

# 最新促销活动和营销方案案例(实用9篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。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。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 促销活动和营销方案案例篇一

### 【店铺基本情况】

(1) 店铺介绍：

(2) 店铺情况：

店铺年前日营业额一直在一万以上。但是3月份后因为店铺出现了些小状况一直处于下滑的状态，下滑到现在的1500左右的日营业额。下面可以看的出来3~4月的一个差距。而3月是完完全全是靠自然流量的。4月份还开通了直通车，但是效果一直不是很好。

3月份店铺经营情况：

4月份店铺经营情况：

3月份以前的时候整个店铺的销量完完全全是靠一个奶酪包的商品。但是在3月底整个店铺数据开始在暴跌。我把4个包邮的一个宝贝链接改成一个一个单卖加邮费。后续暴跌的时候因为着急多次修改标题，造成店铺整体数据下滑。发现问题后马上把一切回归以前的样子，但是效果并不大。店铺转化率不错，但是缺少流量。

目前店铺申请的企业店铺金牌卖家这期也成功通过，618大促活动即将到来，为了更快速把店铺流量和营业额提升上来，除了使用各种推广手段之外，我抓住年中大促这个大型活动，提前做好活动策划和店铺预热安排，让店铺曝光，引爆店铺流量！

下面是我针对620xx年中大促给店铺做的店铺活动方案：

一、活动时间：6.7-12(活动准备)6.12-6.17(预热)6.18(活动当天)

二、大促活动内容策划

1. 收藏店铺有礼(五元优惠券)

2. 加入购物车有礼(五元优惠券)

3. 买满包邮(满80包邮)

4. 满减活动：

满100元减10

满200元减25

满300元减50

(提前模拟，确保在活动当天，几种优惠之前不会有冲突)

三、年中大促618之前的准备：

1. 美工配合(6月1号~6月12号之前必须准备好)

a. 预热页面(突出618活动折扣)

b.大促页面(突出活动优惠，仅此一天。)

c.大促后首页(突出卖点，制造出“抢购”的气氛)

d.宝贝详情优化(把优惠券加入宝贝详情，突出宝贝优惠，添加套餐)

e.钻展图(突出活动优惠，和产品的特点)

f.大促售罄图

## 2. 运营配合

a.标题优化，在6月份之前对店铺做诊断。把每一个有问题的地方解决。

b.在618之前通过报活动，淘客，直通，麻吉引流，活动曝光。

c.微淘：

无线端更加适合与消费者去互动。通过微淘插件实现互动功能，比如收藏有礼，导购服务通知，大促款投票预热等。最好有一点神秘感把活动一步步揭开，给买家留一个神秘感。

d.会员专属活动：

作为距离大促最近的一个关键时期，会员的唤醒以及互动是非常重要的事情。这个时候可以借助重点客户电话定向发放会员特权实现客户关怀、短信提醒大促及特惠信息等等。

活动期间在无线页面加入无线会员卡的领取入口。尽量将新客户沉淀下来。

可以增加部分会员专享活动，会员在活动当天可以享受双重

优惠。

#### e.直通车

在活动前两周把直通车上好，把点击率做好。出高价底折扣，快速降低ppc□以最有效的时间来获取最大的收益。

#### f.钻展

提前上好创意图片，挑选流量大的展示位，拉新为主降低老顾客投放力度。增加种子店铺抢夺流量。掌控好时间截点(凌晨0点 上午8点 下午15点 晚上22点)，注意随时关注点击率、投资回报等数据，时时调整优化策略。

### 四、活动维护

#### 1. 618当天

a.当天重点关注直通车和店铺的成交情况。看流量与转化情况,优化直通车,加大有效流量争取更多客户。提前充值直通车以防单天直通车推广经费不足，活动期间流量是最重要的，有了流量，活动也算成功了一半了。

b.一般过完当天0点之后的高峰期，就是下午的第二高峰。再就是晚上的转化高峰。这几段高峰期需要重点关注。

c.为了避免系统的不稳定或销售效果非常不理想或人为过错影响店铺正常运营，要安全相关岗位负责人24小时轮班。

e.客户下单半个小时内通过旺旺和短信进行实时催付。

#### 2. 活动过后：

b.发货上尽快发货，提高买家的满意度。售后问题要处理好，

维护好客户。

猜你感兴趣

共2页，当前第2页12

## 促销活动和营销方案案例篇二

近来，不少朋友问小编如何设计书店促销活动方案？那么，下面请参考小编给大家整理收集的书店促销活动方案模板，供大家阅读参考。

x年即将过去，在岁末年初之际，公司将迎来“元旦、寒假、春节”销售旺季。经公司经理室研究决定，开展主题为“品味书香、愉悦阅读”系列营销活动。由于销售时机的特殊性，公司将几个节日营销合为一体，既融合又独立，使活动有连贯性、条理性、独立性、易操作性，方便各门店开展活动，使新春节日营销活动有声有色，实现吸引人气，提升销售实绩的目的。具体方案如下：

品味书香 愉悦阅读

x年12月31日至x年3月31日

### （一）开展书香迎新“庆元旦”图书展销活动

1、活动期间，凡购书满50元的读者，赠送新华书缘“会员卡”一张。

责任部门：各销售门店

活动时间□x年12月31—x年1月3日

## （二）“畅销图书”回顾展

根据x年度开卷排行榜，选择社科、文艺、科技、生活等类别畅销图书，在中心门店采用集中展示、码垛等方式进行重点陈列、推介。

责任部门：中心门店

活动时间□x年1—3月

## （三）组织“年画、春联”展销活动

春节前夕，各门店在门市主要位置设立“年画、春联”展区，做好年画等展促销工作。

责任部门：各销售门店

活动时间□x年1月20日—2月18日

## （四）组织“春助学读物”大联展

在寒假期间特别是新学期开始阶段，各门店认真组织名优助学读物货源，合理调整卖场布局，扩大陈列面积，强化导购力度，通过优质服务，扩大教辅市场占有率。

在此期间，学生凭学生证、教师凭教师证购文教图书、教育理论图书享受9折优惠。购书满50元读者，赠送会员卡一张。

责任部门：各销售门店

活动时间□x年1—3月

## （五）组织“寒假读书活动推荐图书”营销活动

各销售门店要提前联系了解辖区学校“寒假读书活动”推荐图书布置情况，及时备足货源，确保满足广大学生需求。

责任部门：各销售门店

活动时间：寒假期间

#### （六）南京大学出版社“寒假、春节”童书营销

1、购新课标名著任意二本，送探险类小说《冒险你来定》一本（全套19本任你挑）

2、购《爸爸去哪儿》拼插一本，送价值12.8元的《捕鱼超人》大迷宫一本。（希

望有条件的书店做出拼插成品展样，出版社可以提供样书一套）

3、买“九色鹿”套装，送赛尔号套装书一套。买九色鹿任意三本，送新课标经典

名著一本。

责任部门：货源管理部、各销售门店

活动时间□x年2月1日—3月20日

#### （七）开展“凤凰姐姐讲绘本”活动。

邀请作家、广电媒体主持人、教师、门店优秀营业员等，在中心门店卖场少儿图书区域，为少年儿童读者诵读表演绘本故事；联系相关幼儿园，将“凤凰姐姐讲绘本”活动进延伸到幼儿园，通过共建“读书会”等活动，扩大幼儿图书销售。

（发行分公司负责提供“凤凰姐姐讲绘本”活动专题培训）

责任部门：各销售门店

活动时间□x年2—3月

#### （八）“天天有书双11”特惠促销

活动期间，在中心门店设立“天天有书双11”特惠促销展区，5折优惠销售，回馈读者。

责任部门：中心门店

活动时间□x年1—3月

#### （九）组织开展“南大版”经典名著优惠展销活动

活动期间，在中心门店设立“南大版”经典名著专题展台，7折优惠销售，回馈读者。

责任部门：中心门店

活动时间□x年1—3月

#### （十）春节假期系列营销活动

1、购书“买赠”活动。活动期间，读者凡在中心门店购图书、音像制品满50.00元以上赠会员卡一张、小礼品一份，回馈读者。

2、离、退休读者购书优惠活动。活动期间，离、退休读者凭离休、退休证购生活、医疗保健、养生等类图书，享受9折优惠。

3、少儿礼品图书优惠活动。活动期间，凡购买少儿礼品类图书，享受9折优惠。



责任部门： 中心门店

活动时间□x年2月19日—2月25日

（十一）组织开展春季“阅读考级”、“写字考级”推荐图书营销

各销售门店要根据教育局布置的春季学生阅读考级图书书目，提前备足货源，采取多种措施，做好春季“阅读考级”、“写字考级”推荐图书营销工作。

责任部门： 综合业务部 各销售门店

活动时间□x年2月至3月

（十二）开展“一战到底”知识竞赛、“汉字听写”大赛等活动

寒假期间，组织开展“一战到底”知识竞赛、“汉字听写”大赛活动。此次知识竞赛活动采取读者自愿报名的方式，中心门店在总服务台提前设置报名登记处，安排专人负责。主要对象：小学五年级至初中二年级学生。

责任部门： 办公室、中心门店

（十三）开展“三.八”妇女节营销活动

- 1、超前联系县妇联，推荐适合妇女阅读的图书和相关产品，作为参加县妇联庆祝“三.八”妇女节活动代表的纪念品。
- 2、中心门店安排员工到县妇联庆祝“三.八”妇女节活动现场进行图书设摊供应。

（十四）“凤凰书香动车组”开展服务“六走进”文化惠民

## 活动

利用节假日、学校开学阶段等商机，积极配合地方重要活动，充分发挥“凤凰书香动车组”品牌作用，通过组织开展设摊供应、送文化下乡等多种形式的优质服务，扩大品牌影响，增强服务效能。1月上、中旬，中心门店组织员工分别在县委全委扩大会议、人大、政协“两会”现场设摊服务。

责任部门：各销售门店

活动时间□x年1—3月

### （一）、开展“元旦、春节假期整点”礼品大派送活动

为活跃卖场气氛，拉动销售，中心门店在元旦、春节假期整点时段，对购买图书及相关产品的读者派送小礼品。（每天10时、11时、14时、15时、16时）

责任部门：中心门店

### （二）、举办“元宵佳节猜灯谜、送奖品”活动

元宵佳当天，在中心门店举办有奖猜灯谜活动，精心制作1000条灯谜，难易适度，奖品由县公司提供，以小玩具、文具、音像制品为主，旨在吸引广大读者积极参与并乐在其中。

### （三）、举办“中小小学生书法竞赛”

根据“教育部关于中小学开展书法教育的意见”精神，更好地继承和弘扬中华民族优秀文化，结合书法考级用书发行实际需要，寒假期间在中心门店举办小学生硬笔书法、中学生毛笔书法竞赛及获奖书法作品展活动。邀请书法家协会老师对学生作品进行评选。设置奖项如下：一等奖3个，二等奖5

个，三等奖7个；奖品分别为：100元、80元、50元等价值学习用品或书籍。

（四）、开展文化用品主题展促销活动（详情见活动宣传单）

（五）、电子产品厂家促销

联系电子产品供货方，适时在中心门店广场开展多种形式的促销活动。

（一）、希望各部门高度重视新春营销系列活动的组织、实施工作，一年之际在于春，时光稍纵即逝，要提前做好各项活动的准备事宜。

（二）、各部门要根据本地区实际情况，因地制宜灵活开展各项营销活动。

（三）、各部门要根据公司财务要求，规范做好折扣折让审批手续。

（四）、各部门要做好活动图片资料的收集和活动小结整理工作，建好门店活动台账。

（五）、活动后须认真总结，积累经验，为下次开展营销活动夯实基础。

1. 经典小说“买三本立减8元，买五本立减15元”

我们精心挑选了历年来最畅销的如《傲慢与偏见》、《简爱》、《福尔摩斯探案集1&2》等200个品种，共10000余册的畅销经典读物。并增加了每部作品的版税均逾千万美金之巨的美国畅销书作家：斯蒂芬·金(stephen king)和英国著名女侦探小说家、剧作家，三大推理文学宗师之一的阿加莎·克里斯蒂(agatha christie)的全套系列数百个品种的小说。最具

有代表性的作品有《东方快车谋杀案》和《尼罗河谋杀案》等，集中让利于读者。

书展期间，读者可以任意自由组合购买三本图书，立减8元。任意购买5本图书，立减15元。

## 2. penguin 75周年历年畅销小说大荟萃

企鹅(penguin)公司是英国连恩爵士(sir allen lane)在1935年所创立的。企鹅的logo已经深入每一届莘莘学子的心中。今年又恰逢企鹅公司75周年。我们与企鹅公司一起精选了百余种最畅销的图书，并以75折的方式促销。

## 3. 购书满百元 再赠5元书券一张

凡购书付款金额满100元者，可赠送价值5元赠券。200元赠送10元，以此类推。(赠券仅限于书店1-4楼使用，赠券使用时间□x年8月20日至9月20日)

## 1. taschen 出版社25周年 全球庆典活动

taschen 出版社作为德国专门从事艺术类图书出版发行的公司。在全球出版界的艺术领域起着主导作用。本次书展，我们特别引进了该公司庆祝25周年的约80种特惠版本图书。并以最实惠的价格、最高的品质、最新荟萃的版本，呈现给每位读者。

## 2. 原版油画类&雕塑类图书3折促销

我们精选thames & hudson□taschen等20家国外出版社的历年来最畅销的纯艺术、装置艺术、行为艺术、雕塑、版画、雕刻等类别的图书共计300个品种，全部3折促销。

## 3. 进口建筑&设计类4-5折特惠

500余种原版畅销室外建筑、环艺、会展、标识[ci][vi]产品等进口建筑和设计类图书全部4-5折特惠。

#### 4. 进口小说&幼儿读物5元、10元、15元特惠

500余种经典小说，如：《罗密欧与茱丽叶》、《红楼梦》等畅销书籍都参加本次活动。数量有限，欲购从速。

#### 1. 馆藏图书大荟萃

针对专业的读者、需要专业的市场。本次书展，我们特地从海外引进了针对艺术类图书馆用于馆藏和专业读者用于收藏的一大批为数不多的专业图书。在国内流通市场上，也是不可多得。特别是油画书籍，其印刷的精准度可与原画媲美，共计480个品种。其规模是历届书展最大的一次。

#### 2. 最新的流行小说

以全球的眼光看书展，以全方位的定位来满足书展上每位读者对进口小说的需求。除了对经典和历年来畅销的小说引进外，对最流行的小说。本次，我们也做了大量的删选和引进，以飨读者。

此外，我们还精心准备了sat海外考试书籍、进口工具书、精选了国内工具书、日韩德法西等小语种的读物。

## 促销活动和营销方案案例篇三

众所周知，酷热炎炎夏季是白酒的销售淡季，在这个时候，是选择默默等待淡季来临?还是未雨绸缪将促销进行到底，打一场漂亮的淡季冲锋战?相信贵厂一定会明智的选择后者!

没错，淡季促销销量提升并不大，刚刚过完春节这个销售旺

季，顾客对于白酒的选择免不了有点“审美疲劳”，于是在这个时候，利用好的促销方式、好的促销品，往往能在市场份额上得到较高幅度的提升。

那么，用什么赠品来吸引顾客的眼球呢？我们认为赠品必须从产品的特征、功能和品牌的属性、内涵等多方面进行斟酌，找出与产品本身、品牌诉求有关联性的赠品来赠。同时更要注重赠品带给顾客的价值感和实用性，只有这样，才能够使赠品赠的有效，赠的有“理”。化平庸为神奇，创造独特的赠品魅力。

作为白酒的推荐赠品，我们公司的产品有以下优点：

一、产品知名度高。

“日美”品牌在小五金行业里享负盛名，作为行业的领跑者，我们公司以精益求精的产品质量及优质的服务迅速抢占小五金市场，其中指甲钳占到全国市场的70%以上，赠礼赠名牌，顾客自然感觉物超所值！

二、产品兼具实用性和收藏性。

指甲钳、钥匙扣、多功能小刀、军刀、开瓶器、餐具、美甲套装、手电筒，这些产品体积小，实用性强，且设计精致，富有艺术感，顾客对于这些赠品往往爱不释手。

三、广告载体大。

厂家当然不希望赠品“白送”出去，除了促进顾客购买外还要带来一些广告收益，我们公司可根据酒厂的需要印制贵厂logo增/改包装，利用产品的常用性，强化广告效果。让顾客在日常生活中不知不觉将酒的厂家、品牌、甚至味道铭记于心，进而促进下次购买。

四、价格、款式的多种选择性。

从一块几毛钱的指甲钳到几十元的美容套装，我们公司产品款式繁多，价格有低、中、高三段，全面满足酒厂根据该酒酒的定位选择与之对应的赠品。

## 促销活动和营销方案案例篇四

### 一、活动背景：

圣诞节即将到来，这个舶来品早已被国人认同和接受。圣诞节本身所代表的尽情享受生活、释放生活激情的，引起了大家的广泛共鸣。可以说，圣诞节承载了人们无数的情感，寄托了人们热切的期盼，塑造了快乐生活的典范。那么，如何才能让大家度过一个开心，充满惊喜的圣诞节呢？作为咖啡西餐行业的领头者—画布咖啡，我们首先要营造浓厚的节日氛围，让我们的顾客感受到被节日拥抱的幸福感觉，让新老顾客都永远记得他们在画布咖啡度过了这样一个美妙的圣诞节，永远的`记住画布咖啡！在圣诞节来临之际，笔者(中国餐饮经营)特整理了一份经典实用的咖啡厅圣诞节营销策划方案，具体如下：

### 二、圣诞节活动主题

欢乐无限圣诞节浪漫惊喜在画布

### 三、圣诞节活动目的

- (2) 借助圣诞节的节日氛围来提升营业额，增加利润；
- (3) 把握圣诞节人们加强情感交流的核心提高品牌亲和力；

### 四、圣诞节活动参与人员

新老顾客、家庭客、情侣、单身一族、中青少年、店面全体同仁等

## 五、圣诞节活动时间

\_\_年12月24日—\_\_年12月25日(为期2天)

主题活动：\_\_年12月24、25日18：00——23：00

## 六、圣诞节活动地点

画布咖啡(各加盟店)

订座热线：

地址：

## 七、圣诞节活动具体实施方案表

1) 凡持vip卡到店消费的贵宾，结账时出示vip卡均可获赠—画布咖啡珍藏版礼品杯1份，外场服务人员需做好相关登记工作，由当班领班每天进行审核。

(温馨提示：画布珍藏版礼品杯，如需订购请至少提前7天预订，总部将以快递形式进行供应，预订从速)

2) 凡到店消费的顾客车牌尾号、手机尾号、身份证尾号为1225的顾客，可享受8折优惠，并获赠价值100元的代金券及画布咖啡珍藏版礼品杯2份。

3) 凡到店消费的顾客车牌尾号、手机尾号、身份证尾号为25的顾客，可享受8.8折优惠，并获赠价值50元的代金券及画布咖啡珍藏版礼品杯1份。

## 4、多方宣传



(1)由店长于12月18日前完成宣传彩旗、小气球的布置与筹备工作。

(2)由店长于12月18日前完成宣传水牌1个、易拉宝1个的布置与筹备工作。

活动概况：

1. 活动主题：“泳”闯天涯，酷爽一夏

2. 活动目的：旺季提升业绩

3. 活动时间：\_\_月x日——\_\_月\_\_日

活动形式：

1. 活动工具 销售推“刮刮卡”营销活动

2. 活动内容

运用“销售推”小程序上“刮刮卡”营销活动，客户参与刮奖即可获得优惠券的名额，让客户转发小程序给好友，还可以再获得一次刮奖机会。

奖项设置：

优惠券1：

优惠券2：

优惠券3：

为进一步做大中秋节日经济规模，充分发挥邮政资源优势，提升中秋项目效益，特制订本活动方案。

## 一、 主要思路和发展目标

以提升效益为目标，适度降低营销费用标准，通过提高产品质量和灵活使用营销策略来提升营销效果；充分整合邮政企业内部资源，优势互补，形成竞争合力；优化产品组合，丰富产品线，满足不同层次目标群体需求；实行优惠寄递，扩大“销售+寄递”客户群；通过努力，全市邮政确保完成中秋专项营销活动收入\_\_万元，销售额超千万元。

## 二、 进度安排

1. 项目启动阶段(x月x日-x月x日)：主要包括办理经营许可证、市场调查、确定产品和合作厂家、签订协议、制定活动方案、上年客户排查和公关工作、宣传手册及单页的印制、召开产品推介和订货会等。

2. 营销实施阶段(x月\_\_日-x月\_\_日)：在前期排查和初步公关的基础上，通过目录营销、组合营销等进一步加大力度，提升营销效果，确保活动目标的完成。

3. 结算和总结评比阶段(x月\_\_日-\_\_月\_\_日)：做好中秋专项营销活动账务核对、结算、总结、评比和通报工作，撰写项目评估报告。

## 三、 产品策略

根据市场需求情况，在对全市中秋市场进行调查、了解的基础上，引进两大系列(月饼、快消品(家乡包裹))、近百种子产品，满足商务、政务、福利、馈赠以及个人寄递市场的需求。

1. 月饼系列以中低档(价格在x-\_\_元/盒)为主打，以高档产品为补充(\_\_元/盒以上)，重点引入国内一些知名品牌(华美、利男居、灵山、荣诚)、本地品牌(老周、苏香)。

2. 快消品系列:以富含家乡气息的家乡包裹(盐城本地土特产组合)为主打,引入一些酒类(白酒、红酒)、油类等为补充。

3. 礼品组合系列:根据不同客户需求,将月饼礼盒、家乡包裹礼盒以及邮政其他产品(包括鲜花、邮政礼仪贺卡、世博会门票等)进行组合营销,比如:“月饼礼盒+家乡包裹”、“月饼礼盒+鲜花”、“月饼礼盒+鲜花+礼仪贺卡”、“月饼礼盒(+家乡包裹)+世博会门票(报刊订阅卡或江苏邮政积分卡)”等。

#### 四、宣传策略

结合邮政中秋营销的特点,采取一些切实可行的宣传策略,增强宣传效果,促进营销活动的深入开展。

一是制发推介手册。产品推介手册是目录营销的有效载体和途径。市局近期选择一些主打产品,设计、制作一批精品宣传手册(初定10000册),供营销人员推介使用,提升层次,方便营销。

二是组织召开产品推介和订货会。邀请兄弟局、各县(市)局及市局相关经营单位参加,对现场订货的给予一定幅度的优惠政策,促进销售。

三是在主要网点设立专柜展示,开展免费品尝体验活动。

四是通过窗口流动幕和液晶电视,宣传邮政免费寄递月饼的优势,突出“销售+寄递”模式,扩大散户寄递群。

#### 五、营销策略

1. 邮政中秋营销的目标市场以集团客户为主,以散户寄递为辅。一是企业职工的福利需求和企业、政府类的商务需求;二是一些特殊群体(包括异乡劳务工、学生、军人等)的亲情需求

(主要是窗口销售+寄递)。

对集团客户主要是实施一些产品组合营销策略，以营销人员上门营销推介为主。对散户寄递市场，通过宣传邮政窗口免费寄全国活动来吸引客户购买寄递或自带月饼寄递。

2. 在产品促销方面：一是与行业客户合作，开展节日促销活动。与电信、电力、金融、保险、商场等行业合作，开展节日促销活动，如充值送月饼(礼仪卡)、购物满一定金额送月饼(礼仪卡)，同时可免费寄递，并开放行业用户对其vip客户的月饼赠送寄递。二是通过窗口产品展示和免费寄递促销活动，尤其是在距中秋节前10-20天，加大免费寄递宣传力度，推动散户购买和寄递量的上升。

### 1、活动目的

通过“\_\_红酒x神秘之旅”迎中秋大型抽奖酬宾活动，来拉动红酒销量，提高品牌知名度。

### 2、活动时间：

9月初至9月26号

### 3、活动地点：

各大商超卖场以及娱乐夜场

### 4、活动内容：

买任意一款\_\_红酒产品，即可参加“\_\_红酒x神秘之旅”迎五一大型抽奖酬宾活动，一等奖为免费获得全免“\_\_红酒x神秘之旅”(双人游)优惠卡一张；二等奖为享受三折“\_\_红酒x神秘之旅”(双人游)优惠卡一张；三等奖为享受五折“\_\_红酒x神秘之旅”(双人游)优惠卡；四等奖为享受七折“\_\_红酒x神

秘之旅” (双人游) 优惠卡; 五等奖为享受九折 “\_\_红酒x神秘之旅” (多人游) 优惠卡。采取分批抽奖的方式, 五天抽取一次。

## 5、活动构思:

五一节期间, 七天长假正是旅游消费的黄金时节。对于处于淡季中的红酒销售来说, 这可能是一个销售的高潮。为此, 我们把市场推广活动同黄金周旅游结合在一起, 推出 “\_\_红酒x神秘之旅” 迎五一大型抽奖酬宾活动, 来刺激消费者购买\_\_红酒。此方法还可以用于四月份对k/a终端服务员的销售促进奖励。

## 6、活动策略:

实际上 “\_\_红酒x神秘之旅” 活动, 由我们自己来组团, 利用公司总部在云南的优势, 这样一来, 成本费用便大大降低, 可以让更多的人参加进来, 扩大活动轰动效果。旅游路线为长沙\_\_红酒酒庄。弥勒县(参观\_\_红酒种植园及生产线)\_\_昆明\_\_长沙, 共计三天两晚。通过与某旅行社挂靠(名义上是该旅行社和我们联合促销,) 开辟这条旅游线路, 然后从某大学招聘两名旅游专业的学生做我们的兼职导游即可。

## 7、宣传策略

云南引人入胜的风土人情对旅游者来说有着相当大的吸引力, 我们的前期宣传工作中, 故意不告之具体的出行线路。调足消费者的胃口(神秘之旅之神秘所在)。宣传中特别强调此次活动中奖面大, 甚至优惠卡不限本人使用, 凡中奖者可以免费获得九折优惠的增补名额, 极大的刺激消费者的博、彩心理。

媒体投放□tv□fm□报纸、卖场pop等

## 8、实施要点

有效控制中奖面，确定旅游团的大约人数。

获得总公司/弥勒县旅游局的支持，（新兴的农业生态旅游和红酒文化旅游有可能成为弥勒县新的经济增长点）

预定招待所/酒店及火车票。

一路上举行相应的小型活动，让团员们心情愉悦。如果他们旅游愉快满意，那么他们将是\_\_红酒重要的口碑传播者。（因为他们是\_\_红酒酒庄的亲历者）

### 一、背景分析：

20\_\_年至20\_\_年，库区惟一主流媒体三峡都市报已经连续四年成功举办了8届三峡库区大型车展，规模一次比一次大，影响力一次比一次高。

### 二、活动主题：

汽车消费生活玩乐

### 三、组织机构：

主办单位：\_\_报社

执行单位：\_\_公司

### 四、活动时间：

\_\_月\_\_日——\_\_月\_\_日

### 五、大赛目的：

扩大库区各大汽车品牌的知名度和美誉度，丰富线上活动。

六、评选方式：

—X

七、奖品设置：

—X

八、参与方式：

5千元/年/家

九、合作回报：

2、全年365天为汽车经销商无限量提供资讯发布、活动发布等信息；

4、经销商促销车型进入“车行三峡”微小店进行展示销售；

5、参加三峡都市报举办的春秋两季三峡库区汽车消费展，每个车位优惠100.00元；

6、三峡都市报车行三峡组织的自驾活动优先考虑经销商参与介入；

7、三峡都市报车行三峡组织的公益活动优先与经销商合作；

## **促销活动和营销方案案例篇五**

1、开业宣传dm单(1000张)

发布内容：

a□有关\_\_餐厅开张信息

b□有关\_\_餐厅开业酬宾优惠活动

c□有关\_\_餐厅场地及产品的图片展示

摆放在现场由顾客自由取阅；员工在周边(商业街及居民区)发放

发放日期：开业前10天

## 2、现场广告横幅

发布内容：\_\_餐厅、盛大试业!特惠酬宾!

## 3、宣传海报(墙体喷绘)

发布内容：\_\_餐厅开张信息;特色产品图片展示;

## 4、门头广告

展示品牌logo□指引客源进入;

## 5、互联网及微端广告(预计每周一期)

发布内容：\_\_餐厅开张信息;特色产品图片展示;\_\_餐厅品牌文化信息;

## 二、后期广告宣传(pop广告、互联网及微端广告)

品牌文化及特色菜品介绍



发布内容：

a□品牌文字、图片介绍

b□特色菜图片展示及文字说明

c□特色菜的原材料、烹饪方法、营养成份介绍

d□优惠及后续升级介绍

三、开业酬宾活动内容

a□开业酬宾期间，凡用餐客人，每桌赠送餐前开胃小菜2份；  
免费啤酒畅饮；

b□开业酬宾期间，凡用餐满200元；免费赠送特色菜品一份；

c□开业酬宾期间，凡微信转发广告并集赞满30，免费赠送特色菜品一份；

d□上述优惠可并用也可分阶段单独使用。

## 促销活动和营销方案案例篇六

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。

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。

#### （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

## （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。

## 促销活动和营销方案案例篇七

，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑，价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

二, 活动时间: 9 月 20 日——10 月 8 日

7 号就结束了国庆长假, 而中秋送礼, 吃团圆饭更是在 6 号之前的事, 所以此次活动的 时间定为以上的时间.

三, 活动主题: “同喜同贺中秋国庆, 同欢同乐精彩华联”

四, 活动内容: 中秋篇: “欢乐中秋, 情浓意浓” “欢乐在华联, 情浓意更浓”

1, 中秋美食节——月饼展结合美食节举办 “名月贺中秋——名牌月饼大联展” 集中推出名牌月饼厂家各具特色, , 口味各异的新款月饼.

2, 滋补保健品节 中秋节历来就是保健品的销售旺季, 尤其是经过近几年保健品广告大规模 “送礼送健康” 的宣传, 中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多, 从另一方面看, 由于保健品具有相当 丰厚的利润空间, 故而供应商无论是在促销, 还是在配合上力度都是应该相当大的. , 因此, 充分整合各保健品厂家的中秋促销活动, 开展一届滋补保健品节, 一方面可以有效降低促销 成本, 另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售.

3, 名酒名特产荟萃展 中秋节本来就是酒的销售旺季, 再加之国庆婚宴高峰, 酒的消费潜力相当大, 因此通过 开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售额的增长. (烟不让做活动, 我们可以用烟, 酒, 保健品等做成礼篮, 再降价销售, 便可以避免.

) 4, “华联送情意, 中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满 200 元, 即送精美礼品一份.

(礼品建议为红酒, 打火机 等时尚物品) 五, 活动配合: 采购

处: 与供应商洽谈活动, 赠品的相关适宜. 营运处: 场地, 地堆

的提供. 企划处: 场地的布置, dm 的制作与发放, 活动的监督

执行.

一, 给商品定位. miss shot 零售的化妆品消费群体集中在中青年, 这一部分人对于爱美的渴望是非常强烈的, 18 到 25 岁的消费者大多喜欢日韩 产品, 对于价格虽然敏感, 但冲动大于理性, 上个季度彩妆的销量大过护肤产品! 但现在越销售出现滑坡, 我认为应该吧重点放在护肤品上面, 马上进入夏季, 护 肤产品的需求量开始上升! 所以我觉得应该吧护肤产品作为重点! 把消费群体定位在 18 到 28 间!

二, 我所提供的促销手段. 见的多的无非就是产品做特价, 加钱增购产 品, 有买有送, 品牌享受折扣, 周末定时限时抢购, 和空瓶抵现换购等等.

方案一: 产品特价促销 可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品, 作为优惠来招吸引 费者, 之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度, 产品的质量, 让大家能 够一眼看出本公司做出的让利是真实的! 认知度不够的产品最好不做特价, 因 为认知度的关系 不会有很大的吸引力!

方案二: 品牌折扣 正对消费者对品牌的信赖, 挑选某品牌的全部商品在促销期间做出打折 的优惠, 销售. 聚集人气是必然的, 这就是目的, 提高消费者进店率. 员工可在 品牌打折期间做出专业销售, 将消费者的目光带向本店的未打折商品上! 提高销售利润!

方案三: 有买有送 消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品: (如买某品牌两款任何产品送一支护手霜; 买三款送一支护手霜加一个面贴膜; 或是买满多少金额送一支护手霜等等方式). 赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠 品为佳, 针对中高端消费者可以赠送丝巾, 手袋等等时尚用品! 以及消费就送湿 纸巾!

方案四: 加钱增购产品 加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种 产品, 增购产品要具有一定的实用性与吸引力度, 增购金额要根据换购产品的成 本来

定。(如买满化妆品 300 元+10 元可获得价值 50 元保湿霜一瓶。)

方案五:周末限时抢购 限时抢购,在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购,以较低价格出售的促销活动.在价格和原价要有一定差距,才能达到抢购效果.限时抢购的目的,是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会.同时通过时间段的控制可以控制客流.

方案六:空瓶抵现 季节更替,消费者开始准备购买新产品了,而空瓶刚好抵现金来购买化妆品,以实现空瓶的价值,促使顾客消费的一种手段.(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时,抵现金五元或十元,抵现金的额度需要进行成本和利润的核算);要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金. 要提升消费者的入店率,我们还可以对消费者开展免费化妆,免费咨询,抽奖活动,更好地吸引消费者,配合店内促销活动,达到促销目的. 促销活动在市场上不凡其多。

## 促销活动和营销方案案例篇八

情迷中秋月——大型灯谜活动

9/8—9/12

商场一楼中厅

(一) 活动细则:

1、活动期内,凡在本商场购物单张小票金额满50元(含50元以上),即可参加猜灯谜活动;猜中者可获得本商场赠送的精美礼品一份,一张小票限领一份奖品。

2、每天送出奖品200份,数量有限,送完即止。

3、顾客凭有效的销售小票先到一楼中厅兑奖处核实参加活动资格，再到谜语悬挂处选择谜语。

4、每张谜面编号（1至200号），顾客记住谜面编号或取下谜面，到中厅兑奖处，向工作人员报出谜语编号及答案，最多限猜三次，仍猜不中者将取消兑奖资格；如猜中正确答案者，在登记表上签名确认后，即可领取精美礼品一份。

5、猜中者在获得奖品后，工作人员将后备的谜语替换原来猜中的谜语，以便后面的顾客猜谜。（采取这种方式即可增加活动的趣味性及参与性，又能减少工作人员的工作量）

6、营运部安排3名工作人员专门负责兑奖工作，核对顾客小票是否符合猜谜条件，顾客猜中后，认真填写“赠品领取登记表”，请顾客签名后，方可发放奖品；并在顾客的销售小票及电脑小票上加盖活动专用章，避免重复领奖。

## （二）活动配合：

1、营运部：安排兑奖工作人员3名，其中指定组长1名，并负责活动期间场内突发事件处理。

2、防损部：活动现场秩序维护及奖品、物品防盗。

3、策划部：活动方案及相关文稿撰写、指导中厅布置及活动气氛营造、谜语资料收集、奖品准备、活动全程跟踪。

4、物管部：中厅及活动现场布置。

5、服务台：作好顾客咨询工作。

6、其他部门：协助谜语书写及活动相关物料准备。

## （三）现场物料及人员分工：



兑奖小组人员安排及培训、场内突发事件处理营运活动全程  
中厅及活动现场布置及兑奖台摆放物管9月21日21点前  
活动现场秩序维护及奖品、物品防盗防损活动前及活动期间  
协助谜语书写及活动相关物料准备行政及其他活动全程

## 促销活动和营销方案案例篇九

档期:2月9日至2月18日

主题:鼠年旺财欢乐送

活动时间:2月10日~2月14日

活动内容:活动期间,在本超市一次性购物满一定金额的顾客,  
凭当日单张收银条可获赠超值炫礼!

满48元送吉祥春联1幅或鲜鸡蛋1盒;

满88元送2.5l饮料1瓶

满128元送芦柑礼盒1件

温馨提示——单张满额收银条仅限领取一样赠品;参与本活动的  
顾客将不再参与本店同期的其它促销活动。

活动时间:2月14日

活动内容:活动当天,在本超市购物(不限金额多少)的情侣,  
可获得“真情玫瑰”一支,共送出999支玫瑰,愿有情人终成  
眷属!(玫瑰有限,送完即止)

活动时间:2月18日

活动内容:活动当天,在本超市一次性购物68元的顾客,可获得“开门见喜”红包一个。红包奖品包括1元、2元、5元、100元人民币或其他礼品,保证100%有奖。

温馨提示——单张满额收银条仅限赠送1个红包。

dm快讯规划p封——主题:吉祥富贵贺新岁+3支礼盒单品;

p2+p3——主题:红火大年,礼尚往来

白酒礼盒、红酒礼盒、保健酒礼盒、大礼包、盒装饼干、冲调礼盒30支单品

p4——主题:新年倍旺,身体倍棒

保健品礼盒、茶叶礼盒、蜂蜜礼盒、冲调食品15支单品

p5——主题:休闲美味过大年+心醉情人节

休闲包装食品(饼干、膨化、威化、蜜饯、熟食)12支单品

巧克力、咖啡、果冻、单支红酒、果酒6支单品

p6+p7——主题:休闲美味过大年

休闲包装、散装年节食品(瓜子、花生、开心果、果浦、糖果、果冻)30支单品

p8——主题:新年,更多呵护

个人清洁护理用品(含卫生棉)15支单品