

2023年烟酒促销方案(模板5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

烟酒促销方案篇一

20xx年xx月xx日，xxx第xx届会议通过决议，将每年x月xx日确定为国际茶日。为庆祝首个国际茶日，营造有利于茶文化传播、茶产业发展的浓厚氛围，特制定本活动方案。

20xx年xx月xx日—xx日

围绕“茶和世界共品共享”主题，传承弘扬茶文化，交流分享茶产业发展经验，提高社会各界对茶产品的接受度和认可度。

三、活动方式:充分体现“创新、务实、专业、合作”的活动特色，开展系列线上活动，将首个国际茶日办成“数字茶日”“云上茶日”，实现“线上逛、云上购”。

主办单位：农业农村部□x省人民政府、联合国粮食及农业组织

合作单位□x华巨臣西博文化创意有限公司

1. 茶宣传。

烟酒促销方案篇二

1月1日-2月1日

1)、广告语喜喜庆元旦健健康康来补硒

4)、产品促销内容?

促销活动规则

1、买二袋富硒茶送一盒七叶参

2、买三袋富硒茶送一盒苦丁茶

3、凡购茶者赠送优惠卡，下次购茶凭卡优惠!

4、单位、团体购买可享受更大优惠?

促销工具

1、布幅广告一幅(主题)

2、展板一块

3、优惠卡

烟酒促销方案篇三

作为在湖北首家民俗特色餐厅，如何确保xxx首战必胜xxx是我们餐厅新店开业的首要问题。解决民俗餐厅成功开业问题必须采取xxx造势、造场、造声、造客、造品”以及“人气-商气-商机xxx层递法，即在理念上采取三个操作步骤：激发人气、营造特色、沉淀商机。激发人气主要依靠三个方法：软文宣传、门店优惠活动、新闻推广。营造特色就要紧紧围

绕着民俗概念上大做文章，如品牌故事、店内秀场活动。沉淀商机可以通过xxx储值卡，会员卡售卖，以及代金券售卖，交易延伸xxx的方式实现。

二、活动目标

三、活动内容

开业促销政策

- 1、开业前三天凡朋友圈分享某某品牌品牌故事即可凭分享截图到门店领取一份价值15元某某品牌特色产品套餐一，每天100份。
- 2、开业前五天凡充值100元即送20元，充值200元即送50元，充值1000元即送300元。
- 3、开业前七天消费10元返5元，吃的多返的多。（5元现金券限下次使用不找零，最低消费5元）
- 4、开业前十天凡现场拍摄某某品牌照片分享至朋友圈即可获得特色饮品一份，一人一餐最多获得两份。
- 5、凡某餐厅会员持卡消费即可享受满50送一回馈优惠（指定产品一份）

四、开业推广计划具体措施

造势：

【周边小区】

向某餐厅会员群发短信告知此活动 造场

【精彩节目表演】

【服务用语的编排】

【城市论坛广告】

【美食强推】

烟酒促销方案篇四

一、从产品的档次方面：

高端产品(零售价格200元/瓶以上的产品)

这类产品基本都集中在茅台、五粮液、剑南春、水井坊、泸州老窖等一线品牌，还有部分地产酒的强势高端品牌。高端产品一般都会选择在大卖场，专卖店等，以地堆的形式做买赠促销活动。积极开展团购工作，并同时开展渠道的促销活动，以获得渠道内的资源和支持。增加广告的频次，用多种方式进行品牌和产品的宣传推广，以增加品牌的曝光率，刺激消费者的购买欲望，促使消费者采取购买行动，提升销售量。

中档产品(零售价格30--199元/瓶的产品)

这类产品基本都是区域强势的地产酒，中档品牌一般都会选择在大卖场、连锁店、烟酒专卖店及部分小零售店，以地堆、专架(柜)陈列的形式，做买赠或特价促销活动，还会在餐饮终端，进行宣传氛围的梳理和建设，并在此时派出促销员加强推销工作，有时还会在餐饮店做免费品尝和买赠的促销活动。部分经销商或白酒企业，有时是厂商联手，选择在此时开展社区宣传活动，推动品牌的提升。以刺激消费者的购买欲望，促使消费者采取购买行动，提升销售量。

中秋节之前，中档产品还会针对渠道开展促销活动。为了提高产品的覆盖率，针对零售小店和餐饮小店还会开展以消灭空白点为目的的促销活动。为了提高餐饮店的销售积极性，白酒企业或经销商会和餐饮店签定销量激励协议，以争取终端的最大支持，提升销售量。

低档产品(零售价格29元/瓶以内的产品)

低档产品此时也没闲着，开展的活动有，针对渠道的促销压库活动，以占压渠道的资金和仓库，获得渠道的资源和支持。针对零售小店开展购货奖励，开箱有奖，销售有奖等促销活动。有条件的还会针对零售小店开展灰尘清理和陈列的整理工作。近年，由于市场竞争激烈，低档产品也在开展针对消费者的促销活动，如光瓶酒的每个瓶盖可兑换现金元/个--2元/个金额不等的促销活动。在瓶盖内设奖，还有“再来一瓶”的获奖机会。奖励形式多样，目的都是刺激消费者的购买欲望，促使消费者采取购买行动，提升销售量。

二、从销售环节和销售形式方面：

一、商超、卖场的促销活动

一提到中秋节营销活动，大多数的营销人员都会马上联想到中秋节卖场促销，是的，有很多的企业早早的就安排了人员去和各大卖场接触，洽谈堆头或端架等陈列，上促销员，做买赠等促销活动，并且，营销方案也早就准备好了，忙得不亦乐乎，搞得红红火火。可是中秋节一过，却发现投入都打了水漂，没有取得想要的效果，有的根本就是凑了一回热闹，基本没有效果。许多的老总和市场营销员在和笔者交流的过程中，对中秋营销显得又爱又恨，所以，很多企业中秋节营销也就热情不起来了。“该做的工作都做了，可是为什么达不到想要的效果呢？”很多经理人这样说。没错，现在的卖场是越来越难做了，没有关系根本就不行，有了关系没有费用也还是不行，有了关系有了费用还得要有一个好的促销员，

否则一样不行。有了关系有了费用又有了一个好的促销员，这下总该行了吧？回答是“不一定”，那又是为什么呢？消费者的引导也起着关键性的作用。就算你所有的工作都做好了，最后，消费者不卖帐，这一切就都算是白忙活了。所以，现在的商超、卖场难做啊！每一个做过卖场的人都会发出这样的感慨，只凭着“一招鲜，吃遍天”，“咱卖场关系硬”的时代已经成为了过去，现在，要想把卖场做好，得要紧紧的依靠团队，发挥系统的力量，系统制胜。

中高端的白酒季节性特别强，节日销售量特别大，因此又被称作是节日酒，各大商超、卖场就是它主要的销售场所之一，它所采取的销售方式：购买堆头，用人员讲解，开展买赠的促销活动，以促使消费者采取购买行动。

二、连锁店、零售终端。

连锁店以及零售小店是中档产品的主阵地。经过了一个淡季，有一些零售小店出现了断货的现象，天热的时候销售不是很好，又没有促销活动，商家进货和推销的积极性不高。现在到了中秋节，随着天气逐步转凉，白酒的销售量眼看着大起来了，厂家或经销商也提供了促销活动，销售的利润高了很多，因此，这些零售店进货和推销的积极性也就高起来了。

烟酒促销方案篇五

七夕情人节即将到来，为促进酒店经营，树立酒店品牌知名度，我部根据市场及酒店实际，拟推出如下活动：

一、活动时间：

8月6日

二、活动名称：

情系七夕、相约星际

三、活动内容

)愈夜愈美丽、七夕不孤单大型郎才女貌亲密约会派对

酒店南广场500平方精心布置，摆放各种休闲桌椅，广场播放舒缓浪漫的背景音乐，住店宾客凭房卡免费入场，其他客户凭入场券进场。现场配设饮品销售点、小吃点心销售点、七夕商品销售点等。凡莅临的宾客皆有机会抽取七夕意外惊喜大奖一份，价值5000元珠宝首饰。此外凡约会成功的男女可获赠精美礼物纪念一份。

)客房：

活动当天特别推出七夕特价客房，一号楼高级大床房428元/间夜，赠送次日双人自助早餐、赠送精品玫瑰一支、赠送精品红酒一支、精美棒棒糖一支、演出门票二张。

)餐饮：

银河餐厅推出

277元七夕情人套餐(包含双人套餐、红酒一支、玫瑰一支、)

577元七夕情人套餐(包含双人套餐、高档红酒一支、玫瑰花一束、巧克力一盒)

777元七夕情人套餐(包含超值双人套餐、进口高档红酒一支、玫瑰花一束、大河秀典门票2张)

月宫食府

凡活动当天，在月宫食府消费满77元，即可获赠玫瑰花一支。

四、实施细节

)请采购部联系购买活动所需礼品(如：玫瑰花、巧克力、红酒等)

)请餐饮部出列不同的套餐菜单，对餐台餐位进行适当装饰。请餐饮部小吃城及九曲餐厅负责人领取相关物品，并按活动内容配合执行。

)请财务部知会各餐饮收银，做好折扣优惠。

)请前厅部针对步入散客积极销售七夕特价房，并介绍相关内容;请房务部领取相关礼物，并按活动配合执行。

)策划部设计制作派对入场券(抽奖券)，1座、2座大堂海报及相关宣传。

)请宴会部提前做好派对现场的摆放，并配合策划部、工程部对现场的装饰。

五、推广宣传

酒店店内海报、单页