

药店营销策划方案 药店营销活动策划方案 (实用5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

药店营销策划方案篇一

“五一”劳动节是我们中国广大老百姓传统节日,这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福,很多商家都会推出促销活动,下面给大家分享了药店五一活动的策划方案,欢迎借鉴!

一、活动主题

礼品健康双丰收五一xx大惠赠——“五重惊喜、100份礼品送给您”、“特价、超低特价,更多优惠送给您”。

二、促销目的

- 1、增加新会员,回馈老会员。
- 2、扩大xx药店的宣传和影响力,促进销售、提高利润率。
- 3、最大限度的开发新客户、老会员。

三、活动对象

新、老客户。

四、活动时间

4月30日—5月6日

五、活动地点

xx所有门店

六、活动参与部门

1、整体策划组织部门：企划部

2、各门店活动实施负责人：各片区经理、各门店店长、副店长

3、支持部门：业务部、配送中心、行政部

七、活动内容

（一）4月30日-5月3日——五重惊喜

一重惊喜：进店有礼。每天前20名进店的新顾客消费20元（含20元），并办理会员卡，均有礼品相送，同时享受双倍积分（特价、会员独享价、抢购价的商品除外）。

二重惊喜：抽奖就送、惊喜连连看。

一次性消费68元以上（含68元）：可进行抽奖一次。

一次性消费388元以上（含388元）：可抽奖两次。

一次性消费588元以上（含588元）：可抽奖3次。

不办会员卡的客户：一次性消费188元（含188元）可抽奖1次；一次性消费488元（含488元）可抽奖2次；一次性消费688元（含688元）可抽奖3次。

三重惊喜：特价狂潮。会员、非会员均可购买。特价商品为：药品、保健用品、医疗器械、日用百货、滞销积压品、厂家的药品或其他商品促销。

四重惊喜：会员尊享价，把爱带回家。只有会员可购买，享受更多的实惠。会员价商品为：保健用品、医疗器械、日用百货。当天会员消费可享受双倍积分（特价、会员价、抢购价的商品除外）。

抽奖赠品：店小流量不大，可适当配送少一点；店大、人流量大的可多配一点。

（二）5月4日-5月6日——三重惊喜（不享受双倍积分）。只进行“一重惊喜、三重惊喜、四重惊喜活动”，其他惊喜活动结束。

一重惊喜：进店有礼。每天前20名进店的新顾客消费20元（含20元），并办理会员卡，均有礼品相送。

三重惊喜：特价狂潮。会员、非会员均可购买。特价商品为：药品、保健用品、医疗器械、日用百货、滞销积压品、厂家的药品或其他商品促销。

四重惊喜：会员尊享价，把爱带回家。只有会员可购买，享受更多的实惠。会员价商品为：保健用品、医疗器械、日用百货。

八、抽奖方式及奖项设置

（一）方式：在抽奖箱内摸乒乓球。

（二）奖项设计

1、标写“xx”中文汉字为一等奖

- 2、标写“五一”中文汉字为二等奖
- 3、标写“健康”中文汉字为三等奖
- 4、标写“幸运”中文汉字为幸运奖。

（三）活动奖品（每天100个礼品，发放完为止，）

一等奖□xxx物品（奖品比例1%）（销售价：200元左右）

二等奖□xxx物品（奖品比例3%）（销售价：80元以内）

三等奖□xxx物品（奖品比例40%）（销售价：10元以内，含进店前20名新会员礼品。）

幸运奖□xxx物品（奖品比例56%）（如：纸巾等）

九、宣传平台和工具

- 1、在门店led字幕显示屏刊登□xxx药房、礼品健康双丰收，五一xx大惠赠。
- 2、门店门口利用海报□x展架进行活动信息发布。
- 3、小区发放宣传单。
- 4、门店内部天花板悬吊抢眼pop□明确活动信息。

十、活动具体实施

- 1、4月18日前制作完成各门店的海报□x展架、宣传单、悬吊pop□dm单、led广告语、五一活动手册。
- 2、4月18日前行政部门联系街道或社区，说明“五一”活动

及个别店面门口举行抽奖活动和节日宣传布置沟通事项。

3、4月23日前完成各个门店五一活动手册、x展架、海报、dm宣传单、五一节装饰品等的配送，并做活动讲解工作。

4、4月26日前完成悬挂pop、张贴海报、修改led字幕屏内容、店内五一节日装饰，营造节日前气氛。

5、4月24日至26日行政部门向会员以短信方式通知五一活动及五一祝福。6、4月26日前将礼品及促销商品发放各店面。

7、4月27日至29日发放dm宣传单。

8、4月29日门店大门气球拱门装饰完毕（业务部联系活动厂家赞助气球），各店完成所有准备工作（包括抽奖箱的制作及摆放）。

9、4月29日前企划部人员巡查各门店活动布置情况。

10、4月30日活动开始。

十一、活动要求

1、服务礼仪规范。

2、中奖人员需在《领取奖品登记表》上登记，即：店员登记，顾客签字。

3、活动组织人员、参与人员，需提前20分钟到场。

4、店面负责人保障本店活动进行有序，严格按照活动方案执行。

5、活动结束后，片区经理需在一周内，统计所管辖店面活动

期间新会员数量与销售额。

6、凡将礼品私自占有者，一律重罚并辞退。

7、抽奖活动，仅限于一次性消费达标顾客。

8、本次活动组织部门、协助部门、实施部门，须按要求执行，不配合、不按期完成的'部门公司严肃处理。

十二、活动效果预测

1、增加新会员数量。

2、提高销售额及利润。

2、提升xxx药房的知名度。

十三、评优与奖励

（一）评优。五·一活动结束后，公司企划部对所有门店对此次促销活动进行评比，月底通报，100分制。

a□评估小组

组长□xxx副组长□xxxx小组成员□xxxxxxx

b□评比内容：

1、活动方案的执行情况（10分）。

2、现场的组织情况（10分）。

3、店面整体形象、服务礼仪（10分）。

4、销售增长情况（60分）：药品30分、特价商品30分。

5、客户满意度（10分）。对于节日期间消费的顾客及领取奖品的个别顾客，企划部将进行电话回访。

（二）奖励：80分以上（含80分）团队参评。

1、奖项：明星团队2名。

2、奖励金额：获奖团队各奖励200元。

（三）负激励：低于65分的团队奖励-100元/团队。

十四、一切解释权归xxxx医药连锁有限责任公司企划部。

十五、奖品数量与宣传制品统计

（一）奖品数量：一等奖192个、二等奖576个、三等奖7680个（含进店前20名新会员礼品3840个）、幸运奖18816个（10个纸巾一包）。注：较小的店面可在三等奖、幸运奖数量上略减。

（二）宣传活动物品：

吊旗：1200张

dm宣传单：96000张

x展架：48个

海报：48张

抽奖箱：48个（门店自备）

领取奖品人员登记表：48本

活动手册：48份

乒乓球：4800个

十六、促销商品

- 1、特价商品：30个。药品（6个）、保健用品、医疗器械、日用百货、滞销积压品。
- 2、会员价：20个。保健用品、医疗器械、日用百货。
- 3、超低特价：20个。药品（2个）、保健用品、医疗器械、日用百货、滞销积压品（包装不好）。
- 4、联盟厂家：需促销活动的商品。

十七、宣传制品版面设计

- 1□dm版面设计：主版面活动主题、会员介绍、活动内容；副版面：特价商品、会员独享商品、抢购商品。
- 2、海报，悬吊pop内容：主版面告知消费者“五·一”有活动。
- 3□x展架内容：活动主题，会员介绍，活动介绍。
- 4□led广告语：礼品健康双丰收五一xxx大惠赠

药店营销策划方案篇二

甜蜜情人节，甜蜜蛋黄派

- 1、重点活动门店：家纺城药店、许巷药店、通元药店、皮都药店、双山药店、城北药店、百步药店。
- 2、非重点活动门店□xx医药其他门店

2月11、12、13、14日(重点活动门店)

2月13、14日(非重点活动门店)

后返回工作岗位的青年务工者。

1、针对春节促销活动没有覆盖返乡人群的缺陷，针对该部分人群进行一次促销活动；

2、发放现金券，固化客户群体，增加销售额和销售机会；

3、消化春节期间购进，尚未使用完毕的蛋黄派。

2、主推活动形式：穿越情人节，保健送父母。所有营养品均8折酬宾，写上地址和祝福话语，免费邮寄回家乡(不需要免费邮寄的，折后金额满100元者再赠送无使用限制的现金券10元)

3、其他活动：全场避孕套(杜蕾斯、杰士邦、爱超系列)每满30元送5元无使用限制现金券；男性滋补类用品和妇科治疗性药品(处方药除外)，每购满50元，送5元无使用限制现金券。

1、活动宣传以海报宣传为主，不进行dm单宣传。海报设计由尚锋在2月7日前完成。

2、自2月8日起，所有有电子显示屏的门店均将语改成“甜蜜情人节、甜蜜蛋黄派，购满158元送800g装福马蛋黄派1提，可购买无使用限制现金券活动时间：自(根据各自门店情况填写开始时间)至2月14日”

3、活动开始前，新设立5元现金券编码，销售金额为5元，成本为5元。由商品部负责督促采购部完成此项工作，并在活动前将编码告知门店。同时，要逐一告知门店，必须在此次活动发放的现金券中注明：情人节发放。使用截止时间为20xx

年3月31日。

4、重点门店需要按照春节促销的规格，进行温馨陈列。陈列及检查工作自2月9日开始进行。

5、现金券的发放工作要求。在2月8日各门店以电子版形式将发放、剩余数额统计表传回总部王xx根据预估情况重新调拨解决。本次现金券全部使用最新版的5元现金券，其他现金券未使用完毕的全部收回总部保管，不得用于本次活动。

6、蛋黄派的调拨分配要求。我们将医药销售市场打开新的思路，在保证医药品安全合格的基础上，罗列出以下销售计划和目标。

药店营销策划方案篇三

是单身人士的狂欢，但只有拥有健康才能更好享受智慧的成果。在这样的节日□xx更渴望表达她的报答之情！彰显我们品牌的价值！

- 1、利用节日消费高峰，提高销量
- 2、借势推广我们产品，促进认知
- 3、回馈广大消费者，建立忠诚度
- 4、加强与终端合作，改善彼此客情

xx各药房及专卖店

主推产品□xx三个规格（96粒、192粒、400粒）

辅推产品：48粒

（一）：活动内容

- 1、凡在活动期限内购买xx系列产品满48元，就可参加我们的《触摸“”赢幸运摸奖活动》一次。
- 2、凡在活动期限内购买xx系列产品满96元，就可参加我们的《触摸“”赢幸运摸奖活动》两次。
- 3、以48元计，以此类推，凡在活动期限内购买xx系列产品满400元，就可参加我们的《触摸“”赢幸运摸奖活动》五次，最多五次。
- 4、活动的最终解释权归x集团皖南分公司。

（二）：活动形式

- 1、每一个专卖店设一个摸奖箱，摸奖箱用kt板制作（尺寸长30cmx宽30cmx40cm）摸奖箱四个面：两个面为xx的logo另两个面为《触摸“”赢幸运》字样。
- 2、每个摸奖箱放五十一个乒乓球，乒乓球上标志设计为“五”“一”“”字样，用白板笔写。
- 3、乒乓球上〈字样标志〉分配：10个球上写“五”；5个球上写“一”；一个球上写“”；另外35个球上写“幸运”
- 4、乒乓球的形式可以用其他东西代替

（三）：奖项设计

- 1、一等奖的标志为“”，奖品为价值192元的xx远红内衣
- 2、二等奖的标志为“一”，奖品为价值96元的xx靠枕

3、三等奖的标志为“十”，奖品为价值48元的xx48粒装

4、四等奖的标志为“双”，奖品为价值28元的xx护眼

（四）：补充说明

本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条

（1）现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒陈列。

（2）此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名。

（3）此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础。

（4）需要有良好的客情关系，能配合本次活动的'有效执行。

（5）在此店要有重点产品的dm支持，同时在dm上告知活动内容，及抽奖地点和方式终端的布置设计：

（1）在店门口要有活动的告知。（比如海报或kt板展示活动内容或易拉宝告知活动内容）

（2）在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放。

（3）店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气氛。

（4）在店内堆头上要放上赠品进行展示，激发消费者购买欲望。

（5）店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅。

在活动开始前三天，需要在目标终端附近的小区进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力。

1、产品进场

2、促销员进场、培训

3、堆头的落实

1、促进现有产品的销售

2、提升产品的知晓度

3、树立彼此

药店营销策划方案篇四

活动目的：

1、爱心奉献社会幸运送给顾客

2、心健大药房真情回报——专家现场免费义诊

3、心健大药房购药抽奖大活动时间：9月28日——10月7日地点□xx大药房中心店

内容：

1、爱心奉献社会幸运送给顾客

心健大药房以真情回报娄底人民三年来对心健大药房的大力支持与关注。

3、心健大药房购药抽奖大活动

两节活动期间，市民购买茸桂补肾口服液和好谓口参苓口服液一个疗程(均为四盒)，可免费获赠名典咖啡店30元消费券一张，多买多送，购买其它的医药产品可参加抽奖，中奖率为100%。(具体抽奖事宜另行)。

宣传：广告除了说明活动以外，着重树立企业形象心健大药房为社会福利事业真诚奉献，把幸运无私地送给消费者。两节活动期间，在心健大药房中心店通知媒介进行现场报道，大张旗鼓地炒作。

益处：不仅能花费最少的钱买到最好的产品，而且能免费获得消费券，定会吸引力大增，换来的是快速促销的实绩和良好的形象。

问题：促销广告往往不被消费者关注，其实并不是促销不具备吸引力的问题，而是由于促销广告本身缺乏说服力和吸引力，没有将促销活动的核心利益点表达清楚。故而，促销广告也需要进行精心的设计和创意，关键不在于说什么，而在于怎么说。

sp策略中，常用的主要有四种，即降价和打折、买赠、派送、有奖促销。在具体的操作比较上，降价和打折所涉及到的具体的活动支出费用最少，对一些价格敏感的消费群体的影响力也最大，价格的下调极易对品牌造成伤害，品牌产品所集聚的目标群体会因品牌的贬值而流失，另外，消费者是买涨不买跌，价格一旦下调，将很难回复，强行上调，只会是失信于顾客，让顾客对品牌产品心灰意冷。

与之相对应的是派送，产品派送可以在短时间内让精选的目标人群看到自己的品牌和产品，并且由于获取的'低成本甚至是无成本，也非常容易引动获取者的尝试性消费，这种效果是很多促销方式费尽万般心思也望尘莫及的。而买赠和有奖促销，无论在促销成本和目标达成效应上都处于居中水平，这就难怪很多的操作者在实际的促销过程中，争捧这两种促

销方式了。

不过，就时间绵延的角度来考虑，有奖促销耗时会长一些，如果操作者不想让自己的这次促销活动拖泥带水的影响后续的市场操作，买赠促销势必就成为了选择的首要。

策略：一般说来，消费者接受商品信息的模式为：注意——兴趣——欲望——行动——满足。注意、兴趣、欲望都是在消费者头脑市场中的活动，加上目前的消费者越来越试图在商品大潮中寻求各自爱好、趣味和审美价值的落脚点，故而怎么能够将比较繁琐枯燥的促销信息转化为消费者的兴奋点，就非常重要。

药店营销策划方案篇五

二、活动主题□xx店岁末感恩6重礼

三、活动时间□20xx年x月x日至x日(周五—周日)

四、活动内容：

1、达额有礼！

(1)满38元，送精美小礼品一份；

(2)满98元，送价值6元的纸手帕一条；

(3)满198元，送价值12元的卷纸一提；药店促销活动策划方案(4)满298元，送价值118元的施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支或施泰福霏丝佳修润沐浴露150ml一支或价值198元的施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支。

(5)满398元，送价值248元的施泰福诗蓓白防晒乳

霜spf30+/pa++60g一支或者价值298元的施泰福霏丝特护修润乳液100ml一支。

(6)满680元，送价值614元的施泰福护肤品套装(含：施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支、施泰福霏丝特护修润乳液100ml一支、施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支)

2、特价促销。

中药类特价商品至少10种；

设定5个左右适合场外活动叫卖吸引人气的特价商品。

促销活动商品的设定避免与同期进行的商品促销活动冲突。

3、凭消费小票免费办理会员卡。

4、名老中医现场咨询。

5、场外活动。

五、宣传气氛布置

1、门店宣传

(1)a4宣传单：用于店派，数量待定。店长具体安排派发人员和线路位置□x月x日开始派发，营运部安排支持和协助。

(2)易拉宝：4个。(有质量保证)

(3)门店手写pop□内容参考活动内容和特价商品目录。

(4)会员短信。选择活动门店会员，内容以短信申请单为准。活动开始前一天完成发送。

(5) 气球布置。可做拱门或成串悬挂气球营造门面活动气氛。在橱窗、中药柜、货架、堆头pop张贴处点缀气球，使堆头和pop更显眼夺目，形成浓厚的内场活动气氛。

2、商品陈列。门店需重点做好以下陈列

(1) 赠品堆头。畅销特价商品和赠品在正门靠近收银台的柜台或正门橱窗区域做堆头。堆头大气、有创意，辅以pop宣传或气球点缀抢夺顾客眼球。

(2) 季节性畅销特价商品堆头。要求整齐、整洁、丰满，并要突出重点，活动特价商品必须写爆炸牌标示活动价格。

六、预期目标

七、活动物料和宣传费用预算

八、部门配合

1、营运部：确定活动场地，并协调好活动期间的物管和城管，确保现场活动顺利进行，并安排场外活动相关物料到位；安排活动当天需到场的公司及门店人员。

2、推广部：提供中药活动品种；宣传物料设计和制作，确保物料及时到店；会员短信发送。

3、采购部：提供西药类活动品种。

4、市场计划部：确定活动商品价格。确定活动厂家；活动当天现场做厂家协调工作。

5、信息部：相关设定支持。

6、物流部：相关物料配送。