

# 促销策划案的 促销活动策划方案(实用10篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 促销策划案的篇一

### 一、活动背景：

在产品生产标准化的今天，产品的生产工艺、流程及营养价值是备受关注的话题。针对这一现实，结合销售淡季的的来临，特通过此次参观活动，让老顾客走进企业感受产品的生产过程。

### 二、活动主题：

让泽州红的生产展现在“您”的眼前。

### 三、活动目的及意义：

通过老顾客实地参观，让他们更好的了解泽州红的酿造过程、生产工艺和原料基地的具体情况，让客户认识到产品的品质和营养价值，起到一个老顾客宣传带动效果。

### 四、主办单位：

\_\_集团商贸公司

### 五、活动对象：

20\_\_至20\_\_年度的大客户

六、 活动时间：

20\_\_年4月20日至25日之间(具体时间与老客户沟通、厂家商定后进一步明确)

七、 活动地点：

泽州红生产区和原料基地

八、 活动内容：

(一)前期准备

- 1、活动准备：由商贸公司及相关部门人员召开讨论会并制定详细活动方案，适时进行修改补充，明确个人责任分工，安排下一步活动工作。
- 2、联系厂方：在确认详细活动方案后，商贸公司负责人与厂方负责人联系沟通并却得厂方的同意。
- 3、经费确定：在确定厂方同意后，由具体负责人对本次活动经费的申请，争取厂家的经济赞助，并做好统计、落实工作，确保账目清晰。
- 4、参观人员的确定：由商贸公司指定专人联系圈定的老顾客，并落实能否参加，确定人数、名单、联系方式等一些细节性问题。
- 5、车辆的安排：由活动具体负责人具体安排好车辆，并与司机约定好人数、时间、地点、路线，租车需签订协议应及时签订(附带安全条款)。
- 6、考察落实：以上工作确定后，由具体负责人进行活动前的

工厂考察工作，并与厂方负责人协商厂内各参观流程，制定详细活动预案与活动参观日期。

7、落实工作：名单确定后，各方面负责人进行活动前最后责任落实工作，内部开会制定详细的活动应急预案，准备好相关物品如相机、急救箱等，做好应对突发事件的准备工作，确保活动顺利进行。

## (二)活动开展

1、集合出发：活动当天早8:30整，全体参与活动人员在集合，由具体负责人进行点名，落实人数并强调活动纪律与要求，集合完毕后，由具体负责人带队坐车出发。

2、到达途中：出发途中，由具体负责人负责维持途中纪律与安全工作，保护自身及队友人身财物安全，按事先制定的路线，保障团体能顺利到参观电厂。

4、开始参观：活动时间结束负责人员组织人员集合，集合确认人员后，由厂方具体负责人介绍参观的具体流程，强调参观时的注意事项与要求，介绍结束后由具体负责人组织人员在厂方负责人的带领下按活动前制定的方案进行各环节参观活动，同时相关责任人员随时做好拍照等信息收集工作。

5、参观结束：在参观结束后，由具体负责人组织全体成员在指定地点集合点名，确认人数后与厂方负责人等合影留念。

6、安全返程：参观活动结束后，由具体负责人强调返回途中纪律与安全，乘车按原路返回，返回途中严格按照活动计划进行。

## (三)活动后期

1、活动结束：安全返程后，由具体负责人进行点名，确认人

员安全返回后宣布人员解散。

2、总结会议：参观人员解散后，商贸公司组织召开内部总结会议，落实总结工作，明确活动得失，并指定专人撰写活动总结。

3、信息反馈：认真做好参观后老顾客的反馈信息记录，以便我们在以后工作中参考。

九、经费预算：(另行安排)

十、活动要求及注意事项：

4、将活动进展中有价值的点点滴滴随时记录，在活动完成后按时反馈活动情况；

5、严格控制经费预算，尽量节约；

6、做好应对突发情况的准备。

促销活动策划方案2

一、活动背景

今年的国庆节期间我公司进军湖南市场，为了顺利进军湖南市场。以节约成本为原则，达到预期的促销效应，推出系列促销活动，同时以相应公关活动同期推广，抓住“国庆黄金周”，吸引更多消费群体，提升营业额，提高市场占有率。我们活动期间的口号是：诚信铸就、二十辉煌；众店齐庆、礼礼聚到。因国庆节与中秋节重合，国庆期间又是我公司的\_\_周年店庆，进入新的环境，面对竞争，我公司话费大血本进行宣传，但是不能做太大的折扣让利活动，因为要控制好活动成本，全力以赴做好店庆。

## 二、活动目标

(一)基本目标:我们计划在国庆节期间推出以提高美誉知名度为主，买赠打折等较轻的促销活动，国庆期间活动要大，则主要以打折、赠券为主。提高在湖南消费者心中的知名度与美誉度。

(二)营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度，拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润。

(三)长期目标：提高销售额，扩大市场占有率，最终实现经济效益和社会效益的统一。

## 三、时间地点

国庆节活动时间：

## 四、活动主题

### (一)欢度国庆 快乐无极限

欢度国庆，快乐无极限，活动期间，健康食品类商品全场85折起，维护护肤品萃、雅护肤品、植物个人护肤品、帮得佳居用品，享优乐养生用品9折起。

(明示商品不参加活动，会员卡正常积分)

### (二)中秋(国庆)团圆夜，欢乐健康送

国庆节活动期间，在新世纪购物广场、步步高超市购物，当日单票满额即可

到总服务台领取礼品：

购物满298元以上(含298元)，送无极限余甘清润含片1包

(限前2000名)

购物满488元以上(含498元)，送无极限润和津露或维雅保湿洁面乳一盒(限前1000名)

购物满698元以上(含698元)，送无极限钙片一盒(限前500名) 团购不参加活动。

## 五、活动详情

### (一) 开心购物满就送：

9月19日(中秋)单张小票满500送维雅滋润柔肤水一份;(单张消费超过500元，以500元计，每人限领一份。)

10月1日-10日满500元送植雅洗手液一份，满1000元送维雅倍护防晒霜一份(电脑小票当日有效)。

### (二) 会员特享十倍积分：

9月30日至10月10日，凡持有本店vip卡的顾客，消费可享受相当于平时普通积分的十倍积分，具体积分规则参照前台的“vip积分办法与规则”。

### (三) 便捷到店礼，打的送10元：

9月30日至10月2日，每天前100名顾客凭当天购物小票和的士票到总台，即送送10元现金券。

### (四) 一字千金——悬赏“缉拿”好创意：

9月30至10月10日，如果您对我们商场广告宣传语有任何的好点子、好建议，请把它写下来交至一楼总服务台，所有参与者均可获赠精美礼品一份;最佳创意，给予1000元(现金券)的

奖励，并于10月23日张榜公布，其余可酌情奖励(如200、500、800元现金券)。(五)同生庆：

凡在9月19日出生(年龄不限)的顾客凭身份证原件及复印件，可获精美纪念品一份。

(六)好运连环中：

凡9月30日至10月10日期间在本店消费的顾客，凭电脑小票可参加9月30日至10月10日的抽奖活动，一等奖10名，维雅保湿活肤水一盒，二等奖20名无极限红果清露一盒，三等奖50名植雅沐浴露一盒，四等奖150名植雅儿童牙膏一盒，参与奖若干，百分百中奖，百分百好运！

(七)正点大抽奖：

9月19日、10月1日，顾客凭电脑小票领取抽奖券投入抽奖箱内，每小时抽出一名全额返还奖。即：11：00，12：00，13：00，14：00，15：00，16：00，17：00，18：00，19：00，20：00各开奖一次，每天共产生全额返还10名，以现金券形式返还(最高返还5000元，税费自理)，中奖者请在1小时内兑奖(即11点抽中的顾客请于11：59分之前兑奖)，过时作废。

中奖情况将在门前海报公布及店内广播滚动播出，请参与活动的顾客随时留意！

(八)新人购物一送婚纱套照：

9月1日至10月7日在本店消费满10000元的新人，送5888元全免豪华欧陆风情婚纱套照，满5000送2888元全免“浪漫一生”婚纱套照，满3000送888元全免“两情相悦”婚纱套照，另有300-500元抵用券若干(全免套照数量有限，送完即止)。

(九)购物之星大“钻”送：

以2万元为基准(即获奖者购物总额必须在2万元以上), 9月19日至10月10日累计购物金额第一名送10000元钻饰, 第二/三者名5000元钻饰, 第四至第十名送1000元首饰。

(十)1元“抢”名牌:

9月19日、10月1日购满100元的前300名顾客, 可用1元购买价值50—100的超值知名品牌商品。

六、广告预算

七、人员安排

本次活动由商场按照方案自行操作, 为保障此次活动的顺利进行, 针对活动执行过程中的几个细节, 需要由专人负责:

1. 传单派发人员: 活动期间每天在营业时间活动现场人流量最大的通道派发传单, 特别是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, 并穿有明显标志的公司服装。

2. 抽奖活动管理人员: 为保证抽奖活动的有序进行, 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, 影响品牌形象。

3. 活动检查人员: 活动执行期间, 各区派出人员进行活动检查, 如发现商场在操作上的一些偏差行为进行即刻调整, 保证活动同步进行。

促销活动策划方案3

一、活动目的:

市场现状如何?活动的目的是什么?是只有目的明确, 才能使活动有的放矢。

## 二、活动对象：

目标市场的特定群体?活动控制的范围大小?促销的主要目标?促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

## 三、活动主题：

在这一部分，主要是解决两个问题：

### 1、确定活动主题

### 2、包装活动主题

这部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新、有震撼力和唯一性。

## 四、活动方式：

阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

### 1、确定伙伴：

### 2、确定刺激程度：

## 五、活动时间和地点：

## 六、广告配合方式：

选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

## 七、前期准备：

前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、应急方案

关键要做到：人有人事做，事有人管。

八、中期操作：

中期操作主要是活动现场控制。

关键要做到：

井井有条，忙而不乱。

九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？

十、费用预算：

费用投入和产出应作出预算。

十一、意外防范：

对各个可能出现的意外事件做应急准备。

十二、效果预估：

预测这次活动会达到什么样的效果，总结成功点和失败点。

以上十二个步骤是促销活动方案的一个框架，在实际操作中可根据实际情况调整，创新优化，以实现最佳效益。

## 促销活动策划方案4

### 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。

## 促销策划案的篇二

xxx一年24期常规促销活动，形式非常独有，与其他零售店的方式完全不一样。能让都市时尚白领一族以逛xxx商店为乐趣，并在购物后仍然津津乐道。但由于现今化妆品零售行业中莎莎，万宁，都有自有品牌。各消费者根据年龄收入不同而去购买不同产品□xxx正面临着前所未有的竞争压力，只有通过不断新颖的促销来抓住消费者的心。

### 一)活动名称

- 1、春之缤纷
- 2、清凉购物
- 3、秋之野性
- 4、冬日减价

- 1、提升xxx销售量，加大分销力度;
- 2、提升知名度，激发犹豫徘徊消费者的购买欲望;

3、有效打击竞争对手，完成季度销售量；

4、增强产品信心，振作员工士气。

### 三) 计划主题

“持之以恒” 四季促销

### 四) 计划内容

#### 1、春之缤纷

这期促销活动一般安排在春节过后的2-4月份，整个促销以绿意浓浓的春天为主题，以展示春色时尚用品为主。xxx的店铺在本期促销期间，布置的一片绿色，宣传牌、pop、物价牌、色条、还有促销商品都是以春色为主，“炫色春时尚”展示春天时尚用品；“三月浓情关爱女性”展示绿色女性用品为主；“唤醒春之容颜”提供大量春天彩妆系列；“逍遥享春风”推荐系列清醒系列用品，有空气清新用品，有带有薄荷清新气味的用品；“春节健康心选”提供系列有益的保健食品。

#### 2、清凉购物

这期促销活动在5-7月份，会以两个主题为核心，第一是xxx自有品牌商品全线八折，店铺会换上所有自有品牌全线八折的宣传标识，促销力度非常大，常用的商品都会多购买一些；第二是夏季的应季商品促销，以“绽放身体的魅力”为主题，推出大量清凉的护肤产品，护齿用品，渲染“炎炎夏日，清凉购物”感觉。

#### 3、秋之野性

这是针对10月份至11月份秋天气候干燥，主推秋季滋润护肤系列商品为主，包括“秋季护肤易”、“健康新动

力”、“秋之魅力”、“万圣节之夜”、“护齿小百科”、“贴身温柔享”、“天天新欲望”等等。针对秋天的还有另外一个主题是“秋之野性”，推出众多秋季应季时尚潮流物品，充分体现时尚潮流魅力。

#### 4、冬日减价

在每年的12月至次年1月份□xxx举行以冬日产品为主题的促销活动，这个促销活动商品从两个方面做主题，一是针对冬日应季商品促销，展示大量冬季特价商品，“冬季护肤系列”是其中非常重要的主题；第二是根据公司部分积压的商品做一个年终清仓，大幅度折价销售。

完成销售目标，促销期间销售额比之前翻上2成。

费用预计：控制在10000元内

### 促销策划案的篇三

#### 一、 活动目的：

值3.15销售旺季，以寻找\_\_老用户为噱头，彰显\_\_集成灶行业领袖品牌、市场销售量最高的优势，同时巩固老用户的品牌忠诚度，加大口碑宣传，刺激销售大幅提升！

#### 二、 活动主题：

寻找\_\_老用户，亲情服务送身边 ——感恩用户，激情好礼，温暖服务！

#### 三、 活动时间：

20\_\_年3月1日——3月15日

## 四、活动内容：

寻亲启示——亲，您在哪里？自从您和\_\_结缘，我们一直关心您！\_\_集成灶，\_\_寻亲开始啦！寻找\_\_老用户，亲情服务送身边！

### 1、亲情送：“回家”有礼

在活动期间，老用户“回家”亲临\_\_集成灶专卖店，凭有效购买凭证登记，即赠送精美礼品一份！

### 2、感恩送：亲情服务

在活动期间，老用户“回家”亲临\_\_集成灶专卖店，凭有效购买凭证登记后，还可获赠半年内免费亲情保养服务一次！

### 3、惊喜送：用户大使

在活动期间，老用户“回家”亲临\_\_集成灶专卖店，根据提供的有效购买凭证，属本店最老的3名用户，还可荣获“用户大使”称号，并赠送荣誉证书和价值388元的\_\_精美不锈钢果汁机一台！再次购买时，还可尊享“用户大使”特别优惠！

(各经销商可根据当地市场情况，调整奖励名额和幅度)

### 4、买再送：超值礼包

在活动期间，老用户“回家”亲临\_\_集成灶专卖店，再次购买或带来朋友购买\_\_集成灶的，赠送价值199元的\_\_高级精铁炒锅一个 + 价值199元的\_\_高级不锈钢蒸锅一套+价值388元的\_\_精美不锈钢果汁机一台！

### 5、幸运送：幸运大抽奖

在活动期间，凡付全款购买\_\_集成灶的，还可额外参加“幸

运大转盘”活动，幸运转转转，更有机会赢取\_\_集成灶鸿运大奖！

一等奖： 鸿运大奖，1名——直接返现金红包20\_\_元！

二等奖： 幸运大奖，2名——奖励\_\_精致不锈钢双水槽+铜质龙头一套！

三等奖： 幸福大奖，3名——奖励\_\_精美不锈钢果汁机一台！

四等奖： 吉祥大奖，10名——奖励\_\_精致不锈钢蒸锅一只！

## 促销策划案的篇四

理想由玉实现，美丽从小开始

### 二、活动时间

6月1日~6月7日

### 三、活动地点

某某专卖店，当地大型的儿童娱乐场所

### 四、活动准备

- 1、门口显眼处用汽球围摆成"6o1"图案，可以用作赠送；
- 2、划定陈列区为主要陈列”科场及第产品”和”六月新品”，并作特别推介；
- 3、活动期间不断播放儿童歌碟；
- 4、5月31日晚，各店铺在节前将场地布置完毕并召开促销动

员会；

5、各店铺可设立内部激励方案。

## 五、活动内容

1、活动期间只要在本专营店一次性购买达到100元的，加一元即可的到相应的儿童玩具或者“儿童系列”的玉饰挂件一个。

2、凡本市在校生，并学生证对于玛瑙等玉饰品可享受5.8折优惠。

3、准备可爆气球，内置彩色花瓣或彩纸和中奖卡，在店内空地或店门口或人流聚集区放飞气球。当气球升到一定高度爆炸或从高空(二楼)撒下后在空中爆炸(或是让非可爆气球从高空下落由观众捡到后自行拍破)，气球中在空中爆出彩色花瓣和彩纸，装点活动气氛，观众从气球中取出中奖卡(每个气球都有奖)，之后到专营店兑换奖品。

## 六、活动控制

1、在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录。

2、活动后期将以上数据及媒体投放频次、专营店反馈意见等收集至总部做好活动评估、总结，以便做得更好。

## 七、活动评估

该活动摒弃了以往节庆日里所固有的、单一的促销模式，而以新颖、独特促销方式，迎合了消费者(儿童及其父母)的心理需求，真正意义上体现了以短、平、快的活动形式。活动以较少的活动成本，限度的满足专营店对经济效益的追求目标，并形成了社会各消费群体对其的好评，达到策划和实施

该活动方案时所预期的实际经济效果。

## 促销策划案的篇五

### 一、活动背景：

在产品生产标准化的今天，产品的生产工艺、流程及营养价值是备受关注的话题。针对这一现实，结合销售淡季的的来临，特通过此次参观活动，让老顾客走进企业感受产品的生产过程。

### 二、活动主题：

让泽州红的生产展现在“您”的眼前。

### 三、活动目的及意义：

通过老顾客实地参观，让他们更好的了解泽州红的酿造过程、生产工艺和原料基地的具体情况，让客户认识到产品的品质和营养价值，起到一个老顾客宣传带动效果。

### 四、主办单位：

\_\_集团商贸公司

### 五、活动对象：

20\_\_至20\_\_年度的大客户

### 六、活动时间：

20\_\_年4月20日至25日之间(具体时间与老客户沟通、厂家商定后进一步明确)

## 七、活动地点：

泽州红生产区和原料基地

## 八、活动内容：

### (一)前期准备

- 1、活动准备：由商贸公司及相关部门人员召开讨论会并制定详细活动方案，适时进行修改补充，明确个人责任分工，安排下一步活动工作。
- 2、联系厂方：在确认详细活动方案后，商贸公司负责人与厂方负责人联系沟通并却得厂方的同意。
- 3、经费确定：在确定厂方同意后，由具体负责人对本次活动经费的申请，争取厂家的经济赞助，并做好统计、落实工作，确保账目清晰。
- 4、参观人员的确定：由商贸公司指定专人联系圈定的老顾客，并落实能否参加，确定人数、名单、联系方式等一些细节性问题。
- 5、车辆的安排：由活动具体负责人具体安排好车辆，并与司机约定好人数、时间、地点、路线，租车需签订协议应及时签订(附带安全条款)。
- 6、考察落实：以上工作确定后，由具体负责人进行活动前的工厂考察工作，并与厂方负责人协商厂内各参观流程，制定详细活动预案与活动参观日期。
- 7、落实工作：名单确定后，各方面负责人进行活动前最后责任落实工作，内部开会制定详细的活动应急预案，准备好相关物品如相机、急救箱等，做好应对突发事件的准备工作，

确保活动顺利进行。

## (二)活动开展

1、集合出发：活动当天早8:30整，全体参与活动人员在集合，由具体负责人进行点名，落实人数并强调活动纪律与要求，集合完毕后，由具体负责人带队坐车出发。

2、到达途中：出发途中，由具体负责人负责维持途中纪律与安全工作，保护自身及队友人身财物安全，按事先制定的路线，保障团体能顺利到参观电厂。

4、开始参观：活动时间结束负责人员组织人员集合，集合确认人员后，由厂方具体负责人介绍参观的具体流程，强调参观时的注意事项与要求，介绍结束后由具体负责人组织人员在厂方负责人的带领下按活动前制定的方案进行各环节参观活动，同时相关责任人员随时做好拍照等信息收集工作。

5、参观结束：在参观结束后，由具体负责人组织全体成员在指定地点集合点名，确认人数后与厂方负责人等合影留念。

6、安全返程：参观活动结束后，由具体负责人强调返回途中纪律与安全，乘车按原路返回，返回途中严格按照活动计划进行。

## (三)活动后期

1、活动结束：安全返程后，由具体负责人进行点名，确认人员安全返回后宣布人员解散。

2、总结会议：参观人员解散后，商贸公司组织召开内部总

结会议，落实总结工作，明确活动得失，并指定专人撰写活动总结。

3、信息反馈：认真做好参观后老顾客的反馈信息记录，以便我们在以后工作中参考。

九、经费预算：(另行安排)

十、活动要求及注意事项：

4、将活动进展中有价值的点点滴滴随时记录，在活动完成后按时反馈活动情况；

5、严格控制经费预算，尽量节约；

6、做好应对突发情况的准备。

## 一、活动背景

今年的国庆节期间我公司进军湖南市场，为了顺利进军湖南市场。以节约成本为原则，达到预期的促销效应，推出系列促销活动，同时以相应公关活动同期推广，抓住“国庆黄金周”，吸引更多消费群体，提升营业额，提高市场占有率。我们活动期间的口号是：诚信铸就、二十辉煌；众店齐庆、礼礼聚到。因国庆节与中秋节重合，国庆期间又是我公司的\_\_周年店庆，进入新的环境，面对竞争，我公司话费大血本进行进行宣传，但是不能做太大的折扣让利活动，因为要控制好活动成本，全力以赴做好店庆。

## 二、活动目标

(一)基本目标：我们计划在国庆节期间推出以提高美誉知名度为主，买赠打折等较轻的促销活动，国庆期间活动要大，则主要以打折、赠券为主。提高在湖南消费者心中的知名度与美誉度。

(二)营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度，拉动

销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润。

(三)长期目标：提高销售额，扩大市场占有率，最终实现经济效益和社会效益的统一。

### 三、时间地点

国庆节活动时间：

### 四、活动主题

#### (一)欢度国庆 快乐无极限

欢度国庆，快乐无极限，活动期间，健康食品类商品全场85折起，维护护肤品萃、雅护肤品、植物个人护肤品、帮得佳居用品，享优乐养生用品9折起。

(明示商品不参加活动的，会员卡正常积分)

#### (二)中秋(国庆)团圆夜，欢乐健康送

国庆节活动期间，在新世纪购物广场、步步高超市购物，当日单票满额即可

到总服务台领取礼品：

购物满298元以上(含298元)，送无极限余甘清润含片1包(限前2000名)

购物满488元以上(含498元)，送无极限润和津露或维雅保湿洁面乳一盒(限前1000名)

购物满698元以上(含698元)，送无极限钙片一盒(限前500名) 团购不参加活动的。

## 五、活动详情

### (一) 开心购物满就送：

9月19日(中秋)单张小票满500送维雅滋润柔肤水一份;(单张消费超过500元,以500元计,每人限领一份。)

10月1日-10日满500元送植雅洗手液一份,满1000元送维雅倍护防晒霜一份(电脑小票当日有效)。

### (二) 会员特享十倍积分：

9月30日至10月10日,凡持有本店vip卡的顾客,消费可享受相当于平时普通积分的十倍积分,具体积分规则参照前台的“vip积分办法与规则”。

### (三) 便捷到店礼,打的送10元：

9月30日至10月2日,每天前100名顾客凭当天购物小票和的士票到总台,即送送10元现金券。

### (四) 一字千金——悬赏“缉拿”好创意：

9月30至10月10日,如果您对我们商场广告宣传语有任何的好点子、好建议,请把它写下来交至一楼总服务台,所有参与者均可获赠精美礼品一份;最佳创意,给予1000元(现金券)的奖励,并于10月23日张榜公布,其余可酌情奖励(如200、500、800元现金券)。(五) 同生庆：

凡在9月19日出生(年龄不限)的顾客凭身份证原件及复印件,可获精美纪念品一份。

### (六) 好运连环中：

凡9月30日至10月10日期间在本店消费的顾客，凭电脑小票可参加9月30日至10月10日的抽奖活动，一等奖10名，维雅保湿活肤水一盒，二等奖20名无极限红果清露一盒，三等奖50名植雅沐浴露一盒，四等奖150名植雅儿童牙膏一盒，参与奖若干，百分百中奖，百分百好运！

#### (七) 正点大抽奖：

9月19日、10月1日，顾客凭电脑小票领取抽奖券投入抽奖箱内，每小时抽出一名全额返还奖。即：11：00，12：00，13：00，14：00，15：00，16：00，17：00，18：00，19：00，20：00各开奖一次，每天共产生全额返还10名，以现金券形式返还(最高返还5000元，税费自理)，中奖者请在1小时内兑奖(即11点抽中的顾客请于11：59分之前兑奖)，过时作废。

中奖情况将在门前海报公布及店内广播滚动播出，请参与活动的顾客随时留意！

#### (八) 新人购物一送婚纱套照：

9月1日至10月7日在本店消费满10000元的新人，送5888元全免豪华欧陆风情婚纱套照，满5000送2888元全免“浪漫一生”婚纱套照，满3000送888元全免“两情相悦”婚纱套照，另有300-500元抵用券若干(全免套照数量有限，送完即止)。

#### (九) 购物之星大“钻”送：

以2万元为基准(即获奖者购物总额必须在2万元以上)，9月19日至10月10日累计购物金额第一名送10000元钻饰，第二/三者名5000元钻饰，第四至第十名送1000元首饰。

#### (十) 1元“抢”名牌：

9月19日、10月1日购满100元的前300名顾客，可用1元购买价

值50—100的超值知名品牌商品。

## 六、广告预算

## 七、人员安排

本次活动由商场按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利进行，针对活动执行过程中的几个细节，需要由专人负责：

1. 传单派发人员：活动期间每天在营业时间活动现场人流量最大的通道派发传单，特别是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，并穿有明显标志的公司服装。

2. 抽奖活动管理人员：为保证抽奖活动的有序进行，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，影响品牌形象。

3. 活动检查人员：活动执行期间，各区派出人员进行活动检查，如发现商场在操作上的一些偏差行为进行即刻调整，保证活动同步进行。

### 一、活动目的：

市场现状如何?活动的目的是什么?是只有目的明确，才能使活动有的放矢。

### 二、活动对象：

目标市场的特定群体?活动控制的范围大小?促销的主要目标?促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

### 三、活动主题：

在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动主题

2、包装活动主题

这部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新、有震撼力和唯一性。

四、活动方式：

阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：

2、确定刺激程度：

五、活动时间和地点：

六、广告配合方式：

选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、前期准备：

前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、应急方案

关键要做到：人有人事做，事有人管。

## 八、中期操作：

中期操作主要是活动现场控制。

关键要做到：

井井有条，忙而不乱。

## 九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？

## 十、费用预算：

费用投入和产出应作出预算。

## 十一、意外防范：

对各个可能出现的意外事件做应急准备。

## 十二、效果预估：

预测这次活动会达到什么样的效果，总结成功点和失败点。

以上十二个步骤是促销活动方案的一个框架，在实际操作中可根据实际情况调整，创新优化，以实现最佳效益。

## 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。

## 一、春节活动主题：

喜气洋洋过大年

## 二、春节活动时间：

2月1日——2月17日(共17个工作日)

## 三、春节活动内容：

### 1、全场商品2折起

活动期间，全场商品5——8.5折销售

### 2、购物一小时 幸运5分钟

2月8日——2月17日，在每天正常营业时间，每小时抽出5分钟，凡在此5分钟购物的顾客，将获得所购商品金额的半额返款，春节活动策划方案。

## 三、春节活动备注：

### 1、返款全部以赠券形式体现

### 2、抽奖方法：

10：10分抽取9：00——10：00时间段

11：10分抽取10：01分——11：00时间段，以此类推。

晚间20：00——21：00时间段获奖结果于当日21：10分抽取

清场时间顺延，请物业公司电工、保安做好相应准备。

### 3、抽奖地点：5楼促销服务台抽奖现场；

- 4、返款地点：5楼促销服务台；
- 5、返款时间：当日营业时间；
- 6、单笔最高返款金额以1000元为限，3000元以上视同3000元档；
- 7、对奖时间以收银机制小票上打印的交易时间为准；
- 8、幸运中奖顾客务必凭完整购物凭证当日领取返券，过期视同自动放弃；
- 9、本活动所返赠券使用期限限定在2月18日——3月30日使用，过期作废；
- 10、抽奖结果及时在现场及广播中公布，规划方案《春节活动策划方案》。

#### 四、春节活动情况说明：

- 1、活动期间，商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；
- 2、厂家或供应商要根据自己的实际情况自行确定折扣幅度，但严禁调高售价之后再打折；
- 4、各客务员要严格监督供应商，严禁用残次商品应付本次活动；
- 5、商场管理部应严把商品质量关，严防假冒或伪劣商品进场销售；
- 6、活动期间，赠券使用不再享受折扣；
- 9、专场特卖品牌要求必须在长春主要媒体做特卖广告宣传。

活动期间vip卡折扣功能暂停，积分累计功能正常使用；

活动期间，凡折扣销售商品，在价签上需明确标示原价、现价，各楼层客务员要严格检查；

各厂家或供应商进行折扣销售，在卖场悬挂条幅、促销导购等必须经营销策划部审核通过，营销策划部和商场管理部将对擅自悬挂条幅或摆设促销导购行为进行严格检查。

## 促销策划案的篇六

活动背景分析：

五一节日期间，各商家比着打折让利销售的行为让人担忧，认为从表面上看起来红红火火的假日销售，只是消费者将昨天、明天或下个月的消费集中在几天内进行。为了引导消费，激发节日冲动性消费，并且要想在五一期间取得较好的销售业绩和较有影响力的社会效应，提升企业形象及以文明经商的特点，应该举办与节日相应的各种活动，使消费者在享受多元化服务的同时，增加随机消费的欲望。拟策划以下五一节日主题系列活动，活动方案如下：

一. 系列活动主题：

1. 五月购物赠大礼，欢乐假期全家乐

二. 活动时间：

20\*\*年5月1日——5日

三. 活动内容：

(一)购物疯狂送，好运自然来

活动期间一次性在本商场超市区购物(特价除外): 满38元以上送新鲜鸡蛋5个或面条一把, 满68元以上送xxx或面值5元福利彩票刮刮乐一张, 满118元以上送高级卷纸1条或面值10元福利彩票刮刮乐一张。

## (二)vip客户尊享, 5元超值大换购

活动期间一次性在本商场超市区购物满51元以上, 凭单张电脑小票加会员卡即可在商场出口处加5元超值换购价值20元以上超值商品。(单张电脑小票最多限换购一件商品)

由采购部于4月30日前提供一系列零售价接近20元的近期或滞销而又不可退货的商品作为此次换购的商品(要求商品有一定体量)。使此活动在带动客流量提高客单价的同时减轻本商场滞销商品、近期商品的积压与库存, 从而一举两得。

活动期间: 商场全部专柜必须参加特价dm单宣传, 并提供不少于五个(或全场促销方案)超低价特价商品进行促销。促销方案及特价须报商场总经办审核。超市区提供会员超低价促销商品不少于20个单品。

促销热点: 每天精选出10种左右的超低价商品, 要求确定合理的品种、供货量和超低价, 保证具有强大的吸引力和价格冲击力, 一方面限制个人购买数量, 另一方面保证当天足量供应, 避免在短时间内哄抢一空;如: 散装大米5月1日超低价销售, \*\*\*元/斤, 家鸡蛋5月2日超低价销售, \*\*\*元/斤。使活动掀起两个高潮。

## 促销策划案的篇七

活动时间:

20\_\_年11月11日

活动对象：

单身的新老顾客们

活动目的：

- 1、11月11日是所有单身年轻朋友的节日，不妨在美容院的“给力光棍节，脱光大比拼”中寻找到自己心仪的对象。
- 2、想要脱离光棍节，想要那个他/她看到自己美好的一面，不妨让美容院来为自己全副武装一下，意思就是让美容院团队精心为你打造心仪的妆容。
- 3、美容院借助光棍节活动，刺激年轻男女消费，提高美容院的业绩
- 4、进一步提升自己的品牌知名度，增加顾客信任感。

活动方案一：“11元抵扣券”

- 1、活动当天所以持“11元抵扣券”的顾客均可支付11元享受美容院指定的护理项目。
- 2、所有参与本次活动，并已登记在册的顾客均可获得美容院准备的小礼品。

活动方案二：双11“脱光”表白大比拼计划

内容：活动的口号是“如果爱ta要大声说出来”。在活动期间，要设置脱光表白的环节，并且邀请女性朋友带着她们喜欢的男性友人一起参加活动。以赠送美容产品的方式，让女性朋友或者男性朋友，对着她们喜欢的人，大胆的说出自己的爱意。

优惠：表白成功的可以获得美容院价值一千一百元的超值项目套餐。

注意：这样的活动必须是免费的，美容院一方不能收取任何的参与费。且成功脱光的顾客，才能领取到美容院的小礼品，其他的顾客可以领取美容院提供的小样品一份。

### 活动方案三：私人定制魅力女人打造计划

内容：女人天性爱美，她们都希望自己可以越来越优秀，这样就能吸引到异性的眼光。所以仅看这个标题，相信就有不少的单身顾客动容。活动的开展的方式很简单，就是以服装搭配为主题，开展一次像时装色彩搭配的座谈活动。参加活动的顾客人数不限制，只要是到本店有消费的客人都可以参加。座谈会议的内容，围绕着服装、时尚、生活妆等新潮的话题。

优惠：免费的为在场的顾客搭配时装，并且请专业的化妆师为顾客化一个精致的生活妆容。

注意：建议以小型沙龙会的方式开展活动，因为这样有更多的顾客参与其中。

### 活动宣传：

- 1、“光棍节”本是从网络上流传而来的节日，所以在宣传上要着重在网络宣传策划中。首先在美容院的官网、官方微博以及论坛等渠道上发布关于这次活动的宣传信息。提前两周的左右将活动内容发布在网络上。
- 2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠券等。
- 3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发

节日的优惠券和体验券等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

注意事项：

- 1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。
- 2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

## 促销策划案的篇八

一、活动目的：

中秋节是传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。

xx年9月xx日

“同喜同贺中秋，同欢同乐精彩华联”

“欢乐在华联，情浓意更浓”

1□xx年中秋美食节——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□xx年滋补保健品节

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□xx年名酒名特产荟萃展

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)

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关事宜。

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。

## 促销策划案的篇九

现在的促销活动越来越多了，那么我司也决定开展一次促销活动，为迎接xx节日的到来，我们精心策划了一场别样的促销活动。

" 会说情话的玫瑰□——xx珠宝传递你的爱活动

xx年2月14日（情人节）-2月21日（元宵节）-3月8日（三八妇女节）

## 会说情话的玫瑰--xx珠宝传递你的爱

每逢佳节倍思亲，20\*\*年2月14日（情人节，正月初八）-2月21日（元宵节）-3月8日（三八妇女节）好节相连，情人节是表达爱情的绝佳机会元宵节古称灯节，也是夫妻相约看灯互诉衷肠的节日，三八妇女节是女性的节日，也是男性表达对女性关怀的节日，这三个节日都和爱情密切相关，人们这个时候最多想到的就是自己的爱人或情人，人们会想到送鲜花给爱人或情人，同时还会买礼物（如珠宝、化妆品等等），所以我们就迎合了这种心理，特意推出新颖别致的礼品--会说情话的玫瑰，让人们在送礼物的同时用会说情话的玫瑰表达对爱人或情人的爱和感谢等情话，使xx珠宝附着上情感的含义，以情感诉求打动广大消费者的心，以情感营销取胜。

1. 通过此次活动增加情人节期间卖场人气；
2. 提高xx珠宝品牌在当地知名度，抢占市场份额；
3. 进一步提高xx珠宝的品牌美誉度，以利于长期推广销售。

### 1. 造势活动：

（2）各地加盟商在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

### 2. 柜台促销：

凡在xx珠宝专店/柜买满1000元即送“会说情话玫瑰花”一朵，此活动是为了使人们在情人节、元宵节、三八妇女节来表达对爱人的爱恋和感谢等，主要是用“会说情话玫瑰花”录制

人们在平时不好意思对爱人或情人说出口的情话和感谢的甜言蜜语，之后连同珠宝一起送出，使爱人或情人获得尊贵的钻石的同时又得到一份情感的精神馈赠。

### 3. 新款上市：

总部将有一系列的打动人们深层情感的新款钻饰（主要是“信守”、“善美”系列）同时发售，与本次活动一起在情感上打动顾客，与活动一起相得益彰的使本次“情感营销”取得全面的成功。

1. “会说情话的玫瑰花” $25 \times 100 = 2500$ 元；

2. x展架： $65 \text{元} \times 2 = 130$ 元；

3. 宣传页dm $0.5 \text{元} \times 2000 = 1000$ 元；

4. 广告宣传费：5000元；

5. 总计：8630元。

## 促销策划案的篇十

促销主题：

圣诞老人送礼啦

活动时间：

20\_\_年12月20日-25日

地点：

—

圣诞背景音乐：

《铃儿响叮当》、《雪绒花》、《平安夜》等。

圣诞节活动道具：

化妆店化妆品要摆设与圣诞节主题相关的饰品，如6棵圣诞树、圣诞彩灯10串、主题横幅2条、彩带200条、礼品包装袜子\_\_只、圣诞帽200个、彩色小气球200个、活动宣传单3000份、海报20张、小蝴蝶结1000个等等。另外，要准备圣诞老人的服装一套，活动当日安排人员假扮圣诞老人派发礼品，全体化妆店化妆品员工都要在活动期间佩带圣诞帽子，营造圣诞气氛。

圣诞节活动促销内容：

活动期间，化妆店化妆品要推出不同品牌的超低折扣商品或项目，限时购买。（商品或项目最好可以低于4折以下）；其他具体内容可根据化妆店化妆品本身的需求来拓展。

圣诞节活动宣传：

- 1、提前宣传，限时限量促销一定要把活动的宣传海报提前散发，对时间进行严格规定，同时限时限量，人们需要进行排队等候换购，自然显得人气极旺，也会产生从众或跟风效应，引起抢购，活动效果可想而知。
- 2、加强促销员培训，筛选有质量客户。对促销人员严格培训，让她们在活动期间要关注到店顾客，要千方百计把顾客变成化妆店化妆品的会员。
- 3、加强使用具有销售力的刺激性语言。促销人员要讲出成为化妆店化妆品会员的诱人之处。例如，“这样大力度的圣诞节促销活动，特别是几元或几角钱就把十几元甚至几十元的

产品买走的情况，以后肯定不会再面向普通消费者。这样的促销做下去谁都会赔死，所以以后只会面向会员。而成为我们的会员不光每次活动都能优先抢购，还可以享受会员特价产品，一段时间下来能够省很多钱，得到很多实惠！”这样的宣传一般会让很多顾客动心。

4、说服顾客成为会员，便于以后继续换购。一定要让顾客觉得促销人员介绍的产品很好，反正迟早都要用，不如先购买了产品成为会员。

5、设置会员门槛，增强活动销售力。要成为会员就要先购买一定数额以上的产品。入会购买额度要定在一个单品的价格之上，这样顾客就会至少一次购买两瓶以上的产品，从而实现了连带销售。也就是说在发展了会员的同时，我们已达到了销售的目的。

6、尽一切努力让顾客留下联系方式。尽量留手机号码，微信、便于发短信。建立公众平台，做活动时，群发微信信息通知顾客参加，效果极佳。