

# 最新产品促销的方案 产品促销活动方案(大全5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

## 产品促销的方案篇一

### 一、市场分析：

在我校发行的有关英语学习的报纸和杂志有21世纪报、英语周报、英语辅导报、疯狂英语等七种，竞争异常激烈，目前我又了解到学习报的英语版正在大量进入我校市场。据了解他们的销售模式只是单纯的在大学校园宿舍进行推销，但覆盖面不广，往往是各据一方。但后期报纸或杂志的发送成了的问题，往往出现发送报纸或杂志不及时，或报纸积压的问题，没有给学生留下好的印象。这对于刚进入我校市场的新东方英语是一个不错的有利条件。

### 二、推销对象分析：

推销对象：西安理工大学20\_\_级本科新生

对象总人数：预计本科新生在5000人左右

### 对象需求分析：

(1) 对于刚踏入象牙塔里的大学生来说，他们心中早已经有了自己的英语学习目标，考过英语四六级，然后像更高的目标奋斗。

(2) 在我校，由于新生进校十天左右会有一个英语分班测试，对于远离考试几个月的学生来说会比较重视此次考试。然而事先不知情的他们很少有人会带上以前的课本或者资料，因此这也是新东方英语推销的有利切入点。

(3) 现在英语四六级的试题改革，对当代大学生英语水平有了更高的要求。提高英语成绩的有效方法也是最基础的方法就是扩大词汇量。寻找一份有效地能帮助自己扩大词汇量并提高自己英语整体能力的资料是许多刚进校的学生想知道的，同时考过英语四级也成了学生学习英语的目标。

### 三、推销市场实地与人员：

(1) 推销市场实地分析：西安理工大学地域广阔，宿舍分布较为集中。

(2) 推销人员：为了进行较好的市场宣传与推销，推销人员应遍布学校新生各个宿舍区，这样才能做到有利的宣传与推销，在第一时间抢占校内较多市场，同时为以后报纸的配送提供了更多的方便。同时考虑到男生进入女生宿舍不方便，推销人员应有一定的男女比例，通过这些建立有利的地理优势！

(3) 鉴于对市场实地的分析，估计总共需要40人左右的推销员分布在校园各个新生宿舍进行宣传与推销，至于后期发送杂志大概需要5人。

### 四、宣传与推销：

宣传主题：读新东方英语，做未来的主人！

推销宗旨：诚实守信，服务至上，让顾客满意！

前期准备：

(1) 人员招募：考虑到前期推销的艰难性，我将招募比较有责任心的、想做的并且想执着地干下去的同学和朋友，特别是以前有过推销经验的同学和朋友优先。同时也要考虑到人员地域的分布和性别比例，将招募的人员分为5个小团队，其中一个小团队为女生，并选择能力较强的人为队长。

(2) 人员培训及经验交流：作为推销团队，就应该有团队精神，同心协力将推销的事情做好。团队精神的培养需要团队成员更多的相处和彼此的了解。为了获得更好的推销成果，掌握一定的推销技巧是不可少的。虽然个人的智慧或者经验是有限的，但积水成河，聚沙成塔，团结的力量是无穷无尽的，要求我们能够广泛的汲取经验并互相交流。除此之外，更要努力学习理论知识，多学习有关推销的技巧。

## 五、推销准备工作：

(1) 提前两天到校，制定推销详细规划步骤。

(2) 协调组织成员，鼓舞士气！

## 六、宣传推销阶段：

(1) 定点宣传：新生入学阶段，在宿舍的主要路口设接待点。为新生及其家长提供免费饮水并制作相应的宣传版进行平面宣传。同时如果条件允许可以适量地提供免费报纸。

(2) 宣传与推销：新生入学的时段到新生宿舍进行宣传推销。

(3) 抓住老乡会的时机，帮忙新生了解大学生活及英语学习，为新生对大学的诸多困惑进行解答，同时对英语的重要性和学习方法进行讲解，借助推销我们的报纸。

## 七、营销策略：重在抓住推销对象的心理。

(1) 首先要给人一种亲切的感觉，自我介绍很重要，带上学生证是必须的，作为学长或学姐的我们要在新生们眼中是很值得信赖的。可以以学长或学姐的身份向他们介绍学校情况，像交朋友一般。

(2) 推销时要带上一份样品，言谈应尽量言简意赅，切入推销主题时不能表现得太商业化，这会使得新生们显得反感。

(3) 如果能顺利的推销出一份杂志，一定要开正规的订阅发票，该杂志专用的。还要留下校园主管的联系方式，如有任何报纸发送方面的问题可以向校园主管反映。同时推销人员还要主动留下自己的联系方式，主动提出什么问题都可以找我们学长或学姐。即使在某个宿舍没能推销成功，同样要以学长或学姐的身份留下联系电话，一来可以留给新生回头机会，二来可以向他或她的室友进行宣传，为以后征订的人留下途径。

## 八、营销计划进行阶段

每天从各队长处收集整理最新征订情况。每天开队长会，共同解决推销中遇到的问题。每天开组内会，鼓舞团队，齐心协力！

## 九、后期杂志的发送：

(1) 基于对于市场实地的分析，后期发送杂志同样做到方便快捷。对每期的杂志进行及时地发送，给新生以满意的服务和印象，同时这也是占据市场和扩大市场的有效途径。

(2) 为了避免错发、漏发等问题，需要制作相应的表格将杂志发送员所负责的学生信息进行汇总，每发一份杂志在表上做好相应记录，使发送工作有条不紊进行，避免出现问題而引起客户的不满！

## 十、售后调研

对每位订购客户进行问卷调查，提出杂志的优点和缺点，有利于报纸的改进和发展。

## 产品促销的方案篇二

促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。下面是销售产品促销方案范文，欢迎参阅。

手机已经成为人们必备的用品，也成为通讯市场最大的竞争力。那么如何促销自己的手机品牌呢?接下来我们看看一些手机促销方案和活动。

手机促销手段直接影响着手机促销活动的好坏，影响着人们对于手机促销活动的注意程度，因此，如何选择合适的手机促销手段成了手机促销活动前商家们最重要的一件事性。

1、降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但一定要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

2、送赠品或者抽奖。在购买产品时赠送物品和购买产品时可以参加厂家举办的抽奖活动，赢取奖品。

3、特价机就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的作。特

价机都是限量限时的，这是特价机和降价这两种促销方式的<sub>区别所在</sub>。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮助清理库存，三是帮助经销商完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。有些经销商为了扰乱竞品市场，就选择先进一批竞争品牌的畅销产品，然后以特价销售，打乱对手的市场价格，乘虚而入。

4、展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

5、人员促销。利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的积极性。

当然促销的活动还有很多种，只要用心去做，一定会做好，如果你想了解更多的手机促销方案，不妨在一品威客网发任务让更多的人帮助自己寻找最适合自己的产品的推广方案。

中秋佳节是中国的传统节日，是我国的主要节日之一。月饼作为中秋节的一种饮食文化已经深入人心，中秋节吃月饼也是家喻户晓。以月之圆兆人之团圆，以饼之圆兆人之常生，用月饼寄托思念故乡，思念亲人之情。中秋节已经成为老百姓传递亲情、友情、恩情，各商家传递商情的有效工具。月饼就成了馈赠亲朋好友的礼物，也成了联络感情的桥梁。值此佳节来临之际，巧借中秋之东风，掀起今秋的月饼销售高潮，以求更好地实现今年月饼销售的计划。具体策划如下：

一、市场环境分析：

1、市场需求量：

据今年中国商业联合会9月14日在京发布的一份报告显示，受

原材料价格上涨影响，今年月饼销售价格平均涨幅在10%左右。其中，销售价格在200元/盒以下的中、低档月饼占主流，约占总体月饼市场的八成多。报告显示，今年我国月饼市场总体运行平稳，买方特点仍然突出，预计月饼产量在25万吨左右，销售额140亿元左右，市场总体需求量增幅不大。

## 2、影响和制约因素

第一，生产成本增加：今年以来由于各方面的原因，月饼生产相关原辅料普遍上涨导致成本比往年增加。

第二，品牌竞争激烈：由中国月饼网可知目前比较有名的月饼品牌有克莉丝汀、哈根达斯、元祖、可颂坊、马哥孛罗、杏花楼、香特莉、宜芝多、面包新语、85度c月饼、星巴克、dq冰淇淋、新雅、来伊份、功德林、德芙、新侨、香港荣华、红宝石、五芳斋及一些地方品牌等等。

第三，销售形式多元化：包括跨区域销售、大型商厦超市销售、餐饮与酒店销售、代理商销售、电子商务及速递销售、团购等。第四，宏观政策严格：这几年以及近期一些食品安全事故频发，国家相关部门对月饼的生产和包装作出了一些严格的规定。

## 二、产品分析：

1、月饼是一个季节性很强的产品，其售卖期不超过一个月，真正的销售高峰期也就是在中秋节前十天左右。

2、月饼的用途一般有这几个方面，消费者自己食用、送礼、企事业单位作为福利发放。

3、产品的品牌和分类众多，可谓是三六九等。

## 三、消费者分析：

由于受中秋节吃月饼这个传统文化的影响，月饼几乎是一个老少皆宜，没有年龄、收入、身份、地位、地区限制的商品。但是不同的消费者的购买目的和购买不同，因此要针对不同层次的消费者制定不同的销售策略。

#### 四、价格策略：

月饼定价必须根据不同购买目的以及不同收入层次的消费者来差别定价。我们可以将产品分为不同的级别，如高档，主要针对是高消费人群或者是送礼一族的；中档，主要是针对中等消费人群；低档，主要是一般消费群体和广大普通消费者，这一部分群体基本是自己食用。

#### 五、销售渠道：

一般商品分为批发和零售。月饼也不例外，对于批发，坚持每一个同一级别的城市只设一位批发商或这是代理商。零售主要是各大城市的专卖店商场超市等。

#### 六、目前月饼市场存在的问题：

近年来由于一些商家的恶意炒作，市场上屡屡出现天价月饼；由于由于送礼之风盛行，商家抓住消费者的这一心理，在月饼的包装上大做文章。月饼的华丽极具艺术风格的包装备受送礼一族的青睐，对于这类人来说月饼应经完全失去了它本来的文化内涵和寄托思念之情的性质；对于一般普通大众来说只能“望月兴叹”适合于他们购买的月饼产品质量得不到很好地保障，很多消费者怨声载道。

#### 七、解决问题的办法：

极力渲染传统文化，使月饼销售与企业文化相互融合。

- 1、返璞归真，重新塑造月饼寄托相思、思念之情的文化形象。



2、紧扣环保主体，引导绿色消费用最经济的包装追求最好的效果让利于消费者。

3、个性化(主要是指网络销售平台)、层次化销售

4、严格执行国家相关单位对月饼的安全规定。

八、风险控制与成本预算：

1、针对市场分析和策划过程中可能存在的各种风险，以及在实际生产和销售过程中出现的各种问题，及时进行修正，尽量使风险降到最低。

2、财务部门做好成本预算，包括广告、策划、公关、销售等各个环节的成本核算。

合理的时机

大部分日化店的老板喜欢把促销放在节假日期间，当然这肯定没错，不过在节假日期间，做活动的商家非常多，这导致了客源的分流。并且大部分消费者都是走马观花式地在看，所以促销的效果可能并不好。

在这样的情况下，可以考虑把促销的日期选择节假日之前或之后，这样的话部分在节假日期间外出旅游或者加班的人们就会成为你的潜在客户。

并且，除了在节假日促销以外，平时也可以适当做一些促销活动。比如每个周末在一些小区或者学校里面，把促销活动搬到客户的家门口。

促销现场的互动

1. 员工的专业形象

促销活动中统一着装，并且使用自己的品牌的化妆品化上淡妆，后续介绍产品时更有说服力。

## 2. 分工明确

活动现场必须要给顾客一个很有秩序，不慌不乱的感觉。这就要求每一个员工都有自己的明确任务，比如派单、引导、营造气氛、化妆、产品销售等等，视现场员工数量可以对某些环节进行合并，但一定不能出现脱节的情况，把顾客晾在一边没人管。

## 3. 送礼的时机

促销时一般有产品的免费赠送，但何时赠送是很关键的。如果顾客一进店就送，可能顾客拿了就走，效果并不好。所以，可以考虑要让顾客走到店里某个柜台才送，或者现场试用之后再送，这样的赠品效果才更好。

## 4. 结伴的顾客需要拆开

促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。

# 产品促销的方案篇三

## 一、销售策划方案运作平台

公司设置专门机构负责新品牌产品的市场销售策划方案调研、开发、制定营销策略、销售方案，用市场销售方案经济观念全面打造白酒第一终端网络。配备市场销售方案管理和财务人员，打破传统的用人机制，从社会上招聘若干名业务精英。

确定区域市场销售方案业务代表、业务主管、业务主任、业务经理，组成专业的营销团队，建立重点市场销售方案销售分队，对客户实行专人管理，对单品实行承包销售，在新品牌产品上市前完成营销团队的组合。

## 二、销售策划方案品牌产品的设计

由于老品牌产品的价格透明、结构老化，难以满足消费者的需求，也难以支撑高昂的营销费用，品牌产品无法形成市场销售方案优势，因此，需要开发组合品牌产品。

- 1、按白酒的香型来开发，力求品牌产品个性化明显，使其成为主打品牌。
- 2、按白酒的度酒开发品牌产品，形成高中低度系列品牌产品。
- 3、有针对性的开发品牌产品，在销售过程中不断进行市场销售方案调查，跟进品牌产品，达到品牌产品结构的最佳组合。
- 4、按市场销售方案价格来开发品牌产品，建立合理的品牌产品价格体系。

## 三、网络系统建立销售策划方案

对原有的经销商网络进行有效的整合，先帮助原有的经销商进行助销，掌握第一手资料，摸清市场销售方案底细。为下一步营销工作打好基础。新品牌产品上市工作可按下列销售方案策划步骤向市场销售方案推进。

- 1、确立主攻市场销售方案，建立可行的县级目标市场销售策划方案，制定市场销售方案开发规划。销售人员直接为一级商服务，由一级商对业务人员进行考核，在销售区域市场销售方案选择信誉良好的酒店、商超、商店，对品牌产品进行全面集中铺市。打造样板市场销售方案，力争市场销售方案

的铺货率达到80%以上。通过一个月的铺市后，强化和筛选客户，确定一、二级客户，建立和完善客户的档案。

2、对一级经销商管理的下线客户由业务人员协助管理，实行一、二级客户供货卡管理制度；对一、二级客户印制并发放供货卡。目的是掌握与控制市场销售策划方案货物流向，有效的控制市场销售方案砸价、窜货，彻底杜绝假货的出现。

3、对一、二级经销商的奖励政策进行合理的区分，保护一级经销商，扶植和支持二级客户。视业绩大小奖励二级客户。

4、对客户采取晋级管理的办法。当二级客户业绩达到或超过一级经销商时，二级客户可以直接晋升为一级经销商，享受的待遇随之变化。最终形成强大的、具有拓展能力的销售一、二级网络。

#### 四、销售策划方案市场销售方案资源的`利用

1、配置送货车辆，制作车体形象广告。

2、业务人员统一服装、名片，佩带胸卡。

3、任命业务代表、业务主管、业务主任、业务经理。

4、公司可以掌控的资源统一调度，统一管理。

#### 五、品牌产品利益分配和销售策划方案的费用

##### (一)品牌产品利润分配销售策划方案

合理的分配各个环节的利益关系，做到资源的最大利用，对此，将按照品牌产品价格的空间关系予以层层分配。

1、制定统一的市场销售策划方案销售价，包括酒店价、商超价、零售店价等，合理分配利润空间，按月返利和年奖励两

种形式对经销商进行嘉奖。

2、销售品牌产品进行的有机组合，制定单品的市场销售方案操作办法。

3、对于阶段性的促销活动按出货的总量设置奖励标准。

4、随着市场销售方案逐步成熟，各个环节上的费用相应的予以减少或者取消。

(二)销售策划方案营销费用的管理；

1、对销售品牌产品采用费用包干的办法，公司承担业务人员的基本工资、出差费用、电话费用等。

2、车辆费用、办公费用、库房费用。

3、业务人员的待遇采取底薪+提成+奖励的办法予以发放，基本任务保基本工资，业务提成上不封顶。

4、易拉宝、招贴画、公益性广告等宣传费用。

5、铺市阶段的宣传和造势活动以及阶段性的销售活动产生的费用。

(二)销售策划方案直销工作的步骤；

1、计直销操作办法(一品一策)；

2、公开招聘业务人员，进行短期培训，安排具体岗位；

3、制定直销品牌产品上市造势活动方案；

通过直销运营可以有效的对市场销售策划方案进行掌控，对市场销售方案的进行不断的补充和完善，达到太白酒网络的

扁平化，为运作大市场销售方案打下坚实的基础。

## 产品促销的方案篇四

在节日那天做促销活动可以提高产品销量。好的产品促销方案能起到事半功倍的作用。下面是产品促销策划方案范文，欢迎参阅。

本次元旦节活动目标：以圣诞、元旦两节为契机，以提高家具大市场知名度、销售额为目标。

活动主题：迎元旦，家居感恩大回馈

活动时间：12月28日——1月3日

活动地点：家居大市场

### 一、活动内容：

#### 活动一、迎新年感恩大优惠

活动二、欢乐购物返利大派送(在20xx年12月28日至20xx年1月3日购买者均可参加)。活动期间，凡在本市场购买家具满20xx元者即可现金返利100元，满4000元者即可获得现金返利200元，以此类推。多买多送。

#### 活动三、购物中大奖

凡在本市场购买家具满20xx元者即可获赠一张抽奖券，满4000元者即可获赠两张抽奖券，以此类推，多买多送。每张抽奖券只限一次抽奖机会，奖品如下：

一等奖□20xx元现金(1名)

二等奖□oppo手机一台(3名)

三等奖：电饭煲(5名)

感谢奖：洗衣粉一袋

二、促销活动费用预算：

2、 喷绘和横幅：2150元

3、 短信群发□20xx元

4、 单页及海报费用：3000元

5、 夹报费用：500元

6、 奖品发放费用：5900元(1、现金奖□20xx元;2、手机800元/每台，共2400元;3、电饭煲200元/台，共1000元;;4、纪念奖：100名，5元/件，共500元。)

7、 城市管理费用：400元

8、 摸奖箱费用：50元

预计活动费用：30000元

一、总体思路目标

本次自助餐会活动，既区别于第一次的人海行动(人气阶段)，又不同于当前正在进行的快乐星期六活动(运行阶段)。要着重突出“节”的成份;营造“节”的氛围;体现“节”的欢快。人员基本控制在400人左右，达到能坐下，不拥挤，使顾客感到不是来酒店用餐，而是来陇鑫过节。给顾客的总体印象是：华贵、优雅、热闹、祥和、温馨、轻松。把整个自助餐会办成

类似春节团拜、联欢的形式，为春节再次举办活动打下良好的基础。宣传、扩大星级酒店影响力和知名度。充分发挥餐饮服务行业龙头作用，想方设法拉动酒店经济，占领消费市场，力争创造一定的经济效益和社会效益，是本次“两节”活动的目的所在。

## 二、活动主题宣传词

### 1、到陇鑫，过圣诞

品美食，迎新年

### 2、激情圣诞夜，狂欢在陇鑫

平安幸福年，相约在酒店

### 3、火树银花贺圣诞，

灯红酒绿迎新年。

地点：陇鑫国际大酒店2f宴会厅

## 四、场地布置

1、酒店大厅(内、外待定)摆放大型圣诞树、圣诞老人各一对。

2、酒店大厅内摆放大型花坛一个。

3□2f宴会厅右侧摆放圣诞树8棵，树上悬挂用酒店广告内容包装的苹果若干枚，亲情祝福卡若干条。

4、宴会厅左侧悬挂红灯笼8个，附加有奖灯谜若干条。灯谜以陇鑫大酒店特制的精美贺年卡形式出现，正面为陇鑫祝福，背面为灯谜内容。



5、宴会厅舞台上拉电丝若干条，电丝上悬挂装满雪花纸屑和彩色纸条的气球。

6、舞台两侧摆放香槟塔及大型烛台。

7、选2名男服务员扮“圣诞老人”，选一男一女服务员扮“散财童子”。以上特制服装均有“陇鑫标志”。

## 五、气氛渲染

为使本次自助餐会活动取得圆满成功，达到预期的效果，宴会厅led大屏两边循环打出本次活动的三组主题宣传词(对联式竖排)，大屏中间反复播放《圣诞故事》、《新年祝福》等内容，并穿插播放酒店宣传短片。同时选择有关圣诞、新年的典型曲目，作为背景音乐一直循环播放。

整个现场气氛调控，具体操作可按“三个乐章”进行，也是三个高潮。

### 第一乐章：同度“两节”，共享美食

客人基本到齐后，led电子屏打出第一乐章的内容，此时主持人及两名“圣诞老人”，两名“散财童子”同时登场亮相，在主持人致欢迎词、祝酒词期间，“圣诞老人”和“散财童子”有欢迎、祝福动作，此时分两组分别完成倒香槟酒和点蜡烛的环节。当主持人祝酒词结束后，工程人员推动电丝闸刀，引爆舞台上方的气球，让气球内的纸屑和彩条洒落，形成雪花飘飘和天女散花之仙境，从而形成活动的第一个高潮。

### 第二乐章：惊喜回报，抽取大奖

当自助餐会进行到一定阶段，选择合适时间推出第二乐章。本乐章是本次活动高潮中的高潮，既实惠，又热闹。主持人在不停的宣布灯谜竞猜结果的同时，穿插宣布各项大、中、

小中奖信息。在此时间段，酒店摄像师可免费为中奖人员同“圣诞老人”、“散财童子”免费拍照合影，形成第二个高潮。

### 第三乐章：激情狂欢，采摘“平安”

这个时间段部分客人已经陆续离开，大厅内已有较多空间。此时主持人宣布采摘“平安”活动开始，同时宣布采摘苹果的寓意和简要注意事项。为切实形成第三个高潮，不至于使整个活动出现虎头蛇尾现象，酒店可事先安排一定数量擅长歌舞的服务人员，登上舞台进行歌舞表演，有目的的与客人进行互动。但时间不宜过长，气氛把握要适度。

## 六、广告宣传

借鉴酒店历次举办营销活动的经验，本次“两节”活动仍按《榆中电视台》、《生活导报》等传播形式进行为期三至七天的广告宣传。

## 七、抽奖配合

### 本次活动设

一等奖： 个，实物为： 价值约： 元

二等奖： 个，实物为： 价值约： 元

三等奖： 个，实物为： 价值约： 元

制作精美贺年卡 个，背面分别标有代金券、生日蛋糕、北京烤鸭等赠送内容，定做生日蛋糕、北京烤鸭可补找差价，县城内免费送货。

## 八、营销人员宣传、销票

按以往惯例，组织相当数量的营销人员走街巷、进单位，广

泛宣传。有目的的推销，此次活动预计销票 张。

九、部门配合，明确分工，责任到人

人资部：制定细案，广告、餐票设计，配合场地布置，配合现场检票。

责任人：张富华、刘国雄

餐饮部：全程服务，菜品制订，用餐场地布置。

责任人：姜丽、王双成、杨玉兰、许银斌

客房部、前厅：现场组织指挥，引领、疏散客人。

责任人：王凤霞、陆娟、杨霞、李成伟

婚庆公司：现场气氛布置，书写欢迎词、祝酒词、灯谜内容，“圣诞老人”、“散财童子”服装制作及人员挑选led大屏内容策划，背景音乐选制，主持串台，奖项宣布等。

责任人：王锴

园艺部：配合现场布置

责任人：杨淑珍

工程部：自制舞台电丝气球悬挂简单设施并掌握推闸引爆时间，保证活动用电及安全工作。

责任人：曹宏宝

网络信息部：舞美灯光led大屏操作，音响设备调控。

责任人：裴怀龙、王艳波

康体部：奖品保存及发放，配合引导、疏散客人。

责任人：魏熙林、张富泰

礼警部：场外车辆指挥与停放，现场保安及人员疏散。

责任人：张正岳

财务部：售票、检票、钱票总控

责任人：赵黎明

各部门：营销宣传、销售餐卷

责任人：王凤霞、张富华

## 十、“两节”活动小结

活动结束后，由总经理安排合适时间，进行全面、细致工作总结，总结经验，找出不足，发现问题，以便整改。

### 一、主题

新一代，新选择

### 二、目的

借助特殊的日子，进一步把握销售旺季，同时也为了提高该蜡笔小新果冻知名度，让更多的顾客加深对您的品牌有进一步的了解。

通过大场面现场促销展示及大力度宣传，以强烈的商业气氛冲击顾客的视觉、刺激他们的购买欲望，以达到销售目的。

### 三、活动方式

- 1、邀请大型歌舞团现场助兴、拉动人气，增加现场气氛，蜡笔小新果冻品牌现场展台促销，配备圣诞节礼品等买赠活动。
- 2、凭宣传单到本超市均发试用装礼品一份(限 份)，属当天生日的顾客凭身份证免费领取圣诞礼品一份。
- 3、通过现场有奖问答及相关游戏提高蜡笔小新果冻知名度。
- 4、活动当天在本超市购物可享受 折优惠。
- 5、活动当天晚上，圣诞老人免费派发500—1000份礼品(超市提供)。

#### 四、宣传方式

- 1、过街悬挂横幅宣传；
- 2、②印发宣传单大幅度派发；
- 3、邀请电视台新闻报道；
- 4、电视广告三天；
- 5、现场大幅pop提前宣传。

#### 五、活动费用开支

- 1、邀请歌舞团：700元/天
- 2、租音响200元/天，租车拉音响来回车费200元；
- 3、演员来回车费：160元/8人
- 4、吃食：180元/天

- 5、印横幅：6条×40元/条=240元
- 6、印发宣传单：5000份×0.035=175元
- 7、电视广告：3天×100元/天=300元
- 8、大幅pop□3张×20元=60元
- 9、临时经费：100元
- 10、喷舞台背景：200元

## 产品促销的方案篇五

活动主题：

红梅竹马情侣牙刷——两个人的狂欢

活动时间：

xx年12月1日—xx年12月31日

活动形式：

买一送一

活动目的：

- 1、利用圣诞节及迎接元旦长假的销售气氛增强竹炭炫黑牙刷的知名度，提高竹炭炫黑牙刷的走货量。
- 2、强化新闻竹炭情侣牙刷的品牌形象在目标市场的影响力及地位。新闻品牌目标消费群体的气质、优雅、浪漫、品位。

## 活动内容：

超值买赠，以一支牙刷的价格买两支牙刷。加“量”不加价。利用节日期间给顾客带来超值的优惠。

## 实施步骤：

- 1、11月20日前活动牙刷到位，各分店配备完毕。
- 2、活动期间终端营业员的讲解训练完毕，圣诞节浪漫的氛  
围以送礼的形式在终端给顾客进行讲解，突出竹炭牙刷高档  
的品位。
- 3、以商超dm海报的形式进行宣传。