# 2024年促销方案案例分析 促销活动方案案例(模板11篇)

作者：心之宝藏 更新时间：2024-03-22

*为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来*

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**促销方案案例分析篇一**

现代市场营销不仅要求企业发展适销对路的产品制定吸引人的价格.使目标顾客易于取得他们所需要的产品而且还要求企业积极开展促销活动。促销的实质是卖方企业与现实和潜在顾客之间进行信息沟通的过程。高校大学生消费市场(以下简称大学生市场)是以所有在校的大学生为消费主体的消费品市场。企业在进行促销组合设计时必须考虑大学生市场的特点有针对性地促销策划。

一、大学生市场信息沟通的特点

大学生是一个特殊的青年消费群体，正处于一个由不成熟阶段向成熟阶段过渡的时期。经过调查研究发现大学生消费市场具有自身鲜明的特点如消费需求的跨层次性、消费行为的时尚性、消费内容多样性、消费动机的复杂性、相关群体影响易形成从众行为等。

在信息的传递和沟通上，大学生市场也有自身的特点表现在以下几个方面:受到多年正规教育的影响.对精神生活的要求较高。大学生是同龄青年中受教育程度较高的群体.内心世界对自我尊重和自我实现的需求比较强烈，渴望得到外界的承认大部分的同学是居住在集体宿舍上课时间相对统一信息的获取渠道相近信息交流频繁。调查表明.宿舍、教室、食堂是大学校园三大信息集散地互联网在大学生接触的媒介中的影响比较深。据调查，近80%的学生表示喜欢上网，45%的同学每周平均上网时间为2--8个小时。至于上网的看法，近30%同学认为上网可以认识更多的朋友.25%的同学觉得上网能更快了解国内外新闻25%的同学觉得网上的游戏很好玩，对于上网会影响学习、上网是无聊时的消遣方式等提法只有不到10%的同学认可20%,的同学同意上网是一种时髦的活动传统媒介如电视、报纸.虽然大学生经常接触但是接触点分散兴趣爱好难统一。

基于以上特点.我们认为通常企业针对青年市场主要以电视广告作为主要促销手段的方式对大学生市场而言效果并不明显。企业如果选择更贴近大学生的促销方式增强互动和交流虽然传播面小但沟通效果增强。

二、针对大学生市场的促销组合策略

各种促销方式有各自的优缺点企业制定促销组合时要对广告宣传、公共关系和销售推广等方式进行选择、搭配运用.使其成为一个有机的整体，发挥整体功能。

1.以情动人、锁定目标市场的广告策略现在的大学生基本上是受到广告影响较大的一代人，对广告比较敏感超过40%的大学生会尝试购买广告介绍的产品或直接根据广告选择所需产品即使是坚持买自己平时喜欢的品牌、很少理会广告的品牌忠实的大学生消费者.在品牌认知过程中也深深地受到广告的影响。

广告策略首先要针对大学生的心理特点宣传中突出年轻活力的形象与消费者心目中的理想状况相近。广告诉求重在感情的传递和沟通而非事实阐述或说教。表达方式应新颖别致，以吸引大学生的注意。

广告目标确定之后，要选择适当的媒体.才能把企业的信息传递给目标消费者。传统的媒体如电视、报纸都是大众媒体传播面广影响面也大但是针对性略显不足。企业需要更贴近大学生消费者的广告媒体直接将信息传递到目标市场。所以，企业应当重点考虑选择以下媒体:(1)互联网广告。新兴的广告媒体因其成本低，针对性强近年得到迅速发展，但在我国目前还处于初始阶段。今后随着上网人数增加和网上购物的发展将会有较大发展。因此企业应充分利用网络信息技术，在学生经常访问的网站有针对性的进行产品信息的发布和传播，结合网上购物，促进产品的宣传和销售。

(2)校园内或附近的卖场pop广告。pop广告即购买时点广告.是指那些设置在销售现场的宣传物.通过现场宣传刺激消费者现时产生购买需求。其主要形式有悬挂于天花板上的彩条、店内旗帜、立式展示物、海报、特殊陈列架、特别布置物、特价标示牌等等。由于pop广告布置在商店内外，它借助于强烈的视觉传达效果，可以吸引路人进入店内使顾客既能看到广告宣传又能见到实物效果比较理想。pop广告要配合卖场的空间、照明和音响等因素来进行，其内容、造型和色彩等因素也必须从属于企业整体广告策略和营销计划。

pop广告因为简单和简便，在为消费者提供商品信息同时又能美化环境、营造购物气氛，是目前最受企业欢迎的工具之一。

但pop广告也必须有一个策划过程.企业要注意了解消费的需求，集中视觉效果设计有创意的pop。必须与媒体广告同步进行。在形式上，校园pop特别关注招牌和橱窗。招牌和橱窗是商店的缩影以求给消费者留下深刻的印象。

(3)邮寄广告。即将印刷的广告物，如商品目录、商品说明书、订单、商业宣传单等通过邮政系统直接寄给目标大学生消费者。传统的邮寄广告最显着的优点是地理选择性和目标顾客针对性极强，提供信息全面反馈快:缺点是可信度低如目标顾客为个人消费者不能产生群体效应成本也较高。大学生的集体生活正好可以降低邮寄广告影响力小的缺点从而降低企业运营的成本。其次企业可以采用电子邮件的方式传递信息.符合大学生的习惯速度更快。在媒体组合中要注意的是各种媒体的互补性。

2.激发热情、互动交融的活动策划

活动策划是企业开展公关活动最好的切入点。大学校园内现在的各类学生活动极为丰富.各种形式的竞赛、文体活动、讲座晚会和各类社团活动频频举行。这些活动吸引了大最学生参加是企业进行产品宣传的很好时机。企业可以直接赞助学生活动赞助学生活动既有利于拉近企业与学生消费者之间的距离，也有利于企业及其产品的扩大宣传增强企业及其产品在学生消费者中的认知度。一些特殊时机有:新生入学、校运会、毕业晚会等等。企业还可通过策划参与性强的竞赛活动或娱乐活动吸引学生的参与。这样除了可打响商品的知名度以外，更可以增加销售最还锻炼了学生的实践动手能力，容易取得学校的支持和鼓励学生参加。广西联通与区团委及各高校团委合作举办的“联通up新势力营销策划大赛“，区内有数十所高校同学参与。`up新势力”是专门为青少年特有的通信需求而打造的品牌，因为活动给在校大学生一个很好的实践机会，同学们的积极性很高.带动了“up新势力’‘等产品的火爆销售，同时突显品牌个性。此夕卜还可举办一些有竞赛性质的娱乐活动.如卡拉ok比赛、摄影比赛等增强大学生的关注加深对品牌的印象。

校内的营销活动最好具有延续性，得到大学生的认同。作为一项延续性活动，关键在于活动主题的确定，要做到每次促销都有主题，活动主题既要新颖，与社会关注的热点相结合，又要与企业营销战略和定位相吻合，还要真正触及大学生的内心想法。只有这样才能既让学生感兴趣、打动他们的心.又达到了企业传播的目的。

3.直入人心、刺激购买的销售推广策略

大学生由于经济状况的影响.对价格比较敏感也把购买到价廉物美的商品作为一种乐趣。销售推广策略是企业吸引忠诚消费者的有利手段，也是打动新顾客的主要方式其方式多样可灵活使用。企业常用的促销手段中最能为大学生接受的是降价出售，后面依次是赠送礼品、有奖销售。

(1)特价促销。降价由于办法简单，因此在促销活动中，应用得最为广泛，但不能天天降价一般最常见的有下列几种:一是将换季商品或库存较久的商品、滞销品或者外包装有破损的商品降价出售。二是在新店开张、传统节日、周年庆典时推出折扣商品。三是每周每月推出一款特价品，让消费者买到便宜又好的商品。四是批量价格优惠这种方法一般用在周转频率较高的食品和日常生活用品上.对消费者批量购买商品时给予价格上的优惠.增加顾客一次性购买商品的数量。大学生可以以宿舍或班级为单位统一购买.获得优惠。降价促销容易引起消费者的购买增加，但可能影响顾客忠诚度的提高。

(2)示范宣传策略。利用大学生的求新求异消费心理对于顾客不太熟悉的新商品.除了广告宣传外，可专门在食堂前等学生聚集场所进行现场展示，演示商品的功能、使用方法.解答顾客提出的询问制造活跃的气氛.启发消费者对新商品的兴趣。这种方式可以帮助缺乏商品知识和消费经验的大学生们了解商品性能，引发即兴购买。同时大学生群聚生活的影响易形成从众行为。关键是企业可以做好学生群体中的“时尚消费者’‘和“意见领袖”的促销工作，通过他们的示范作用，来达到引导消费的目的。

(3)奖励活动促销。这是极有效果的促销活动，可在短期内对促销产生明显的效果。通常会使用有奖销售、集点赠送和以旧换新等方式。需要注意的是.活动的日期、奖品或奖金、参加资格、发奖方式等必须让消费者清楚.特别是中奖率不能低.以增强消费者的参与热情和信任。

(4)免费试用和赠品。企业要迅速地向顾客介绍和推广产品争取消费者的认同可以设计免费品尝新包装、新口味的食品，或实行免费赠送、免费试用鼓励顾客使用新商品.进而产生购买欲望。还可以设计一些带有企业形象标识的小礼品，比如钥匙链、小卡通玩具等在消费者购买一定数量商品时免费赠送。当消费者购买商品后，附赠精美的包装。包装可以根据商品的形状及数量分别设计，可以是特别的包装盒或购物袋。

三、促销活动成功的基本要点

促销活动要取得成功需要企业慎重考虑和周密计划。企业需要了解竞争对手的最新的促销意图以及与本公司有关的商品品牌的状况并将反馈回来的信息加以综合分析制定统一的促销方案。企业在针对大学生市场的促销活动中必须掌握以下要点:树立以消费者为中心的促销新理念。应切实地把握消费者所关心的内容进行准确的市场定位.注重以消费者为中心的服务方式突出“沟通‘’二字。站在消费者的立场上，以消费者的观点看待商品陈列、宣传及各项服务.为顾客提供最大限度的方便;促销活动的目的必须明确。企业每一次促销都有具体的目标.比如刺激消费、宣传消费新观念、新生活方式以及与之对应的新商品等。这些目标是企业制定活动准则和评价促销效果的依据;根据企业的实力确定促销规模。首先要确定促销的规模.测算促销费用。这些必要的费用支出的大部分是用来进行刺激销售的.比如折扣、赠物、降价等。这些费用支出要从销售额中得到补偿，所以促销活动方案的制定必须要考虑企业的实际承受能力;确定促销活动的对象。促销活动可以针对任何一个顾客，也可以是经过选择的一部分顾客。比如采用规模购买让利活动顾客购买商品就必须达到规定的数额后才能享受让利。如果组织一些特殊的活动那就只有参加活动的人才能受益。不管采取哪种方法.促销方案都要规定得明确而具体同时在广告宣传中要有醒目的提示，使顾客了解促销活动的内容促销活动时间的确定。促销活动除了节假日夕卜考虑到大学生市场的特点注意选择一些特殊的日子。比如在新生入学前后毕业前校运会期间开展的促销活动。促销时间的安排还要考虑竞争对手的行动。如果在自己进行一个大型活动之前被对手抢先以相似的活动形式开展结果可想而知。因此在时间上取得先机促销策划就算成功了一半:促销组合策略进行整合。前面提到的各种促销手段的作用需要明确，广告和公共关系活动的影响力较长.在品牌塑造方面作用明显。而销售推广可以直接推动销售。一个有效的促销计划必然让各种手段的作用得到彰显。

在每次促销活动结束后都应该对促销效果评估。评估的内容包括:促销主题是否抓住了顾客的需求和市场的卖点;促销内容、方式是否有新意、吸引顾客创意是否符合促销活动的主题和整个内容促销商品能否反映企业特色是否选择了消费者真正需要的商品促销商品的销售额与利润是否与预期目标相一致等。通过效果评估，避免下次出现不必要的失误，使企业的促销策略达到预期的效果。

**促销方案案例分析篇二**

高素质、高收入未婚男女。

七夕，中国自己的情人节。

七夕——中式传统情人节，浪漫携手。

男、女各50人，共100人。

七夕之夜。18：30——20：30

外滩风尚（河西区永安道）

渲染七夕节气氛，促进公司产品在情人节期间的销售，提升品牌亲和力。

1、本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人（建议用专业人士）所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。

2、人员要求专科以上学历，薪金20xx~3000元以上的男女情侣。

3、广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新（建议用专业人士的构思），宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的`信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。

4、活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。

5、办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。

6、此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。

7、客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。

8、通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。

9、此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

1、百人穿针大赛

自找拍挡，要求是在规定的时间内，哪对组合穿的针最多，谁就赢得最终的胜利。可以获得现场大奖——一对钻戒。

此环节是根据古代南北朝时期民间为纪念织女的智、巧所举办的活动改变而来。本来的名称是“结彩缕穿七孔针”。可以体见情侣们的合作默契和女孩子的心灵手巧。

既然过的是中国传统的情人节，就应该有中国传统文化因素在内。此点可体见出中国女性的智、巧。

2、游戏互动

才艺表演（可以是情节表演也可以是唱歌或是其它的才艺）

情节表演的要求是演绎现代版的古代爱情故事（自找拍挡）。以牛郎织女的爱情故事为版本。参与演出的人员可获得纪念品。

场地布置

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用

灯光：纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。

彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效果。

彩带：用彩带在天花板上结个花球，伸展出四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。

纸鹤：在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。

鲜花：在场地醒目位置摆放百合花、兰花。

蜡烛：每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

活动所需设备

号码牌（设计成心型）、电视、dvd（vcd）、话筒、音响、专门的情歌碟片、近期流行音乐、铁丝、灯、折纸、蜡烛、主持、工作人员、针线（出于安全考虑能定做没有针尾的，个较为大点，线相应粗点，线至少要用要三四种颜色编成，每对一米就够了）、纪念品。

宣传语

七夕，中国自己的情人节。

为了忘却的纪念用行动缅怀那不老的传说。

**促销方案案例分析篇三**

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

(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。

**促销方案案例分析篇四**

1、全面打响产品在敦煌的知名度

开业时间：20xx年8月1—————22日

新交房业主

一元座便器疯遍敦煌

——产品敦煌店开业庆典——

1元座便器，疯遍敦煌

产品敦煌开业专供节水座便器，专供价1000元，送999元现金卷，现金卷可购买全场任何正价产品，20xx年11月1日前使用有效，不找零、不兑现、盖章生效。

绿色消费、倾城巨献

浴室柜绿色消费推广价：999元

淋浴花洒绿色消费推广价：598元

面盆龙头绿色消费推广价：196元

厕纸架绿色消费推广价：118元

毛巾杆绿色消费推广价：88元

超值套餐、震撼全城

神秘豪华浴室配置绿色消费推广价仅x元，现场揭晓

厂家回馈、限量抢购

活动期间购正价产品满3000元

加1元可任选指定五金挂件一件

加99元可任选指定龙头一件

以上产品为厂家回馈特供，各限量5套，先到先得

恭贺开业、现金大派送

活动期间购满5000元，交清全款，可抽奖返现金一次

一等奖返现50%

二等奖现金1000元

三等奖返现2%

现在市场上400多元的座便器已经司空见惯，且有的品牌常年如此促销，对消费者没有吸引力，如果产品继续走绿色消费推广价398元的座便器，首先没有竞争力，再者降低了品牌档次，开业就给人留下低档的品牌印象，于是干脆就低到极致，1元座便器。但我们的座便器价值是1000元的\'，开业活动再送999元现金券，相当于座便器本身就是1元。

考虑到1元座便器可能会与日后平常398元销售的冲突，在促销单页以及海报上，不注明是标号，而是讲厂家开业特供的产品。

最后促销的创意点在于提高销售额，只要消费者购买了1元座便器，也就是最少购买了1000元以上的产品，打破以往其他品牌只卖超低特价产品，没有销量与利润的不足。

**促销方案案例分析篇五**

活动时间：x月x日——x月x日

活动目的：

（1）七夕节正好在夏季，此时举办浪漫促销活动正好改善美容院夏季业绩不理想的状态，激发美容师积极工作热情，给美容院注入新鲜活力。

（2）活跃氛围，有效拓展新顾客，增加老顾客的粘性，扩大影响力和知名度。

（3）增加人气，提升店面形象，刺激消费，拉动美容院业绩增长。

活动内容：

（1）活动当天，凡是情侣或夫妻进店消费满\_\_\_元，则可以免费得到美容院赠送的价值\_\_\_元的美容护肤项目卡，并且免费领取一份爱的礼物。

（2）举办一个情侣或夫妻甜美照收集活动，提前一周通过美容院微信公众平台或者邮箱收集浪漫爱的印记照片，活动期间从中抽出x对幸运浪漫儿，赠送美容院护理年卡一张。

（3）联合当地附近的各大商家、比如珠宝首饰、婚纱摄影店、化妆品店等联合冠名提供活动礼品。凡是活动期间在美容院内消费满\_\_\_元的顾客，均可以享受到周边商家优惠活动。

活动宣传：

活动前一周时间，可以通过装扮美容院的内外氛围，拉横幅、贴海报、led广告灯、发传单、摆摊登记等方式做宣传；当然也可以通过网络在当地的生活栏目平台或者是美容院公众号、微博做活动的\'宣传，调动大家参与的激情。

活动准备：

（1）促销活动的各种物料准备：鲜花、气球、横幅、海报、礼品、优惠卡等等。

（2）美容师活动期间的话术培训，活动前的演练准备及心态培训等。

（3）联合周边商家做活动，需要提前做好沟通准备等。

**促销方案案例分析篇六**

春节即将来临，结合去年成功的促销经验，和今年酒店业的新情况，拟定本促销方案，请领导批示：

春节期间推出“吉祥迎春”套票：

(1)、客房：208元/间。天

(2)、娱乐：12：30—17：30赠送包房5小时：17：30—02：00赠送包房3小时，并可消费价值128元的商品。

全套服务价格888元。

1、自大年三十至正月十五每天推出20间特惠标准间188元/间。天

2、凡入住特惠标准间者，均获得精美春节礼品一份。

1、大年三十推出“如意”年夜饭：

588元/桌、688元/桌、888元/桌

提前预定年夜饭，赠送礼品一份。

2、春节期间宴会厅推出春节套餐：

良朋相聚宴：699元/桌

金玉满堂宴：799元/桌

富贵吉祥宴：899元/桌

(1)三楼歌舞厅配有一流的音响设备及专业的dj技师，能容纳50—100人，是同学聚会、生日party、小型舞会的最好去处。春节期间包场5折优惠。

(2)名烟专柜汇聚国内外上百种畅销名烟，品种齐全、价格适中，是节庆礼品的首选。

(3)茶艺吧礼品茶七折优惠，可提供代存茶品服务。

套餐360元(包括餐饮：200元、客房208元)无服务费，客房含双份早餐。

提前一周预定者，可免费在临沂广播电台点歌一首提前三天预定者，可获赠精美巧克力一盒。

**促销方案案例分析篇七**

活动时间：20\_\_年8月10日至8月20日

2、观看“13：14（一生一世）17：20（我爱你）19：07（七夕）情侣专场”的情侣可以享受20元观影及情侣套餐8折并且购票即赠送玫瑰花一支（每对情侣限领一支）。

猜猜看：

活动时间：20\_\_年8月10日至8月20日

活动期间，凡是在\_影城\_店购票的顾客，均可领取“猜猜卡”一张。

只要顾客在“猜猜卡”填写上相关个人信息，并预测出中国代表团获得的金牌总数并投入抽奖箱，就能参加本次的“猜猜看”活动。

\_闭幕当天抽取10位猜中金牌总数最接近结果的顾客，均可获得一张”jyy贵宾劵（可观看imax）”，我们还会在这些观众中抽取一名幸运顾客，可获得一张钻石卡。

祝福语：凡是在\_影城\_店购票的观众，均可在我们的“祝福语”的板上留下您对我们中国代表团的祝福。例如：“\_”“\_”等！

点映：

x月x日午夜24点《\_》(上)2d原版

x月x日午夜24点《\_》2d原版

x月x日午夜24点《\_》2d中文

x月x日午夜24点《\_》2d中文

x月x日午夜24点《\_》3d/imax原版

待定午夜24点《\_》2d/imax原版（\_商场活动）

\_网：与x网合作，团体价格，以卡计次类专门渠道推广电影票销售，普通电影25元/张（根据中影最低票价需补齐差价），imax电影2张兑一张。

imax体验：7月20-8月15日，利用imax预告片合集以及《\_》预告片为观众安排免费体验场，必要时预备特价优惠券派发，即：凡在活动期间参加imax免费体验的观众均可获得《\_》imax特价观影优惠券，50元购票另赠送小可乐1杯。

微博抢票：

浪漫七夕恋爱“逸”夏：20\_\_年8月10日至8月20日，登陆微博，参与并@\_imax影城#浪漫七夕恋爱“逸”夏#微博抢票活动，分享你们和\_的故事，即有机会获得\_影城赠送的免费观影券两张（共5个名额）。

金牌大赢家全民大竞猜：20\_\_年8月15日至8月20日，登陆微博，参与并@\_imax影城#金牌大赢家全民大竞猜#微博抢票活动，预测\_数量，竞猜正确者即有机会获得金逸影城赠送的免费观影券两张（共五人）。

会员活动：

活动时间：20\_\_年8月15日至8月20日

（2)充值800元+20元工本费，可办理钻石卡，享受全年5折观影（包括imax影片）（本月钻石卡看imax依然享受40元/张，且赠送小可乐一杯）；(\_商场活动）

（3）活动期间，影城每日推出会员专场。（晚间时段场次1场，包含3d影片）会员以25、30元购买影票。

（2）

1、秀出你的幸福

即日起至20\_\_年8月16日，影迷朋友可以将您与家人、朋友以及爱人的幸福靓照发至中影邮箱，我们将在20\_\_年8月16日情人节在影城大厅超大电子屏循环播放，秀出您的幸福，让我们和您一起感动！

2、爱要让你看见真情告白墙活动

感动的话也要说出来，在告白墙上写出你想对“他”“她”说的话。参与都有精美小礼物或电影海报。

3、猜剧照、赢好礼

情侣共同猜出经典爱情影片剧照拼图出影片片名即可。

4、微博加关注，欢乐好礼送不停

**促销方案案例分析篇八**

能源危机、温室效应以及生态环境的日益恶化正日益困扰着人们，改变人们的能源获取方式以及提高能源利用率已经成为全球共识。

led，即发光二极管，其与传统光源相比，具有大幅度节电、超长寿命、绿色安全的优势，对节能减排降低温室效应及减少汞污染的有着突出贡献，因此正越来越受到世界各国的青睐，我国是世界第二用电大国，节能减排任重道远。可以预见，随着我国全社会节能减排意识的不断增强以及对led照明产品认知度的提高，led照明在我国全面推广应用、取代传统高能耗照明已势在必行，在我国具有广阔的市场前景。

二、营销策划的目的

三、产品特点与创新

led，即发光二极管，是一种可“电致发光”的电子器件，它的出现，为人类提供了真正高效、节能、绿色环保的新光源，相对于白炽灯和荧光灯等传统照明灯具，led照明灯具有如下显著优势：

（一）节能省电

（二）寿命超长，节省维护费

（三）健康护眼，生理舒适性高

（四）绿色环保

（五）安装兼容性好

led照明灯具的安装接口设计可以与白炽灯、螺旋节能灯、普通荧光灯完全兼容，无需更换灯座，即可方便地替换原有灯具。

此外，led还具有发光指向性强、响应速度快、光谱可控等特点，使得led可应用于各种有不同光照要求的场合，同时，led采用低压直流驱动，使得led可方便地与数字化应用结合，实现照明智能化。

四、营销环境分析

（一）机会分析

1.政府对节能减排的积极推进为led照明的发展创造了机会

3.人民收入提高，追求更高的生活质量

4.国内led照明市场尚缺乏领军企业，为本企业树立品牌留下了空间

（二）市场威胁

企业鱼龙混杂，低水平价格竞争将严重影响行业发展

2.知名传统照明产品企业进军led照明产品，对本企业品牌战略造成威胁

照明灯价格相对传统照明产品较高，让消费者替换原有节能灯仍有一定难度

（三）我们的优势

1.技术创新能力强

2.成本优势

（四）我们的劣势

1.相对于philips、佛山照明、雷士照明等传统照明企业，我们的品牌知名

度不高；

2.资金实力不够雄厚，难以支撑大力度、全面的广告推广

五、市场定位

（一）消费者分析

按使用目的，照明市场可分为两大类：通用照明和特殊照明。通用照明一般指办公、生活照明，特殊照明通常指市政道路、景观、商品陈列展示、车灯等照明。

通用照明用户又可分为两大类：组织用户和家庭用户。

（1）平时照明电费支出较大，对电费比较敏感

（2）对自己或家人健康（保护视力、防辐射等）比较关注

（3）开放，追求时尚，比较容易接受新生事物

（4）对价格较不敏感

（二）目标市场

根据以上分析，我们选择的目标市场也包括两部分：

1.企业用户，以广州地区照明用电占企业用电比重较高的.企业（如子厂、服装厂）、超市、商铺、物业公司为重点。

2.家庭用户，包括

（1）年轻白领

年轻人受过良好的教育，环保意识很强，对个人空间装饰要求潮流与个性，他们容易接受新鲜事物，有一定购买力。

（2）年龄在25—45岁中高收入家庭

受过较好教育、家庭观念强、关心家人健康、爱护孩子、追求生活品味和质量、有较强的购买能力，对价格较不敏感是这一群体的主要特征。

（三）市场定位

1.产品定位

对上述企业用户市场，我们重点以led灯具的“节能”特性为市场切入点，强调我们的产品是“能够帮助企业节省运营成本的环保灯具”。

对家庭用户，则重点以led灯具的“生理舒适性、保护视力、安全环保”特性为市场切入点，强调我们的产品是健康、时尚生活的象征。

2.品牌定位

采取比附策略。在品牌宣传中，要突出我们的优势，强调我们是“led照明

**促销方案案例分析篇九**

七夕相聚，妆美无限

二、活动时间

20xx年8月xx日至8月xx日

三、活动对象

年龄在23岁-45岁之间的美容院顾客(男女不限);

四、促销活动内容

(一)七夕特惠套餐活动

(二)七夕美丽心意卡活动

在七夕情人节活动期间，美容院可以推出七夕美丽心意卡的办卡优惠。男士或美容院顾客购买此卡，可以享受到九重优惠。

1、任选基础护理项目十二次；

2、任选身体护理项目四次；

3、获赠“爱意无限”客装产品礼盒一套(特别包装)送给妻子(女朋友);

5、获赠名牌男士皮带一条(或名牌衬衫、钱包);

6、获赠男士专用洁面乳一支；

7、赠男士肾部保养护理一次；

8、获赠爱情誓言卡一张，参加“最佳情话评选活动，有机会获得精美奖品；

9、当天落订可获九折优惠；

注：或结婚时间在三年以上(含三年，以结婚证书为准)可再获九折优惠(折上折)

五、活动宣传

1、宣传重点时间：活动前一个星期

六、活动备注事项

3、制定活动销售目标，并分解给各美容师(美容顾问)相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

5、可联合花店、西餐厅、男士服装专卖店等商家共同促销，提升活动的影响力；

**促销方案案例分析篇十**

建筑材料简称为建材，建材公司在一年的节日里如果设计相应的建材促销活动的实施方案呢?下面的是建材的促销活动方案，希望对您有所帮助。

一、前言

消费者购买木地板的实际要求就是对优质生活环境的营造和对好生活的一种向往。购买一个好品牌的好地板，已经成为消费者非常理性的对待的问题。所以在宣传产品的时候，把产品本身质量作为根本后，更重要的\'是突出产品的品牌文化性，更加贴近消费者的心理。

二、活动主题

黄金周大放“价”

——xx地板五一特价促销火热促销

随着五一国际劳动节的到来，xx带给你最实惠的礼物，让xx地板陪你一起大放“价”。

注：需要设计“黄金周大放价”图标

三、活动背景

五一劳动节，各大商家纷纷拿出优惠政策和促销礼品来增加人气，吸引消费者。通过降低价格来吸引消费者，虽然是最普通的手段，但也是最实在、最有用、消费者真正能为之打动的手段。

四、活动时间

4月28日—5月13日

五、活动地点

全国xx地板销售点

六、活动流程

活动分为三个流程：

一、宣传期

时间：4月20日—4月28日

通过报纸硬性广告、网站硬性广告或者电视新闻报导的形式，内容主要为报导“优质的xx地板陪你一起大放“价”，机会难得，赶紧行动”，进行前期媒体推广和炒做造势。

媒体选择：

1、报纸：通栏硬性广告，放活动主题画面

2、网站：硬性广告，内容为活动主题形象

3、单页：活动内容+企业简介

二、活动期

时间：4月28日—5月13日

xx地板在五一劳动节期间，将拿出最优势的价格，彻底让利消费者，打一场漂亮的价格促销战。并且有更多好礼等着你。

活动内容：

1、来了就有礼惊喜送不停

五一劳动节期间，凡购买了xx产品的顾客，就能得到一份精美礼品(打火机、烟灰缸、相册)

2、五级大礼级级送为您新房添光彩

1、购地板50平米以下送地板专用拖把一个

2、购地板满50平米以上(含50平米)送名牌电话机一台

3、购地板满70平米以上送名牌电饭煲一个

4、购地板满100平米以上送名牌微波炉一台

5、购地板满150平米以上送名牌微波炉+名牌电饭煲各一台

3、特价诱惑你冲动挡不住

建议拿出库存花色，2-3款，市场价格在70块钱左右，要有价格优势。

活动细则：

1、特价地板不参与折扣优惠和买赠活动，不包安装和配件

2、特价地板数量有限购完即止

3、客户在交纳了定金后才可领取赠品

(注：礼品需用礼品袋包装好)

**促销方案案例分析篇十一**

牵手\_\_\_吉祥伴一生

二、活动时间

x月x—x月x日

三、活动内容

黄铂金：

黄铂金消费满\_\_\_元送x元钻石

黄铂金消费满\_\_\_元送x元钻石

黄铂金消费满\_\_\_元送x元钻石

以此类推。

银饰：

\_\_\_银饰全场x折。

钻石：

挑选一系列产品，取名“携手永恒”并准备结婚纪念品。

1、相约\_\_\_—“一生的约定”

凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由\_\_\_银楼送出的价值\_\_\_元结婚礼品一份。

2、相约老凤祥—“七年之痒”

凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由\_\_\_银楼送出的价值\_\_\_元结婚纪念日礼品一份。

3、你购钻饰我送金

凡购买钻石产品

实付\_\_\_元者，送红绳千足金转运珠手链一颗。编织费另计

实付\_\_\_元者，送红绳千足金转运珠手链两颗。编织费另计

实付\_\_\_元及以上者，送送红绳千足金转运珠手链三颗。编织费另计

4、\_\_\_钻石特价

在七夕情人节当天，挑选两款钻饰，以\_\_\_折特价销售。

四、活动准备

1、店铺布置，店门放置粉色心形拱门。

2、礼品定制，契合结婚纪念，相守永恒为主题。

3、活动宣传：活动前期可短信发放（每店数量约x万条，x县两店合为一起。）

4、网络宣传：\_\_\_论坛、同城交易网等宣传。

5、dm单宣传。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com