

2023年常态化疫情防控工作心得体会 疫情常态化防控工作方案(优秀8篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

促销活动方案篇一

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。

九月促销活动方案模板篇2

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:

九月促销活动方案模板篇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。

九月促销活动方案模板篇4

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)

促销活动方案篇二

二、活动地点□x办事处

三、活动目的：

最近就钓鱼岛事件日本一直在挑衅中国，在经历香港保钓人士成功登岛并插上中国国旗时大大的打击了日本的嚣张气焰，同时也代表了中国13亿人民对待中国领土的捍卫之情和赤诚的爱过之心。钓鱼岛作为中国的固有领土，现在却不断的被日本无耻的国有化。为迎合当下这种爱国狂潮，和国人达成心灵共鸣，所以我们可以借助这个比较热门事件在双节期间

推出，在最短时间迅速扩大公司的知名度、美誉度，以此增加消费者对我们产品认知度和忠诚度。

四、活动主题：喝酒，赢中国钓鱼岛

五、活动内容：

在我们地诚敬酒包装外设有图样为钓鱼岛板块形状式的刮刮奖卡片，中奖率定位70%左右。具体奖品设置如下：

一等奖：图为一轮圆月照耀下的中国地图鱼钓鱼岛地图合一画面，奖金为290元，意为我们的爱国之情长长久久。

二等奖：图为一轮圆月与中国地图的画面。奖金为115元，意为十一国庆与八月十五的双节合体的特殊日子。

三等奖：图为一轮圆月与钓鱼岛版图的画面，奖金为66元，意为我们件会顺利把日本赶出钓鱼岛，捍卫中国主权。

四等奖：图为一轮圆月的画面。奖品为一面五星红旗。

累计奖：集齐8张一等奖卡片或15张三等奖卡片便可兑换“中国台湾7日游”大奖。

渠道政策

1、在批市实行“压货送梦想”的政策，具体政策如下：

两件、两件为一组，或地奇10件、天奇5件为一组赠送htc手机一部（原价1600元，现价值899元）。如果压货超过3组以上包括3组，再追送小鸭洗衣机一台。同时针对我们的终端客户在中秋节时贴心的送上礼盒月饼，增强客情关系的维护。

2、酒店婚宴政策，具体情况如下：

我们的与本酒店婚宴套餐进行捆绑，实行折优惠来降低我们酒品的价格，但降价又不直接反映在我们产品本身，而是整体在其套餐上进行体现。例如□a类988元套餐+地诚敬（2瓶按照批市价格计算）*0.88=1524*0.88=1341.22 我品地诚敬实际折扣为5.7折，所以基本核算力度为买一赠一。

六、活动宣传计划：

- 1、选定100家核心名烟名酒店进行堆箱展示，根据店内实际情况为准，合理摆放堆箱。并根据堆箱实际情况给予堆箱一定的陈列费用。
- 2、在十一黄金周开始的前两天选定呼市繁华商场，例如万达、维多利亚进行文艺演出，集中展示鄂尔多斯酒。
- 3、利用时下比较风靡的团购进行宣传，我们可以在美团网、拉手网与参加团购的酒店进行合作，联合推出鄂尔多斯敬酒。
- 4、布置酒店终端氛围，悬挂鄂尔多斯敬酒的灯笼，餐桌上摆放我们的内刊。
- 5、通过报刊杂志和短信形式和订餐时酒店吧台的介绍这样比较能够有效的直面受众群体。
- 6、为更好的维护客情关系，针对名烟名酒店老板和酒店的老板或管理人员送上我们的礼盒月饼。

七、活动流程及工作人员安排：

八、活动费用

九、活动注意事项

- 1、严禁婚宴宴用酒低价出售，否则取消团购奖励，并严肃追

究相关监督、审核人员责任。

2、婚宴宴用酒政策，要求业务经理、片区经理负责审核、监督并签字，逐一备案，详细记录好相关台账。凭实际发生台账，经市场部督导签字后方可核销。

3、预约登记前，在洽谈时要考虑团体庆典用酒人的宴请档次及酒店档次，深入调查，灵活控制和安排，公司有专人调查、核实、审批。

促销活动方案篇三

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，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；

促销活动方案篇四

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

促销活动方案篇五

市场希望通过节假日期间的促销活动,提高市场销售额,那么应如何设计市场促销活动的方案模板呢?下面本站小编给大家介绍关于市场促销活动方案模板的相关资料,希望对您有所帮助。

1、市场分析

2、活动主题

[说明：填写活动的主题，要求主题一定要简洁、清晰明确、有吸引力。]

3、活动目的

[说明：活动的主要目的]

4、活动时间

[说明：活动执行的时间段。]

5、效果预期和数字目标

5.1效果预期

[说明：预期的可以到达的效果。]

5.2数字目标

[说明：制定运营数字目标]

6、活动详细情况

6.1参与产品

[说明：说明本活动涉及的产品，及其配合程度。]

6.2活动详细说明

[说明：详细说明活动的实施方式。]

6.3 奖项设置(随机)

[说明：奖项和奖品设置]

7、广告宣传(市场推广)

[说明：针对本次活动，做出详细的广告宣传和市场推广方面的想法和建议。]

7.1 内部宣传(推广)

7.2 外部宣传(推广)

8、活动任务安排及

[说明：将活动中的所有需要完成的任务细分并分配到责任人。]

9、费用预算

[说明：对所有活动计划投入费用的汇总。]

10、活动

[说明：详细总结本次活动的成功典与失败点，作为参考学习的宝贵资料。]

一、 活动目的：对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、 活动对象：活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?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

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

四、 活动方式：这一部分主要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：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、 确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、 活动时间和地点(有时候这点会放在第二点之后): 促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍, 选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与, 在地点上也要让消费者方便, 而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要, 持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买, 很多应获得的利益不能实现; 持续时间过长, 又会引起费用过高而且市场形不成热度, 并降低顾客心目中的身价。

六、 广告配合方式: 一个成功的促销活动, 需要全方位的广告配合。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、 试验方案

在人员安排方面要“人人有事做, 事事有人管”, 无空白点, 也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通? 谁负责文案写作? 谁负责现场管理? 谁负责礼品发放? 谁负责顾客投诉? 要各个环节都考虑清楚, 否则就会临阵出麻烦, 顾此失彼。

在物资准备方面, 要事无巨细, 大到车辆, 小到螺丝钉, 都要罗列出来, 然后按单清点, 确保万无一失, 否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是, 由于活动方案是在经验的基础上确定, 因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确, 刺激程度是否合适, 现有的途径是否理想。试验方式可以是询

问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

八、 中期操作：中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

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？脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、 费用预算：没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

十一、 意外防范：每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

十二、 效果预估：预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

一、 促销目的

(二) 借助国庆节招募新会员，扩展客户群；

(三) 形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率；

二、 促销主题

迎国庆，倾情回馈新老顾客

三、 促销时间：

20xx年10月1日—10月5日(共5天)

四、 促销范围

全国所有门店

五、 促销内容

(一) 活动期间，部分商品七折优惠(新品除外)；

注：1、生日以身份证的日期为准；

3、建议礼品为饰品或者印有xx公司logo的饰品，如丝巾、首饰、家居装饰品等；(附图)

(三) 会员尊享

1、活动期间，会员部分商品可享受七折优惠，新品享受九折

优惠；

2、活动期间，会员卡照常积分；

3、活动期间生日的会员顾客，可凭身份证，领取精美生日礼品一份；

注：生日以身份证的日期为准，会员领取礼品后需登记入簿；

六、 活动宣传配合

(一) 活动pop物料；

(二) 宣传单张：请配合印刷宣传单张促进活动力度；

(三) 短信宣传□20xx年9月30日发送活动通知短信给会员顾客；

(四) 广播宣传：制作促销活动广播，在活动期间反复播放；

七、 活动筹备期分工表(略)

八、 费用预估。

促销活动方案篇六

为深入贯彻爱国精神，全面落实我的中国梦爱国主义教育，我院特举办__梦·学子情国庆特别活动，邀请学院大一新生畅谈他们的__梦想，抒发自身的学子情怀。

二、 活动介绍

1、 活动内容：

第二阶段：学子情怀友谊赛--参加活动的学生自行组队参加友谊赛，为贴合当代大学生兴趣点，本次活动将举办你画我猜、桌球赛、乒乓球比赛、书法展演多个赛区，鼓励同学自由参加。

2、活动时间：10月1日上午 9：00

3、活动地点：__楼

三、活动安排

1、前期宣传期：10月1日之前

a□主要宣传方式□a□发放宣传传单

b□粘贴宣传海报

c□利用加油网、和微信平台进行全方位立体宣传

b□9月30日前学术部筛选出50道难度系数分为难、中、易的谜及文学题目，并打印成一定的纸张，规格暂时还未给出。

c□9月30日前采购完所有所需物品。（由组织部负责）

2、活动现场安排：10月1日

第二阶段学子情怀各项活动同时进行，我院十一期间在校学生可以参加各类游戏

备注(活动准备：猜谜区、你画我猜区，体育类竞技比赛区，以及书法大赛表达心声区)

具体工作安排如下：

a□你画我猜区：

a□负责部门：文艺部、宣传部

b□参加形式：自由组合，每2人为一组，在规定时间内完成一定成语者按照完成数量给予一定的奖励。

奖品：明信片+邮票

地点：会议室(最好能在借一块黑板)

b□体育类竞技比赛区：

a□负责部门：体育部、社团部

b□形式：桌球优胜者以及乒乓球优胜者，可以拿走一定的奖品

c□奖品：饰品店饰品

d□地点：学院楼底楼活动室

c□书法大赛表达心声区：

a□负责部门：传媒部、权益部，

c□奖品：学习用具

d□地点：学院楼底楼门口玻璃处

3、活动后期

负责各活动的部门，把能用的收齐，叠好，放于口袋中，放入物资室。无用东西统一丢至垃圾桶处。

促销活动方案篇七

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，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。

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：人有所事做，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。

促销活动方案篇八

方案一般不用落款，一般情况下只有标题、成文时间和正文三部分内容。而促销是促进产品销售的一种手段，为更好实行促销手段，人们往往会提前制定好一套促销方案。你是否在找正准备撰写“促销活动方案”，下面小编收集了相关的素材，供大家写文参考！

一、项目概述

___购物广场开业以来取得巨大成就，为进一步提高销售额，扩大影响力，在平政高水附近居民心中树立优秀形象，形成良好口碑，特举行规模宏大的春节促销方案。力争创立开业以来客流量和销售额新高，人流量相交提升50%以上，销售额提高40%以上让顾客感受到真正的实惠，提高美誉度，成为附近居民心中的首先购物中心，并且对较远处居民形成一定的影响力。

二、项目目的

人流量达到_____人次

销售额达到_____元

完成季度任务__%，年度任务__%

顾客满意度提高__%

三、促销方案

活动时间：____年春节前后

活动地点：____购物广场

活动人员：____购物广场全体员工

临时促销人员

活动主题：岁末促销、新年促销、迎春节促销

活动重点说明：

____年春节前后将是商品销售高峰，一方面是冬季服装、家电等当季商品的将热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对会员、单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的促销同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升超市形象。

活动内容：

1、新年惊喜换购价

购物满____元，加____元可换购价值____元的商品；购物满____元，加____元可换购价值____元的商品（换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等）

操作说明：凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

2、噼里啪啦迎新年

在超市内购物满____元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。满____元扎两个，以此类推，单张小票限扎____个。奖券设

置:(奖券为即刮即开型, 100%中奖, 奖品可以为实物商品或消费券)

一等奖: 在奖券上标有5个超市司徽, 2名, 奖品为价值_____元的礼品或消费券; 二等奖: 4个司徽, 5名, 奖品价值为_____元; 三等奖: 3个司徽, 10名, 奖品价值_____元; 四等奖: 2个司徽, 20名, 奖品价值_____元; 五等奖: 1个司徽, 奖品为价值_____元。

操作说明: 可以在超市内圈定一个区域, 在里面摆放各种颜色的气球, 顾客凭购物小票进内扎气球。

3、购物送马克杯——感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时, 随着流行时尚的不断变化, 现在人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上, 又称马克杯, 天天相伴, 时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体: 重点针对年轻情侣或三口之家, 将恋人的照片或家人的相片印在杯子上, 可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

购物满_____元, 即可赠送一个马克杯, 顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上, 每个马克杯成本在_____元左右。立拍立显, 立等可取, 体现个性魅力, 可作为自己的专用杯, 也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备, 或与专业个性彩印店联合举办此活动。

4、羊年拼图大赛

以两人为组合, 可以是情侣或父母与孩子或朋友, 拼“羊”或有羊的图案(所有参赛者为一幅图案), 比谁拼得快, 凡

在规定时间内拼图完成的，并拼正确的，可以把拼图拿走，拼得最快的前三名再各奖励__元消费券。另外凡参加者均赠送一份价值_元的小礼物。

报名电话：（在海报上和报纸广告上公布报名电话），

报名人数控制在30对左右。

活动可与厂家联合举办，由厂家提供拼图。

5、一谏值千元——倾听您的心声

和反思，也有助于超市在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到超市的真诚。

选择周末两天，超市老总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物(价值_ _元，如台历、小型工艺品或印有超市名称的实用商品等)，而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予__元的奖励，并于次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予__元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，超市还可以聘为兼职监督员。

操作说明□a.地点可以选择在超市中央大厅或服务台一侧，准备好建议单(上面标有建议内容、建议人、联系地址或电话等选项)，同时准备好笔、椅子、桌子等□b.具体奖励金额也可以视超市自身实力而定，不过当然是金额越高，吸引力也越大，正所谓“重赏之下，必有谏夫□”c.选择超市老总坐堂值班，是体现超市的诚恳，可以是老总和副总轮流值班。

6、其他活动

羊年礼品展：跟羊有关的礼品和商品，有羊图案的商品，如壁毯、羊拼图、羊造型玩具等。

编织围巾

教学

: 冷冷的冬天，为心爱的人编织一条暖暖的围巾，你知道如何编织围巾吗?邀请专业人士在超市现场讲解示范如何编织围巾，并提供材料供顾客购买。

四、实施与控制

1、费用管理(单位:元):

总预算:

促销员工资:

礼品费:

广告宣传费:

促销活动费:

日杂开支:

2、效益核算

资金使用效率__%以上，赤字率不超过_%为优

吸引足够人流量达到并超过_____人为优

销售额达到并超过_____元为优

顾客满意度达到并超过为优

3、组织保障

撰写组织分配书一份，责任明确到人到事；

制定明确的奖惩制定

成立监察小组

项目负责人：

店长

人员组

礼品组

宣传组

4、衡量效果

其中：

圆满完成=60分

优秀=89分

非常优秀=90

分失败=50分

非常失败=25分

彻底失败=0分

总分=30%人流量效果分+40%销售额效果分+30%顾客满意度效果分

一、___现状分析

1、新进厦门,在厦门是一家新生的公司.

2、由于在___喜糖喜饼这个品牌进入厦门之前,厦门就已经存在一个同样名字的婚纱摄影公司,所以市民对___这个品牌的认知,很大程度上都停留在婚纱摄影这个概念上.

3、在___进入厦门前,厦门的喜糖喜饼市场就已经被安德鲁森,向阳坊,仁真,中宇和大红庄等企业瓜分.要与他们争天下,需要的不仅仅是宣传,在产品上也应该有所区别.就是在产品策略上采用差异化策略.

二、针对性策略

针对现状,___目前最紧迫的事情有以下三个:

1、扭转厦门消费者对___这个品牌的认知;

2、打开知名度;

3、树立品牌形象.

据此,可以通过广告宣传,和活动宣传这两个方式来达到以上的三个目的.要扭转厦门人对此品牌的认知,有必要做大型的活动和宣传,最好是以大型活动为主,宣传为辅,但宣传的力度和广度都是必要的.这样的做法是成本高,收效好.如果能有与其产品相关的喜庆类活动,而成本也能为___所接受的话,那就更好了.

方法一:自己组织活动,请媒体做宣传.就是运用公关手段,策划新闻.

方法二:与丽莎贝拉一起做活动,费用按比例分担.(即与厦门有档次的婚纱摄影或者相关的企业合作.)这样有助于让丽莎贝拉的新老客户知道___不是做婚纱摄影的,有利于纠正消费

者对___的品牌认知。

方法三：在主流媒体或分众媒体上做广告。这样成本将会很高。主流媒体的千人成本高，收效不大，但对知名度的提高有很大帮助。分众媒体的千人成本相对较低，针对性强，有助于培养忠诚度高度的消费者。

方法四：门店或者商场柜台的促销活动。只能是短期行为。

___路店的促销活动计划

一、店铺周边环境分析

- 1、地处禾祥路中间地段，交通方便，周围是办公地方，附近是居民区，居民购买力强。
- 2、在店铺附近有几个竞争对手的店铺，安德鲁森，特香包等，虽然这几个企业从档次上讲不是___的同档次对手，但在月饼这个市场来说，目前来看还是强有力的对手。
- 3、城市光廊和城达以及禾祥商城都在附近，都能吸引大量的消费者。
- 4、周边的居民和上班族基本都会对这个店铺有所了解，而且，据门店店员说，每天买月饼的人挺多的。

二、活动的方案

- 1、活动的目的：此次活动主要是针对即将到来的中秋节而做，月饼促销，即提高门店月饼的销售量，同时尽量消化月饼库存，减少损失；同时，也借此机会宣传品牌，提升品牌认知度及美誉度。
- 2、活动的对象：活动的主要对象是要送礼的人群，这主要是出于对___产品本身包装比较适合送礼的考虑。次要对象是女

性白领，和家庭消费。

3、活动的时间：__年9月24--29日。其中24日主要工作是做宣传，主要是告知消费者将来几天的活动；25、26日为主要活动时间，27、28、29三天为次要活动时间。

4、活动的内容

1) 宣传：以发传单为主，店门摆放pop

2) 现场活动：考虑到__现有的资源和材料，计划内主要安排两个活动(具体操作执行细则由伊莎被尔制定)

a) 发送礼券、礼品。当然要以买月饼为前提。先买后送。如果在24日有顾客要求，或提及活动，可以让消费者先购买礼券，在将来几天的活动时间内来提取货物时，可参加活动，这样一可以提前备货，二可以得到一些及时的反馈信息。25、26两天为主要活动时间，这主要是考虑到周末大部分人不用上班，而中秋节临近，正是尚未购买月饼的消费者购买月饼的最好时机，所以人会比较多，这是活动的重点时段。前提是前一天的宣传一定要做好。

b) 糕点知识咨询活动。选派两个工作人员，专门负责介绍__产品的保存、食用等知识。重点是介绍中秋节月饼食用的卫生、安全等各方面的知识。

3) 现场信息收集：店员必须注意留意顾客的年龄、性别、知识阶层、社会层次等资料，重要的是判断。同时也要注意当天的人流量，这信息需要和当天的成交量做比较分析。

5、活动所需要的材料：

a) 传单：包括活动宣传传单，公司产品介绍传单，月饼、糕点食用卫生等知识传单

b□商品准备：月饼，礼品等

c□饮用水：这是准备给客户的。在门店的里面，有两个桌子，这可以用来为一些有意向购买但又有点犹豫的顾客使用，可以作为谈判、休息等用途。

d□其他

6、活动费用预算(略)

注意：

- 1、门店门口不大，注意安全
- 2、店内的设计高雅，不适合过多的人
- 3、注意和城管和工商局沟通好
- 4、注意活动刺激的力度
- 5、注意人员的安排必须到位，不能有空白点
- 6、注意考虑门店门口是否允许摆放东西

活动必须有针对性，所以传单的设计必须要有针对性。

一、平时在与店铺的经营者沟通时，我们发现组织促销活动存在的如下若干问题：

- 4、搞促销活动的时候感觉人力紧张，人手不够；
- 5、难有促销新意，特别是顾客对活动麻木；

二、那怎么才能组织相对低成本而又有效的促销活动呢？我们在经营中，通常会规定公司的促销大纲。我们会按以下原则

来部署：

1、把促销活动分为：常规促销、节日促销、主题促销、新店开业促销、店庆促销以及针对竞争对手的应对性促销活动。

5、每期促销活动另配促销方案、商品清单、赠品、物料清单以及陈列标准指引；

三、很多商家经常为组织活动的主题而头痛，其实做好规划后，你会发现并没有这么难。

一年中各个节日活动，加上如“店周年庆、新店开业、营销事件、春季彩妆、夏季洗护节、冬季护肤节、面膜节、年末大优惠、会员优惠活动”等主题活动，你会发现一年活动已经排的满满的。

四、组织活动主题必须明白的道理：

1、节日只是一个载体，商品的优惠活动才是我们真正吸引顾客购买的因素；

2、节日对于商家来说只是一个销售的机会或者是商机，

3、要理解不同节日的不同消费习惯；

4、针对不同节日我们要规划不同的促销活动，特别是活动的主题一定要明朗

5、形成节日商机主要有五个方面：

五、我们要根据节日来设定促销活动的內容

第4、5类节日主要是商家根据自己的策划能力而组织的活动；当然我们都要考虑当时的气候而推荐的商品品类，如夏季推荐防晒，冬季推荐滋润、保湿护肤。

六、我们分析屈臣氏的促销活动案例，屈臣氏在促销活动策划的杰出成就大家有目共睹，接下来就给大家分析一下：

凡是重点节日，屈臣氏会以单页的形式来加强宣传，而常规的活动主要是以活动的优惠内容来做主要宣传点。

3月8日，作为女性的一个重大节日，屈臣氏开始做重点宣传并举办大型促销活动。五一、十一等节日，我们可以发现，宣传重点在优惠内容而不重视节日氛围，而春节、情人节、圣诞节会更重视节日的氛围。

商品优惠永远是最有效的促销手段，最近2年，屈臣氏越来越直接的采取品牌折扣形式来促销，这也是屈臣氏对日化精品店攻击的利器。在研究屈臣氏的历年的促销活动，我们可以发现，常规促销发展的趋势：

- 1、发展有效会员，利用短信平台是一个持续发展的方式；
- 2、丰富内容具有可读性的、版面美观的dm；
- 3、有效利用厂家资源，整合好促销活动；
- 4、店铺的活动的氛围布置对销售很有帮助；
- 5、员工熟悉活动的内容并积极给顾客推荐；
- 6、有效的员工促销考核方案；
- 7、坚持持续不断的策划促销活动，培养顾客消费习惯；
- 8、完善的促销计划及促销操作流程；
- 9、优惠对顾客仍然是最有吸引力的；
- 10、提升交易次数与客单价是促销的最终目的；

七、一个连锁企业，一定要规范公司的促销活动流程，要规范各部门的工作职责。

促销市调表》《促销活动执行监督表》《月度促销商品销量评估表》这些都非常重要，要高效运营，一定要有标准化的操作流程。

八、很多公司，特别是规模还不是很大的企业，会有个苦恼的问题：每次搞活动都是这些品牌，每次都是这些商品，怎么办？我个人认为：

第一、没有关系，大家都是这样情况；

第二、坚持努力寻找有卖点的新商品；

第三、适当变换主题；

第五、控制好库存，不要造成积压，积压商品快速处理；

第六、做好促销活动的费用预算，在合理的预算中坚持适当的宣传资金投入；

促销活动方案篇九

提升高尔夫在市场知名度，再求销售量的扩张。

1试驾活动 在清远市城市广场、清远市赢之城举行大众高尔夫车展和试乘试驾活动。凡是在这试乘试驾的车展活动期间在现场订购别大众高尔夫客户将买车送油卡。

2、现金折扣

在汽车上市的第一个月内，凡是清远通用大众4s店内购买新

上市大众高尔夫的客户可以享受一定的现金折扣。

3、赠送汽车精品

4、零利息 零手续费优惠

大众在清远联手建设银行银行推出刷信用卡分期购车优惠活动：凡购买大众高尔夫，只要你有建设银行或招商银行信用卡，就可享受12期和18期分期购车零利息、零手续费的“双免”优惠。另外还没有建设银行和招商银行信用卡的用户也可以参加“双免”优惠活动。只要在填写分期购车申请表的同时，填写相应的信用卡申请表，在活动时间和区域内，一旦银行审核通过，您就可以参加。

5、重奖老客户

客户在购买别克新君威时一经确认为清远大众4s店的老客户，那么这老客户将得到4s店的重奖。

6 人员推销

1、销售竞赛

2、销售红利