

# 2023年药店过年了活动方案 药店活动方案 (精选5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

## 药店过年了活动方案篇一

一、活动主题。此次活动我们推出从一号到七号的“情定五周年，黄金周爱心送健康”的活动主题，围绕这个主题我们推出一系列的优惠活动以及和医院联手为社区市民打造“健康黄金周”的活动项目。

### 二、活动项目

一是围绕5为主题，对于在1955年5月5日、2005年5月5日、出生的老同志，凭身份证复印件来xx的任何一家药店就有机会赢取价值555元的药品或同等价值的保健品。

二是“满就送”，消费者购药金额满50就返还现金券或送等值的礼品，并设置了不同的层次。满50送5，满100送10，满150送20，满200送30，满250送40，满300送50、满500送100。

三是购药满金额50就可免费办会员积分卡。推出会员积分卡主要是培育顾客忠诚，维系顾客的重复购买，对于那些在xx药店购药积分达到2000分就开始送礼品（一元一分），主要是送不同价值的保健品，起到宣传药店和某些保健产品的作用，同时又可以发展其他顾客。

四是开展“xx药店关爱上海市民健康”活动，与药店周边的医院联手，一是联手医院为在活动期间消费一定数额凭相关的药店证明就可以到指定的医院进行免费的健康普查；二是邀请这些指定医院的医生和专家到xx药店为顾客进行免费的健康咨询。

五是药店社区公益活动。首先，加强药店与周边社区的联系，特做一批邀请函，作为一个市场调查的内容，根据周边社区的人们的消费情况，了解社区里的特困户、老年人及残疾人家庭的实际情况，结合社区的实际情况做一些公益性活动。只要在活动期间，凡是接收到我们超市派发的邀请函的人们，可以凭本人的特困户证明、老年证、残疾人家庭的残疾证、下岗证，在我药店买到一些优惠药品和到相关医院进行免费健康普查，这样可以更方便的为社区消费者服务，让每一个老年人都可以享受。

六是对产品进行组合，一方面是选择了一组保健品，以优惠价出售，主推过节送健康的概念，另一方面是根据节日的情况，主推系列药品组合（根据过去的经验总结的），有针对性地进行促销。

### 三、宣传和推广。

根据xx药店的实际情况，可以进行了组合宣传，软文与条幅结合，网络与报刊结合，实施整合营销传播：

1、报纸广告。选择两家当地比较有影响力的报纸，在四月就展开宣传攻势，制造欲望和悬念，激发消费者的动机，软文与整版面的广告相结合。

与预防信息。派发广告气球，要派发人员穿上卡通服装，来吸引孩子大人的注意。并与之互动。

3、海报和条幅。在各药店社区和比较显著的位置贴出宣传海

报和条幅，打出店庆主题。

4、公益宣传。在活动开展前提前与附近的居委会联系，推出活动五的方案和居委会联手做一个公益宣传。

5、药店布置。整个药店用pop海报装饰起来，并把打折与优惠的商品摆在货架显著的位置，整个药店要装饰出节日的气氛，终端的陈列与活化激发了购买的欲望。

## 药店过年了活动方案篇二

xxx大药房是一个连锁药店的总店，其店面选址在交通主干道，交通便利，商业繁华，以其药店为中心，在半径500米的影响力范围内有6家药店，竞争十分激烈，在其影响力范围内有2个社区，2个家属院和1家公立医院。

xxx大药房是一个中西药，医疗器械均出售的综合性药店，有2层，其营业面积有500平方米。经营药品种类3000余种（包括医疗器械），有坐诊医师，解答消费者遇到如何选药的问题。未做促销活动之前，药店已有小规模买赠行为。日营业额平稳，增长不明显，消费群体也较固定为附近社区和家属院的住户，中老年年纪的较多。

其它六家药店的经营状况与本店类似：消费群体稳定，营业额平稳；无大规模的促销活动。

各店都在寻找利润新的增长点，药店的利润来源有三块：中间商，药品品种，客户。由于中间商与药品品种有采购部门负责所以在此不予评论。

关于对消费者的促销十分重要，因为企业经营中账面性收入几乎全部来自药店营业性收入，所以消费者的量的多寡对药店经营结果的关系是显而易见的，量变引起质变，只有消费者的客流量上升了，药店的营业性收入才会提高，企业的

收入才会增加。所以我们所面临的首先问题是：如何让消费者进店；其次，如何让进店的消费者都能满意而归。所以药店促销在整个经营活动效果中起着十分重要的作用，它作用表现在：

- 1、能有效地加速新开业药店被市场接受的过程；
- 2、能有效地抵御和击败竞争者的促销活动；
- 3、能有效地刺激消费者购买和向消费者灌输；
- 4、有效的影响连锁店和加盟店，特别是加盟店的交易行为，对这些作用的认识有助于我们正确理解促销的正确地位，有效地开展促销工作。

爱心奉献社会幸运送给顾客

20xx年10月20日——20xx年10月24日

xxx大药房药房内与药房前的空场地

- 1、增加xxx大药房的店内客流量；
- 2、提高xxx大药房在当地的知名度；
- 3、在稳定固有消费者的同时，发掘新的消费群体，
  - 1、免费办理会员卡，持卡可享受药品会员价，并可参加药店举办的各种优惠活动。

分析：设置该项目的目的是为了发掘新的消费群体，使其参与购药的全过程，了解，体验并接受这家药店，为将其发展成稳定消费者打下一个好基础。

在商业竞争中，价格战是商家在竞争中最常使用的有效手段之一，此举可以达到快速吸引消费者，发掘新消费者，打击削弱竞争对手等作用，对于新开张，想迅速占领市场，扩大销售，增加影响力，增强传播效果的店面，不失为一种操作方式。

2、持会员卡的消费者在活动期间，购药（不包括医疗器械）均可享受双倍积分，积累满相应积分可免费兑换相应礼品。每月25日为积分兑换礼品日。积分方式：消费满10元积1分，依次类推。（兑换礼品目录详见店内公告）

分析：设置该项的目的是起到稳定固有消费者的作用。消费者购买药品是一个多次重复的消费行为，为了维系住他们的这种消费行为，就需要给他们设定一个消费金额目标，刺激他们的消费欲望，鼓励多次消费，以达到稳定消费者的作用。

3、活动期间，凡购药满相应金额药品的顾客，可免费获得相应赠品。

18元送1袋食盐：

38元送1块208g透明皂：

58元送1瓶洗洁精；

88元送1双拖鞋；

128元送1袋10斤面粉；

158元送1□5l金龙鱼一桶；

218元送3l电饭煲1个；

分析：此方法是激起消费者冲动消费的有效方法。第一种情

况：在购药行为发生之前，当他们得知购买同种药品，付出相同金额，却可得到更多的物品时，他们一定会被吸引来这家药店消费的，这属于营销方式中的拉式营销；第二种情况发生是，当在药店购药行为发生时，消费者已经买了自己所需的药品为了获得额外的赠品时，他们会再冲动购买其它的药品，已达到获取赠品的相应金额的底线。这种方法是利用了消费者爱占小便宜的心理，充分调动消费者购药的积极性，并结合店内员工的暗示和周到的服务。这种方法是提高药店营业性收入最有效，最直接的方法。它一方面可以提高营业性收入；另一方面还可以积累店内人气（店内消费者如织；员工对消费者接迎送往）给外界印象是这家店的生意很好，员工服务周到，自己很想亲身体验一下。同时这种方法也能很好地树立展示自己品牌的形象，为将来的目标客户留下一个好印象。

4、消费满500元的消费者，可在相应赠品的基础上额外地赠送1张50元民生购物卡。（购物卡与相应金额的赠品可叠加）

这种方法属于营销方法中的共生营销，一方面利用高档商场来提高自己的形象，拉开与其它药店的档次，树立自己的高端品牌，吸引消费者的眼球；另一方面，也给商场做了促销，提高其营业额；第三方面，利用民生效应吸引高端客户，并通过店员的周到服务留住该客户。

5、抽奖活动。

口号“xxx大药房购药中奖百分百”

内容：活动期间，消费者在xxx大药房购药（不包括医疗器械），当天单次消费金额满30元者，可凭当日收银小票，参加免费抽奖活动，本次抽奖活动的中奖率为100%。

（1）抽奖方式：凭当日的电脑收银小票，置换抽奖票据（抽奖票据有本店统一印

制），电脑小票有本店收回，凭抽奖票据来进行抽奖。

（2）抽奖时间□20xx年10月20日——20xx年10月21日

早上9：00——12：00

下午3：00——6：00

（3）抽奖地点□xxx大药房前的空场地

分析：这方法充分利用了空间优势对药店进行宣传造势，利用药店前的空场地把抽奖台，奖品，活动道具，一一陈列在户外，无论是进出药店购物的消费者，还是经过店面的目标客户，或是无需购药的路人，给他们一个信息暗示：购买同样药品，付同样的金额，你会得到更多的实惠。

这是吸引眼球最直接的方法，吸引人气，制造轰动效果，可迅速提高药店在当地的知名度，传播品牌效应，树立企业形象，更好的争夺客户资源，打击竞争对手。

□1□dm单页应在活动的前一周开始设计，制作，活动的前一天开始发放，即19日开始派专人发放dm单页。这种方法属于营销方式中的拉式营销，目的在于加大活动信息对消费者的高的渗透性和全面的覆盖性，使更广泛的消费者得知药店有优惠活动的信息，提高活动期间的进店客流量，从而提高药店的营业额。

（2）在药店内部pop的招贴的使用，也能增加店面内活动的喜庆气氛，有助于提高消费者的购药兴趣，调节医患之间的紧张情绪，从而达到更好的促销目的。

赠品一般以生活用品为主，其属于易耗品，用量大，使用范围广，消费者具有多次购买的需求；同时对药店方来说，同种赠品大量采购可降低采购费用节约药店的经营成本。

## XXXX年XX月XX日次活动预算费用表

- 1、在药店门口挂横幅一条，内容为活动的主题口号“爱心献社会幸运送顾客”
- 2、相应的x展架支援。展架上应有相应活动的内容的公告，活动时间，活动奖品及一些吸引消费者眼球的词语，为20日的抽奖做前期的宣传。

## 药店过年了活动方案篇三

有效的方案是建立在真实的经验数据上的，因此，第一步的前期市场调查则是活动促销方案的基础，这为了活动方案的精准性、科学性提供非常有利的保障。市场调查，包括社会环境，行业环境，例如产品特点，竞争对手情况，消费者的消费习惯等等。通过对市场调查数据进行分析，找出自己的优劣势，降低风险成本。

第二步就是拟定活动方案，方案的内容笔者简单的该是几个重要项目：

### 1、对象群体的确认

针对某一群体的消费者举办的促销活动，确认群体的消费习性，方便拟定最佳的促销方法。

### 2、确定主题

设定的主题必须具有话题性、创意性，若能编辑出创意的口头语，让消费者容易记住又可变成口头禅，这样更加具备广告宣传效果。

### 3、引诱向导



主要是指消费者通过活动获得的优惠，例如赠品、折扣等等，优惠的程度同时要考虑消费者的接受度，以及公司接受范围内的成本负担。

#### 4、网络媒体推广

网络媒体的运用是指通过互联网的传递，将活动信息传递给消费者，因为信息是否准确且及时的传达给消费者，对于消费者的数量有相当的影响，因此必须选择网络媒体推广。

网络新闻营销推广能为企业带来什么样的好处?有很多人一直都不了解的。所以在这里我想告诉大家：

第一、新闻媒体报导提升公司的知名度和可信度；

第二、新闻媒体的浏览转载加速公司的宣传力度，成本低、传播快；

第三、关键词的设定为公司带来直接有效的客户。

## 药店过年了活动方案篇四

甜蜜情人节，甜蜜蛋黄派

### 二、活动门店

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：\*\*\*\*医药其他门店

### 三、活动时间

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)

#### 四、主要目标客户群

春节后返回工作岗位的青年务工者。

#### 五、活动目的

- 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。

#### 六、活动形式

## 药店过年了活动方案篇五

#### 二、活动背景：

#### 三、活动目的：

在父亲节来临之际，通过号召型活动让正处豆蔻年华的大学生多留意关心父母的身体健康状况，通过简单而细微的方式学会珍惜、感念、回馈父母的关爱。让大学生在快乐无忧的生活中思考谁是我们最应该去关爱的人，懂得关爱的含义，明白爱的沉静与伟大，做一个对自己负责、对父母负责、对社会负责的人。

四、活动主题:亲爱的同学们，我们的人生之路总是阳光明媚，晴空万里，到底哪一缕阳光最耀眼?有人说是优异的成绩，有人说是给予别人帮助……而我认为在我们的人生路上最灿烂的阳光应该属于知恩图报，感谢帮助我们成长的每一个人。

是的，学会感恩，是一种情怀，学会感恩，更是一种情操五、活动意义：

六、活动时间:20xx年6月19日七、活动对象:电子1002班全体同学八、活动流程：

主持人带领大家欣赏ppt[]了解活动背景及目的。

讨论关于父爱的广泛话题，邀请同学上台分享与父亲的故事。

好找在场同学给父亲打个电话(发条短信)，表达对父亲的祝福。

主持人做最后总结点评，并向参与者表示谢意。

活动中注意的问题：

工作人员维持好现场秩序，现场不要大声喧哗，随意走动。

注意调动同学们的积极性，带动活动现场气氛。

活动策划组织者:祝梦影、宋琪、吕东方