# 产品促销活动方案(优秀9篇)

作者：晨曦之光 更新时间：2024-03-25

*方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够*

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**产品促销活动方案篇一**

提高康师傅茶饮料在校园内的销量，开发新顾客。

二、促销活动的主题

元旦来临了，转，转，转，康师傅茶饮料给您意外惊喜

三、促销活动时间

20xx年1月1日—3日(元旦假期内)

四、促销活动地点

在学校内的新世界超市门前

五、活动的促销对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工

他们的经济水平较高，会享受生活。

六、促销活动内容

(一)抽奖

参与条件：只要购买康师傅茶饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以康师傅经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话中什么奖等

4、购物券可以到新世界换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值10元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

(二)免费品尝

在新世界销售茶饮料地点进行免费品尝，让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

(三)凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

七、现场布置

(一)人员安排

1、请5个工作人员在售点(3天的安排一样)

2、一人负责抽奖及换瓶盖环节。

3、一人负责兑换奖品以及记录信息。

4、一人负责免费品尝。

5、两人负责销售。

(二)现场安排

1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。

2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。

3、免费品尝的桌子一张。

八、媒介计划

30—31日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计500份。

1日—3日：1、工作人员统一穿着“康师傅茶饮料”的工作服。

2、在售点发传单。

3、在售点挂横幅及其他宣传物。

4、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

九、促销活动预算

场地费用：约1000元运输费用：约200元

人员费用：约1000元传单费用：约1000元

物料费用：约1000元水餐费用：约200元

总计：4400元

十、促销效果预测

中国软饮料业近年取得了飞速发展，但近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国约有茶饮料生产企业近40家，其中大中型企业有15家，上市品牌多达100多个，有近50个产品种类。而与此同时，中国茶饮料消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料而名列饮料市场的“探花”，大有赶超碳酸饮料之势。在中国台湾，在日本，茶饮料已超过碳酸饮料成为市场第一大饮料品种。随着茶饮料的出现及市场的繁荣，中国茶产业将迎来更加美好的前景。21世纪饮料市场将是茶的世纪，茶饮料将成为“饮料之王”。而作为茶饮料中的佼佼者—康师傅销售前景不言而喻。

我们有理由相信，通过此次的促销活动，康师傅在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。而学生们也将更加喜欢茶饮料，将尤其钟爱康师傅茶饮料，也会对康师傅的营销战略更加满意。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“康师傅茶饮”的热潮。对树立“康师傅”品牌也会有很大横好的影响。

猜你感兴趣

**产品促销活动方案篇二**

1、新进厦门,在厦门是一家新生的公司.

2、由于在\_\_\_喜糖喜饼这个品牌进入厦门之前,厦门就已经存在一个同样名字的婚纱摄影公司,所以市民对\_\_\_这个品牌的认知,很大程度上都停留在婚纱摄影这个概念上.

3、在\_\_\_进入厦门前,厦门的喜糖喜饼市场就已经被安德鲁森,向阳坊,仁真,中宇和大红庄等企业瓜分.要与他们争天下,需要的不仅仅是宣传,在产品上也应该有所区别.就是在产品策略上采用差异化策略.

二、针对性策略

针对现状,\_\_\_目前最紧迫的事情有以下三个:

1、扭转厦门消费者对\_\_\_这个品牌的认知;

2、打开知名度;

3、树立品牌形象.

据此,可以通过广告宣传,和活动宣传这两个方式来达到以上的三个目的.要扭转厦门人对此品牌的认知,有必要做大型的活动和宣传,最好是以大型活动为主,宣传为辅,但宣传的力度和广度都是必要的.这样的做法是成本高,收效好.如果能有与其产品相关的喜庆类活动,而成本也能为\_\_\_所接受的话,那就更好了.

方法一:自己组织活动,请媒体做宣传.就是运用公关手段,策划新闻.

方法二:与丽莎贝拉一起做活动,费用按比例分担.(即与厦门有档次的婚纱摄影或者相关的企业合作.)这样有助于让丽莎贝拉的新老客户知道\_\_\_不是做婚纱摄影的，有利于纠正消费者对\_\_\_的品牌认知。

方法三:在主流媒体或分众媒体上做广告.这样成本将会很高.主流媒体的千人成本高,收效不大,但对知名度的提高有很大帮助.分众媒体的千人成本相对较低,针对性强,有助于培养忠诚度高的消费者.

方法四:门店或者商场柜台的促销活动.只能是短期行为.

\_\_\_路店的促销活动计划

一、店铺周边环境分析

1、地处禾祥路中间地段,交通方便,周围是办公地方,附近是居民区,居民购买力强.

2、在店铺附近有几个竞争对手的店铺,安德鲁森,特香包等,虽然这几个企业从档次上讲不是\_\_\_的同档次对手,但在月饼这个市场来说，目前来看还是强有力的对手.

3、城市光廊和城达以及禾祥商城都在附近,都能吸引大量的消费者.

4、周边的居民和上班族基本都会对这个店铺有所了解,而且,据门店店员说,每天买月饼的人挺多的.

二、活动的方案

1、活动的目的:此次活动主要是针对即将到来的中秋节而做，月饼促销,即提高门店月饼的销售量，同时尽量消化月饼库存，减少损失;同时,也借此机会宣传品牌，提升品牌认知度及美誉度。

2、活动的对象：活动的主要对象是要送礼的人群，这主要是出于对\_\_\_产品本身包装比较适合送礼的考虑。次要对象是女性白领，和家庭消费。

3、活动的时间:\_\_年9月24--29日.其中24日主要工作是做宣传，主要是告知消费者将来几天的活动;25、26日为主要活动时间,27、28、29三天为次要活动时间.

4、活动的内容

1)宣传:以发传单为主,店门摆放pop。

2)现场活动:考虑到\_\_\_现有的资源和材料，计划内主要安排两个活动(具体操作执行细则由伊莎被尔制定)

a、发送礼券、礼品。当然要以买月饼为前提。先买后送。如果在24日有顾客要求，或提及活动，可以让消费者先购买礼券，在将来几天的活动时间内来提取货物时，可参加活动，这样一可以提前备货，二可以得到一些及时的反馈信息。25、26两天为主要活动时间，这主要是考虑到周末大部分人不用上班，而中秋节临近，正是尚未购买月饼的消费者购买月饼的最好时机，所以人会比较多，这是活动的重点时段。前提是前一天的宣传一定要做好。

b、糕点知识咨询活动。选派两个工作人员，专门负责介绍\_\_\_产品的保存、食用等知识。重点是介绍中秋节月饼食用的卫生、安全等各方面的知识。

3)现场信息收集：店员必须注意留意顾客的年龄、性别、知识阶层、社会层次等资料，重要的是判断。同时也要注意当天的人流量，这信息需要和当天的成交量做比较分析。

5、活动所需要的材料：

a、传单：包括活动宣传传单，公司产品介绍传单，月饼、糕点食用卫生等知识传单

b、商品准备：月饼，礼品等

c：饮用水：这是准备给客户的。在门店的里面，有两个桌子，这可以用来为一些有意向购买但又有点犹豫的顾客使用，可以作为谈判、休息等用途。

d：其他

6、活动费用预算(略)

注意：

1、门店门口不大，注意安全

2、店内的设计高雅，不适合过多的人

3、注意和城管和工商局沟通好

4、注意活动刺激的力度

5、注意人员的安排必须到位，不能有空白点

6、注意考虑门店门口是否允许摆放东西

活动必须有针对性，所以传单的设计必须要有针对性。

**产品促销活动方案篇三**

店庆活动为期三天，为了保证店庆期间的产品供应，蛋糕店根据自身情况分别从产品数量和种类两方面做准备。

店庆期间大力度的优惠活动必然带动销售量的剧增，根据饼干等糕点类食品存储时间长的特征，三味奇提前10天开始下单子，生产此类产品，以保证供应量。

客户多选择经济实惠型产品，根据这个情况，在准备产品时把糕点类、吐司类和现烤类产品的比例各占二分之一，以适应客户的消费需求。

二、宣传推广

在宣传推广方面，蛋糕店分别从店面海报、吊旗、店面设计、宣传页等方面进行推广宣传。根据此次活动设计了“温暖一冬，只因有你”为主题的海报，海报详尽介绍了此次活动的优惠内容，并悬挂于店内醒目位置，不仅介绍店庆内容也起到烘托气氛的作用。对于店内的设计，在橱窗位置布置了可爱的毛绒玩具，营造出温馨的氛围;在进店处摆放了优惠活动赠送的礼品，吸引客户了解店内优惠活动。

在宣传页派发这项推广上，也要颇费心思。为了防止派发时间过早人们遗忘，宣传页的派发在活动前的2—3天开始，并遵循由远及近的原则，在派发的最后时间主抓附近客户群，沿街店面等固定人群。

三、人员安排

在人员安排之前首先对店内人员进行培训，让其详细熟知本店的活动内容，并能精确运用话术表达。针对人员安排，专人负责专岗。新员工可以负责相对简单的面包岗，业务熟练的老员工负责蛋糕岗、会员卡卡品销售。为了更好的烘托气氛，安排专人负责店内广播宣传，顾客在店面附近即可通过音响了解店内的活动。

四、活动策划

此次具体的活动方案主要从买一赠一、代金券、会员充值等方面吸引客户消费。

1、现金消费面包西点满30元返20元代金券，多买多送。

2、生日蛋糕现金购买或预订均可享受买一赠一活动。

3、会员充值优惠，除多送金额以外，更有精致口杯、卡通公仔等礼品赠送。以此稳定客源，增加销售量。

**产品促销活动方案篇四**

一、活动目的：

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达\_\_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\_\_

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，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展\_\_的品牌影响。

四、活动时间：

20\_\_年9月10日—20\_\_年10月5日

五、 活动地点：

郑汴路凤凰城\_\_家居自选商场

六、活动内容：

1、\_\_ 一元“秒杀”更劲爆!

2、\_\_ 预订套装家具更惊喜!

3、\_\_ 套装组合家具更超值!

活动一“\_\_·一元“秒杀”更劲爆” 执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

20\_\_年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：

持有\_\_家居自选商场·\_\_套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

1、9月10日—10月5日期间，至\_\_家具自选商场认购秒杀券;

2、10月1日—10月5日期间，在凤凰城\_\_一元秒杀券认领处认购;

4、9月10日—10月5日期间，预订\_\_套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

2、入户推广：\_\_晚报发行队伍，每天进家入户直接推广;

3、小区推广：\_\_指定小区由\_\_晚报发行人员有针对性的目标客户推广;

5、媒体推广：\_\_报广、dm、大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

\_\_的客群主要以\_\_消费者居多，要把活动推广好，首先要影响\_\_的人群，要影响\_\_人群就要选择能够影响\_\_人群的媒体。\_\_晚报主要发行\_\_市区及周边市县区，办报60多年，在\_\_老百姓心目中有着良好的口碑，在\_\_市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与\_\_客群吻合，选择与\_\_晚报合作更适合。

媒体合作形式：

1、以“\_\_晚报·\_\_套装组合家具一元秒杀团”成员招募形式，进行大规模顾客召集;

2、以“预订\_\_套装组合家具，送\_\_晚报和\_\_手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3 、以“\_\_晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

顾客组织：

1、\_\_晚报·\_\_套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集;

2、\_\_客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织;

3、\_\_建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织;

4、活动期间，到\_\_店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

**产品促销活动方案篇五**

全球感恩节，16大厦感恩日——感恩大礼送给你!

感恩行动，真情摇奖，100份感恩大礼送给你!

11月16日(每年11月的第四个星期四是感恩节——thanksgivingday)

11月16日~11月16日，在16大厦累计购物100元的\'顾客就可以换取感恩节摇奖券一张，到场11月16日感恩节当天感恩节晚会后的摇奖活动，奖品为价值200dd20xx元不等的100份时尚感恩大礼。

1、感谢母亲大礼，创维高清电视

2、感谢父亲大礼，海尔时尚冰箱

3、感谢恩人大礼，安吉尔饮水机

4、感谢丈夫大礼，飞利浦剃须刀

5、感谢妻子大礼，松下时尚洗衣机

6、感谢孩子大礼，千岛时尚mp4

7、感谢亲人大礼，亚都时尚加湿器

8、感谢同学大礼，格兰仕微波炉

9、感谢朋友大礼，康宝消毒柜

10、感谢恩师大礼，三星时尚数码相机

每项大礼各十份

**产品促销活动方案篇六**

从8月26日至9月15日，有几个营销机会：

1、中秋节(9月14日，放假三天，13、14、15日)。这是一个重大的传统营销节点，每年各个商家均重点应对。今年中秋在奥运之后，国庆之前，夹在两个重大节日(或事件)之间，有利有弊。利是得奥运之势，人们在百年盛事奥运会之后，欢乐情绪会继续延续;弊是在国庆之前，人们会把消费需求的时机延迟到国庆期间。我们要做的就是：让顾客把该消费的放在中秋消费，尽量减少国庆的不利影响。

中秋的节日商品——月饼，是一个节前消费，节后就无消费的商品。因此，提前20天做中秋节促销活动，月饼、红洒、洋洒、保健品是重点促销商品。

中秋节团购、礼品赠送具有较大的\'营销机会。经过与部分店长沟通，了解了去年的团购情况，洪梅最好，大约有20来笔，大岭山也有10来笔，火炼树、树田、共联不怎么好，其原因是有的厂家或机构早有预订(主要是月饼厂家抢先做了)。今年，我们可以早一点做，派专人上门推销。

2、教师节。这是一个不重要的节日，各分店周边的学校也不多，学校的消费也不是很强劲。不过，可以把学校做为一个营销对象，比如开展团购业务、文具业务等，增加一些销售，各分店可以派专人到学校联系团购和文具业务，对教师购物给予优惠，对关键人物给予更多优惠。

3、秋季开学。新学期来了，学生会有一些购物计划，比如文具、书包、美术用具用品、本子、纸张等。因此，我想抓住这个机会，做一次文化用品的促销活动。考虑到各分店全是专柜，促销商品的洽谈，就需要各位店长与专柜沟通好，确保商品丰富，价格震憾，真正有一些促销效果。

4、秋季商品全面上市。秋装、秋季滋补品的采购与陈列要做好，于活动前要进入卖场。本次重点是秋装促销。

5、夏季商品清货。继上一档期服装百货开始清货后，本期仍继续清货。减少库存，提高销售，增加现金流动量，提高经营活力。

6、丰泰2周年庆。籍此机会，可以提高丰泰店的销售，方案另做。竞争情况分析：

共联店与spar在经营的目标对象上具有差异性，共联重点放在外来工人群上，做足营销工作，与spar没有正面的、直接的竞争。

洪梅店与鑫鹏具有较强的竞争性，两者实力旗鼓相当。洪梅要在商品陈列、价位、气氛布置、促销活动、服务等上面优于鑫鹏。

火炼树与嘉荣：这是一个强劲对手，我们不要和它直接竞争，尤其是不要打价格战，在它余下的空间里做好我们自己的工作。

大岭山与天和、大和、华润万家：后三家是大岭山的商业中心店，中秋节里，对我司大岭店会产生一些影响，尤其是节日礼品的消费，人们会更倾向于选择后三家店。如何保持中高档商品的市场份额，是大岭店要做的事情。

丰泰与泰润：泰润喜欢跟进我们的促销活动，因此，我们要密切注意它的促销措施，快速反击。

树田与天亿、金溢：适度关注竞争对手，以自己的促销策略为主，基本不变。

西乡与联升、家家乐：两家竞争店店面较小，聚客能力较差，但是不可忽视他们的存在，在他们跟进我们的促销活动时给予反击。

目标顾客分析：

除洪梅店外，其它各店都在工业区，主要以外来工人为消费对象。这是一个低收入群体，太贵的消费不起，只能消费中低档商品，这类人群对品牌的追求不是很强烈，生活品位较低，冲动性购买较多，计划性购买较少。因此，现场气氛很重要，低价形象要突出，各种促销手段要综合运用。

1、提高月饼的销售，较去年平均销售额141458元上升到20万元(预计全司合计140万以上)。

2、提高总销售额，较去年上升20个百分点(对比日期：07年9月5日至25日，平均每店总销售额是2051391.51元，不含大井头和三屯，共6店)，达到平均2461670元/店(08年7月1日至21日平均每店销售额是：2371662元，在这个基础上只增加90008元/店)，平均每店增长毛利61542元，全司增长毛利430794元。

3、传播企业形象，提升品牌形象力。

4、夏季服装清货，减少库存。

5、秋装上市推介。

1、促销时间：8月26日至9月15日，共21天

2、促销地点：共联、洪梅、火炼树、大岭山、丰泰、树田、西乡七店。

3、促销主题：巨奖疯狂送，中秋合家欢

4、主题商品：月饼、红酒、洋酒、白洒、香烟、保健品、水果、礼篮等。

5、促销策略：

抓住三组周六、周日：8月30、31日，9月6、7日，13、14日，开展刮奖活动，百万。

礼金，劲献中秋。月饼买赠促销。

中秋团购优惠。开展团购业务，提高销售。教师购物享折扣。

新学期，文化用品降价促销(专柜执行)。

夏装清货，赠券优惠(分店自行组织，要上报总部市场部)。

6、活动内容：

活动一：巨奖疯狂送(火炼树不做)

9月14日，凡在我店超市区购物一次性金额满18元以上，百货区购物一次性金额满28元以上，凭电脑小票到抽奖处可抽奖1次，满36元或56元抽2次，满54元或84元抽3次，满72元或112元抽4次，满90元或140元抽5次，单张小票最多抽5次。

小票当日有效，盖章作废。小票金额以18或28的整数倍计，余额不计。

单独收银之专柜不参与此活动。统一收银之专柜不参与此活动的，请在现场注明。奖项设置：

特等奖1名：奖29寸彩电一台。一等奖2名：奖高级dvd机一部。二等奖8名：奖高级自行车一部。

三等奖50名：奖1.8kg华生洗衣粉一包。四等奖100名：奖方巾纸一盒。幸运奖500名：奖纯净水一支。

即开即中，奖品当场发放，奖品如有变动，以现场实物为准。

活动二：月满人间，百事可乐

8月26日至9月15日，凡是在我店购买月饼一次性金额满100元，送1.25l百事可乐一瓶或柚子一个，满200元送2瓶或2个，以此类推。多买多送，团购除外。

凭电脑小票到服务中心领取。小票当日有效，盖章作废。金额以100的整数倍计，零头不计。

活动三：中秋大礼，团购优惠

?凡在我店一次性购物金额满1000元以上者，免费送货(5里内)。?团购付款方式：现金、支票、银行卡等均可。?团购专员，为每位客户提供全程优质导购服务。

?团购预订电话，见dm封底随文，具体事宜，可与我店团购专员联系。?团购优惠政策：

活动时间：8月26日至9月15日，共21天。

凡一次性购物金额满1000元以上者，送5公斤包装大米一袋;

9月10日，教师凭教师证到我店超市区购物可享95折优惠，到服装区购物可9折优惠。特价商品、折扣商品除外。单独收银之专柜不参与此活动，统一收银之专柜不参与此活动的，请在现场注明。

7、操作说明：略。

**产品促销活动方案篇七**

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名精美礼品一份三。\"巧手老爸\"手包粽子比赛活动时间：

正门外淑女屋旁报名方式：

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。

**产品促销活动方案篇八**

利用黄金假期，进行规模促销活动，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。

xx的目标消费群

全国xx零售网点。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面积的伤害品牌形象，二是可以幅度提高xx在当地的销售业绩和知名度。

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

购物七天乐，天天都快乐

副标题：四重礼，送你惊喜

debest各系列特价产品

促销策略：

促销形式：

本次活动考虑到在五一劳动节期间各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xx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xx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xx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xx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xx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、新骑到多少金额，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1620面/10平方；

2、 dm宣传单1000/点

3、海报1张/点

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

1、活动期间活动点派销售人员在各商场入口处派发活动dm单页；

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）；

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：场地可搭建t型台，后面制作的型背景喷绘，可以走秀，表演节目，t型台周围放几个模特，花车1020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xx的广告喷绘，以制造良好的现场氛围。

本次活动由各地经销纱照方案自行操作，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的通道派发dm单页，负责向女性消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有debest明显标志。

2、抽奖活动管理人员：

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

3、活动检查人员：

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

**产品促销活动方案篇九**

1、年货一条街要求：

1)x年1月8日起开始销售，x年1月15日完成全部年货进场工作。

2)应季推出各种年货、烟酒、礼品、礼篮、南北干货、茶叶、糖果、饼干、保健品等。

3)x年1月10日前完成年货礼篮一条街。

2、礼篮要求：

1)以销售自选礼篮为主，门店自行设定好名称和品项组合的捆绑式礼篮包装，并重点陈列。

2)指定礼篮推出高档(1000元以上)，中档(300—800元)，低档(80—198元)。采购部指定礼篮数8种左右。(根据堆头大小指定)

3)空礼篮建议售价10元，采购部准备3款包装空礼篮。

4)自选礼篮商品价值180元以上可免费赠送10元礼篮。

3、烟酒要求：

1)主推的烟酒，采购部须要求供应商提供空盒(每店一个)。

2)主推礼品必须突出陈列，亦可陈列于“年货、礼篮”一条街当中。

4、南北干货

1)南北干货为年货重点，可现金采购散装南北干货用于包装成中英自有品牌。

2)主要海味特产、香菇、发菜、红枣等。

3)多选礼盒装的南北干货。

5、保健品

1)随着新品种大量引进，各店增加保健品陈列位置，规划保健品专区

2)保证以下知名品牌在所有卖场内都有销售

——万基、康富来、喜悦、鹰牌、天成、太太系列等

6、冲饮、茶叶

7、糖果、饼干、曲奇饼

1)糖果、饼干、曲奇在新春时期销售也将有较大幅度的提高。也需要在此类商品中选出20款商品做促销。

8、粮油、调味品，粮油系列过年食品重中之中，每期粮油均要求有深度特价商品推出，深度特价粮油且毛利率控制在5%以上。

调味品建议推出海天(或其他)系列专版，要求支持特价

建议：金龙鱼、花旗、金象米、海天系列等

9、日常用用、清洁用品、家杂正常特价

重点做清洁用品

10、水果要求：

1)重点做进口水果，新春期间要求引进大量进口水果

2)不断推出水果特价销售，突出量感，如苹果、梨、新奇士橙、柿子、红提。

3)做水果礼篮商品推介，选择外型较为美观的水果，主要为：橙、西兰果、青苹果、李、黑美人西瓜、香蕉等。

(以上水果可不做特价或做少量特价)

4)生鲜部提前和供应商做好沟通工作，要求供应商提供外型与质量最好的水果，以保证水果礼篮包装的质量。

5)门店要加强礼篮水果的验收。

6)市场部将专门订做水果包装礼盒，打“中英水果”

11、其他生鲜商品要求：

1)蔬菜可推出超低价，可考虑低单价蔬菜负毛利销售;

2)鲜肉类商品建议每期推出一个;(必须有绝对优势才推出)

3)鸡蛋可执行春节长期低价;

4)水产需有特价支持，建议：河虾、鲈鱼。

i、鼠官送财之买年货大抽奖!再送新年礼篮!

目的：促进年货销售，增加购买量。

时间：x年1月15日---2月25日1月26日---2月7日

内容：

年货您买了吗?x人人都发!只要在中英买年货买满68元以上就可得到抽奖券1张，136元2张，以此类推!多买多送!

得到奖券就有机会发财了!

奖项设置：

一等奖1名，奖名牌冰箱1台+现金2008元+10元礼篮1个+利是封20个

二等奖2名，奖彩电1台+现金200.8元+10元礼篮1个+利是封10个

三等奖5名，奖微波炉1台+10元礼篮1个+利是封10个

四等奖18名，奖名酒2瓶+10元礼篮1个+利是封10个

幸运奖60名，奖10元礼篮1个

安排事宜：

1、奖品陈列在服务中心前面，并标明奖品的价值。

2、奖品外包装贴奖字和标明几等奖。

3、礼篮要喷字《中英礼篮，贺年x》或加中英标志

4、奖品旁贴活动喷绘

5、宣传到位：卖场内挂画20张，场外喷绘，活动巨幅，dm宣传等

6、抽奖注意事项：1-4等奖念出全部号码，幸运奖是一等奖的后两位号码，只要号码中含有一等奖的后两位号码，即可中的幸运奖。

7、奖品为双份，分两次进行。

ii、鼠官送财之服装满100送20现金!再抽奖!

目的：增进服装销售。

时间：x年1月15日---2月15日(抽奖时间同上)

内容：

买服装送现金，满100元以上送20元，200元以上送40元，100元以上不足200元送20元，其他以此类推。多买多送!

100元加送奖券1张，200元2张!多买多送!

奖项设置同上。

安排事宜：

1、奖券准备。送奖券由服装收银赠送。

2、送现金登记表准备

3、送现金负责人：服装部，防损监督。

4、卖场宣传挂画20张。

iii、鼠官送财之购物送财神!

时间：x年2月1日---6日

内容：

凡在中英商场购物前100名顾客，均送财神画1张，早来早送!鼠年好运气!

安排事宜：

购买财神画600张

iv、鼠官送财之全家逛中英，免费拍照全家福!每天送出前100个家庭

时间：2月1日---9日

内容：

新年好运全家福到!中英祝广大市民新年好运福禄双收。只要您在活动期间全家来到中英可得到超大全家福1张，现场免费拍照。2天后到服务中心领取，购物满68元赠送精美镜框1个。龙年好运全家有福，叫你的全家快来吧!

全家福要求：最少人数3人，夫妻携带1名小孩，最多人数不限。

每户1张，无底板，可拷贝数码照片。

?安排事宜：

1、拍照背景：正门旁，设计“喜庆中国年!吉祥x!中英巨献!”字样和底图

3、a4过塑膜准备。

4、辅助装饰准备，恭喜发财小挂画，财源广进小挂画，大元宝准备。

5、负责人：企划部

v、鼠官送财之大年初一送现金利是!内有1个百元大钞!第一个消费者优先得到100元。

时间：2月7日

内容：

恭喜发财!红包拿来!大年初一来到中英购物广场消费任意金额，可得到现金利是1个，注意：第一个得到的是100元利是哦!其余的利是全部小于100元!先到先得!快来呀!

限前100名有效。

2、送出地点：广场

3、负责人：财务部

4、场内挂画20张

5、宣传：巨幅、dm、喷绘、挂画。

vi、兔官送财之吉祥x万件好礼送万家文艺演出!

时间：x年2月3、4、5、7、8、9

内容：

演出精彩和新年，杂技魔术，劲舞狂歌，精彩纷呈!尽在中英开心大舞台!6天精彩汇演!万件礼物免费派发!明星歌舞团加盟演出!阵容强大!有精彩不要错过!

安排事宜：

1、演出团体需列出演出节目表。

2、如有大型供应商演出，可在初一以后演出。

vii、兔官送财之大宗团购低价,送钱!再抽奖!

时间：x年1月15日—2月7日

内容：

凡任何公司凭单位工作证或工牌，购物满下列金额，可享受如下优惠。

购物满1000元以上送现金80元，送奖券2张

购物满2000元以上送现金160元，送奖券8张

购物满3000元以上送现金240元，送奖券20张

购物满5000元以上送现金400元，送奖券30张

安排事宜：

单页宣传，业务电话联系，单页传真发送各团体和公司

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