、消费者。

①购物达人，渴望获得节日折扣;

②一般消费者，渴望获得节日惊喜;

③微店主，渴望借节日之际储备货源。

二、双十二活动前期预备：

打造双十二狂欢专版，爱优微首页设置双十二相关活动信息，包括活动海报，抽奖活动，促销产品，轮播官方微信及贴吧相关双十二活动信息及争论话题;借助微博及微信、空间、伴侣圈、群等自媒体渠道，组织并传播相关活动信息;并以双十二为契机吗，开创节日狂欢party，预热节日气氛。

三、活动时间：

20xx年11月27日——20xx年12月15日

四、活动主题

要买节——爱优微双十二系列活动

五、宣扬语：

要买节，就是要你好看——爱优微，教您怎么省钱

要了，要了，全要了——爱优微，教您怎么省钱!

谁说有钱才任性会花钱才任性——爱优微，教您省钱!

六、活动形式：

消费者：

1.抢购——分时段，抢购;

2.分时段拍卖——高人气单品，只此一天，1元起拍;

3.转发让利，众筹砍价——供应十件商品，活动从11月底开头，前期预热，转发一次降利一元。转发越多，让利越大。12月12日当天进行抢购。先到先得，售完为止;

4.活动抽奖——爱优微首页设置抽奖页面，双十二当天开放抽奖权限，凡进入爱优微首页及其他页面者，转发活动信息到伴侣圈、微博或者空间等sns社交平台者，皆有机会参加本次抽奖活动，每人每小时可获得抽奖机会两次;

5.自媒体转发——活动参加者参加爱优微官方微博微信有奖转发活动，将获得活动抽奖机会，转发次数越大，获奖几率越大。

商家：

a.报名参与以上四种形式的狂欢活动，可获得相应活动广告位;

b.活跃商家赐予页面置顶，供应商家链接页面;

c.商家可自行供应促销方案，我们可依据商家量身定夺专题版块进行宣扬。

(活动说明：全部商家以活动赞助形式参加本次活动，爱优微团队将根据活动礼品价值支配相应的广告位，给力商家将获得爱优微免费入驻权，实力商家将酌情考虑免保证金入驻爱优微货源网)。

七、自媒体专题策划：

1、微博话题：

设置双十二相关微博话题，主动鼓舞广阔网友、微店主及消费者主动参加并转发话题，从而扩大活动影响力;(此处可以是参加类话题，也可以是爱优微转发类活动信息)

2、微信话题：

抢红包类，将活动信息设置为红包链接，组织肯定形式的微信群参加抢红包，分为三到四次，金额为1.212、12.12,、121.2、1212元;

征集肯定形式礼品，鼓舞网友与微信互动，发起摇一摇等活动，摇折扣，摇礼品等;

八、时间及人员支配：

20xx、11、21——20xx、11、22，

确定双十二活动策划及实施方案;

20xx、11、28——20xx、12、15，

货源部及运营部：负责网站整体产品梳理，加强网站入驻状况统计及网站数据更新;

客服部：负责网站及群友解惑答疑;

推广部：做好网络各渠道活动传播，负责整体活动氛围网络渠道掌控;

20xx、12、18——20xx、12、20，

全部部门进行活动

总结

。

**产品促销活动方案篇三**

一、活动背景

中秋、国庆佳节是举家团聚、共享亲情的日子，也是保健品的黄金销售期，市场将着重于重点药店开展倾情买赠促销活动，以此换取药店在促销政策、终端陈设等一系列市场建设行为上赐予我司的优待或免费支持、提升我司保健品销量。

二、活动目的

1、通过对重点药店驻点促销并强化管理、培训，开展对重点药店的集中攻坚，推出限期建设“百盒店”“万元店”终端工作。

2、分别把握两个方面的消费者需求：

1)风光、精致礼盒装，迎合.节日送礼需求;

2)实在、功效，为解决身体某些问题而买保健品，用有劝说力的实例、承诺打动消费者的心。

3、充分消化现有药品保健品库存。

二、活动时间

1、造势时间：

2、活动时间：

四、活动地点：

五、主推产品：

六、活动形式：

形式一：购x1盒送x或xx1盒

形式二：购x2盒送x或x1盒

七、促销策略：

1、紧抓药店，强化终端促销力度及助销效果，活动前期在终端点以pop、kt展板、货架贴等多种形式大力宣扬：“xxx，特殊相宜免疫低下、易疲惫者”“xx——中国驰名商标产品”。

2、用大的陈设面、好的陈设位置协作、承接平面媒体宣扬，赠品要求插有赠品标识，让顾客一目了然。地堆陈设统一为：产品+赠品+手绘pop。

3、活动前组织导购员明确活动内容、任务，进一步熟识公司保健品成份、功效，统一输出口径。

为推动各地连锁事业的进展，为更多的零售企业供应相互沟通的机会，盼望全国各零售连锁超市选购总监、选购经理、企划经理、企划主管等都能够涌要参与，把我们新奇、独特，可操作性强的金点子方案都呈现给大家以便相互沟通，相互学习。

**产品促销活动方案篇四**

火锅夏季惨淡经营成了投资火锅或是火锅类餐饮的拦路虎。而酷热的夏季成了正在经营的xx火锅及火锅类餐饮的煞星，火锅夏季如何经营?路在何方?

1.啤酒免费

夏季，酷热的夏季。冰镇啤酒，一想起就觉得如火山爆发天降大雨。心里就咯吱一声的凉快。提前将啤酒冰镇到位，无限量供应。可能有的人认为会亏损，事实证明相当于全单打八折。以前本人在重庆骑龙火锅任职总经理的时候，包括重庆的直营店都是这样的一个营销策略，不仅赚来了十足的人气，更是赚得盆满钵满。有事实作为依据，大家就不用怀疑。

最终说明一点，完大家听到啤酒免费就足以吸引眼球。是你，莫非不去?

2.火上加火策略

既然大家觉得吃火锅上火，我们到不如来个火上加火策略。这也是营销策略之一，实际操作方法就是“上火，你更火!”的主题营销活动“天上掉馅饼，火锅免费整”。

活动规章：

(1)每天前来就餐的顾客，有一桌将会获得全免单的机会。

(2)假如你餐厅有68张台位，在抽奖箱里放置68个乒乓球。其中有一个球是免费的。

(3)在运营高峰期，举例晚上8点是客人入座率的时候，将入座的客人进行扎帐。

(4)挨桌让客人摸奖，若摸到免费那个乒乓球，则在扎帐之前的消费全由店买单。哪怕客人消费了20xx块，只要他又那么好的运气和胆识。

此策略的做法就是火上加火，营造一种人们都盼望自己火的美妙憧憬。重点要把这种气氛做出来，用互动的气氛转移人们对火的另外一种期盼。同时这种营销策略也符合中国人买彩票的四两拨千斤的赌博心理。假如我免单了，我幸运，犹如中了彩票头奖;假如我没中，那么我也无所谓。反正自己消费了。

3.其他营销小策略

(1)免费冰激凌。

(2)免费凉茶。

(3)免费绿豆汤。

以及其他，但小策略的营销活动不要单独用法。协作其他大型促销活动用法，增加顾客对我们的映像。

**产品促销活动方案篇五**

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)

**产品促销活动方案篇六**

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。

**产品促销活动方案篇七**

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

**产品促销活动方案篇八**

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

**产品促销活动方案篇九**

一、活动时间：12月24日(周五)——26日(周日)(共3天)

二、活动主题：\_\_圣诞礼 欢乐健康送

三、活动范围：\_\_商城、\_\_购物广场、\_\_八一店、\_\_北园店

四、活动内容：

1、圣诞“欢乐健康送”

内容：活动期间，在\_\_购买服装类、床品、箱包满200元以上，均可获赠：价值 元欢乐健康券+圣诞大礼包一份。(欢乐健康券含价值 元保龄球票、价值 元沙狐球票、价值 元动感影票、价值 元台球票。)

满500元以上，可获赠：价值 元欢乐健康券+价值 元英派斯健身券+圣诞超值大礼包一份。

具体操作：活动用礼券由保龄球馆为各分店提供，保龄球、影票、台球、沙弧球、成本价每张元，英派斯健身券每张元，由各店与保龄球馆分别结算。圣诞大礼包成本约 元,圣诞超值大礼包成本约 元。圣诞礼包由各店自行购买包装纸，根据成本价包装休闲食品、玩具等。

2、圣诞“缤纷玩具节”

地点：各店中厅或其他公共区域

内容：各店进行玩具展销，展示不同类别、各种款式的玩具。另外可展销部分圣诞礼品，如圣诞帽、圣诞树、圣诞雪花、袜子等。各店联系厂家，给与顾客一定幅度的优惠。

环境布置：由策划部统一制作背板，各店拷图制作。各店专柜摆放装饰精美的圣诞树，12月10日前布置到位。

3、限时抢购：活动期间，每天下午17：00—21：00，部分穿着类、床品5—6折限时抢购，限时抢购品牌由各店自行确定。各店于12月17日前确定品牌。参加限时抢购活动的品牌不再参加赠券、赠礼活动。

4、圣诞狂欢夜

时间：12月25日晚18：00——21：00

地点：\_\_商城地下一层中厅

演出：拟邀请10名大学留学生或由\_\_艺术团演员现场表演节目，中间穿插互动有奖问答(国外品牌知识)。主持： 。

5、圣诞礼、\_\_情

12月24、25日两天，由2名化妆的圣诞老人(由各商场指定，统一着圣诞老人服装)在商场为小朋友派发礼品。礼品费用约元。

6、圣诞寄语板

各店在总服务台设，“圣诞寄语留言板”由顾客填写对亲人朋友的祝福，并由化妆的圣诞老人现场派发礼品。“圣诞寄语留言板”由策划部统一设计，各店拷图制作。

五、广告宣传及费用

12月24日 \_\_晚报 d1版通栏元

\_\_商报头版通栏 元

费用共计：元。

5.200\_年元旦促销活动方案

一、活动时间： 12月31日(周五)—元月2日(周日) 共3天。

二、活动主题：喜迎新年 感受真情

三、活动范围：\_\_商城、\_\_购物广场、\_\_八一店、\_\_北园店 。

四、活动内容：

1、穿着类、床品、箱包部分7折起，打折品牌厂家自愿，各店于12月17日前确定打折品牌。

2、一谏值千金——倾听您的心声

在旧的一年将逝去，新的一年将来临之际，听听顾客的意见，有助于对商场一年的工作进行总结和反思，也有助于新的一年更好的提升和完善自己，同时，也会让顾客感受到商场的真诚。

元月1日、2日两天，由各店总经理或副总经理亲自做堂，倾听顾客建议，由工作人员现场记录，每日各店选出一名提好建议的顾客，由各店奖励元奖金，次日张榜公布。总经理坐堂地点可选择在顾客接待室。

五、广告宣传：

12月31日 \_\_晚报 d1版通栏元

\_\_商报头版通栏 元

费用共计 元。

6.某商城圣诞节及元旦促销活动策划方案

圣诞节与元旦相隔时间比较近，为抓住节日销售契机，聚集人气，吸引客流，创造良

好的销售业绩，拟在圣诞节期间推出以气氛衬托为主的赠券等促销活动，元旦期间则以打折促销为主。两节具体方案分列如下：

**产品促销活动方案篇十**

一、 活动主题：辉煌五周年(主标题) 晶星世界杯 精彩不断(副标题)

二、 活动时间：\_\_-6-9---------\_\_-6-18(6.9周年庆典 世界杯开幕 6.18父亲节)

三、 活动内容：

1、 同喜同乐庆生日凡6月9日出生的顾客，持本人身份证原件在\_\_年6月9日活动当天来晶星购物城可免费领取生日礼品一份 。

注：此活动礼品发放由\_\_\_负责安排。

2、 69元拿彩电，享受激情世界杯活动时间：6月9日、10日、11日。每天在本商城一次性购物满200元的顾客，可获得抽奖券一张，满400元得两张(以此类推)可参加69拿彩电抽奖活动，抽奖时间安排当天晚18：00点(中奖人限一名)，抽出中奖人员后，中奖人即可用69元拿走超值彩电一台。兑奖有效时间延至第二天晚上停止营业，如逾期仍未兑奖便视为放弃。(特价商品、大宗团购除外)

注：每天现场抽奖活动由\_\_\_ \_\_\_负责主持，策划部协助。

3、 购物抽大奖 周年庆典轻松享凡于活动期间顾客在本商城一次性购物满500元可获得抽奖券一张，满1000元得两张(以此类推)就可参加抽大奖活动。

一等奖：名牌背投彩电一台 (1名) 金额：\_\_\_元

二等奖：名牌消毒柜一台 (2名) 金额：\_\_\_元

三等奖：名牌饮水机一台 (5名) 金额：\_\_\_元

四等奖：精美水具一套 (10名) 金额：\_\_\_元

抽奖时间：\_\_年6月18日下午18：00

**产品促销活动方案篇十一**

传统的开业庆典促销模式已经形成固定的模式，渐渐流入程序化，打折+返金+礼品三套促销手段已经很难有效的吸引目标客户了，往往商家投入了大量的人力、物力财力，而消费者根本不买帐，根本无法达到理想的广告宣传效果。本次开业庆典促销欲想达到热闹、超人气的效果，必须大胆采用全新的餐饮营销模式，创

造威海餐饮业促销最新浪潮。

促销整体策略分析：根据威海餐饮业目前状况，张家老院子在消费者心目中一家经营川菜为主的特色性餐厅，不管从装修风格和菜品口味来讲在同行业中都属于独树一帜的。川菜的博大精深和张家老院子餐厅名字的亲和力更为彰显出本次促销活动的主题性---强烈的饮食文化氛围带动浓厚的餐饮促销氛围。以系列性主题活动贯穿整个促销活动当中去，最大限度的和目标消费者互动起来，达到理想的促销效果。

促销策略 一、软文硬做

以张家老院子开业一周年以来，整个餐厅的经营宗旨为宣传主线，贯穿餐厅对客人的服务承诺，员工服务素质的培养、菜品质量的要求以及客户对餐厅的意见反馈等为辅助宣传，在媒体上出现。并为宣告本次促销活动拉开序幕。

策略重点：1、尽量以非广告的形式出现在媒体上，以本报讯或者通讯稿的形式为佳。2、尽量用第三者口气叙述本次宣传内容，做到让读者有可信度，对于消费者反馈的宣传内容最好能以真实顾客的经历为佳。不妨列出顾客的姓名，工作单位等。

促销策略二、主题互动。

1、活动方案：评选威海人最喜欢的餐厅

活动目地：暗喻张家老院子的特色性，并提升餐厅的知名度

互动形式：和威海餐饮协会合作，列出威海比较出名的10家有特色的饭店餐厅，让消费者通过手机短信、网站的参入方式进行投票，并从中抽取幸运者赠送奖品。

2、活动方案：征集张家老院子特色菜肴的名称

活动目的：创造新闻效应，突出餐厅菜肴的特色性。

互动形式：在媒体上列出张家老院子主要特色菜的主要配料，主料及做法。根据色香口味让消费者给出菜肴的适合名字。并且餐厅一旦采用以后这个菜肴就一直沿用被采用的菜肴名字。并设立奖项奖励参加者或者以后针对本次中奖的消费者对来张家老院子消费本菜肴一律实现免费。

3、活动方案：征集威海食客最喜欢的菜肴

活动目的：创造新闻效应，突出张家老院子对消费者的重视

互动方式：通过各种媒体对外公开征集威海食客自己的特色菜肴或者是最喜欢的菜肴，要求有原创性，讲究一定的营养平衡因素和烹饪制作的可行性。入围者可获取奖品并由张家老院子作成实际菜肴推出。而且入围者对本菜肴有冠名权或者免费权。

促销策略三、亲和待客

尽管本次促销活动要避免传统的促销手段，但一些切实可行的促销手段不妨一用。

1、赠品方面：餐厅应有特色的纪念周年庆典的小工艺赠品， 让顾客觉得到张家老院子吃饭，除了能享受高层次的气氛，还能得到令人心奇的小玩意儿。它不仅能起到宣传作用，还能提高我们的档次。 在发放上可以根据消费的高低，赠品与之相配，但需要专人负责。

2、建立和收集《客源人事档案》， 如市委领导年月日生日，公司年月日年庆， 领导结婚纪念日，到时提前发放贺信以此用来加强与食客的联系， 使我们有一批稳定的客源。可以这样计算，若建立有5000客源档案， 一年有一次就餐机会，每天就有5000360=13.8次， 上座概率就五分之一，那么每天也有2-3桌客源。

3、餐后服务：就餐后，客人除得赠品、优惠券外， 安排一两个人为客人免费洗车(凭餐券或其它手续)事虽小， 却能给客人减少许多麻烦，以此来增加客人对的印象， 从而更好的为酒店创造效益。

促销策略四、媒体整合

任何一项活动策划的成功，广告投放策略重要，按照威海广告投放有效到达率来看，排序是：报纸、户外、广播、电视。因此本次活动广告投放密度比例为：报纸50% 户外20% 广播20%电视10%。

建议媒体：

《威海晚报》

户外、公交站牌

交通广播文艺频道

威海电视台

抽奖地点：晶星购物城大门口

兑奖有效时间：开奖起至\_\_年6月25日晚19：00。逾期没兑者视为放弃。(特价商品、大宗团购除外)

注：当天现场抽奖活动由\_\_\_ \_\_\_负责主持，策划部协助。

4、 晶星金靴奖活动期间每天来我商城购物的第一位顾客，凭购物小票可获得晶星金靴奖礼品一份!

礼品预计费用：\_\_\_元10天=\_\_\_元

注：此活动礼品发放由\_\_\_负责安排。

5、 活动期间顾客一次性购物满100元

以上即可参加下列促销活动(单张收银票限参加一个活动):

1)、晶星金球奖活动细则：在商城内设置一场地摆放球门，参加此活动的顾客在离球门5米的位置将皮球踢向球门，如进即可获得晶星金球奖奖品一份，如不进则获得纪念品一份。单张购物小票限玩一次。

2)、晶星任意球奖活动细则：在商城内设置一场地摆放球筐，参加此活动的顾客在离球筐23米的位置将乒乓球击向球筐，如进即可获得晶星任意球奖奖品一份，如不进则获得纪念品一份。单张购物小票限玩一次。

礼品预计费用：\_\_\_元

注：此活动现场工作人员及奖品发放由\_\_\_ \_\_\_负责安排、策划部协助。

6、 老爸 您辛苦啦(父亲节)父亲节商品特价展：手机、数码产品、剃须系列

费用预计: \_\_\_元

场外路演(待定)

活动时间：200\_-6-9-------200\_-6-10

活动地点：大门口(场外)

活动内容：

联系各大厂商携手共同开展为期2天的厂商特价酬宾活动，以特价、赠送、文艺演出等各种促销形式开展活动，补充店内的各项活动(吸引来客人数)有效提高销售业绩。

活动组织：

1.家电部负责联系及落实各厂家场外促销活动工作;

2.企划部负责协助家电部安排各活动的宣传工作。

**产品促销活动方案篇十二**

促销主题：周年庆，全国同乐!回馈新老顾客!

促销时间：店铺周年时间的前后三天

促销形式：一、针对冬季商品，按建议零售价制定活动方案：

1、冬季商品一次性消费满200元立减30元，满400元立减60元，依此类推!(此活动折扣合计8.69折)

2、冬季商品一次性购买两件或两件以上可享受8.5折优惠，持vip卡可在享受9.5折折上折优惠。(客户购买一件是不享受折扣，购两件以上才享受折扣，vip购买一件可享受9.5折，购买两件或两件以上，vip的折扣是8.1折)

二、针对冬季商品，按建议品牌原始价制定活动方案：

品牌原始价的2-4或者3-5折，要根据店铺周边的消费层次来制定(新款到店货品基本上是4折或者5折进行售卖，货品销售一段周期之后可根据售卖情况制定一口价或者2折、3折，一口价的设置控制在2折或者3折之间)

三、可设置抽奖环节，细则如下：

凡进店消费者均可参加抽奖派送：

1、一等奖 现金购物券50元

2、二等奖 时尚暖手宝一个

3、三等奖 时尚围巾或手套一个

4、特等奖 时尚vip卡一张

客户可根据店铺实际的需求数量，进行礼品的采购，奖项数量也可根据店铺实际情况进行制定。

**产品促销活动方案篇十三**

一般来说，在美容院中的促销方法通常可以分为这样几种：低门槛进入法、透支法、对比法、现金刺激法、体验法、特价法、超值法、抽奖法、置换法、捆绑法、打包法、双倍法、pos划点法以及撕单法等等。而想要作为美容院开头炮的活动方案，那种方法比较适合呢?普丽缇莎认为，在这样的节日中，活动一定要出其不意才能够打败竞争对手赢得消费者，但同时还需要真诚真心，才能够留住自己的顾客。所以这次三八妇女节的主题，普丽缇莎这样来确定：

活动主题：喜迎三八，打造14浪漫

活动时间：20\_\_年3月5日-8日

活动方案：

一、惊喜重重

1、减肥项目：整整一个冬季，不仅缺少锻炼，而且大鱼大肉在过年时吃得过多。脂肪也悄悄的堆积在体内，所以减肥项目最适合这个时候推出了。让消费者们能够找到迅速减肥了好的方案。只要活动期间在普丽缇莎美容院加盟连锁店内，消费五百块就能够享受到做一百个项目。将店内手臂、臀部、腰部、腹部、大腿、小腿等多处位置组合成一个整体。消费者全身进行多处的瘦身按摩，让消费者感受到美容院的诚意。

2、开办年卡：活动期间为了吸引消费者，特此推出年卡消费。只要在美容院内办置半年卡，就能够获得由普丽缇莎提供的1元产品。如果在半年卡的基础上再加5元，就能够享受全年卡的优惠，其优惠是半年卡一半的优惠。第三重年卡优惠政策，如果半年卡的基础上加1元，不仅可以享受到年卡的优惠，还能够享受到手部护理1次、卵巢护理1次、头皮护理1次，价值8元的产品。

二、特价优惠

想要在妇女节活动期间出其不意。特价优惠政策一定要做的出彩。所以这次特价优惠活动，主要针对的人群是男性。只有男性在店内消费，才能够为自己的女友或者妻子到对折甚至更低的折扣优惠政策。

夫妇套餐：在活动期间，只要男性带着自己的女友或妻子到美容院内任意消费，不论消费金额，就能够让妻子享受到五折，甚至一折的优惠政策。并且，如果丈夫或者男友买单，还能够享受产品三折的优惠。

三、三合一活动

只要在活动当天全价购面膜套盒一套(柔肤水+水凝+精华素)，就能够享受半价购眼部特护一套(眼霜+眼部赋活+水份眼膜)同时还能够三折享受购春夏季养膜一套572元(滋养保湿+赋活美容+再生素)一份。

推荐阅读

**产品促销活动方案篇十四**

户外广告

1.操作要点

(1)户外广告尽量刊登在所在店铺正门口醒目位置;

(2)如果店面靠里或偏角落的，还要另外在店面所处位置附近的入口处刊登户外广告;

(3)户外广告以品牌形象宣传为主，设计美观、大方，在符合公司vi体系要求的前提下与周围颜色反差大，够醒目;

(4)要经常巡视户外广告的照明情况，发现问题及时处理。

2.优势

(1)户外广告对路过的消费者有一定强迫诉求性质的广告效应

(2)户外广告由于处于商场外立面，因此可以在消费者还没有形成明确购买标的时候争取消费者光顾;

(3)户外广告能起到为店面指引的作用，使消费者方便找到门店。

3.劣势

(1)户外广告费用高昂;

(2)好的广告位不容易获取。

指引标示

1.招牌

(1)招牌应该使用logo及vi标准色;

(2)应根据招牌尺寸大小进行长宽以及宽长方向的招牌设计

(3)招牌视野要好，前方无遮挡物。

2.横幅

(1)横幅必须整洁，拉的时候绷直，避免起皱;

(2)横幅不能遮挡招牌位置，可略低于招牌悬挂;

(3)横幅的字体不宜过小，内容不宜过多，否则顾客很难看清

3.展架

(1)\_展架可放置于店门口醒目位置，多用于促销告知和主力产品介绍;

(2)\_展架不得占用主要通道位置，避免造成顾客进门的不便

4.可移动灯箱

(1)可移动灯箱一般应放置于店外转角处或主要通道口，用于吸引顾客注意到门店;

(2)可移动灯箱的光源应保持明亮度，光源损坏时应立即更换，以免造成破败印象。

5.吊旗

(1)吊旗应有序吊放，不能杂乱无章或随意吊放;

(2)吊旗内容应简洁，字体不宜过小;

(3)吊旗的颜色应与店面整体颜色协调，不宜反差过大。

海报

(1)pop海报主题要突出，让客户第一眼就知道你要干嘛

(2)内容应该配合活动及时更换，图案更具冲击力;

(3)海报的展示一目了然，前方无遮挡物

7.广告灯箱

(1)周边如有灯箱广告位连锁店应争取到好的位置刊登广告

(2)广告灯箱设计时应有店面地址及方向指引;

(3)广告灯箱的画面应该要勤换，给予顾客新鲜感;

(4)广告灯箱除了集客用途，还应该适时配合促销方案。

8.包柱广告

(1)某些门店所在商圈内有包柱广告，且一般都处于比较醒目的位置，应该争取到好的位置刊登广告;

(2)利用包柱广告用来做品牌形象和指引用途;

(3)包柱广告应该注意包柱的高度应上到顶，下到地，否则视觉上很难看。

9.地贴

(1)由于容易磨损导致形象不佳和难以清洁，地贴要经常更换

(2)某些商圈可以允许门店做店外地贴这种广告方式，在主要通道做地贴，可以起到指引作用;

(3)地贴的质量一定要好，否则短时间内就会磨损;

(4)地贴的设计最好用箭头指明连锁店面的方向，起到引导顾客至店面的作用。

派单

1.派单的对象

(1)派单的对象尽量指向是有购买需求的顾客;

(2)在异业联合促销中派单的效果会更好。

2.派单的地点

(1)所在商圈的主要通道口;

(2)门店大门口;

(3)广场路演时派单;

(4)异业合作时在合作单位放置dm单张。

单张的内容

(1)促销广告;

(2)dm单可做现金券使用;

(3)dm单具有折扣功能;

(4)凭dm单可领取小礼品;

异业联盟

1.异业联合宣传的定义

与其他行业的公司或单位合作，设计适合彼此合作的方式，互相利用彼此的顾客宣传或促销。

2.异业联合宣传的对象

(1)非直接竞争的上游商品经营者;

(2)占据优秀位置的店面，如商场入口、楼层入口、主通道口或连锁店所在位置的前端店面;

(3)拥有大量目标顾客的公司;

(4)拥有大量顾客的公司，如商场、百货、超市;

(5)非常知名的企业，如麦当劳、kfc。

3.异业联合宣传的方法

(1)互相放置宣传单张宣传自己的促销;

(2)互相放置展架甚至海报作为固定宣传合作对象;

(3)买合作单位的产品送连锁店的现金优惠券或折扣券;

(4)低毛利提供赠品给予合作单位，做为合作单位促销中的赠品提供方，但要控制好用途;

(5)选择产品有吸引力的公司，将其产品做为连锁店促销的赠品，前提是在对方的顾客中宣传本店;

(6)买双方的产品互相送现金优惠券或折扣券;

(7)给予合作方一定的费用，在合作方放置宣传品。

4.异业联合宣传的注意事项

(1)监控合作方的宣传品是否发放，宣传广告是否刊登;

(2)提供赠品时，要督促对方提供赠品登记表，记载顾客姓名、联系方式和购买状况;

(3)提供赠品的情况只适用于拥有大量顾客或大量目标顾客的公司。

广场路演

1.广场路演的内容

(1)产品功能展示;

(2)促销活动配合;

(3)派发dm单张;

(4)制造吸引眼球的活动，如拍卖、表演、现场问答赠送小礼品等活动;

(5)现场展架、横幅、看板等宣传品展。

2.广场路演适用的情况

(1)新店开业;

(2)大型节假日;

(3)新产品推广;

(4)总部举办的主题活动;

(5)特价消化滞销品;

(6)新装修后开业。

3.广场路演的注意事项

(1)与物业、商场等搞好公关关系，取得较低场地价格;

(2)注意路演中的商品安全和现场秩序维护;

(3)注意在路演举办前应取得城管许可。

小区推广

1.小区推广的方式

(1)与广场路演类同，只是将场地搬到目标顾客集中的小区内进行;

(2)与物业公司合作，向目标客户投递宣传品。

2.小区推广的注意事项

(1)小区路演应注意取得物业管理公司许可;

(2)与物业公司合作时投递宣传品时，应注意宣传品应具有回执性，即顾客持该宣传品到门店购买商品能获得更多的优惠或礼品。

短信、邮件群发

1.日常销售时注意获取顾客邮件地址、手机号码

(1)通常可以在赠品促销时用赠品登记表获取顾客信息;

(2)顾客要求送货上门时，可以获得顾客的手机号码;

(3)通过朋友或其他关系获取目标顾客邮件地址和手机号码。

2.有较大优惠促销时对目标顾客进行邮件和短信群发，已消费的顾客虽然再次购买的几率低，但是其可以将门店的优惠介绍给其亲友。

**产品促销活动方案篇十五**

大家可别小看了这个元宵节，在中国有句老话，正月十五还没到，春节就没结束!即使大家已经结束了国家规定的法定假期，开始投身繁忙的工作中，但元宵节依然是商家们赚钱的好时机哦!

那么如何在元宵节促销大战中取胜，营造出服装销售旺季中的旺季，还是需要费上一番“功夫”。

现在市面上形形色色的促销活动依然层出不穷的，但万变不离其中，我以下所讲到的几款促销方法还是大家最常用的，最重要的还是看你如何把握要领，把看似平凡的促销活动做的不平凡!

满就减

价格优惠是最直接、最传统的促销方式。春节期间大部分顾客都是在为新年购置新服装，有效地采取“满\_\_\_元减\_\_\_元”的活动，可有效地促使消费者同时购买多件衣服。在进行“满就减”活动的时候，一定要注意商品的定价，如果一件衣服的价格就超过了设定的价格，或者这个金额很大，需要买十件八件才能凑够，那么，促销的效果将会被削弱。这个“\_\_\_元”的价格区间最好设定在两件到四件衣服的价格，这样才能达到促销的目的。

赠送礼品

赠送礼品也是很多服装商家常采用的招数。在赠品上要有所选择：有些商家搞活动时选择赠品刺激或者特价商品时往往是凭感觉，粗枝大叶地随手拈来，其实这些赠品的选择是很有学问的。赠品的选择要符合目标人群的需求，要是他们强烈想得到的，或一些时令性的商品，绝对不可设置一些顾客不需要或可要可不要的商品;折扣商品要拉开档次，前面所说的赠品的目的是为了吸引人气，却都不能带来利润，而我们搞促销的目的是为了销售和利润，所以在折扣商品上要拉开战线，提前规划设计好，争取利润达到最大化。

吆喝叫卖的时代已一去不在，最好的方法是融销售于活动和娱乐之中，结合一些公关活动，进行品牌积累提升品牌形象。娱乐活动与传统的打折促销相比，更容易让消费者融入其中，除了让消费者享受到价格优惠之外，还能有效地宣传店铺和品牌，将店铺、品牌的文化和气质传达给消费者。在活动安排上一定要有参与性和趣味性，活动的难度把握是关键。太简单就缺乏挑战性，太难又会使消费者反感，效果将适得其反。

主题促销

由于各个厂家和商家各显神通，大举宣传，消费者往往被淹没在各种促销的海洋里。你的促销活动想跳出来，给消费者耳目一新的感觉，就必须有个好的促销主题。一个好的促销主题就像是一个动人的“媚眼”，对消费者起到第一步的吸引。

因此，节日的促销主题设计有几个基本要求：一要有冲击力，让消费者看到后记忆深刻;二要有吸引力或者让人产生兴趣，例如很多厂家用悬念主题吸引消费者继续探究;三要简短、易记，一些主题长达十几个或者更多的谁会理睬。

针对促销

由于店铺的目标顾客大都有地域性限制，所以选择媒体要针对这些目标顾客，争取一网打尽。一般不建议用电视等覆盖面广，且针对性散乱的大众媒体。最好是采用廉价的和有针对性的传单、海报，甚至是对会员的一对一沟通，这样即节省了成本又能确保其有效性。

**产品促销活动方案篇十六**

一、活动目的：

1、抓住国庆销售旺季机会，促进终端销售;

2、迎合公司批量新品上市，推广公司新品;

二、活动时间：

1、终端促销时间：9月24日（周六）—10月9日（周日）

（含两个周末和7天国庆假期，共计16天）

三、参与对象：全国各终端零售网点（含专卖店和散批客户）

四、活动内容：

1、感恩祖国、东金献礼

（1）终端凡是在9月24日—10月9日期间的提货，可获得相应提货数量的礼品配备支持，用于国庆促销活动赠送消费者来促进终端销售;

（2）礼品配备原则：原则上每一件产品，配备礼品一个，但礼品数量有限，先提先配，配完即止。

2、国庆促销、提货优惠

（1）终端凡是在9月24日—10月9日期间的提货，满2万可享受全场9。5折。

五、活动要求：

1、所有的礼品赠送必须按标准执行，严禁截留礼品，严禁把礼品挪作它用，严禁售卖礼品。

2、敬请各位经销商提前积极、及时备货，已备满足在国庆活动期间活动需求，以免影响活动效果。

**产品促销活动方案篇十七**

活动目的:

1、扩大和提高xxx超市的品牌形象和美誉度。

2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。

3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

市场分析:

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，消费者又是如何选择的呢?随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注全家一起置办年货这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一:将若干件利润较低而消费群面较广的商品(比如大米、鸡蛋等)以超低折扣出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动――海选超级商品。

活动安排:

1、选票的设计:

我们的选票分为两部份。

a、消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b、消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票和宣传单印上广告词:这个春节，您当家。

效果目的:为了让消费者知道，今年春节，×××超市有很特别的活动――海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

**产品促销活动方案篇十八**

一、促销方案的制作

一般一份基本的促销方案起码需要包括以下几项内容：

前言：主要指简单的市场背景分析，市场动态等。

促销时间：一般都是安排在特定节假日前后，主要要考虑周末和假期长短等因素等，并根据促销费用的大小灵活安排活动的周期。

促销地点：终端商自有的终端店

促销目的：做事情总要有目标，促销肯定是有预计的目的，终端促销活动想达到什么样的结果，是为了提升销量还是想遏制竞争对手？这是在制作方案时候必须强调的。

促销主题：主题是在促销活动中要表达的重点和核心，能让促销活动得到有效传播，主题要简明扼要，能有效吸引消费者，利于宣传。

促销内容：这是促销的核心部分，本次促销活动的具体内容是什么，是采用什么样的方式，必须在方案里明确描述出来。

执行步骤：如赠品的陈列方法，促销pop的陈列方法等，详细的还可制作一份日程表，安排好赠品制作周期等，以便及时开展促销活动。

二、促销活动的种类和方式

促销的方式有买赠、打折、联合促销、主题促销、现场试穿、消费积分卡、返现、限时抢购、社区促销、特价促销等多种方式。这些促销活动都有自身的优势，也有自身的缺点。如何灵活运用这些促销方式，是需终端商根据当地的消费环境与风俗习性等诸多因素来定的。

三、促销活动的执行

促销活动的执行非常关键，同一个店，不同的执行确实就是不同的效果。如果能有一些广告配合就更好。在执行促销时，各位店主应当先对执行人员进行系统的分工，只有各个工作人员明确职能，才能使促销有条不紊地展开，不然，如遇到人多，管理混乱，就会使促销活动的效果大大打折扣，无法达到预期的目标。

我们期待各位都能够灵活运营，举一反三，相处更多的促销技巧来吸引消费者的眼球，把促销进行到底。

返现

返现就是终端店在促销时，规定买满多少金额，现场返还现金多少，比如买满200元返20元，如同打9折。这种促销手段商场用得比较多，因为是直接用现金返还的，所以，吸引力较大。但是在制订促销时，要注意返现的金额，既不超出限制，又能有吸引力，所以，制定合理的返现金额是十分重要的。

限时抢购

商场用得比较多，对于比较大的店铺里也可以用，可以提高二天左右进行宣传，横幅可以提前挂，真正促销时间可以限时一天，一般产品折扣都比较低，把新产品正价产品收柜，如果数量不多的话可以继续向公司申请，以达到一定的影响力，找一个很好的主题，如全场装修、门面折迁、店庆等。

抽奖促销

是指利用消费者追求刺激和希望中奖的心理，以抽奖赢得现金、奖品或者商品，强化购买某种产品的欲望，对销售具有直接的拉动作用，可以吸引新顾客尝试购买，促使老顾客再次购买或者多次重复购买，达到促进产品销售的目的。

抽奖促销是我们在日常生活中最常见的促销方式。采取抽奖促销的不分是大品牌，还是新进入市场的品牌，都是屡试屡爽的促销方式。

特价周期

固定的促销时间，让消费者形成一种习惯，以特价为主，比如每周六特价促销日，比如每月特价专场，把正价产品入库，促销结束后再全部更换产品，做好陈列，以消化库存为主。对于比较大的店铺来说库存也比较大，特价专场就可以试用。

折上折

有的商场实行4折销售，却用另一种方式如5折再8折，吸引了不少人购买，这是抓住人喜欢优惠多的心理。店铺也可以借用，比如会员可以折上折，比如买满多少还可以再9折。

直接打折

在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和诱惑力，直接打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不清真伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。

因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法缺点是不能解决根本的营销困境，只可能带来短期的销售提升。

不能解决市场提升的深层次问题;同时，产品价格的下降将导致企业利润的下降，而且，产品一旦下降，想要恢复到以前没有折价的水平，可能性非常小。乱打折会打击消费者对品牌的忠诚度。

场外促销

场外促销主要借店外人流量加特价产品来吸引人气，可以把顾客带到店里推销其它产品，一箭双雕。如果店铺前面空间较大，人流量也不错的，可以采用店外促销，效果好，要求花车为，主数量要多，形成气势，花车周围用有吸引力的内容做成促销海报围起来。

有关系的还可以与商场联系在门口做促销专场，那更好，人流量大。如果有条件的最好用大的遮阳蓬，一来可遮阳二来防下雨，还要注意与城管的关系，要得到批准，以免产生不必要的麻烦。

新品促销

内衣店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要是想通过旺季多抓顾客，以提高老顾客数量，在新品牌店铺居多，一般新品促销主要是通过赠送小礼品，不采用新品直接打折的方法。

节日促销

中国节日比较多，都是大家搞促销的好理由，如元旦、情人节、三八妇女节、国庆节、母亲节、教师节、端午节、春节、元旦等等这些中国传统的节日，因为在这段时期，消费力量激增，是内衣销售的黄金时期，所以，每个店铺都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性，可以打折也可以送礼品。最好配上促销宣传，门口的横幅比较显眼，加上会员促销短信效果会更好。

主题促销

主题促销，是创造一个主题，然后以围绕主题展开促销活动，让消费者认为这是名付其实。如店庆、门面装修、厂庆、节假日等，事出有因，促销更要如此，不明不白的促销不能引起顾客的认同感。有句话说得好，“没有理由创造理由也要促销”。

是指两个或者两个以上的品牌或者公司合作开展促销活动，一般是在两个知名品牌之间展开，讲究的是强强合作，实现双赢的目标。基本上，两个不对等的品牌之间是很难开展联合促销的。

联合促销

服装店铺可以联合化妆品、美容院、女装店等一起做促销。这样一种互动的促销手段，能有效整合两个品牌的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了双方的资金，因此，是一个不错的方式。

但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算，费用分摊的原则举行的促销活动。

消费券

消费券促销，不单在节假日可以做，在平时也可以做。

这也是提前完成消费者者竞争的一个方法，如果有消费时她可能直接来你的店，这是对竞争对手的打击。可以印刷消费券，一共十二张，折扣自己定，但不要伤害会员的感情，比如一件七点五折，会员才八点五折，就不行。

可以到有关第的各单位发放，可以联合其它店铺促销时用，最好是指定的点，不要在大街上随便发，这样会让顾客不够重视。

买赠

从维护形象的角度看，买赠更体面些，送赠品可以创造产品的差异化，是一种常规性的促销手段，具体做法是买满多少金额的货品，赠送相应的物品，以达到增加销量的目的。

选择赠送的礼品时，要考虑这一消费群体的喜好，送一些女性用品，如丝巾、雨伞、袜子、肩带、洗衣袋、洗衣液等。在做这类促销活动时，应特别注意，礼品一定要精致，因为，相对来说，赠送的礼品的金额不大。如果因此而采购一些质量不好的礼品，对于促销活动、对于企业品牌都是伤害。

会员促销

目前，开展对会员促销的店铺越来越多，通过买一定金额可以达到什么级别的会员，不同级别的会员可以享受正价产品的折扣，这是长期的。还有会员的其它促销比如对会员提供一款特殊价格的产品或礼品，每个月有固定的时间对会员进行促销，可以是特价，可以是送赠品，也可以是免费送小礼品做服务，如果会员很多的还有可以做会员促销专场。

特价专区

很多店铺都有特价专区，划出一个区域用花车或落地架陈列特价产品，一是为了与正价产品区分从而不影响正价产品的销售，二是让消费者容易找到，实行特价专区的要在花车和落地架上有相应的宣传内容。

**产品促销活动方案篇十九**

一、寻找市场空白带，避开与强势对手的正面竞争

一般来讲，大部分的英语培训机构均分布在城市的繁华地带，主要面向城市社区的学生招生，而往往对城郊结合地带重视不够。事实上，由于近年来国家征用大量土地，以及城市化进程加快等原因，农民，尤其是城市周边地区的农民生活水平飞速提高，对子女的期望值也相应增加。因此，建议英语教育机构可尝试避开竞争对手的正面火力，在当地较富裕的城郊结合区域展开充分的招生宣传。

具体来说：

1、在当地较为富裕的城郊结合区域设立报名宣传点，若有条件可就地设立专门的面向当地中小学生的英语班（这样学生就不用坐十几站的车到城市中心来上课，家长们也不用为担心孩子的安全而操心）或者开设接送学生的专用大巴，也能达到上述效果。

2、与该区域内的中小学校取得联系，和各校英语教研组组长达成一致，开展英语课试讲、快乐英语角、英语提高计划等一系列活动。当然，若能以提成等方式说服英语老师在课堂上向学生推荐，效果肯定更好，但注意因地制宜。

3、对该区域内中小学生中特别具有新闻价值的群体或个人（如特困农民工子弟、烈士子女、失足少年、身残志坚的“三好生”等）予以特别培训帮助，并寻求有关媒体予以报道。

二、充分利用学校与社区平台，在老师、学生与家长心中树立贵校的良好形象。（注：这里的学校与第一部分不同，泛指贵机构所在地的所有中小学。）

1、典型示范：与部分社区、中小学进行合作，从中选择部分孩子（每个社区、学校限定名额）参加英语集中培训营（1—2天时间）——孩子是最眼馋的，看到同校的、家门口的参加了英语培训的孩子回来一副眉飞色舞的样子，自然也忍不住想参与其中。

2、提供赠品：个人认为在校门口发传单这种方式成功率很低，倒不如选择一些学校，上门派发有特殊意义的赠品——如英语作业本（封面和扉页有贵校的logo与广告）、圣诞节贺卡、新年明信片（巧妙地加入贵校的广告与祝福）、贵校给家长的慰问信，等等。

3、附带培训：可在不同的时期，针对学生的特不同需要，打出极具诱惑力的宣传口号。比如，对于寒假参加英语培训的同学，将派富有经验的资深教师辅导学生完成全部的寒假作业（或寒假作业中的英语部分）、对于除英语外某一门严重偏科的同学，可派人就偏科的那门为其单独辅导三次等。

4、因时制宜：选择一些特定的时期（如家长会、运动会、节日庆祝活动等），开展特别宣传活动。

三、借助社会其他资源，开展英语培训招生

1、借助儿童影楼、儿童服装店、文具店的资源，开展招生宣传。如：在某某儿童影楼摄影，参加贵校英语培训，可享受八折优惠等，反之亦可实施。

2、与相关媒体合作，联合开展大型英语演讲比赛、朗诵比赛、歌曲比赛，等等。

3、孩子是家里的宝贝，而最重视孩子学习成绩的是年轻的妈妈们。因此，可以在大型商场前设点进行英语培训宣传（可能需跟商场提前沟通）；甚至与当地白领妈妈常常光顾的服装城、化妆品专柜等开展合作——妈妈在这里买化妆品/衣服若超过一定限额，其宝宝参加学校英语培训即可享受相应优惠。

4、在当地公园内设立学校的少儿英语角，并在周末和节假日于公园内设立招生宣传点。（同样可能涉及提前与园区管理沟通）

**产品促销活动方案篇二十**

一、活动目的

通过父亲节前期和当天的宣传，对用餐的顾客进行温馨提示和礼品赠送，以及给顾客提供其他的超值服务的系列行为，来感动顾客并增加顾客对我们麻辣风芙蓉会馆的情感关注，不断聚焦麻辣风，进而提高我们的营业额和顾客的回头率以及对我们麻辣风芙蓉会馆品牌的忠诚度。

通过我们的情感营销(提供超值服务)不断提高我们麻辣风芙蓉会馆在该廊坊餐饮市场的占有率，不断领先于竞争对手。

二、活动时间：20xx-06-21

三、活动地点：

四、活动内容

1、父亲节当天来我店用餐的顾客都可以免费给父亲打个电话，无论是市话、国内长途。限时15分钟。

2、父亲节当天来我店用餐的顾客都可有机会免费拍照一张，并免费寄到本人父亲的手中;

3、父亲节当天如有客人请本人父亲来我店用餐，可享有如下优惠：(1)、免费合影一张;(2)、送影框一个;(3)、送纪念父亲节特制菜品13份;(4)、送礼品一份(领带等)。

4、如果是请自己的父亲用餐，除了可享受以上优惠，还可以享受全单8.8折优惠;

5、父亲节当天过生日的父亲，我店免费提供父亲节家庭套餐一桌供10人以内用。餐厅父亲节活动策划方案--策划书餐厅父亲节活动策划方案--策划书。(父亲的生日必须以二代身份证上的.日期为准，年龄达到法定结婚年龄一年以上，有和儿女合影照片)

五、宣传与氛围营造

(一)、对外广告宣传

1、做2期平面媒体广告;

2、电视广告2期;

3、网络广告;

4、高档楼宇广告

(二)、短信群发。

短信内容：父亲节到了，麻辣风全体员工祝福您的父亲或身为父亲的您健康快乐!当天生日的父亲可享受免费家庭套餐!还有更多惊喜呐!订餐电话：

(三)、通过店内外各种广告(图片和文字)在不同位置的布置，进行全方位立体化的宣传，在店内营造出浓浓的父亲节文化氛围。具体工作布置如下：

1、店外水牌，第一次提示顾客;

2、店内广告和氛围营造：

(1)、x展架3个;

(2)、喷绘图片30张;

(3)、特制父亲节菜单;

(4)、免费父亲节家庭套餐;

(5)、台面软文(从六、一儿童节到6、15父亲节);(6)、背景音乐：陈红的《常回家看看》，崔京浩和刘和刚两个版本的《父亲》循环播放;

(7)、员工问候语：父亲节快乐!等等对顾客进行第二次第三次父亲节提示，让顾客产生父亲节的情感或由此而想起了家乡的父亲或由此而想起自己做父亲的艰辛与不易为后面的感动做好铺垫!

3、现场互动：

(1)、送父子(女)连心菜品一份。祝福语：祝愿天下父子父女都永远心连心、幸福快乐!

(2)、现场拍照。配音：各位领导，来来让我们在父亲节这个难忘的日子里留下这永恒的一瞬!到时我们给您送去或寄过去;

(3)、为现场的父亲和天下父亲敬上一杯祝福酒，祝酒词：今天是父亲节，祝现场的父亲和远在家乡的父亲节日快乐、身体健康!

(4)、(祝酒词讲完之后)说：各位领导，我和我的助手一起为现场的父亲和客人献上一曲《父亲》，再次祝您和您的父亲节快乐身体健康!(将氛围推向高潮)

六、注意事项

1、宣传文稿、词句感情表达要贴切、准确、到位，过则显假，欠缺则无法与顾客产生情感共鸣，就很难感动顾客。

2、对父亲节活动内容要进行全员培训，达到熟知的地步。

3、父亲节优惠活动不能与其它优惠活动同时享有。

4、父亲节那天来我店过生日的父亲必须提前预约。

5、当天在我店过生日的父亲或在我店里请父亲吃饭时，要组织管理层一起为父亲说句祝福的话语。

6、要保障父亲节特制菜品原材料充足。

**产品促销活动方案篇二十一**

一、产品基本信息

·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）

二、活动主题

20xx某烟品味之旅

三、活动范围

全省各地区，九个地级市及其他重要城市。

四、活动内容

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

**产品促销活动方案篇二十二**

一、 主题：

居然之家首届家居购物节五一开幕、全场六重惊喜回馈消费者

二、活动内容：

六重惊喜：

1、 家装满1000送180

2、 家具、建材、家饰全场成交价基础上市场再打82折

3、 五金涂料超市全场82折再送礼

4、 500家高中档家具、建材品牌黄金周联手推出特惠惊喜

5、 最新流行家具新品展览会、美国爱蒙5月4日大型艺演现场美金大抽奖

6、 全场当日购物满20xx元现金，抽笔计本电脑、空调、dvd等大奖。

居然之家——重庆首家五星级家居建材主题购物中心，7000个西南地区超大型免费停车位，黄金周掀起山城家居建材消费新理念。

**产品促销活动方案篇二十三**

（一） 活动背景：

xx家电商场是在今年4月份刚刚步入市场，其地理位置处该市的东

南城乡交界处，距市中心约有5公里。当地共有大的经销商4家，地势较好。进入6月份后，在这个空调销售的旺季，其竞争对手更是非白热化。由于该商场成立的时间短，在和供应商的谈判力度中并不处于优势地位，因此向厂商争取比对手优厚的支持以不大可能，而地处较为偏僻的地理位置则明确告诉经营者，如果没有有效的措施，旺季的市场将拱手送与对手。 在进入6月中旬，商家的人流量继而出现下滑的趋势：据初步了解，

该现象是周边商场的恶意谣言所造成的，从而在消费者的印象中给本商场造成极坏的影响。

（二） 活动目的：

揭穿竞争对手的恶意谎言，打击竞争对手，提升电器的销售量及商场的名气。

（三） 活动对象：

以有意预购该商场家电的消费者为主。

（四） 活动主题：

火热6月 ，激情大放送

1、团购可打8.8折

2、现场消费达10000元以上可得大礼一份

3、以旧换新，以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠

4、活动期间积分为平时的2倍

5、有买有送。若顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电产品即可

参与26寸液晶抽奖活动，单件满1000再抽一次，满5000再抽一次，2

次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、电磁炉等大奖，买得越多机

会越大。

6、专车接送（可借鉴大润发那种免费公交）

（五）活动策略

1：促销方式

现场促销，促销销售，网络促销

2：促销策略：

折扣、抽奖、礼品、以旧换新、积分、

3：促销计划：

手段：前期预热消费者给予气氛，给予种种优惠。带动消费热潮

优惠期：a团购可打8.8折

b现场消费达10000元以上可得大礼一份

c以旧换新，以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠

d活动期间积分为平时的2倍

有卖有送顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电即

可参与26寸液晶抽奖活动，单件满1000再抽一次，满5000

再抽一次，2次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、

电磁炉等大奖，买得越多机会越大

广告定位：广告的投放信息，有利于对本商场活动的定位，其活动最终目的为要迅速提升人气，提高该活动的销量，加快脚步进入强销期减少时间和成本

广告目的：快速集聚人气，加强在外的形象，增加销量，吸引人群

广告媒介：传单、报纸、公车投放，网络、杂志、公车电视、dvd(vcd)广告主题：抱回家，带回家，拿回家、送回家

（五） 活动方式：

火热6月 ，激情大放送

1:：活动时间：20xx年6月19号（星期天）上午09：30

2：活动地点：xxx家电商场现场

3：活动人员：工作人员、现场经理、媒体人员、表演嘉宾、现场观众、厨师，消费者

4：人员安排：

现场经理：指导全场工作

媒体人员：漳州广播电视台，《闽南日报》

5：活动安排

1)、热辣四射的开场舞（肚皮舞）；

2）、主持人开场白-------xxx商场老板致辞-------主持人宣布火热6月 ，夏日活动开始；

3）、歌曲（夏日之歌）；

4）、游戏：“猜猜看”；

现场任何人都可以参加，以小组（人员数为3~6人均可）的形式猜电器的价格猜中或猜的最相近的可得礼品一份。参与人员可得印有xx商场标志的小扇子一把。

5）、小品；

6）、家电一元起拍卖，价高的；

7）、现场抽奖；

8）、靓机展销、个别家电现场演示（例如电磁炉炒菜、豆浆机、压榨机等的演示）；

9）、前期活动结束；

注（其外场表演活动期间，室内家电展销一起进行。）

(七)广告宣传

广告定位：应从消费者心里出发

定位为：6月好礼送不停

买点：售后服务、销售人员的热情、优惠、家电质量

广告形式：传单、海报、户外、公车电视投放等

（八）：预算

宣传环节各种形式的花费：主要是以传单、海报等广告形式的花费；

场地气氛营造的花费：拱门、气球、彩旗、促销帐篷布置的花费以及舞台、舞台背景、音响；

**产品促销活动方案篇二十四**

一、促销产品 雅士利奶粉系列产品

二、促销活动主题 购买雅士利粉系列产品优惠活动及品牌宣传

三、促销活动目的 在一定范围内宣传品牌形象，扩大知名度，促进消费者的认知度及消费量 四、促销活动地点 五、 活动的时间 六、促销活动 针对对象： 内容及形式： 活动细则：

安排计划表

七、活动现场亲子互动游戏(可以采用比赛的形式，拿雅士利奶粉当奖品，发放给胜出者，相当于给她们机会食用，并认识雅士利奶粉) 1、自我认识：由家长示范，指着耳朵，嘴里说着“耳朵”，宝宝跟着模仿。依次，说出“鼻子，眼睛，耳朵，嘴巴，手，脚”等部位，一分钟内哪位宝宝最快模仿完的取胜，发给奖品，另模仿时，表情等其他比较棒的，也以“明星奖”颁发奖品。要是都模仿不完，就以模仿的部位多数者胜。

2、保龄球：用空的饮料瓶充当保龄球，1个，2个，3个，5个的一排排摆在一起，让宝宝用皮球去击倒它。谁击倒的多，谁就获胜。发给奖品。

3、堆沙堆：由家长指导宝宝，把地上的一小堆沙子用小铲子，铲到小桶里，然后家长到一米开外的地方，让宝宝把装沙的桶提到家长那儿，由家长倒出堆个圆形就算完成。用时最短的小组获胜，发给奖品。

4、拿东西：在宝宝身后放三样玩具，家长在一米远处，要求宝宝一次拿一样，给家长，哪位宝宝用最短的时间内把三样玩具都送到家长那儿，就算获胜。发给奖品。

5、识别形状及颜色的游戏：用扑克牌向宝宝展示如何把梅花、红桃、方片分开来，接着把扑克牌分成红色和黑色各一堆。最快完成都获胜。(用扑克牌比较方便，也可使用宝宝们感兴趣的图片，让其分类)

6、积木摆放：在地上放一条30厘米左右的带子，让孩子把积木放在上面压住带子，谁最快完成就算获胜。发给奖品。

除此之外，像钓鱼(购钓鱼玩具一套，比谁在一分钟内钓得多少)，

投篮(购投篮玩具一套，比在一定时间内，投得多者获胜)等都可以玩。

7、“踢足球”

发展宝宝跑步动作、腿部力量，培养宝宝动作的灵活性。 环境创设： 空的易拉罐。

过程：在室外的空地上，放上一些易拉罐，爸爸妈妈先示范踢“足球”，可让宝宝自由选择易拉罐。让宝宝边跑边踢，爸爸妈妈也可和宝宝一起踢。可以比一比，谁先把易拉罐从场地的一边踢到另一边。

8、跳圈

父(母)子同时依次向前各跳至一圈内，然后将后面一只圈放至前面，如此依次进行至终点，先到者为胜。材料：小塑料圈15个。

9、袋鼠跳

幼儿钻进袋中，父(母)手提袋口前进跳，先到者为胜。 材料：布袋10只。

活动结束 在《世上只有妈妈好》的歌声中结束活动 八、互动活动奖项设置

九、经费预算

**产品促销活动方案篇二十五**

20xx年12月25日（星期六）是圣诞节，xx年x月1日（星期六）是xx节，由于两大节日时间紧靠，所以将xx、xx双节促销，规划为一次大型的 “圣诞xx双节同庆欢乐共享”促销活动，活动内容如下：

一、活动地点：

x家居万家城店一层西厅a1027“xx家具”专卖店

二、活动对象：

xx家具专卖店新老顾客

三、活动时间：

20xx年12月24日——xx年1月3日

四、活动主题：

圣诞xx一起过，欢乐惊喜无限多

五、活动内容：

1、打折，打破价格底线，真刀实枪刺激性优惠！活动促销期间，全场商品5.5折（特价商品除外）。

2、特惠组合，特价商品抢购引爆让利高潮！活动促销期间，各店倾情推出特价卧房八件套仅售3280元。（特价商品不参加活动）

3、折后再送礼，进店就送礼，人人不落空，活动促销期间，凡进店顾客均送个性台历一份，凡购买商品满3000元；送电话架（单个）。满5000元；送茶几。满8000元；送妆台。满10000元；送豪华床垫。早到早得送完为止。

4、疯狂大奖天天抽，辞旧迎新，购物抽奖，百抽百中，活动促销期间，凡购买商品满3000元以上者（含3000元），均可 参加抽奖活动，一等奖；蚕丝被（每天限1名），二等奖；毛毯（每天限3名），三等奖；高档紫砂杯（每天限200名）。即买即抽100%中奖。

有效定货日期为：20xx年12月20日——xx年1月3日

奖品区域：（以实物为准）

赠品区域：（以实物为准）

特价卧房套餐3280元/套：

以上优惠仅供参考，以店面具体政策促销为准！可能有更多更好的惊喜等着您！

xx家具精心打造的这次大型促消活动，旨在为消费者提供符合自身品味和追求的产品，让消费者自己做主、发挥创造精神，创造并享受良好的生活品质，从家居中体验生活的轻松和乐趣。

**产品促销活动方案篇二十六**

在圣诞节即将到来之季，快乐派幽默玩具连锁总部——以“相约圣诞，惊喜无限”为主题，为提高“快乐派”幽默搞笑玩具在圣诞节期间的销售量，增加全国各地加盟商的经济效益，特推出此次圣诞促销活动。

活动时间：

12月11日——12月26日

活动内容

(一)平安夜

主题：平安是“福”

活动方式：

对当天在某超市购物的顾客进行赠送“平安果”(苹果)活动。顾客可亲自“采摘”平安果，寓意一年的收获。

具体内容如下：

“平安夜”是一个很亲情的夜晚，同时也是某店改善购物形象的好时机，为此，某店计划把“平安果”和包含亲情的“亲情卡”绑在圣诞树上，这样就赋予一个普通的苹果以亲情，关爱，温暖的元素。而亲情的祝福平安的卡片也带着一份某超市人对顾客一年来的支持和一份祝福!

需要支持：

两棵大型的圣诞树(供应商支持)

苹果枚，费用大约元。

亲情卡片枚，费用元

(二)圣诞夜

主题：幸运

活动方式：

凡符合其中任何一项的顾客，都可以参加幸运活动。

要求：

腰围尺寸，鞋号码()，年龄岁(本命年，北方城市是按虚岁计算)，当日购物元以上者都是幸运顾客。

幸运顾客在一分钟内，在主持人得

提示下，猜出商品的价格，猜中即赠。

需要支持：

幸运礼品(各供应商支持，店内选区)

其它费用预测：元

(三)狂欢夜

主题：激情狂欢夜

()吃：品尝小食品(半成品小吃为主，厂家支持)

()喝：品尝酒水饮料(厂家支持)

()玩：进行喝啤酒比赛

()乐：现场点歌(购物者在购物时可以进行现场点歌，由店内广播音乐播出)

(四)特别活动

主题：悬赏捉拿，天下有“信”人!

从日—日开始征集“最有趣，最幽默，最时尚”的短信若干条，每天在超市“特价商品报告区”进行“张贴”，最后在日评出优胜者，给与奖励。

所需支持：手机号码一个

四、目标性商品惊喜特价，超值回报

从日—日，在这一周中除了有系列的活动提升人气外，某超市将对目标性商品进行震撼性的特价，从而改变某店长期以来跟随市场价格的被动局面，采取主动出击的策略，引领我市的价格流向，从而通过持续不断的努力改善某店的价格形象。

五、媒体支持

海报张

海报万份

当地报纸宣传万份

**产品促销活动方案篇二十七**

一、活动主题：

这个夏天让你的美如花般绽放

二、活动执行时间：

20xx年xx月xx日至20xx年xx月xx日

三、活动对象：

所有顾客!

四、促销活动位置：

专柜及玉兰油前面旁边的位置。

五、活动宣传方式：

宣传单、场外布置kt板、等物料宣传。

六、活动目的：

新会员招募，品牌宣传。

活动期间，由资深护肤师为你免费防晒，免费眼部护理，免费面部护理，让你的皮肤轻松享受阳光的洗礼!让你的美如花般绽放!

七、活动内容及形式：

1、凡购买丸美系列任何产品两瓶，即可获赠一张刮刮卡，获得一次100%中奖的抽奖机会;

2、凡购买丸美系列任何产品四瓶，即可获赠两张刮刮卡，获得两次100%中奖的抽奖机会;

购买越多，中奖越多，100%中奖!

3、丸美(金沙海蓝)嫩白防晒买200送100!

凡购买丸美(金沙海蓝)嫩白防晒系列产品满200元，

返100元现金券用于购买丸美(金沙海蓝)嫩白防晒指定产品。

凡刮中五等奖，即免费获得价值98元的丸美巧克力丝滑系列五件套体验盒一盒;

巧克力丝滑洁面乳5ml

巧克力丝滑水7ml

巧克力丝滑乳5ml

巧克力丝滑精华2ml

巧克力丝滑眼乳霜2ml

凡刮中四等奖，即免费获得价值168元的丸美高机能激白系列精致四件套礼盒一盒;

高机能激白洁面乳15ml

高机能激白培养水15ml

高机能激白日霜10g

高机能激白隔离霜5ml

凡刮中三等奖，即免费获得价值308元的丸美小黑瓶egf修护

液一瓶

凡刮中二等奖，即免费获得价值794元的丸美弹力蛋白精华系

列(三件套)礼盒一套;

弹力蛋白洁面精华120ml/188

弹力蛋白特润精华20ml/318

弹力蛋白晚霜50g/288

■凡刮中一等奖，即免费获得价值1098元的丸美金沙海蓝ol专

业防晒(六件套)礼盒一套;

金沙海蓝冰河洗颜泥100ml148

金沙海蓝冰河保湿喷雾60ml158

金沙海蓝冰河修护凝露60ml208

金沙海蓝眼部防晒乳15mlspf19218

金沙海蓝嫩白防晒乳45mlspf18pa 168

金沙海蓝激白防晒精华隔离乳45mlspf30pa 198

会员入会特别好礼：不需购买任何产品只要按要求登记成为丸美《爱美会》会员(必须登记资料齐全)每人可获赠刮刮卡一张，获得一次100%中奖的抽奖机会!

注：必须是精品店其他化妆品品牌vip女性会员。

凡刮中纪念奖，即免费获得丸美日本胶原紧致系列试用装1袋;

凡刮中三等奖，即免费获得15ml丸美巧克力丝滑洁面乳一支或5ml巧克力丝滑隔离霜一瓶;

凡刮中二等奖，即免费获得价值98元的丸美巧克力丝滑系列五件套

体验盒一盒;

凡刮中一等奖，即免费获得价值168元的丸美高机能激白精华系列精致四件套礼盒一盒;

**产品促销活动方案篇二十八**

一、活动主题

走进湖南，实施38妇女节顾客大回馈。

二、活动目标

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。

三、时间地点

时间：20xx年5月7日——20xx年5月9日

地点：卖场、店面、市中心等

四、对象选择

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。

五、活动方式

（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。

**产品促销活动方案篇二十九**

一、市场现状分析

（一）产品介绍

脉动”饮料定位在维生素功能性饮料，口味清淡爽口。“脉动”有青柠和橘子两种口味，尤其是青柠口味的产品格外受到欢迎。经销商告诉我们，消费者喜欢脉动，是因为它既解渴，拥有水饮料的特质，又比水更有味，更爽口，更健康。经销商分析，“脉动”之所以卖得好是因为“目前没有比这更好的水了”。它的功能在运功后迅速解渴幵且补充运动后体内流失的矿物质和维生素，迅速帮劣运功后的人们恢复体力和活力。

（二）消费者状况及特征

个性化的需求是在大众日用消费品日趋高度同质化的今天经常被人们强调的话题，饮料亦然。青少年群体有着显著的追求新颖时尚、追求个性化、注重感情和直觉，冲动性购买色彩强烈。一旦直觉感觉良好，他们就会产生积极的贩买情绪，从而迅速的做出购买决策。大学生通常是饮料企业推广新产品的最初选择目标。哈尔滨师范大学运动会期间，广大师生剧烈运动后需要大量水分以及维生素来调节人体内体液平衡。

（三）竞争者状况

目前市场上销售的软饮料主要分为碳酸饮料、乳品饮料、果汁饮料、茶饮料和功能饮料五大类。

前四种饮料大战早已轮番上演，今年功能饮料重装上阵。 功能饮料—— 饮料销售旺季即将来临，各大饮料巨头都意欲在

功能饮料市场大显身手。功能饮料市场的竞争者主要集中在红牛、佳得乐、娃哈哈、这几个饮料巨头身上，激活、启力、汇源、他＋她、红牛， 这些饮料巨头都无一例外地宣称，功能饮料除了解渴，还能给人体提供养分及活力。饮料市场竞争激烈，运动饮料和功能饮料成为今夏的流行主角，运动饮料的销售更为火爆。眼看饮料销售旺季就要来临，各大饮料巨头明里暗里厉兵秣马，意欲在功能饮料市场大显一把身手，以强化其品牌形象。乐百氏名下的“脉动”作为运动饮料的先行者，面对这“山雨欲来风满楼”的景象，自然也不甘落后。

二、 促销活动目的

（一）宣传脉动这一功能性饮料的营养价值与特点

（二）扩大脉动在师生中的知名度与影响力

（三）扩大脉动在哈尔滨师范大学的市场占有率，并以此为契机影响黑龙江省高校的师生市场

三、促销活动的主题

以“脉向成功，心随我动---脉动让您更轻松”为主题，意在向受众群体传输脉动这一产品的功效。

四、促销活动地点

哈尔滨师范大学体育场、哈尔滨师范大学二食堂

五、促销活动时间

时期：20xx年5月23日至5月24日

时间：6:00至18:00

六、促销活动准备

（一）公关活动

与哈尔滨师范大学相关领导会晤谈判，乐百氏独家赞助哈尔滨师范大学运动会，买断运动会期间会场内饮料经营权相关事宜双方谈判协定。

（二）征稿活动

与哈尔滨师范大学校团委共同举办征稿活动。活动宣传口号：珍惜瞬间、感动心田，把回忆洒入文字，用文字记载美好——“脉动”杯哈尔滨师范大学大学生运动会校园征文大赛。设置一等奖一名、二等奖二名、三等奖三名，截稿日期为20xx年5月25日。

（三）广告宣传

1.利用哈尔滨师范大学广播电台宣传活动内容

2.在食堂、

教学

楼、宿舍进行海报宣传

七、现场促销活动流程细则

1.5月23日(24日)早6:00在哈尔滨师范大学体育场各个入口以及哈尔滨师范大学二食堂西门前提前搭设的简易棚下，成列脉动系列运动型功能性饮料。

2.打出横幅“脉向成功，心随我动----脉动让您更轻松”活动主题。为广大师生擂鼓助威，渲染运动气氛。

3.简易棚下设有产品销售区、医疗服务区、抽奖活动区三大块。

4.以学院为单位，一次性购买1000元以上者，有机会抽取代金卷200元，中奖率为6.6%。

**产品促销活动方案篇三十**

营销目的

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。

一、活动时间：

二、活动主题：健康老爸

三、活动内容：

活动一、扮靓父亲，重返年轻

■商品选择

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。

■商品特卖

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;父亲节促销活动

■商品促销

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;

■商品陈列

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。

活动二.“神气老爸”孝子亲情绘画大赛

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

活动三.“巧手老爸”手包粽子比赛

活动时间：6/1615:00-17:00

活动地点：

报名方式：xxxxx

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

活动四.“勇敢老爸“旱地龙舟比赛

活动时间：

活动地点：

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

活动五.父子闯关趣味赛

活动时间：

活动地点：

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。

**产品促销活动方案篇**

针对冬季的皮肤问题，美容院可以做一些有针对性的项目促销，譬如专业补水、保湿等，保证和顾客需求的紧密结合。

促销对象：各终端顾客各加盟美容院

促销特点：

1、用项目推广出的形式来提高品牌的技术含量和专业性。

2、用配套的促销活动来推动终端顾客的购买欲。

促销内容：

对美容院：促销期内美容院购入促销项目套餐中的产品可获价格优惠;可获得至代理商处参加美容师专家培训的机会，提高店内美容师的技能;同时为美容院组织终端联谊会，进行项目推广促销。

对终端顾客：促销期内顾客购买项目套餐将获价格优惠和超值项目赠送，在购买项目套餐的同时购买项目套装配套的客用产品系列时可获精美礼品赠送。

这种促销方式需要注意的是：

3、参与本促销活动的美容院均需达到一规定进货量方可有资格参加促销。

4、代理商负责美容院美容师培训的费用支出，在促销中的各种让利及赠品由厂家负责。

**产品促销活动方案篇**

活动内容：

活动1：购物送券超值实惠

活动期间，凡当日在1——5楼累计购物满300元（现金部分）送60元礼品券（b券），满600元（现金部分）送120元礼品券（b券），以次类推，多购多得（以300元为整数单位，零头不计）。

活动期间，在1——5楼累计购物满500元（现金部分）（活动期间消费金额均可参加累计），再送50元全场十足抵用券（a券），满1000元送100元全场十足抵用券（a券），以此类推，多购多得（以300元为整数单位，零头不计）。

注：

1、活动期间所送礼品券（b券）由商场和接受方各承担50%。

2、足金、铂金、名表、部分化妆品、裘皮及特卖商品不参加满500送50十足抵用券（a券）活动。

3、活动期间所送赠券（a券）全部由商场承担（限参加活动1的厂家或供应商）。

4、在活动期间即不打折销售又不进行商品限量特价销售的厂家或供应商，将按销售额与商场各自承担满500送50赠券（a券）的50%（特种商品：足金、铂金、名表、部分化妆品除外）。

5、赠券（a券）、礼品券（b券）领取地点：6楼促销服务台。

6、赠券（a券）、礼品券（b券）领取时间：当日营业时间。

7、促销服务台在发放赠券（a券）后，在收银机制小票第一联（白色）上加盖“已领赠券”章，并收回收银机制小票第二联（粉色）。发放礼品券（b券）后，在收银机制小票第一联（白色）上加盖“已领礼品券”章，并收回购物小票顾客留存联。

8、各岗位工作人员应提醒顾客先以完整购物凭证参加抽奖活动，再参加赠送活动。

9、不接受礼品券（b券）的品牌商务必在本档活动开始前3天提出书面申请，经业务总监、营销总监分别审批后，在财务备档，并现场明示后方可有效。

活动2：吉祥年欢喜月幸运日

在活动期间，在4号门附近设3个抽奖箱（暗箱），内放如下所需乒乓球，球上做好标记。凡在我商场1——5楼当日累计购物满300元（现金部分）均可参加抽奖活动。

抽奖规则：

1、凡获取摸奖资格的顾客按年、月、日顺序进行摸奖活动。

2、摸中“吉祥年”乒乓球者方可继续摸取“欢喜月”乒乓球，摸中“欢喜月”乒乓球者方可继续摸取“幸运日”乒乓球。

3、单张机制小票累计满300元限摸一次，超出300元部分不在重复累计。

奖项设置：

1、摸出“20xx年”字样乒乓球者（20xx年12月21日——20xx年12月31日）或“20xx年”字样乒乓球者（20xx年1月1日——20xx年1月6日）者，可获得vip银卡一张及十足抵用券（a券）20元。

2、摸出“12月”字样乒乓球者（20xx年12月21日——20xx年12月31日期间）或“1月”字样乒乓球者（20xx年1月1日——20xx年1月6日期间），可获得vip金卡一张及十足抵用券（a券）600元。

3、摸出购物当天日期者（如在27日购物，摸中有“27日”字样乒乓球者），可获得vip金卡一张及十足抵用券（a券）3000元。

抽奖事项：

1、顾客需持当日完整购物凭证（收银机制小票和购物小票顾客留存联）参加本活动。

2、顾客抽完奖后，工作人员需在收银机制小票和购物小票顾客留存联上分别加盖“已抽奖”章，抽中奖项者按奖项级别分别加盖“吉祥年”、“欢喜月”、“幸运日”章。

3、促销服务台在发放完奖后，收回收银机制小票第一联（白色联）并做好登记。

4、抽奖地点：4号门（肯德基侧）。

5、抽奖时间：当日营业时间。

6、领奖地点：6楼促销服务台。

7、领奖时间：当日营业时间。

**产品促销活动方案篇**

方案目的：

童趣乐园吸引人气

内部策略：

①制定童装，背面是动力火车城的logo，前面制作卡通娃娃，衣服具有长久 保存性，可延长宣传的时间并有带动性宣传和隐形宣传用作。

②在童趣乐园外设置家长休息区，摆放桌子和凳子，面对童趣乐园的右边可设立为家长 休息区，左边摆放儿童游戏机，在视觉上对孩子进行诱导消费。

③制作本店专属气球，在气球上印上本店的logo和童趣乐园字样，送给来童趣乐园玩的小朋友。

④对于是两姊妹的或是兄妹等可享受优惠两人15元，或可送碰碰车优惠劵一张。

⑤进行长期抽奖，在本乐园玩耍的小朋友都有机会参加抽奖，奖品有；卡通衣服、小娃娃、笑脸、贴纸等（多准备一些小朋友喜爱的礼物）。

⑦在孩子较多的时候，我们的看护人员可以随机组织活动，比如组织小朋友跳舞，跳得好的可以发奖品，或是在场内组织比赛，根据实际场地进行比赛，在场内藏有某物品，找到 物品的小朋友发奖品等活动来吸引小朋友。

⑧让我们的看护人员穿上本店的动漫人物服装陪同孩子一起玩。

外部策略：

①在电梯口、 新知图书的入口处、楼梯玻璃等地方，占据广告位，并粘贴单独的童趣乐园广告。

②楼下靠街道的两个入口可以隔两天让两个服务员在下面发气球 给经过的小朋友，特 别是针对上楼去看书的家长和来本店玩的家长带有小孩的。

③城市少儿频道，广播电台的广告推广。

④周边临近的幼儿园、幼教机构联系互动。提供赞助等活动。

⑤店门口长期放置童趣乐园的海报。

⑦经常派服务员穿上动漫人物服装去广场上做活动，提前准备一些问题问小朋友，小朋 友回答不上来的，可以求助爸爸妈妈，答对了就送本店专属气球一个。

⑧在周末的时候让几个有组织能力的服务员去广场组织活动，因为周末人多一些，可以将小朋友聚集在一起，做些小比赛活动（亲子活动、小朋友间的活动），对于参加比赛活动的小朋友赠送本店童趣乐园优惠劵一张（碰碰车的用也可以，视情况而定），而获得比赛胜利的 小朋友赠送本店特意为小朋友定制的卡通衣服一件。

**产品促销活动方案篇**

对于零售业来说，一个好的成功地促销活动方案能够提升销售额50%以上，现在的商家越来越离不开策划，现在零售业常见的有策划部、营销策划部、广告部、企划部等等部门，事实已经证明 策划部门已经是零售业的一个非常重要的部门。

一个公司对策划部门的重视程度将直接影响一个公司的销售好坏。那么，作为策划部门作每次促销方案都有自己的风格和创新，我个人认为，要想有一个成功的促销活动，必然要提前做好促销策划方案，并组织相关人员、部门参与讨论，并最终达成一致，作最后的确定，开始利用各种媒体宣传。

本促销活动策划方案模板基本上包括了活动策划中所涉及的内容，包括：市场分析、活动主题、活动目的、活动时间、预期目标和效果、市场推广建议、费用预算明细等。

1、市场分析

2、活动主题

3、活动目的

4、活动时间

5、效果预期和数字目标

5.1效果预期

5.2数字目标

6、活动详细情况

6.1参与产品

6.2活动详细说明

6.3奖项设置（随机）

7、广告宣传（市场推广）

7.1内部宣传（推广）

7.2外部宣传（推广）

8、活动任务安排及工作计划

9、费用预算

10、活动总结

**产品促销活动方案篇**

包邮

包邮作为最为常见的优惠活动方式，为消费者省去邮费的烦恼，在双十一活动期间，满多少的消费者，x年内送包邮卡。

打折

限时或者限量打折，主要是增加买家的紧迫感和购买乐趣，双十一活动当天，拿出一部分商品来做限时限量打折抢购的活动，当然也可以做一些折上折的活动。可以配合赛马时间节点来做。

送礼

预热期间可以使用收藏有礼，提升商品权重。双十一活动当天可以购买金额最高的`用户活动一份大礼，如送一部土豪金。

满减

满减在店铺日常运营中的作用是提升客单价和商品的连带销售率。作为买家来说，也实实在在的享受到了优惠。如双十一当天满减活动可以设计成：折后满499减100、满899减200、满1299减300等。

满送

满送，指的是在双十一活动当天，设定几个“满多少就送xx”的活动。

试用

试用一般适用于新品上市，维护商品口碑。双十一商品重点新款上线后，为了维护商品的评价和评分，除了参加官方试用平台活动之外，自己在店铺里面针对老用户也可以发起试用活动。这个活动在十月份可以持续进行。

优惠券

在消费者购买时，每消费一定数额或次数，赠给用户优惠券，会促使用户下一次来你这里消费，当然也达到了促销的目的。

从十月份到双十一预热阶段需要发放双十一当天使用的优惠，可以设置成三个等级，20元不限额、50元、100元限额使用。不同的时间节点，使用的活动方式也是有一定的区别，比如，10月份和预热期间，除了满减，打折之外，优惠券和试用比较符合这个阶段。

vip活动

vip活动有两大目的，一是新会员招募，二是老会员回馈，其实这两种方式的最终目的是带来新会员，激活老会员，沉淀忠实会员。在十月份和双十一预热期间，vip活动要不断是进行，如果会员基数比较大的店铺，除了新会员招募之外，重点应该放在老会员激活方面。

抽奖

抽奖促销也是淘宝卖家常用的方法，抽奖时要注意公开公正公平，奖品要对大家有吸引力，这样才会有更多的用户对促销活动感兴趣。

竞猜

竞猜活动也是淘宝卖家常用的方法，如新品上新后，可以发起销售价格竞猜，设置一个上下值，只要用户所猜价格在这个值范围内，即可享受5折的价格进行购买。

**产品促销活动方案篇**

简短促销活动方案模板

一、活动目的

通过部分常规品种的让利促销，提升xx在旺季的销量

借助假日经济的人气，带动主力产品的销售

树立并传播xx在终端市场的品牌形象

二、活动对象

集中等在五一期间进行采购的待装修准业主

三、活动主题（备选）

实力xx·实惠放送

浓情五月·魅力绽放

5.1有特惠，品质不打折

五一出实招，惊喜三重奏

xx纯实木，五一更实惠

五月xx，惠风和畅

畅享五月风，放价好轻松

好xx让更多人享用

四、活动时间

20xx年4月18日～20xx年5月18日

五、活动范围

xxxxxx直营旗舰店

（其它地区根据各自情况可参考执行）

六、活动内容

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：

买十送一：你买10平方，我送1平方

买xx送踢脚线：购买 平方，送xx专用辅料

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

七、活动细则

1、已特价商品不参与以上活动

2、三项优惠活动可任选其一，不重复，不累计

3、本次活动的产品和服务仅在活动时间范围内有效

4、本次活动仅限指定区域，最终解释权归xxxxx所有

八、道具布置

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

**产品促销活动方案篇**

一、 促销活动目的：对市场现状及促销活动目的进行阐述。市场现状如何？开展这次促销活动的目的是什么？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，才能使促销活动有的放矢。

二、 促销活动对象：促销活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？促销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、 促销活动主题：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定促销活动主题

2、包装促销活动主题

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，要考虑到促销活动的目标、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，使促销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。

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

四、 促销活动方式：这一部分主要阐述促销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，必须要使促销活动具有刺激力，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、 促销活动时间和地点：促销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，由于促销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：中期操作主要是促销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促销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，对这次促销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，直到促销活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

十一、 意外防范：每次促销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：预测这次促销活动会达到什么样的效果，以利于促销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。

有了一份有说服力和操作性强的的促销活动方案，才能让公司支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，使促销促销活动起到四两拨千金的效果。

**产品促销活动方案篇**

制定促销活动的步骤

一：活动目的：开展活动的目的是处理库存产品?是提高销售?还是宣传推广?只有明确了明的，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：主要是为促销?宣传?还是答谢消费者?

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：确定人群和确定刺激程度。

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，人员安排，物质准备，试验方案。

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。

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。

1．降价

这是最常用也最管用的手段

无论货车还是轿车，降价无疑是汽车促销的最主要方法。目前中国汽车市场消费主体发生了很大变化，轿车需求增长的主要动力来自于私人购车。与公款购车对价格不敏感相反，私人购车的特点是对价格反应敏锐。最近来自新华网的调查显示，66％的被调查者认为价格是现在影响其购买汽车的最主要因素，并且有47％的被调查者表示，只要汽车生产厂家降价，就会马上形成一个购买高潮。

至于降价方式，汽车的价格在厂家的催动下，在促销期间不断向消费者让利。汽车市场的竞争厂家大都在讳言降价二字，于是就釆用折扣、回扣的方式。

“你购车、我加油”活动是汽贸和厂家经常用到的促销方式，凡购车客户都将赠送价值xxx元的大礼包。

开展“买汽车、游千山”现场抽奖大型促销活动。凡购买新车的用户，均有机会获得千山免费游。

折扣和回扣是在促销期间的一种变相的降价，虽然这种一路下滑的价格走势谁都心知肚明，但如何策动这个过程，如何让消费者顺心顺气地接受，各商家还是下了一定的功夫。折扣和回扣就可以达到这个目的，在短期内能够促进销售量的提高和满足消费者的心理需要。

2．各种表演活动

在适当的时间，适当的地点，进行表演宣传，结合其他促销活动，也是促销活动能否成功的关键。

3．送车费保险，送现金、礼包，洗车，免费检测、维修

这是汽车促销的最常用手段，在每一个汽车经销商的促销活动中都随处可见。如：北方汽车交易市场从4月底起到5月31日，举行“北方有约，购车有礼”大型优惠活动。北方汽车交易市场的30多家经销商各自推出各种优惠促销活动，有的买车送精美汽车装饰、有的送手机、有的送汽车冰箱、家用冰箱，有的可以参加抽奖活动，有机会泰国游，具体如下：买吉利、美日、优利欧送价值20xx元装饰，买车参加抽奖活动，有机会泰国游；买高档进口车奔驰、宝马、奥迪a8送汽车冰箱，分期付款购车手续费5折；买吉利、美日送四大主险；买金杯免费加入金杯俱乐部、终身免费汽车救援，终身免费保养、终身维修、车辆维修工时八折优惠；买风行车送精美装饰；买风神汽车送价值1000元装饰；买上汽系列帕萨特、桑塔纳、polo、高尔夫终身保养，免工时费，每年一次免费电脑检测，免费四轮定位；买一汽系列车送四项主险；买捷达、宝来等车送价值1500以上的装饰；买奇瑞送3000元装饰；买双环车分期免各种手续费；雪佛兰、中兴、福莱尔“五·一”优惠大酬宾，送全车装饰；买富康、爱丽合、毕加索系列车送3000元精晶装饰，买东风雪铁龙汽车送车模；买一汽、上汽各种车型，做分期免费送装饰，送3万元意外险，1万元车险。

上海通用经销商湖南申湘公司介绍，在促销活动期间购买自动档赛欧，消费者将获九大保险的赠送，总价值接近4000元

另外，购买手动档赛欧，也将选赠价值20xx元的相关配置。

天津一汽的湖南经销商在五六月的促销活动中送选装配置、保险或汽油票，对消费者购车进行一定额度内的优惠。

吉利汽车也开始了买汽车送空调的活动，消费者购买任何一款吉利汽车，包括吉利豪情、美日、优利欧，将获赠一台1。25匹冷暖空调，价值在1500元左右。

4．根据现时社会热点进行促销

(1)公益拍卖

拍卖会上跑出“黑马”

在整个全国巡回活动结束后，长安福特将与买受人一起将购车差价统一捐赠给希望工程用于建立一所希望小学。同时，长安福特及其在深圳的经销商向买受人赠送了价值2．5万元的“双人欧洲豪华游”；长安福特在深圳的4s经销商宣布，在拍卖款之外将再捐出人民币1．2万元，支持希望工程。物超所值引发高价竞拍。为了竞拍全新蒙迪欧，姚先生提前一天来到深圳，从当天下午起，他就一直守在拍卖现场。随着拍卖师起槌，叫价一路走高，飞快向上攀升，姚先生紧迫不舍、一路应战，直至最后叫出人民币28．2万元的价格，击败所有对手，赢得这辆全新蒙迪欧。

从预订客户的反馈来看，超过同级车2万多元的性价比优势是促成购买的决定性因素，也是此次拍卖活动对深圳消费者强大的吸引力之一。

(2)首创森美“环保购车月”

持任意一部废旧手机购买任一款别克车，均可抵现车款1000元人民币。这是位于丰台区西南三环万柳桥的北京首创森美汽车贸易有限公司的“首创森美嘉年华，环保购车月”活动。该活动将从4月16日起至5月16日结束

5，黄金周促销新车型

“五一”和“十一”两个黄金周是各大商家进行促销活动的最佳时机，汽车行业也不例外，汽车有周”的促销活动，大幅优惠。各类大小的车展也同样在黄金周举行，吸引大众的眼球，一些汽车市场都趁此公众假日搞各种促销活动，希望多卖一些汽车。

6．生产厂家和银行联手提供购车优惠利率和方便的手续，或者免担保

中国建设银行上海市分行在上海率先成立汽车金融服务中心，釆用“直客式”服务模式，即贷款购车人直接向银行贷款，而不是通过汽车销售商与银行发生借贷关系。“直客式”以银行为核心，结合保险公司、汽车经销商三方合作模式，银行便于将授信权收归已有。保险公司在取得一定保险费后，将全面承担还账风险。而建行对加盟经销商的要求是不能拿返利，直接让利给消费者，使购车支出大大降低。

短短两个月后，工商银行上海市分行的汽车金融理财中心开门营业，在中心贷款购车流程大大精简，最快24小时提车。省时之外还可省钱，10万元左右的车可少支付保险费及银行利息1000多元。工行理财中心变建行的三方合作为四位一体，多了汽车生产商的加入。30家大型销售商，3家保险公司，若干二手车评估、经营公司与租赁公司整合在一个业务平台，在这里买车还可免费获高额意外保险、快速理赔、修车优惠、代办车辆验车和年审等一系列服务。

7．以租代售

以租代售实际是一种分期付款买车，承租人只要通过租赁公司支付30％的首付款，就可以开走这辆车，当然剩余的钱及2年的利息，租金承租人要在2年内每月支付，车辆维修保养，养路费，年检都由租赁公司来做，承租人不需要为汽车的保养、维修、年审等操心，省去很多麻烦事。也就是说，租赁公司给你养这辆车。这种促销方式在中国不是经常见到，比较零散，从事此方式的也主要是一些租赁公司，如华茂汽车租赁公司开展在该公司长期租赁中兴旗舰的，只要每月按期交足月租费，两年或三年到期后，车的产权就归租车人所有，租赁公司不再收取任何费用。租用期间，该车的保险、养路费、维修、救

限公司宣布联合麾下200余家特许经销商进行横跨“5·1黄金援和验车等费用都由租赁公司承担。据了解，该车每月租赁费用约3500元。

**产品促销活动方案篇**

一、 选择合适的卖场；

1、 店方对该产品较重视,有较强烈的合作意愿，愿意配合厂方促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等

2、 人流量大，形象好，地理位置好；

3、 超市定位及其商圈的顾客群与促销产品的定位、目标消费群一致。

二、 定有诱因的促销政策；

1、师出有名：以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响；

2、有效炒作： 要有吸引力、易于传播

3、尽量不做同产品搭赠（如“买二送一”），免有降价抛货之嫌，结果可能“打不到”目标消费者，反而“打中了” 贪便宜低收入的消费群。

4、 可用成熟品牌带动新品牌捆扎销售，但要注意两者档次、定位必在同一层 次上（如果老品牌已面临种种品牌危机、形象陈旧就不可取）。

5、 面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且要提供多种选择。

6、 限时限量原则。

三、 选择合适的产品品项和广宣品、礼品；

1、 广宣品设计原则与目标消费群心理特点一致

2、赠品选择原则尽可能是新颖的常见用品。使消费者一看就知道是否实惠而且又受其新颖的造型外观所吸引

四、 根据活动规模确定促销人员数量、产品储备数量及物料需求；

效果预估：指根据所选超市的历史销量，综合考虑促销政策对产品流速带来的影响，作出促销期间销量的预估。

费用预估：根据销量预估配备相应的物料：广宣品、礼品，并根据所选超市的规模和促销期长短，预估销量，准备相应的促销人员预算。

五、 规定业代回访频率，维护活动效果；

如果促销期大于1天，那么及时补货、陈列、保证场内货品充足、陈列整齐标准就成了很容易疏忽，也很容易出问题的工作。所以有必要在促销案中将产品的备货、陈列、广宣品布置等责任落实到具体人身上。

六、 各项人员、物料准备工作有完成排期表；

实质性的准备工作需细分责任，落实到人，规定完成时间 ，避免某项工作出现疏漏而影响整体进程

**产品促销活动方案篇**

一、 前言

斯柯达(skoda)作为一个拥有百年历史的汽车品牌,于20xx年成功登陆中国市场,并于20xx年走近了广州消费者.广州斯柯达汽车4s店的成立,标志着又一国际化品牌进入广州汽车消费市场,必将引领广州汽车销售行业进入新的格局.

以睿智、魅力、奉献为品牌文化的斯柯达，秉承了传统欧洲汽车高贵、典雅、安全、耐用、精良以及良好的操控性等特点，并在设计中融入了步入未来、完美细节、系统创新等独特的设计理念。可谓传统与现代的完美结合，也正是这些理念，使斯柯达这一百年品牌在新世纪焕发了新的光彩。

二、活动主题

感悟恒久魅力 品味百年经典

三、活动目的

1、庆祝广州斯柯达汽车4s店开业。

2、推广品牌知名度。

3、突出品牌卖点，清晰市场定位。

四、前期宣传：

由于斯柯达自身优势明显，产品性能和质量毋庸质疑，市场渠道和售后服务也相当完备，不足之处在于品牌知名度低，在目前尚无市场占有率的情况下，品牌推广将是斯柯达品牌汽车销售的关键。

因此，本次广州斯柯达汽车4s店开业的重点，重点在品牌宣传和推广。

所以，我们会在庆典开始前半个月或一个月开始广告宣传，在电视媒体，报刊杂志上，网络，报纸，娱乐节目上进行活动宣传，以期待调动大众关注力，为开业庆典活动造势，以赢得更多关注度和影响力，扩大知名度。也期待在活动当天有更大影响力和轰动性。 为扩大活动影响力，可提前一月，通过网络海选的形式征集作品，对优秀作品或演员给予评奖。

我们把重点放在了活动当天的策划活动上和策划流程上，前期的广告宣传在这里就不做重点介绍了。

五、广州斯柯达汽车4s店开业店堂庆典

活动主题一：

“感悟恒久魅力 品味百年经典“广州斯柯达汽车4s店开业庆典

活动目的一：

1. 体现企业的风范与实力。

2. 昭示企业的成功开业，一个崭新的生命投入激烈的市场大潮。

3. 扩大企业知名度和品牌知名度。

4. 给本企业员工树立自信，坚定信心。 邀请人员：

1. 斯柯达公司、广州市政府、外汽集团、广州4s店等各级领导

2. 汽车、文化界专业人士

3. 新闻媒体

4. 同行业汽车经销商

5. 客户代表，特殊人物或社会公众代表知名人士等 活动时间：x时间

活动地点：广州斯柯达汽车4s店

工作安排：

成立专门的筹备小组组织机构，实行组长负责制责任分工到人，主要负责现场的应变与活动控制与前期的筹备工作，也可实行倒计时工作制。

(一)前期准备阶段:(提前20天完成)

1、制定详细活动方案，并上报上级各部门审核，修改。

2、确定广告公司，就相关承办内容签定承办合同。

3、召开一到两期筹委会，就细节问题进一步商定。

4、按照项目实施方案的要求广告宣传工作开始运作,第一批媒体广告开始投放。

(二)制作、实施阶段工作安排：(提前完成)

1、发送请柬邀请各界人士参与本次开业庆典。请柬提前半月天发放。重要来宾请柬发放后，组织者当天应电话致意。庆典前两三天再电话联系。

2、各种活动用品(印刷品,礼品等)完成制作，由专人负责保管。

3、完成活动所需物品的前期制作工作。

(三)现场布置阶段工作安排：(活动开始前一天完成)

1、提前两天，承办单位开始现场的布置工作，完成所有条幅、彩旗、灯杆旗的安装工作。

2、现场的布置工作：

提前一天，完成主席台的搭建及背景板安装。 完成主会场签到处,指示牌,嘉宾座椅。

音响的摆设布置，对于曲目严格审查，使其符合整体烘托要求。对于设备严格把关，调试工作做细做好。

邀请乐队，表演队准备。

可以张灯结彩，悬挂彩灯，彩带，张贴一些宣传标语，并且张挂标明庆典具体内容的大型横幅。

完成充气拱门,高空气球的布置工作。完成花篮,花牌,礼宾花的制作，完成花篮,花牌,盆花的布置。完成小气球的充气工作。

环境美化，在着力烘托出热烈、隆重、喜庆气氛的同时突出举办单位特色。 (四)活动实施阶段工作安排：(当天早晨完成)

1、当天上午6：00，所有公司内部人员及工作人员到达现场，作最后检查。 2、上午7：00，所有安保人员到位。

3、上午8：00礼仪小姐、车模、演职人员到场准备完毕。 (五)、活动开始：

1.上午8：30主持人、记者到场。主持人宣布仪式开。请来宾就座，出席者安静，介绍佳宾。

军乐队、舞龙舞狮开始表演，礼仪小姐全部就位。 2. 8:45 车模就位。

3. 9:00 来宾到场,随意参观。 乐队、礼仪小姐迎宾，并协助佩带胸花，引导等工作。 激情小提琴开始演奏。

4. 9:18 邀请市领导讲话。

5. 9:25 斯柯达公司领导讲话。其内容是，对来宾表示感谢，介绍此次庆典的缘由，等等。其重点应是报捷以及庆典的可“庆”之处。

6. 9:30 广州斯柯达汽车4s店领导讲话。大体上讲，出席此次的上级主要领导、协作单位及邀请的重要人物，均应有代表讲话或致贺辞。

7. 9:40 由领导和嘉宾一同为新车揭幕,鼓乐齐鸣,燃放礼炮,放飞气球,舞龙舞狮表演。

8. 9:45 由广州斯柯达汽车4s店领导引领嘉宾参观并介绍4s店。

9. 10:00 由广州斯柯达汽车4s店领导宣布“重走百年路”斯柯达全城巡游活动车队出发。 进入下一活动流程“重走百年路”斯柯达全城巡游活动

注：因未实地考查调研现场，故详细现场场景布置及后勤保障工作细则省略。

六.“重走百年路”斯柯达全城巡游活动 活动目的二：

1、 以车队巡游的形式，形成强大的视觉冲击力，以达到扩大品牌知名度的目的。

2、 重温江南名城——广州的百年老路，欧洲经典品牌与广州本地特色相结合，达到更深入人心的宣传效果。

3、 庆祝广州斯柯达4s店开业，并以车队巡游的形式达到广而告之的效果。

巡游路线：

绕广州繁华地带，老城区范围行驶一圈，到市中心南大街步行街，具体路线略。 ① 在巡游起点，车对集中，拉起横幅，合影留念。

② 在终点站，所有车辆到位后，部分用作试乘试驾车辆，部分作为展示。

注意事项：

1. 领头车手要具备比较强的领航能力和丰富的领航经验。

2. 如有交警开道更为理想。

3. 所有车辆均粘贴斯柯达标志logo和本次活动主题。

4. 如有需要，可每辆车随行车模一名，在两到三次的停靠区域作新车展示。

全程巡游时间约为2小时，中午12点左右到南大街中心广场，所有车辆按指定区域停放，由此进入下一个活动流程：“布拉格之春”广场活动 七.“布拉格之春”广场活动 活动地点：某街中心广场

活动时间：下午场：14：00——16：00 晚间场：18：00——20：00

活动目的三：

1、

在广州市中心绝对人气聚集地——某街中心广场进行操作广场活动，以期达到最大的宣传效果。

2、

在某街中心广场营造出欧洲古典广场的文化氛围，以文化为卖点，突出斯柯达品牌古典、内敛、富于深厚文化底蕴的独特气质，从而突出产品定位。

3、

以试乘试驾等一系列现场活动，让跟多的人感受和体会斯柯达新产品明锐车型。

(一).“布拉格之春”文化之旅

当百年经典skoda承载着巨羽飞箭进入中国,带来的不仅仅是尊贵、安全、充满人性关怀的现代交通工具，更带来了充满欧洲古典气息与现代文明完美结合的艺术享受，她是一件艺术品，我们要用画匠的画笔描绘出每个人心中的 skoda，用幽雅的舞步演绎我们心中那美丽而不朽的“布拉格之春”。

1、这是本次广场活动的重点内容，突出展示的是欧洲式的文化艺术，从而引导消费者开始注重斯柯达品牌强烈的文化内涵。

2、文化之旅主要艺术形式：油画、舞蹈、声乐、器乐。

3、主要表现形式：油画为现场作画，以车为主题，广场为背景，并展开丰富的想象力，完成以人车和谐为主题的油画作品。舞蹈、声乐、器乐作为文艺演出的主要内容，屏弃一贯以来商业路演低俗化的模式，以高雅的艺术表现形式，给人以尊贵、典雅、神秘、充满艺术性的感受。

(二).百年经典回顾展。

现场设置品牌历史回顾专区，以图文的形式对品牌成长里程进行详细介绍。

(三).车友互动，试乘试驾 此项活动主要包括两个方面：

1. 车友现场体验活动。例如，征集身高超过190、体重超过100公斤者现场试乘，感受超大空间。现场征集10名以上平均身高175，体重70公斤者，进入车内，感受超大容量。

2. 活动现场设置试乘试驾报名专区，在南大街步行街外围设置试乘试驾专区，现场报名者

由工作人员引领，参与试乘试驾活动。

(四).像带走你的新娘一样带走斯柯达。

在活动现场征集一对尚未结婚的青年男女参与活动，现场模拟结婚仪式，并现场抽取兑奖卡片，中奖者可以以n万元，驾驶斯柯达明锐离开现场，奔向幸福生活。本项活动突出体现男人的成熟、稳重、责任和家庭观，与斯柯达明锐的气质和精神不谋而合。

本次现场活动的主要内容，处处体现斯柯达品牌的特性和优点，能有效传播品牌知名度。并结合当今最流行最有效的知识营销的方式，将斯柯达汽车的种种特性根植于消费者心中，当消费者将斯柯达作为汽车消费的一种标准时，必将获得最为成功的销售结果。

5.设有顶棚和灯光的露天舞台。 舞台两侧放置两辆展示车辆，配车模。

整个广场不同角度安排10名油画作者，现场作画。 油画作者周围放置一定数量广场鸽。

安排专门的“百年经典回顾”展区，以图文的形式，介绍斯柯达品牌百年历程。如有影象资料，可在广场大屏幕播放。

6.现场设置试乘试驾报名专区。在南大街步行街外围设置试乘试驾专区，现场报名者可由工作人员引领，参与试乘试驾。

注：筹备工作基本与广州斯柯达汽车4s店开业店堂庆典同步进行，此处省略。

节目单：

1.开场歌舞 女声组合〈布拉格广场〉

2.主持人活动介绍 3.激情小提琴

4.男女美声之后，穿插4s店的介绍。

5.车友互动 6.女声组合

7.拉丁舞(成人、少儿)

8.象带走你的新娘一样带走斯柯达 9.激情小提琴

10.现代魔术或杂技

11.男女美声

12.拉丁舞(成人、少儿)之后，穿插品牌的百年经典介绍。 13.车友互动

14.模特展示现场油画作品

15.最后，汽车的试销活动，活动结束

全程时间大约2小时30分钟，如时间太长可删减部分节目。

个人建议：为形成强烈的视觉冲击和中西方文化的强烈碰撞，车模可化传统京剧妆。 八、经费预算：

1.邀请领导，重要人物，社会名流，及主持人，礼仪小姐，车模，油画人员等人，和公司内部员工的配合调解，需要一定的经费 xxxx元。

2.店堂庆典策划活动现场的经费xxxx元。

3.全程巡游活动的经费xxxx元。

4.布拉格之春的活动经费，场地及演出费用xxxxx元。 5.活动策划组点子经费及其他xxxxx元。

**产品促销活动方案篇**

xx眼镜自开业以来，就本着xxxxx的服务宗旨，以及 xxxxx的经营思想理念，深受金华市广大顾客朋友的信赖。为答谢新老顾客朋友的长期支持，本店在新的`一年即将来临之际特为新老顾客朋友提供多种优惠活动，欢迎新老朋友光临！

一、活动主题

岁末感恩，送礼酬宾

二、活动目的

1、展示产品的品牌形象，吸引消费者眼球，刺激消费者购买欲望，提高销 售额，促进本店销售业绩；

2、通过促销活动，吸引目标顾客，增加店内客流量，拓展新客源；

3、加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度；

4、加深目标消费者对产品的认知度，加强与客户的合作交流，达到提升品牌与 产品销量的目的。

三、活动对象

1、 近视镜：学生等年轻群体及商务人士；

2、 老花镜：退休工人、教师等年龄偏大人群；

3、 有色镜：市内出租车、公交司机及有车一族，追求新潮时尚的年轻人。

四、活动时间

20xx年12月25日-20xx年元月3日

五、活动地点

xx眼镜店（四店同庆）

六、促销内容

1、在校师生超值优惠

活动期间，在校师生在本店配眼镜，凭学生证或教师资格证享受五折优惠；

2、“1”元专案，双重惊喜

普通配镜满xxx元就加1元送隐形，再加1元就送镜片；

3、购隐形眼镜，护理产品大派送！

活动期间，凡购买任何一款（年抛型）隐形眼镜，均可赠送护理产品一套

4、配镜感恩大回馈

配镜满1000元立减450元；或赠送同等价值礼品（品牌豆浆机一台） 配镜满500元立减200元；或赠送同等价值礼品（品牌暖风机一台） 配镜满300元立减100元；或赠送同等价值礼品（高档茶杯一套）

5、周年感恩大放送！

凡持往年12月25日在本店的配镜发票均可选配同等价值眼镜一副。 6、10项免费服务！

活动期间，任何顾客均可享受一下免费服务：免费验光、免费清洗眼镜、免 费特殊加工、免费加防过敏膜、免费眼部检查、免费调整镜架、免费更换小 配件、免费消毒隐形眼镜、免费上门服务（限市内）、免费维修

七、社区活动（可长期做）

活动期间，也可挑选1—2个小区内举办公益推广活动，获取顾客的好感， 从而间接提升眼镜店的形象和培养小区顾客的忠程度。

1、为小区年满50岁以上的人免费配老花镜；

2、为小区近视的儿童（15岁以下）免费送“润洁滴眼露”1瓶；

3、为小区居民提供免费验光、免费眼部检查服务；

4、为小区配镜的人提供免费维修服务；

八、广告宣传

1、活动前一周在店门口悬挂横幅，在门店周边及各高校内派发活动单张；

2、活动前两周在地方电视台，媒体广告做电视游字宣传；（报纸可做可不做）

3、免费赠送一些爱眼保健手册，手册中必须穿插本店内产品的宣传广告， 以及对本次促销活动的介绍；

4、活动当天，店面门口内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购 买欲望。

九、注意方面

1、在促销活动进行的过程中，主要是要注意活动持续与现场控制，现场管理人 员要把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。遇到顾客投诉要及 时处理，做到让每个顾客都满意。

2、在活动实施过程，应根据顾客反映，及时对促销的范围、强度、额度、重点

进行调整，以保证整个方案更加完美的完成。

十、费用预算

十一、效果展望

1、活动结束后，将进一步提升xx眼镜在金华的知名度。

2、提高12月份的产品销量，最大限度的占领金华地区的市场份额。

说明：活动1和4不能同时参加或1和2不能同时参加

**产品促销活动方案篇**

一、活动背景

适逢6月19日是父亲节，本次促销活动创意旨在以父亲节为契机，抓住人们对父爱这一重要感情意识缺失的空白，因为平时人们强调的`更多的是母爱的重要性，从而导致忽视了对这个节日本身重要意义的倡导。我们现将其重点提出并用强视觉冲击力的平面、文字以及具有纪念意义的礼品给予宣导，在习以为常的商业促销中标新立异。同时，将社会缺失的基本情感和道德唤回，能给广大消费者留下非常美好的印象，增加品牌的美誉度、好感度和认知度。

另一方面，本次活动重点仍以销售为主，借助父亲节创造的销售氛围，提出“父爱如衫(山)”的情感诉求，有针对性的对“衬衫、t恤衫”等相关产品进行促销，利用促销带动整个淡季销售。

二、活动目的

借助父亲节良好的销售氛围，抓住节日特点、销售升温等优势，配合适宜的促销手段和部分的广告宣传，充分调动消费者购物热情，提升店堂人气，从而提高营业额。

对父亲节气氛的宣导，帮助消费者增加感恩情愫，唤回现代人对亲情、父爱的共鸣。从而来突出企业的社会责任感，达到消费者对品牌好感度的提升。

紧扣公司目前品牌开发的前景和战略，独树一帜、别具一格的突现品牌个性，培养消费者对品牌的关注度和对后期活动礼品的期待，逐步导入大企划的概念，提升促销活动的意义目的。

传播品牌信息，提升淡季销售业绩，从而减轻库存压力，提高产销率。

三、活动主题

①父爱如“衫”感恩有礼

②父爱如“衫”“森”情回馈

四、活动地点

busen全国终端店

五、活动时间

父亲节时间前后

六、活动内容及创意文案

父爱有痕，岁月无迹

父爱如山，高大而巍峨;父爱如天，粗旷而深远;

父爱如河，细长而源源;他是血与脉的相通相融，

他是骨与肉的相联相依;在这个特殊的日子里，

让我们一起来道声：“爸爸，您辛苦了!”

方案一：(适用不经常打折的店铺)

父爱如衫，busen父亲节感恩回馈，衬衫、t恤衫全场8折;

感恩组合套餐：夏季新品二件组合8.5折;夏季新品三件组合7.5折;

购满800元送vip贵宾卡，父亲节当日满1000元加送\*\*\*\*\*礼品

(注：有条件的客户可选择送体检卡等体现关爱老人的礼品，

(另请做好附加推销或者套装组合的销售，如购衬衫、t恤建议配裤子等)

本次活动最终解释权归本店铺所有。

**产品促销活动方案篇**

主题“酷夏引爆时尚”系列购物

一、活动时间：

5月1日——5月7日

二、活动地点：

xx商场

三、活动目的：

由于5月是一个季节交替的时候，所以我们将要着重做好春装清仓、夏装上市的工作，为迎合劳动节此次活动，提高商场的销售量，占领商场，赢得人心。

5、6月份是实现时间过半，任务过半的关键阶段，为进一步发掘市场的消费潜力，提高市场占有率，确保上半年销售任务的完成。要以高质量、低价格取胜，更要以服务的高水平赢人，满足顾客需求，为顾客提供方便，真正以实实在在的商品、实实在在的质量、实实在在的价格、实实在在的服务来占领市场，扩大销售。

四、活动内容

① 活动时间：5月1日——5月7日，

② 活动内容

本次活动凡一般商品单票满就送，刷中国农业银行xx卡在收银台办理，特例商品不参加此次满就送活动，消费满600以上的顾客可免费办理的贵宾卡，凭收银小票到一楼服务台办理。

☆ 凡在商场内一次性消费满300元送180元;满600元送360元，限送360元。

☆ 凡在商场内一次性消费满300元即送150元赠券+刷中国农业银行xx卡立减30元;满600元即送300元赠券+刷中国农业银行xx卡立减60元。

☆ 顾客凭收银小票到一楼服务台换领赠券，单张收银小票最高限送300元;刷中国农业银行xx卡最高减60元。

活动注意事项：

[特列商品为：金银饰品、照相器材、手机电脑、钟表家电、羊绒商品]

从5月2日起每位顾客另送投票小票，满300元有一张投票小票，满600元有两张投票小票，最高限送两张

③ 财富贵宾三重礼：为答谢一直以来对我商场的支持，真情让利。

☆ 一重礼：享受贵宾卡折扣后仍享受满就送活动

☆ 二重礼：仍然享受贵宾卡累计积分

☆ 三重礼：赠送xx商场吉祥物礼品(送完为止)

④ 特例商品5级好礼

⑤活动执行：企划部

五、庆“五一”特别活动

1、xx之夜(时间：5月1日晚18：00——21：00)

a、邀请当地歌手上台演唱，现场登台和观众近距离接触，同时献唱

b、卡拉ok大家唱，在现场dj的领导下，把现场推向最高潮

2、品牌新时装秀(时间：5月2日晚18：00——20：00)

为了很好的促销应季商品，在大众面前展示是最好的方法，所以我们将在商场的外广场举行一次大型的时装模特走秀来完成此次活动，服装由赞助商提供。

然后让顾客评选出相应奖项。(顾客必须凭当天的购物时由收银台服务员赠送评选小票投票)

a、奖项设置：(价值50元的水晶奖杯)

最具时尚奖：

最受欢迎奖：

最有个性奖：……

b、在颁奖完后，由商场领导把所有的投票箱中的小票混合进大抽奖箱中抽出当天幸运的10名顾客，同时由领导现场颁奖，奖品可在50元左右。

3、现代舞之星选秀比赛(时间：5月3日——5月7日每晚上18：00——20：30)

通过前期的宣传和报名和筹划进行外广场舞台表演，同时竞出奖项。

a、邀请5到8位评审

b、由吉他手暖场

c、顾客必须凭当天的购物时由收银台服务员赠送评选小票投票，请顾客保存好投票小票，在5月7日比赛完成后，如果您的支持者在比赛中胜出的前三名，就有机会夺得大奖。

d、比赛奖项设置

参赛选手奖项：

一等奖：1名，价值3000元的xxx

二等奖：2名，价值20xx元的xxx

三等奖：4名，价值1000元的xxx

参与奖：若干，凡参加本次活动的选手都可得到由财富广场提供的参与奖品(共计1000元)

顾客投票奖项：

一等幸运奖：1名，价值500元的xxx

二等幸运奖：2名，价值300元的xxx

三等幸运奖：4名，价值200元的xxx

e、活动细则

报名要求：5周岁——30周岁的男、女选手都可参加，有特殊才能的可放宽要求。

比赛规则：每名选手都只有一次表演机会，由评审给出相应分数，同时在另加附加分(由顾客投票为准)，名次由得分高低决出。

六、活动宣传：媒体、气氛布置

1、xx电视台 播放时间： 4月15日——5月7日

选择栏目： 费用：10000元

2、dm海报 30000张、128g、铜板纸、双面4开、正度4开

费用：1.78x30000=53400元

3、气氛旗 450张、 250g、铜板纸、 双面四色 、正度对开

费用：8.57x250= 2142.5元

4、pop海报 3000张、 128g、铜板纸、 双面四色 、正度四开

费用：1.27x3000=3810元

5、易拉宝 12个

费用：12x100= 1200元

6、印刷品

投票小票 20xx份， 费用：20xx元

赠券 50元面值 10000份 费用10000元

7、场内五一布置：1f-3f 显眼点 六处(预3，000计元)

8、场外五一布置：灯饰景观一处(预3，000计元)

9、门面横幅 5条 费用：250元

10、临街横幅 20条 费用：1000元

11、大型舞台喷绘： 1面 23平方 费用：23x20=160元

七、费用预计

项目 费用(单位：元) 备注

印刷 15，000 赠券10000份，投票小票5000份

吉祥物 15，000 3元一份，5000份

歌手、吉他手、dj、模特等 30，000 所有活动所需人员

奖品 15，550 活动奖品

宣传费用 77，962 所有活动的宣传物品等费用

其他 10，000 特例商品活动礼品、音箱、舞台、等硬件设施

总计 163，512

**产品促销活动方案篇**

一、目的

1. 提高产品市场的竞争力

2. 加强广大代理商的市场拓展、销售及市场管理能力 3. 提高各大消费者对品牌的认知度

4. 促进客户市场消费额的提升，提高公司经济效益

二、时间：20xx年4月15日

三、地点：宁乡金太阳温泉度假村酒店

四、参会人员

1. 公司相关部门工作人员

2. 全体代理商、经销商及业绩显著的专卖店人员 3. 其他相关人员

五、前期工作

1. 确定本次订货会的邀请对象 2.确定主推品牌

3.订制最佳订货政策，起到最大的订货效果 4.确定订货会主题，取消客户防范心理 5.摸底发送请帖

6.会场布景

a.会场主持台产品背景设计，主持台正上方悬挂横幅，横幅著名企业和产品名称（如×××订货会）

b.会场门口设置欢迎辞板，最好写上商业客户名称，准备签到本、会场指示牌、工作人员牌、参会人员席位牌 c.会议桌放宣传画册、宣传品

d.准备设备（话筒、扩音设备、投影仪等） e.做好人员分工，人尽其责，根据情况可适当调整 f.准备晕车药、头痛药、肠胃药及外伤药品 7. 准备所有参会人员名单及联系方式

六 行程安排、订货会内容及步骤

1. 4月14日下午 异地客户安排于长沙华雅国际酒店 2.4月15日上午9：00-11：00客户按区域豪华大巴专车派送至宁乡温泉大酒店签到。签到时需登记客户姓名、电话、安排的房间号。以便方便联系，随即安排客户至客房休息。 时间安排：

2. 12：00-14：00 中餐 用餐略作简单，便于下午订货会

30元/人标准 3. 14：30-17：00 订货会 地点：多功能厅会议室 会前

引领客户入场，由营销部门各区域主管、业务员或销售人员负责该区域经销商客户引领入座

实物展示

⑴ 在展示厅展示实物

⑵ 由营销部人员负责展示工作，客户订单的跟进，客户咨询工作

订货会步骤

⑴ 主持人开场致辞 ⑵ 总经理发表讲话

⑶ 颁发礼品（3000左右，供厂家参考） ⑷ 抽奖订货（调动客户订货积极性） 订货货款跟奖品等级成正比抽奖

4. 会后座谈会

各客户按区域，由各区域主管或重要负责人对该区域对客户进行座谈、讨论

⑴ 了解产品在该区域的经营情况，经营方式，以及网点建设 ⑵ 了解各品牌代理商在市场拓展、产品销售存在的问题 ⑶ 采集各代理商对品牌未来发展的看法及建议

⑷ 了解客户对公司的意见，并作出满意的答复，同时了解客户销售技巧、方法，并作出可行改正

18：00-20：00 晚宴 （60元/人标准） 晚上享受免费温泉漂流 （泳衣自带）

5. 返程长沙、送别客户 退房 9：00-9：30 9：30 返回长沙送别客户

本次订货会费用明细 4月14日 xx国际大酒店 餐费 108×240=25920

酒水（每桌酒鬼酒1瓶，花生奶2瓶，槟榔2包，芙蓉王1包）

每桌餐费、酒水费 108×10+380+20+20+30=1530 （108×10+380+10×2+10×2+30）×24=36720

方案一：宁乡金太阳温泉酒店

4月15日—4月16日宁乡金太阳餐费、住宿费 中餐每桌 30×10+380+20+20=720 晚餐每桌 60×10+380+20+20+30=1050 餐费酒水费（720+1050）×26=46020 住宿费 183×（240+10）=45750 其他费用：

门票费 260×108=28080（元）

豪华大巴专车费用 2500×6=15000（元） 会场布置费。

**产品促销活动方案篇**

一、促销活动背景：

对于奶粉类产品来说，其市场的基本特点是消费成熟、品牌意识强、消费层次多样。随着相关部门对食品安全的关注，消费者对食品安全的意识进一步提高，大部分消费者在食品（特别是婴、幼类产品品）消费方面都比较谨慎，因而，产品的品牌和一些有信誉的卖场及专业店成为他们选购产品的要点；且该市场婴、幼类产品的深度分销运作比较成熟和到位，通路价格透明、经销商及终端利润较薄、行业风险及资金压力较大、进入市场的门槛高，因而经销商及终端对接受和推销新品的积极性受到严重影响。基于这种现状，拟定策划推出以“营养送好礼、健康又惊喜！”为主题的现场促销促销活动，以期通过这次的促销活动进一步提高产品的知名度和经销商及终端的积极性，全面推进旺季市场上量。

二、促销活动目的：

1、巩固和发展经销商，进一步提高经销商做好市场的积极性。

2、加强与终端客户的客情关系并由此获取更好的产品陈列位置和更多的陈列面积。

3、拉近产品与消费者之间的距离，让产品主动走向消费者，增强消费者对产品的认知，制造销售机会，刺激购买，促进销售。

4、树立品牌形象，提升产品的知名度。

5、收集消费者的相关信息、研究消费者的消费行为习惯和意识，进一步提高对市场服务的质量。

三、促销活动内容：

1、促销活动主题：营养送好礼、健康又惊喜！

2、开展时间：从xxxx年xx月xx日至xxxx年xx月xx日止。

3、促销活动地点：区域内各大终端卖场及专卖店。

4、促销活动方法：凡在促销活动期间，每购买xx产品一盒，即可赠送礼单一份，礼单上的刮刮卡分别标明：“一等奖赠xxx；二等奖赠xxx；三等奖赠xxx”。买的越多，机会越多。

兑奖方法：一等奖获得者，须凭兑奖礼单和本人身份证原件到当地xx经销处登记，再到指定地点领取。二、三等奖获得者，凭兑奖礼单直接在各促销现场或终端领取。

兑奖时间：从即日起至xxxx年xx月xx日止，逾期不予兑现。咨询电话：（略）

5、促销活动宣传：本次促销活动的促销对象主要是消费者，针对促销对象接受信息的特点，在详细地听取了各终端和经销商以及促销人员意见的基础上，我处拟定在促销活动开展前，首先在婴幼专卖店等各类终端投入一些相关的婴幼儿护养知识挂板或开展一些会员买赠促销活动，并在各大卖场和相关医疗机构投入专职促销小姐，以派发产品小折页、小样包和促销盒等方式来进行前期的宣传推广工作，吸引消费者对产品的关注。

6、后期跟进：根据促销活动中收集到的消费者相关信息，做好跟踪服务，并在各大终端卖场建立健全兼职导购队伍来介绍产品，巩固和提升销售。

四、所需支持：

1、相关婴幼儿护养知识挂板xx个。xxx元。

2、宣传海报、小折页等宣传用品xxx张。xxx元。

3、产品试用包xxx份。

4、促销活动现场x展示架及展示桌：市场价格变动较大，另计。

5、促销人员费用：\*\*人\*\*天\*\*元/天共计\*\*元

6、费用总计：xxxx元。

五、效果评估

**产品促销活动方案篇**

一、活动目的：

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、亦要有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，而更好的传达合美嘉家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

二、活动主题：

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来合美嘉

三、活动思路

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，这直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合美嘉的品牌影响。

四、活动时间：

201\*年9月10日—201\*年10月5日

五、活动地点：

xx路凤凰城合美嘉家居自选商场

六、活动内容：

1、合美嘉一元“秒杀”更劲爆！

2、合美嘉预订套装家具更惊喜！

3、合美嘉套装组合家具更超值！

**产品促销活动方案篇**

一、促销目的：利用五一假期，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。

二、促销对象：顶瓜瓜的目标消费群

三、促销时间：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

四、促销城市：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。

五、促销方式：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。

六、促销主题：购物三天乐，天天都快乐

副标题：四重大礼送你惊喜

七、促销产品：debest各系列特价产品

八、促销操作：

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。

促销物料准备（每活动点）：

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。

九、大型促销活动准备：

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18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

十、人员安排：

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。

**产品促销活动方案篇**

1.活动阐述：

九月，恰逢开学、教师节、中秋节相聚。就三个关键消费节点，发布学霸征集令，摒弃短期活动只能吸引一时的缺点，分阶段发布连续活动，并用整套礼品伴随整月活动。

2.活动亮点：

分阶段活动(按时间顺序，开学、中秋、教师节)+递增式礼品(文件夹、文件袋、笔记本)

3.目的达成步骤：

消费者在重复或在一定的时间内多次数次光顾快乐星之后，才得到收集成套的学霸礼品，获得此商品成套促销品并达到一定数量后，则可兑换超值礼品。由于其形式的连续性和行为的重复性的价值积累，促销时间较长，且消费者必须买够一定限额的商品才符合兑换赠送品的条件，一旦积累完成，可以立即获得不同于其他消费者的区别回报，因此有利于再度巩固忠诚度。

4.时间规划：

20xx.8.25-20xx.9.30

5.渐进式活动思路

step1、创意主题&礼品吸引眼球

step2、分阶段、价值递增式礼品赠送，激发持续消费

step3、成套礼品搜集，吸引重复光顾

step4、礼品搜集目标达成再送赠品，让消费者获得差别回报，巩固消费习惯。

step5、长时间促销有礼，养成消费者持续光顾习惯，大大增强忠诚度，减少顾客流失。

6.活动目的达成方式：

活动主题：学霸征集令，九月礼不停!

活动1：豪礼开学季——8月25-8月31号

礼品：初级学霸文件夹

进店任意消费加38元即可加2元换购新品芒果冰沙一杯。

开学套餐：快乐鸡腿堡+ 香辣鸡翅+薯条(小)+可乐(小) 仅需套餐价格88.88元(自行填写)，即送学霸文件夹一个。

花淇淋特价每份只需88.88元!

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动2：中秋惠团圆——9月1号-9月8号

礼品：中级学霸文件袋

惠团圆：全家桶套餐特价88.88元。

除全家桶，中秋当天进店消费全场8折

身份证尾号为8、1、5的人可免费领取甜筒一个

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动3：感恩教师节——9月9号-9月14号

礼品：资深学霸笔记本

特价套餐：脆皮全鸡+可乐2杯小，仅需套餐价格88.88元(自行填写)。

除特价套餐外，持教师证到点消费享受全场八折优惠!

红豆派/香芋派/金桔苹果派均可享受买一送一!(派不参与八折优惠)

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动4：霸到有礼!——9月14号-9月30号

礼品：学霸专享套餐一份

集齐学霸三件套+三次购物小票，并在点餐时出示，即可获赠学霸专属套餐一份!

(学霸套餐：指定汉堡1个+小可乐1杯，)

学生套餐特价8888元

7.加盟商订货时间：

20xx年7月25日至8月25日

8.活动礼品：

学霸文件夹 正反面 建议零售价：1.2元

学霸文件袋 建议零售价：1.6元

学霸笔记本 正反面 建议零售价：5元

9.活动物料：

从店外到吧台，从吸引消费者目光到决定购买，均有宣传物料布置。建议加盟商全套制作(x展架、海报、跳跳卡。)

门店外：x展架(通版80\*180cm)

门店内：海报 (通版60\*90cm)

吧台：跳跳卡

10.公司礼品支持(暂定)

订货金额(元) 学霸文件夹 学霸文件袋 学霸笔记本

8000及以上(含新品原料) 20 10 5

12017及以上(含新品原料) 30 15 10

15000及以上(含新品原料) 50 30 15

备注：礼品有限，送完为止;开业货不参与;礼品不随订货金额累计赠送;学霸三件套加盟商可以从总部订购。

**产品促销活动方案篇**

一、活动背景

开年，空调厂家纷纷开展大型活动抢占3月市场海信积极参与到家电3月大战当中抢夺五一前的黄金销售节点：

活动目的：

1、冲击第一波家电促销季，通过大型活动达到厂商配合更加深入和紧密；

2、加强海信电视uled的普及与体验工作，顾客互动参与性大大加强；

3、现阶段郴州地区需要投入大规模，大产出，稳固地区海信的品牌地位。

二、活动主题

1、主题：

万人团购，海信电视“厂家直销”再创价格奇迹

——20xx台电视直发郴州，郴州电视台全程报道

2、什么是“厂家直销”？

厂家直销就是指：很据顾客需求预订，厂家直接从工厂将产品物流直发至活动地区，不进仓库，不进商场，直达消费者家中，真正实现0利润销售的新型销售模式。

3、经过包装的要传达的商业本质：（团购直销节约33%成本）

a=传统的购机价格=厂家成本+厂家利润8%+商家利润10%+商家非物流成本6%+厂商中间物流成本9%+厂家直发物流费用

b=厂家直销购机价格=厂家成本+厂家直发物流费用

c=活动降价空间=a-b=8%+10%+6%+9%= 33%正常零售价格

三、活动目标

1、郴州联动与经销商和区域连锁客户深度合作，开启海信厂家直销，形成战略同盟。(宣传期15天）

2、活动目标销售200万，夺中怡康第一。

四、时间和地点

1、时间：集中爆发直销专场 (充足时间筹备）

2、地点：“厂家直销现场”。

参考地点：1选择广电中心，销售场地优先为演播厅或电视台一楼大厅； 2选择人气广场或步行街内街。

地点选择标准：1、体现“工厂直发，不进仓库，现货现卖”的“厂家直销”概念；

2、场地足够大，出气势和形象；3、具有降温防雨的功能；4、有公信力和影响力。

五、活动核心精神

1、客户参与度：厂商只有一个主角，客户多半是配角

厂商都是主

角，客户是一定是主角

2、省钱模式：

“零利直销”“物流直销”连中间物流成本都省去

3、公信力度：活动商场自行商业行为直销盛会

4、信息传播：

a、员工及其亲友营销员工亲人、朋友、同事和同学及他们的身后亲人、朋友、同事和同学。

b、亲友为主，外联作为补充亲友内部传播和外联单位并重；重点深挖外联单位。

c、传统预定点“临促”发单页预定为主预定点落实预定者参与活动信息再传播环节，“打酱油”的人员也参与到信息传播之中。

5、现场氛围：活动各分店分开操作，现场气氛差异较大门店代表队集中到一个会场购买，气氛更热烈

6、利益权衡：活动各分店分开操作，集中仓库销售，各门店利益没有分割 以“门店代表队”形式现场参与，直接参与业绩pk，有效分割。

六、难点释疑：

q1.厂家积极举办本次活动的理由是什么？

◆海信和\*\*客户续签20xx年战略合作伙伴成功，当场敲定了20xx台uled智能需操作环节：开签约仪式暨新闻发布会，电视、报广和商场物料广为宣传造势。

◆厂家直销，连装卸入库费用和仓租的费用都省了，能给到更有竞争力的优惠幅度。

打点机型：

led

q2.

消费者积极参与活动的理由是什么？

◆消费者的逐利性：公司福利，不享受就是放弃权益现场操控：海信领导在签约仪式暨新闻发布会上和\*\*电器领导现场签约并承诺了20xx台uled智能电视，并有媒体和员工现场见证和深度直播。

◆消费者的从众性：关系营销，周围认识的不认识的人随时随地都在探讨议论这放的热情重点执行：最牛的宣讲、几款劲爆机型、奖罚明析、傻瓜版

◆消费者的“冲动购买”：现场造势，激发购物冲动现场要求：包装好的“从青岛直发到郴州”的载着电视的货车；多顶大帐篷，充分的海信uled电视物料布置；现场红地毯，排队入场，“电视台”女主持人现场直播；现场音响和我司主持人造势。

q3.客户积极推动活动的理由是什么？

◆厂商强强联合，媒体捧场提升知名度，厂家支持，以福利的形式给予商场员工及亲友以实惠。销售突破，获取竞争优势。

七、产品价格策略：

策略一：利用好32寸及39寸打点型号，其他利用清库清样机型，进行产品切换梳理。

策略二：各区域自行包装4-8款进行33%价格优惠包装，其他产品自行包装。 策略三：自宣传之日起，广场宣传区及各门店宣传中，全面围绕“海信uled”主线，做足uled电视产品的讲解和蓄势。

八、信息发布

a、媒体信息发布：

1、微信裂变依靠朋友圈发布、小区广告牌张贴活动海报

2、单页投放：市区及周边乡镇全部覆盖

3、当地电台发布：广播、电视台

4、市区银行机构电子屏，公共区域及超市门口电子屏

5、市区主流媒体进行信息发布：3期软文加硬广

6、海信老客户信息短信发布、商场会员信息发布

7、商场巨幅、产品贴、场内地贴、吊旗、x展架等

b、现场直播

1、签约仪式现场直播——电视直播、微博直播、qq签名直播、各种贴吧和论坛的直播、亲朋短信直播。

非电视直播模版：郴州家电大事件，海信电视万人团购厂家直销活动开始啦！3月14日去郴州广电中心，48寸才2999元，亲友券抵100，预存30抵100还送食用油一瓶，要赶紧找我。

2、活动首销现场直播——电视直播、微博直播、qq签名直播、各种贴吧和论坛的直播、亲朋短信直播。

非电视类直播模版：你还在抢红包吗？3月14日万人空巷抢海信啦，48寸才2999，55寸才3999元，抢到即省1000多，郴州广电中心都爆满了，赶紧过来看看吧。

c、微信裂变：（针对犹豫观望的顾客）

在顾客预定及成交后转发20-50条短信获赠小礼物一份（建议成本2元左右）。短信模版：你还在抢红包吗？3月14日万人空巷抢海信啦，48寸才2999，55寸才3999元，抢到即省1000多，郴州广电中心都爆满了，赶紧过来看看吧。

九、现场执行：

1、现场分区：

户外：堆码区、舞台区、排队等待区；

户内：体验区、销售区、收银区、二次传播及等待送货区(备水、备座)

2、人员到位：销售类、体验类、收银类、送货类、仓管类、礼仪形象类、安保类

3、现场气氛营造到位：“标配”舞台和音响；主持人造势、维持秩序、协调各部门确保现场紧张有序；门店代表队由礼仪小姐带队，走红地毯入场，依次排队购买。

十、流程及控制

a、“流程把握2张卡”及使用

1、“亲友券”利益点：凭此券可以在物流直销价的基础上再优惠100元（特价机除外），内部员工人均发10张，压金50员，产生一台销售则退还押金。

2、“订金券”利益点：预存30送食用油一瓶，“常规机”抵100元，可与亲友卡重复使用。不退还押金。

3、内部员工及亲友的宣讲、预定工作同内购会，做实做透。企事业单位群体操作如下：1、厂商外联搞定重点企业和事业单位，数量不得低于5家；2、重点选择的企事业单位，员工数不得低于100人；3、把握宣讲会的时间、节奏，100%人员覆盖；4、商场各门店申报，活动总负责人统一分配外联单位到门店。

b、“过程掌控7张表”及使用（详见附件1）

表格1：亲友券和订金券内部分配表

表格2：门店订金预存登记表

表格3：成交顾客信息登记表

表格4：每日定金统计表

表格5：员工预定进度pk榜

表格6、门店订金排名pk榜

表格7：负责人考核计算表

c、“高度重视：4大会议”

1、一次会晤高层会议：达成活动协议

2、二次动员大会：海信：责任细化到人；客户：落实细节，任务到人

3、每日碰头会：双方负责人深入沟通每日推进情况，并确认次日工作

4、早晚晨会：对前日工作考核通报，并布置当天工作

**产品促销活动方案篇**

一、前期准备

前期宣传：钦州本地网站（如钦州360、钦州社区等）公告+传单派送+潜在客户邀请+小区内公告粘贴+电视、报纸媒体公告/发起活动+活动设报名点+接受报名+短信或电话通知

七夕活动项目确定后，统一进行活动工作人员培训，演练，服务岗位熟悉活动内容 活动敲定后小区内布置，活动当日工作人员的调配和分工

活动中可随时插入楼盘的介绍及宣传海报的发放

建立此次活动参与者qq群或msn群，保持联系，有新的活动可以及时通知，期间也可以不定时的发布楼盘信息

二、七夕主题活动（延续两周的时间，有三个主题）

1、 【浪漫七夕寻找你的爱人活动】

活动时间：xxx年8月6日9:00-18:30

活动对象：广大的未婚（准备结婚）和已结婚的情侣和夫妻

活动目的：让想结婚的情侣感情更加牢固，让已结婚的夫妇重温热恋时的激情与刺激，同时也让这一部分潜在客户更加了解本楼盘，激发他们为爱买房置业的欲望，甚至借助他们推广楼盘。

活动报名：通过网络报名+短信、电话报名+现场报名等方式，在七夕前一周从报名人中选择购买力强的，确定参加的人数。

活动内容：活动开始后工作人员把男方统一带到活动指定的地方，接着在男方不知情的情况下把女方带到楼盘内任意一个房间，锁上门等男方来寻找。男方经过寻找并询问确定女方是在某个房间后，必须对爱人说出一段表白把工作人员感动后方可开门。（期间禁止男女双方携带通讯工具。）

活动奖励（具体奖励与房产商协商）：选出最先找出爱人带到指定地方的前三名，所有选手均获得最后大奖环节的抽奖资格

初步确定奖品为：第一名（一名）：楼盘销售代金券或折扣券+xx地方蜜月游。 第二名(一名)：楼盘销售代金券或折扣券+xx酒店豪华夫妻房免费一晚入住权

第三名（一名）：楼盘销售代金券或折扣券

注：此活动看具体情况可维持到第二个活动开始，期间负责活动人员的中餐

2、【浪漫七夕相亲夜活动活动】

活动时间：xxx年8月6日19：00-21：30

活动对象：都市的单身白领。

活动目的：提供一个相识、相知、相恋的平台给未婚的都市白领，同时也让这一部分潜在客户更加了解本楼盘，激发他们为爱买房置业的欲望，甚至借助他们推广楼盘。

活动报名：同上

活动内容：仿江苏卫视《非诚勿扰》方式，进行现场相亲，并在相亲的过程中抽取出本次节日活动设立的幸运奖，三等奖，二等奖，一等奖，特等奖等（奖励方案与房产商协商）

活动奖励（具体奖励与房产商协商）：对成功牵手的情侣实施分阶段奖励方式：

第一阶段：成功牵手获赠情侣套餐及楼盘特权券一份。

第二阶段：成功牵手并恋爱半年者凭特权券获得楼盘购买指定金额代金券或折扣券一张。

第三阶段：成功牵手结婚者并在本楼盘买房除享受代金券或优惠券

提供的优惠外还送xx地方蜜月旅行机会。

3、【浪漫七夕购房送优惠，爱她，就给她一个幸福的家活动】

活动时间：xxx年8月-xxx年9月（具体时间与房产商协商）

活动目的：通过此活动宣传楼盘并刺激潜在客户的购买欲望，增加销售量。 活动内容：在活动期间购买本楼盘可获得各种优惠。尤其是新婚夫妇凭结婚证购买房产可获得更多的优惠。具体可为：

第一级优惠（普通大众）：普通优惠

第二级优惠（订婚者或新婚者，想为她准备一个幸福的家）普通优惠内容+二级优惠内容。

第三级优惠（已婚者，结婚时间越长优惠越多）上两级优惠内容+三级优惠内容

三、执行说明：

1、通过网络报名+短信、电话报名+现场报名的方式，在七夕前一周确定参加的人数。

网络报名可通过报名人员填写预先我们准备好的表格发到指定的报名邮箱等方式。

现场报名可在前台登记；

2、七夕刚好是周六，客人第二天不用学习和工作，可根据当天气氛、天气等情况适当加一些宣传的环节和节目，晚一点不要紧，重要的宣传效果。

3、考虑天气等情况时，应考虑如果下雨把参与活动人员集中到哪躲雨等问题。

4、如参与人员少，可适当的让工作人员参与进活动中去。

5、培训好活动期间的安保人员，确保活动安全完满的进行。

6、以上活动优先在本楼盘小区选取合适的场地举行，如没有则可在附近择优选取。

四、七夕活动相关细则：

1、入场：

1.1【浪漫七夕寻找你的爱人活动】

a、七夕当天9:00开始入场，给每个参与活动的人发一瓶矿泉水以及一个幸运编号。 b、每个参与活动人员如带有道具或相关礼物请交与指定地点工作人员保管。

1.2【浪漫七夕相亲夜活动活动】

a、七夕当晚19:00前入场，给每个参与活动的人发一瓶矿泉水以及一个幸运编号，幸运编号用于相亲夜活动过程中的`抽奖环节。

b、相亲夜舞台搭建时设立五个搭讪专座，坐到专座的人方便与前排相亲女嘉宾搭讪，其他参加者自由入座，大家随便聊天、搭讪、吹牛、侃大山，彼此先互相熟悉。

2、以上两个活动均允许一定数量的观众进场，并维护好这些观众的秩序。

3、根据现场情况，在七夕夜活动现场也可穿插一些小游戏。

五、店内工作人员培训

备注：活动组织应该给客人足够的自由看房、分享对本楼盘观点的机会与权利，营造舒适快乐的环境，如果有些环节客人不愿意参与不能勉强

注：工作人员记得提醒参加者保持秩序，勿推挤吵嚷。

六、其他筹备相关

七夕前两周开始利用个信息发布渠道发布信息，开始接受报名及相关咨询。

七夕前三天各细则敲定，开始利用各信息发布渠道发布相关信息，开始筛选报名者，统计人数，并寻找决定相亲夜的主持人等。

七夕前一周开始对工作人员对此次活动的熟悉培训。

活动当天员工如果有兴趣也可以参与（要求：非当班时间均可）

采购或制作活动所需物品，如矿泉水、幸运号码牌、海报、传单等，联系好相亲夜的演艺服务公司。

**产品促销活动方案篇**

随着女性经济的日趋升温，各种各样的女性促销活动就越来越频繁，对于即将到来的三八妇女节，商家们更是做足了准备，准备着上演一场绮丽的女人节促销活动。

女人节促销，一场涉及到美丽经济的活动，一场围绕女性展开的促销运动，吸引了大部分的商家的眼球，那么如何来做这次女人节促销呢？

随着促销活动的频繁使用，人们的感觉越来越麻木，一些简单的促销形式已经达不到促进销售的目的，要想促销活动成功，就要把促销活动做到消费者的心里去。

如何才能把活动做到消费者心里呢？说到这我们要先了解消费者为什么要消费，是为了商品的价格，还是商品的质量呢?其实消费者消费真正目的是商品背后给消费者带来的利益和感觉。比如说买衣服是为了漂亮，买保健品是为了健康，所以，在做促销的时候，找到消费者消费的真正消费点，利用消费者的消费习惯，促销也就顺利很多。

女人节促销，针对的对象是女性，那么就要找到女性消费者的消费心理及消费习惯，与自己的产品相关连，并将这种促销的信息传递给消费者，引起消费者的共鸣。当消费者觉得与你的关系亲近之后，促销自然也就顺利了。

女性顾客消费心理表现为：

（1）购买动机具有冲动性和灵活性

（2）选择商品十分细致

（3）购买心理不稳定，易受到外界因素影响

（4）购买行为受情绪影响较大

（5）选择商品注重外观、质量和价格

女人节促销活动

随着三月八日的临近，商家各种各样的女人节主题促销活动陆续上演，“美丽处处绽放”、“美丽的女人”、“美丽心得共分享”等等。商家瞄准女性顾客的各种心理需求以及消费习惯开发了不少新的促销手段。

“欢乐女人节，精彩丽人堂”，新天地购物公园在3月8日为广大女性朋友开启了“丽人课堂”，特别邀请健身教练、美容师等专业人士，传授精彩女人的修炼之道。欧亚车百还为3月8日过生日的女性朋友准备了免费擦包、擦鞋、验光、赠送美容券等五重好礼，购物还送“家政服务”。国商百货、欧亚商都、国贸中心、亚泰富苑等商场也以女性品牌明确提出主题促销活动，如化妆品节、珠宝节等。在各超市卖场，商家把女性护肤品的促销衍生到了家庭洗涤用品、床上用品、健身器材等商品。

**产品促销活动方案篇**

促销主题：“五”动心情，清爽“一”夏，轻松竞拍

促销目的：针对“五一”假期消费，推出全品项促销，提升店形象;

促销时间：20xx年4月28日--20xx年5月8日

促销方式：风暴商品，一元系列，五元系列，产品拍卖会;

促销内容：

一主题主要以10个“5元”系列产品作为低价促销;

二主题主要以10个“1元”系列产品作为低价促销;

三主题主要以供应商赞助的50支单品作为竞拍(单品为民生必需用品为主，组装电脑一台);

版面安排：

封面：促销活动主题宣传

主要突出竞拍会的促销活动内容，结合某厂家的产品推广促销活动(带演绎促销活动内容);

封一、封二：“五一”主题特价专版【共计30支单品】

1.“1元”系列产品15支，主要以食品，百货，日化及日配课为主推课别;

1)食品：休闲小食品2支，饮料1支，调味品1支;

2)百货：玻璃杯1支，粘钩1支，苍蝇拍1支，夏季凉扇1支，男女丝袜2支;

3)日化：香皂或肥皂1支，牙刷1支，夏季灭蚊用品(蚊香)1支;

4)日配：盒装酸奶2支;

2.“5元”系列产品15支，主要以食品，百货，日化为主推课别;

1)食品：饮料1支，冲饮品1支，南北干货类1支，调味品1支，休闲食品类1支;

2)百货：陶瓷用品(碗，杯类)1支，不锈钢厨具(铲，勺)1支，男女内裤1支，沙滩裤1支，薄棉袜1支，衣架1支;

3)日化：洗涤用品(洗发水，沐浴露)2支，夏季防晒用品1支，纸制品1支;

封三：生鲜专版：【共计20支单品】

1.时令蔬菜4支单品，时令水果6支单品，限定销售日期;

2.五谷杂粮单品4-5支，主要突出夏季降暑产品(白糖，红豆，绿豆等);

3.日配产品5-6支，汤圆，水饺等低温食品各1支品项，常温奶制品4-5支品项，最好以整件为主推品项，可推出龟苓膏产品作为夏季降暑品项;

封四：“美”食“美”客(粮油，休闲食品专版)【共计33支单品】

1.粮油课：(合计17支单品)

1)食用油1支：5l或4.46l食用油，可选择杂牌，作为内页放大商品，价格为60元以下;

2)香油2支：鉴于夏季制作凉菜的因素，选择2支单品，高低价格区分开;

3)酱油2支：大小包装各1支，可选择生抽或老抽;

4)醋2支：瓶装，袋装各1支，袋装可选择1元三袋的销售方式;

5)调味酱2支：麻辣酱，芝麻酱各1支;

6)速食面2支：五连包方便面，袋装粉丝各1支;

7)南北干货类3支：枸杞，大枣，银耳各1支;

8)袋装大米2支：对比促销，主推大包装商品，选择10kg和5kg各1支;

9)挂面1支：挂面属于自采商品，以低毛利或平价销售;

2.休闲食品课：(合计16支单品)

1)炒货类2支：瓜子，花生各1支;

2)糕点类2支：袋装面包，蛋黄派各1支;

3)休闲小食品(蜜饯类)2支：主要针对蜜饯类产品选择;

4)膨化食品2支：薯片，锅巴各1支;

5)饼干2支：一般夹心饼干，威化饼干各1支;

6)果冻3支：散装果冻1支(金娃果冻折价)，袋装果冻1支(喜之郎果冻);

7)散装食品3支：散装饼干，散装干货，散装炒货各1支;

封五、封六：“凉爽夏日风”(酒饮，冲调专版)【共计42支单品】

1.酒饮课：(合计32支单品)

1)碳酸饮料(可口可乐，百事可乐，非常可乐，雪碧，柠檬汽水等)8支;

2)水饮料(普通矿泉水，运动性矿物质水)4支;

3)茶饮料(绿茶，红茶，凉茶)5支;

4)果汁饮料(橙汁，蜜桃汁，果粒橙)3支;

**产品促销活动方案篇**

一、活动目的

1、扩大商场在某某市购物者心中的整体形象、认知度、影响力;

2、加深政府、行业、媒体、渠道等关系的建立和巩固，营造出良好的舆论环境和公共环境;

3、通过周年庆的契机，增加周年店庆期间和五一黄金周的客流量，用此来带动商铺店面销售，建立商户信心，让商户和商场都能得到更大的收益;

4、在活动期间，更大的客流量可以吸引更多的优质商户入驻。为商场招商工作提供更有利的契机和条件。

二、活动时间

5月1日—5月7日

三、活动地点

某某商场1到5层

四、活动主题

某某商场感恩十年回馈十年 活动内容：

活动一：感恩十年、回馈父老

1、举办希望小学的捐赠、贫困大学生的帮扶。(只要您是贫困或是上学有困难的学生，可发e-mail或寄信到公司，内容详细叙述您的家庭、生活现状和需求帮扶的原因。经查实后，根据情况支持5000以内的上学补助资金。)

2、在商场店庆当天，举办赠书活动，由商场高层当场赠予，并通知各大报纸和电视媒体等来全程采访和报道。

活动二、您购物我买单

1、每日抽出三单，第一单全免，第二单免50%，第三单免70%;

2、顾客购物后，填写姓名、电话等相关信息的卡片，商场管理凭此抽取幸运顾客;

3、抽奖由商场管理抽取，内容公布在店内海报，最晚次日商场运营结束为最后兑奖时间，如不兑奖按自动放弃处理;

4、顾客留取的所有信息，商场可以存档为以后在举办活动时直接发送短信通知。

活动三、与民同庆

1、与商场店庆同生日的女性朋友，进店凭身份证可免费领取好礼;

2、礼品为价值50元购物卷100张，购物卷由商家和商场提供，;

3、前台领取并记录相关信息。

活动四、“单”享折扣

1、 持dm单或报纸在指定商家购物享折扣;

2、 前期和商户沟通，每层提供登报、登单的商户，报纸和单上会刊登商户的信息;

活动五、不玩虚，真回馈

1、活动期间购物的所有顾客凭当日购物小票到指定礼品区去换取礼品;

2、礼品为红包，(根据购物的多少放取现金红包1——10元);

3、扫二维码登陆官方微信，会不定期发红包，可届时抢;

4、微信增加的所有顾客，为以后的活动增加准客户。

活动六、vip单享好礼

1、所有vip顾客店庆当天购物就有机会参加公司举办的冷餐酒会;

2、当场采访顾客并让媒体们记录报道，并在商场店内以展板形式展出。

活动七、店庆举办中小型酒会

1、所有商场管理和领导参加，届时评出最佳员工，并领导颁奖，让员工更有公司归属感;

2、请商界和各大媒体记者参加，参加后给礼品

周店庆当天外围活动

1、请政界、商界、文化界等知名人士参加讲话;

2、举办具有中国文化气息的模特秀;

3、举办大型的中国文化演出(包涵从南到北中国文化底蕴的歌舞);

四、活动宣传媒介

1、电 视(分3次);

2、报 纸(分3次);

3、广告牌;

4、广 播;

5、发 单(到高档小区、繁华热闹的地方);

6、电动车、骑车路上举牌(在主要街道举活动牌转街分4次)，;

7、滑翔伞(当天活动前);

8、宣传车(分4次);

9、短 信(分4次);

10、演 出;

五、活动物料清单

六、活动人员安排

**产品促销活动方案篇**

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......

题目:淘宝网店营销策划书

时间:20xx年12月13日15时18分

策划人:蓝x羽

梗概:货源

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。

**产品促销活动方案篇**

一、期限

自\*\*年\*\*月\*\*日起至\*\*年\*\*月\*\*日止，为期3个月，促销活动方案格式。

二、目标

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销\*\*企业产品，协助经销商出清存货，提高企业营业目标。

三、目的

（一）把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购\*\*产品，以达到促销效果。

（二）“接力大搬家”活动在a、b、c三地举行，借此活动将\*\*进口家电，重点引向\*\*国市场。

四、对象

（一）以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买\*\*企业家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

（二）诉求重点：

1．性能诉求：

真正世界第一！

\*\*家电！

2．s．p．诉求：

买\*\*产品，现在买！

赶上年货接力大搬家！

五、广告表现

（一）为配合年度企业“\*\*家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

（二）以\*\*企业产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s．p．活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

（三）tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15〃广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

（四）pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

六、举办“经销商说明会”

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同企业及分企业营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

七、广告活动内容

（一）活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1．圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。

2．圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻；交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

（二）活动地区

在\*\*国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货企业举行。

（三）活动奖额

1．“接力大搬家”幸运奖额

（1）a地200名，b地150名，c地150名，如下表：

表5－4 “接力大搬家”幸运奖地域分布

区 别 次 别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合 计200名150名150名

（2）以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

（3）每户10分钟，以接力方式进行。

2．“猜猜看”活动奖额

（1）完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

（2）附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠\*\*品牌家庭影院一套，超抽签决定。

（四）活动内容说明

1．收件期间：自\*\*年\*\*月\*\*日至\*\*年\*\*月\*\*日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货企业本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于\*\*月\*\*日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15〃cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

2．分两次抽奖原因：

①早买中奖机会高，第一次未中，还可参加第二次抽奖。

②活动期间较长，可藉抽奖分次活动，刺激消费者恢复销售高潮。

3．参加资格及办法

（1）超级市场接力大搬家部分

凡自活动日起购买\*\*企业产品价值1000美元以上者，以1000美元为一单位，可向各地总经销商索取幸运券一张，参加抽奖，多买多送。

①如电视5120美元即送5张。

②幸运券填妥寄\*\*总企业。

③三地各分北、中、南三区，幸运券亦分3色区别。

④以1000美元为单位即赠幸运券一张之理由如下：

不限买\*\*家电方可参加，对所有\*\*企业产品均有相互促销作用。

b．让消费者依购买额之多寡，持有较多幸运券，吸引力较强。

c．对预算奖额并无差异。

d．经销商依各产品之在库金额请领幸运券，可以其为p．r．用。

e．\*\*企业、经销店以及参与企划、活动单位之员工及其亲属，不得

参加比抽奖活动，抽中者如被察觉，视为无效。

（2）“猜猜看”部分

任何人都可以参加，猜三地各区接力大搬家，搬得最多之金额，猜中者可得同等额之奖品，若两人以上同时猜中，则均分其奖额。另选数字相近之5人，各赠\*\*牌家庭影院一套。\*\*月\*\*日截止。

（3）幸运的新婚蜜月环岛旅游

凡被抽中为参加“接力大搬家”之幸运者，同时又是于此活动期间新婚者，另赠蜜月旅游券两张，以刺激结婚期\*\*企业产品之销售。

（4）奖额预算

300万美元以内。

（五）与上次“超级接力大搬家”改进之点

1．\*\*企业、\*\*企业经销商，以及参与企划单位之员工及其家属不得参加抽奖，抽中无效。

2．活动期间酌情拉长为两个月。

3．重点在促销，且此次拟举办“经销商说明会”，幸运券之分配，当较为妥善均匀。

4．用tv做现场节目介绍，并播放15〃cf，可使消费大众对百货企业之超级市场有所了解。

5．积上次经验，针对百货企业之签约，当立下多利于我之条件，不致超出预算。

6．搬家时间全部均定为10分钟。

7．搬家日，另致邀函，请经销商到场参观，加强地方经销商之协调色彩。

8．报纸及此活动之广告表现，均重视优异性能并以“接力大搬家”来销，且媒体选择趋于大众格调。

9．媒体运用趋向于广告面广，并对超级市场之说明予以加强。

10．整个活动分两个高潮，促销效果大，并将试搬提前，对购买欲望之提高，将较有助益。

11．经销商政策已做全面改进。尤以p．p．物大量补充。指名率高。

12．售后服务，亦将在广告内提出，在整体配合上，改进颇多。

八、预算分配

（一）活动部分

1．奖额150000美元

包括“接力大搬家”奖额及“猜猜看”奖额。

2．杂项11000美元

包括p．r．费、主持人费、车马费、误餐费等。

3．s．p．费用10000美元

包括幸运券、帆布袋、传单、布旗、海报。

（二）广告媒体费用

1．报纸180000美元

2．电视节目170000美元

3．spot170000美元

4．杂志12500美元

5．电台50000美元

总合计：735500美元

注：

①整理费用拟利用工厂临时作业员两人协助，不另编列预算。

②电台部分提高为8万美元。

③应增列现场拍摄记录片多出制作费之费用约1万美元。

④待呈准后，应详列预算表，并附正式估价单报准。

广告媒体之选择分析：

1．报纸部分

为配合“\*\*企业家电”市场开拓，此次报纸媒体和地方性报纸显见增加，并就此次活动，多发消息，以助其宣传。

2．电视部分

改变过去\*\*企业重视高格调之表现与节目选择，在广告表现上，采用平易近人的说明方式以slide及cf播放；在节目选择上，参考\*\*企业提出之10月份收视率调查结果，使其中层阶层更为明显，普遍对大众做“大众化”的诉求，如影片、连续剧、综艺节目的综合运用。

3．电台部分

突破历年来的保守方式，大量播放于地方台，并拟采用英语、中文配合播出。

**产品促销活动方案篇**

随着市场经济发展及人民生活和消费水平提高，超市已经成为社会上不可缺少一个行业，与人民大众生活关系也越发密切。大大小小超市也争先恐后出现在市场上，因而增加了各大超市间竞争。

为感谢广大消费者一直以来对家乐超市支持，家乐超市在国庆七天进行优惠活动。活动期间部分商品打折出售，还有买多赠送活动。

本次活动本着以“欢度国庆 感恩回馈 真情放送”为原则，让广大消费者在超市购物买放心，用放心。

促销活动内容

活动一：商品优惠

（1）活动期间超市部分商品优惠出售，同时部分商品采取买三赠一，买五赠一优惠。例：凡一次性购买五袋方便面者，即可获得火腿肠或者榨菜，让消费者伙食不再单调。

（2）与生产厂家协商，采取买一赠一销售方式，对部分商品进行促销（例如买洗发水送护发素等），这样生产厂家既可以增加知名度，超市也可以在促销中吸引消费者，增加消费者对超市认可度和关注。

（3）快乐竞答：凡购买参加活动顾客，可有机会参加有奖竞猜活动。活动主办方在活动前准备好问题，内容涉及娱乐、时政等多方面。参加竞猜顾客在题库中任意挑选一道题目，答对者有机会得到精美小礼物一份。

（4）有福同享：在上一环节答对题目顾客可选择另一名顾客同时进行下一环节，如能再次获胜，两人同时得到一份精美礼品。

（5）活动意义：此次促销活动主要通过丰富多彩活动组织，从而吸引顾客与顾客简建立信任度，消费者将更倾向于去家乐超市购买商品。

活动二：推行会员制

（1）活动目：由于家乐超市之前已经推出会员卡制度，所以对于已经拥有会员卡消费者优惠幅度将会更大。同时推出一项新业务，消费者可以预存消费金额，通过消费者预存消费额赠送一定金额方法吸引顾客，让顾客感受“加”温暖与实惠，从而提升超市顾客回头率，提高超市收入。

（2）对于没有办理会员卡顾客，在活动期间可以优惠办理。

一次性消费300元，可办理会员卡一张，每人限办一张。持会员卡在超市购物，可享受店内某些商品购物折扣优惠，并获得相应积点，优惠幅度详见店内各品牌明示（特价、特卖商品除外）。积点可反礼、不定期满额赠礼。

使用须知

1。本卡是您尊贵身份象征；

2。本卡可充值消费；

3。凭此卡在家乐超市消费可享受会员价优惠；

4。结转前请出示此卡，享受专属会员价；

5。持卡可享受超市为会员准备一切会员礼遇；

6。此卡只限本超市使用；

7。此卡不挂失、不兑现、请妥善保管； 8本超市保留此卡在法律允许范围内一切解释权！

预期效果分析

通过这次以“欢度国庆，真情放送”为主题营销活动，主要塑造家乐品牌，使本地消费者认同家乐，并且喜欢家乐，提高家乐美誉度与信任度，从而建立北辰市场稳固基础。同时此次活动采用不同形式使参与活动消费者享受到活动多样化与丰富化，有利于家乐超市稳固好客源，进一步保持营业额稳步提升。促销活动从实际活动中对消费者进行心理干预，使得其提高对家乐赞誉。最后活动将会员制度作为家乐超市以后长期经营份额手段，以求长远发展。不仅赢得较高美誉度，同时也拉住了客源，做到了一举两得。 同时，此次活动以“欢度国庆，真情放送”为主题，从各个超市销售市场来看，能够抢占先机，进而提高家乐在北辰市场份额。

安全预案：

1。活动安全组在活动前安排好安检人员，活动中要有专人不定时安检，对活动中存在安全隐患要立即排除，对于不能排除安全隐患要迅速向组委会报告，宣布活动暂停。

2。活动安全组要组织好工作人员不断地对电路进行维护与管理，一旦发现电路上出现安全隐患有权停止一切活动。

支出与收入预计

活动所需物品：5000

优惠让利支出：小于10000元 活动纯收入：大于100000元

**产品促销活动方案篇**

一、市场现状与分析

1．市场背景

（1）全国各地休闲服场竞争激烈

休闲服企业不断增多，商家不断涌现，瓜分着消费者的钱袋，挤占着休闲服的市场。

（2）产品结构类同，但老公司品牌占上风

眼下虽然几家休闲服的产品结构虽然类同，但是依旧是老公司品牌占上风。原因是它们的市场积累丰厚。

（3）公司品牌形象综合

从广告宣传、营销水平、公司品牌号召力到消费者选择偏好， xxx整体上和他们比还是有一段距离。

由于各家公司品牌的服饰结构，甚至公司品牌形象都很类同，所以在五月份必然会有一场激烈的价格战。

消费者对休闲服饰的认识有较快的提高，他们不仅仅是看产品，同时还追求价格比例。

2．竞争者状况 （温州地区）

第一集团军：邦威、高邦，他们是领先公司品牌；

第二集团军：森马、拜丽德他们是强势公司品牌；

第三集团军林中鸟、意丹奴。

特点：公司品牌知名度高，企业实力强大，广告投入大。实施本地化战略，降低成本，强化竞争力。

3．消费者状况

消费者对休闲服饰已经认同，经常购买者占78．89％，偶尔购买者占8．15％，只有2．96％的人从来不购买。但年龄结构明显偏小。

消费行为特征：重价格，但对公司品牌附加值概念模糊。但也已有一部分消费者认识到这一点。

4．\*\*\*的市场表现

知名度、美誉度不十分高。有一定的市场占有率，尤其是南方市场。而且今年产品开发还有一定的竞争力。虽然有前一段时间特价的不俗表现，但综合实力表现不突出。

结论：市场潜力极大，教育转变引导消费者任务极重。

消费者已经被培养起消费休闲服饰的习惯，这个消费习惯是几家牌子共同完成的。从长远来说，目前消费者有相当大的部分会有换口味的倾向，市场潜力极大，但培养教育消费者是较长期渐进的过程，林中鸟任重道远。

纵上所述，怎么让消费者理解xxx真正的名牌，尤其显的重要。必须利用新店开业的契机和一系列公司品牌推广活动，表达林中鸟公司品牌内涵，从而达到轰动效应。

\*\*问题很多，但可变因素多，只要方向对头，工作到位，就会有良好效果。其中两点很重要：一是产品特点、产品质量很好，只是原来没有把它很好地传播出去。二是林中鸟影响面不大，但让人有亲切感。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。

二、活动目的

1、充分展示xxx独特的个性魅力。

2、提高\*\*\*的美誉度。

3、以温州市区\*\*\*专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。

4、促进\*\*\*在市场的发展。

5、提高营业额

6、增加社会效益

7、增强公司全体员工的凝聚力

三、活动主题

活动主题：火红五月别样天

四、活动口号

活动口号：你火了吗？

意为：

（1） 消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标；

（2） 消费者应该选择新的公司品牌消费，该换换口味了；

（3） 酷暑即将来临应该添置几件清凉的服饰了；

（4） 让充分展现消费者个性化消费。

（5） 体现\*\*\*夏季服饰已经全新上市；

（5） 体现\*\*\*在不断的完善自己。

五、活动地点

活动地点：所有\*\*\*专卖店

六、活动时间

活动时间：5月1日至5月15日

七、活动内容

（1） 针对文化衫进行捆绑销售，设计活动包装。

（2） 所有重点活动区域都进行立体包装

（3） 利用20元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

注：具体销售手法，由商务部和计划部提供。

八、广告策略

由于本次活动属于常规策略活动，它是\*\*\*下半年活动的序幕，所以这次的活动的重点不在于活动内容，而是媒体的运作。所以本次媒体投放的质量尤其重要。另外在新货上市之际，还要尽量推产品的功能性和实用性。

（1）广告创意原则：以理性诉求为主，以感性诉求为辅。

（2）媒体选择

本次活动主要宣传应用在终端布置，媒体届时不需要宣传。

（3） 软广告

a) 在温州电视台及有线台以新闻形式发布消息和软广告

b) 在温州本地几家主要报纸上发布新闻

（4） 软广告主题

全面启动“凉一夏”促销活动

（5） 广告语

a) 你火了吗？

b) 你应该火了

c) 全世界无产阶级联合起来

d) xxx时尚服务区

（6） 广告诉求目标：追求时尚的消费者；收入较底的消费者；已经厌烦大路货的消费者。

（7） 广告表现策略：要新、准、巧。

（8） 店堂终端布置

整个色调采用红色或粉红色来渲染，创造一种强烈的政治气息，借此来表现五月节日的氛围，除了常规的布置以外，本次活动还要注重细节上的点缀，如营业员脸上需要划一个镰刀和斧头的标志，营业员在见顾客的时候，都要问“你火了吗？”店堂音乐可以播放如《国际歌》之类的体裁音乐。

九、费用预算

暂略

十、综合评述

眼下温州市场，已经硝烟四起，可以预计这次价格战，在今年五月份将还会延续下去。如果是这种情况，其实将对xxx有利，因为这样使林中鸟和其它牌子的公司品牌地位。但是如果继续下去的时间太长将会使两败俱伤，所以xxx必须早做打算，稳步前进。活动的开展一定要有系统性和规范性。

**产品促销活动方案篇**

一、促销活动的目的：现在市场情况如何？开展这次活动得目得是什么？我们是是处理积压库存？是提高销售数量？是打击竞争对手或者降低竞争对手对我们的压力？是因为公司又有某种新品上市？还是为了进一步提升品牌认知度？只有目的明确，才能使活动进行的紧凑更有预期效果。

二、确定促销活动对象：此次促销活动的`目标客户群体，我们针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？活动控制在什么范围内或者什么地域内？哪些人是促销得主要客户？哪些人是促销得次要客户？这些选择都会与我们最后活动的效果有直接关系，影响到我们最后销量是怎么样的。

三、促销活动的方法：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动方法

2、包装活动

降价？打折？礼券？赠品？抽奖？演示促销？服务促销？消费信用？还是其它的某种促销工具？选择什么样的促销方法，要考虑到促销活动的目的、行业内竞争的形势和行业内环境以及促销的预算费用并如何去分配各种资源。

在确定了方法之后要尽可能做的生活化艺术化，淡化促销的商业性，使活动更贴近消费者，更能去打动消费者。比如一些商业汇演，借一些慈善行动来实现我们的促销目的。

个人认为这一部分是整个促销活动策划方案的核心部分，应该要新要准要狠，使活动具有感染力与震撼力。

四、确定活动的方式：这一部分主要是研究确定活动开展的具体方式。这时我们要考虑上各种社会关系以及方方面面。

1、确定伙伴：拉上政府做力量后盾，还是携手一些知名媒体造势，是厂家独自进行，还是和下面的代理商经销商联手？或是与业内其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，这样有助于借势和造势；和经销商或其它厂家联合可以更多的整合资源，降低成本以及风险。

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，能刺激消费者的购买欲望。刺激程度越大，促进销售的反应也越大。因此必须要根据促销实践进行汇总分析和总结，并结合当前的客观市场环境确定适当的刺激程度和相应得费用投入。

五、活动时间和地点：促销活动的时间和地点选择的好会增大效果，如果选择的不好就会费力不讨好。在时间的选择上尽量能让更多的消费者有空闲来参与，在地点上也要让消费者方便到达或者更加显眼，而且要事前与政府的某些相关部门沟通好，比如说安保、城管、工商等部门。不仅发动促销的时间和地点重要，持续多少时间效果会最好也要深入分析。持续时间太短会导致在这一时间内很多消费者无法实现购买或者重复购买，很多应获得得利益不能实现，促销效果还没有完全热起来。持续时间过长，又会引起费用过高，并降低顾客心目中的身价，降低了品牌度。

六、广告配合方式：想做一个成功的促销活动，就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？选择什么样得媒介炒作与那家媒介组织合作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、促销活动的前期准备：前期准备分三块：

1、人员安排

2、物资准备

3、试验促销活动策划方案

在人员安排方面要尽量做到“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无浪费人力资源的情况。具体谁来负责与政府、媒体得沟通？谁来负责文案策划及写作？谁来负责现场管理协调各方面关系？谁负责相关礼品发放？谁负责顾客满意度调查以及问题投诉？要各个环节都考虑清楚，不要临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细没有遗漏，大到车辆场地布置，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后一一清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要得是，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得试验来判断促销工具得选择是否正确，刺激程度是否合适，现有得途径是否理想。可以在促销活动中询问消费者，填调查表等方法。

八、促销活动的进行：主要是现场活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力得保证。只有按纪律规矩办事，才能保证方案得到完美执行，在方案中对所有的参与活动人员各方面

纪律都要作出明确细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，条理分明。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销人员，促销范围、强度、以及重点进行调整，确保对促销方案的控制。

九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取某种方式在一些媒体进行后续宣传。

十、费用预算：整个促销活动都是为了利益来进行的，要预算出整个活动能带来多大的利润或者回报，我们最多能投入多少进行。一个好得促销活动，仅有一个好的策划是远远不够的，至少我们要能承担起它的支出。

十一、意外防范：策划的再好，考虑再缜密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。这时候我们必须对各个可能出现得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得效果，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。

下面我们列举几个促销活动的方案。

1.为了扩大企业产品知名度，一个商家采用“买赠”的方式，这个方法确实不错，因为不但能够使大量产品流入市场，让更多人群接触产品，还可以处理库存及积压商品，还节约了赠品单独的开发购买费用。但是这时候就要注意一点，赠的商品一定要对客户有吸引力，让他对产品有认同感，价值感，至少不能质次价廉，如果不然的话必然会影响到你自己公司的形象甚至对你企业产品的不满。

2. 一个公司为了促销自己的商品准备与一些艺术团体合作，在户外活动中表演一些群众喜闻乐见的节目。这种方法可吸引过往顾客的注意并使之停留，达到吸引人气的目的。但是因为场地布置等问题，并没有突显出要促销的商品和公司等等，虽然驻足观看热闹的人很多，看起来效果不错，但是实际的销售额并不多，别说是赔本赚吆喝了，甚至是连吆喝都赔里面了。

3.一个公司为了促销一批刚刚上市的珠宝首饰，最后决定采用竞卖的方式进行促销，竞买是一种能让顾客积极参与，烘托紧张、刺激气氛的有效的造势方法。竞买前的产品介绍也是一次极好的宣传品牌信息与产品功能的机会。但是由于请的竞卖师水平有限，导致现场气氛并没有达到预期效果，并导致很多竞卖品都是以极低价成交，导致亏损很大。

简单的几个例子只是想要大家知道促销活动的方案一定要细致，做到多元化。一般来讲，在前期策划方案的时候我们要搞清楚几个问题：

1、我们处在一个什么样的市场环境下?

2、这个市场的特点及我们的客户，竞争格局，竞争对手是怎么样的？

3.、某些大的品牌近期有什么举动，竞争对手有什么举动？

4、我们的促销活动针对什么样的客户群体举行?我们要此次促销活动的目标?

5、我们准备投入多少资金、物料、人员，这些资源如何有效结合在一起，有哪些社会关系可以利用?

6、我们会在促销活动中可能遇到什么困难?哪些可以克服，哪些不能?需要怎么办?

找到了以上问题，并寻找到答案。我们的促销活动才不致于过于泛散，缺乏方向。

**产品促销活动方案篇**

一、 活动主题：

5月21日，为康佳34周年厂庆生日惠，全国线上、先下全体齐动员。全面启动“康佳34周年生日惠”大型感恩回馈促销活动，厂庆1年仅此1次，3400台生日机，工厂裸价，空降武汉，与广大消费者同步共享康佳三十余年来成就行业龙头地位的璀璨硕果，让更多消费者享受大屏超高清新视界，欢享康佳高品质电视新产品。

3月开始，我司进行以“以旧换新”的为主题的促销活动，在各个经办推开执行，效果颇丰，又受到集团领导的关注及赞扬，“以旧换新”市场已被预热。 在康佳34周年厂庆之际，结合“以旧换新”，进行全司全渠道的整体动员促销活动。开展康佳彩电以旧换新风暴。

a!b健康：静电严重影响免疫、屏闪严重影响视力、超频声音影响听力、辐射严重影响智！c、不节能：若电视机使用十年，则29吋crt电视比32吋led，电视额外多支付的电费可购买1台48吋led电视。

四五月为我司人员调整时间。借用康佳34周年厂庆，针对新的团队，开展全司上下一体的“以旧换新”促销活动，也是对整个团队的大练兵、大考验及锻炼。以使团队更团结、奋进，激情燃烧的冲刺五月任务。

二、活动目标：

基本任务：20万，挑战任务：25万

三、活动地点、时间、人员分组安排

地点及时间：工贸家电康佳彩电专柜、金桥家电康佳彩电专柜 5月12日——16日汀泗、官埠周边村镇

5月17日——18日驻门店进行“满千返百”促销活动（金桥家电、工贸家电） 5月19日——23日双溪、高桥周边村镇 5月24日——25日驻门店进行“满千返百”促销活动（金桥家电、工贸家电） 人员：咸宁办全体成员及卖场派遣人员

四、活动利益点设置：

一重“惠”—旧机折价： 旧家电不论大小，不论好坏、不论品牌实实在在一律折价400元

二重“惠”—购机返现：凡换购康佳4k产品再折价200元 康佳40吋4k极清安卓一体机 换购价 2999元 康佳50吋均衡8核4ks云电视 换购价4799元 康佳55吋均衡8核4ks云电视 换购价6499元 康佳65吋巨幕8核4k云电视 换购价9899元

三重“惠”—裸价生日机：厂庆1年仅此1次，3400台生日机，工厂裸价，空降武汉 康佳65吋巨幕8核4k云电视 换购价9899元

三重“惠”—裸价生日机：厂庆1年仅此1次，3400台生日机，工厂裸价，空降武汉 康佳48吋智能网络电视 换购价 2999元 康佳55吋安卓云电视 换购价 3999元 康佳65吋巨幕安卓云电视 换购价 7999元

五、活动宣传：

（一）店外宣传：

报张贴在门店内部收银台处及其他显眼处。

人员进行推送促销信息。

（二）门店宣传：

康佳集团34周年庆来啦, 厂庆1年仅此1次，3400台生日机，工厂裸价，空降武汉，以旧换新，万人空巷抢康佳。康佳48寸网络电视换购价2999元，55寸安卓云电视只要3999元，65寸安卓云电视，这大的电视换购价7999元，到康佳彩电专柜，参与以旧换新，旧家电不论大小，不论好坏，不论品牌，实实在在一律折价400元，换购康佳极智4k产品再折价200元！活动期间，凡参与换购，均可获得优质食用油一桶，或精美家用厨具一套！”

**产品促销活动方案篇**

一、 促销目的

（一） 通过折扣来清理夏装库存，利用折扣吸引顾客，配合黄金节日拉动销售额的同时清理即将换季产品；

（二） 借助国庆节招募新会员，扩展客户群；

（三） 形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率；

二、 促销主题

迎国庆，倾情回馈新老顾客

三、 促销时间：

20xx年10月1日―10月5日（共5天）

四、 促销范围

全国所有门店

五、 促销内容

（一） 活动期间，部分商品七折优惠（新品除外）；

（二） 凡在活动期间生日的顾客，只要在全国各个门店产生消费（不限制消费金额），即可凭身份证办理会员卡一张，并可获赠一份精美的生日礼品；

注：1、生日以身份证的日期为准；

2、顾客成功办理会员卡、领取礼品后，需登记入簿，并在消费小票上注明“已送”,避免重复；

3、建议礼品为饰品或者印有xx公司logo的饰品，如丝巾、首饰、家居装饰品等；（附图）

（三） 会员尊享

1、活动期间，会员部分商品可享受七折优惠，新品享受九折优惠；

2、活动期间，会员卡照常积分；

3、活动期间生日的会员顾客，可凭身份证，领取精美生日礼品一份；

注：生日以身份证的日期为准，会员领取礼品后需登记入簿；

六、 活动宣传配合

（一） 活动pop物料；

（二） 宣传单张：请配合印刷宣传单张促进活动力度；

（三） 短信宣传：20xx年9月30日发送活动通知短信给会员顾客；

（四） 广播宣传：制作促销活动广播，在活动期间反复播放；

（五） 商场宣传：20xx年9月30日发送活动短信给商场会员，利用商场客户资源，开发潜在客户群；

七、 活动筹备期分工表（略）

八、 费用预估

类别项 目单 价总数量总预算应用区域备

注：

礼品

pop

宣传单张

会员短信

合计

附图

丝巾：

饰品：

家居饰品：

**产品促销活动方案篇**

电信日主题：

协助全人类沟通

活动主题：

试用多彩业务，沟通从心开始

活 动 攻 略

1.全球通品牌大汇展

以统一形式对各品牌进行全方位展示和介绍，视觉设计上形成系列化，主题鲜明，优势突出(内容可包括当前的优惠措施)应用“顺口溜”做系列主题展示。

多彩数据业务的现场演示、试用

2.“个性化配餐咨询服务区” 目前的众多资费套餐，加之各种各样的临时优惠，无不让消费者，尤其是潜在消费者产生模糊难以选择，该服务区可以根据消费者不同年龄阶层，不同的消费需要提供套餐选择咨询和参考，该服务区的潜在意义还在于：

(1)体现a市移动公司的个性化服务;

(2)由建议促成顾客产生购买

3. 5.17真情馈赠(锁定2万潜在用户)

a. 凡“5.17”生日的全球通签约用户予以一定话费或其他礼品的馈赠，以表a市移动公司对客户支持的谢意。

b. 凡“5.17”入网满周年的全球通签约用户或新开户予以话费馈赠。

c. 为巩固客户在网率，可采取“捆绑式”销售策略。例如：“5.17”生日的新开户可获赠240元话费，该话费分12个月划扣，即每月获赠20元。或新增某式套餐。新开户预存话费一定额，即可享受某项特殊服务。预存的话费额同样分12个月划扣。 5.17真情馈赠评估：

该馈赠攻略应该是5.17的重头戏。可大力攻入低端市场，保守估计：a市拥有2万余人的“5.17”生日消费者，可增加入网率和在网率，在宣传上该馈赠应以极具人情味的方式发出真情召唤

4.电台专题节目互动参与

(是活动也是宣传，低端市场一种较好的媒体) 开展一至二周的电台专题节目，开设热线有奖游戏或问答，内容主要为5.17活动信息的传播、全球通业务品牌的推介、最新优惠信息等…(最好将获奖者领取奖品锁定为5.17活动当日地点或各服务厅)，奖品可提供充值卡或优惠开户、免费赠送神州行或动感地带sim卡等。

5. “一分钱慈善拍卖” 其中包括“新sf卡”靓号拍卖，彩信手机拍卖,拍卖所得捐献给a市慈善基金会,以往的竟价拍卖，起价有一元的，但“一分钱”的拍卖可能会让人有新感觉。广告口号: “一分钱一份爱心”。

6. “彩信”摄影大赛、“彩信”精彩人物show

设置专用邮箱，参赛者可通过 “彩信”手机拍摄的照片发送到指定邮箱并公布，由读者点击或观众公开评定, “彩信”人物show 则除了在彩信手机上摄之外，还可由 “彩信”模仿手机上拍摄参赛，彩信摄影大赛评选所有优秀作品 “精彩人物show”则专门评选彩信拍摄的精彩人物镜头。

7.推出应时礼品

应时礼品可提供专用(专用标志)的太阳伞、太阳帽甚至防晒霜等。注意礼品的亲情化，根据当前的社会热点问题，还可推出含有移动标志的 “非典”预防手册,体现移动的亲和力和关怀

8.其他优惠措施

——主要目的在于刺激低端潜在用户的入网

——应对“小灵通”及联通低端品牌的促销对策：强调网络信号好等质量、性价比：“一分钱一分货”

——(其他优惠措施由贵公司另行制定，最好具有捆绑性……)

9.“为了全人类沟通”——精彩路演

上述种种无不为了人类的沟通，至少为了促成a市大众更轻松进入无限沟通的境界，精彩的路演将群众(目标受众)汇聚起来，为移动通信与受众的“沟通”架起桥梁。

延续精彩、巡回路演：众电信运营商都占据了a市中心城区，而属下各镇区都被忽略，“为了全人类的沟通”应该是无所不在的，同时也是我们抢占周边市场的好机会，将精彩延续到属下各主要镇区，相信会带来不错的效益。

延续精彩、巡回演出活动排期表(略)

10.“沟通无界限，服务零距离”，将活动的信息尤其是优惠措施，做到每一个角落。连接到a市的每一个自建服务厅，以及各联营店、加盟店，让消费者到处都可感受到“为了全人类沟通”—— a市移动公司贴心关怀的气息。

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