

最新五一手机活动宣传方案设计 五一手机店活动方案(模板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。那么方案应该怎么制定才合适呢？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。

五一手机活动宣传方案设计篇一

一、包装牌：运营商政策+金华ov或其它品牌手机

今年三大运营型。

五一购机，半年话费、流量免费用。（可用流量池）

再如：购魅蓝5送十大礼包

如果单纯的裸机是无法做的，只有与运营商绑定在一起才可以。其公式为：促销利润=720-魅蓝5进货成本+办理移动套餐+移动套卡或全球通或自带+酬金+（流量+宽带+机顶盒+光猫+话费全是移动融合套餐赠送的）

由产品的`规划上，金华ov的主打产品与运营商政策的包装要设计出来。比如移动vivox9定制版，广东地区移动老用户188套餐用了一年，如果再承诺用一年，手机就可以免费拿走。新用户可以赠送一定比例的话费。

二、买赠牌：五一购机买一送十乃至二十

五一购机的消费心里，一是便宜有优惠。二是有很多的礼品可以选择。所以，节日店铺的包装，核心主角是礼品。礼品丰富一方面可以聚客引流，另一方面可以激发顾客购买欲

望。

店门口丰富的礼品堆头

购手机=手机+手机壳+手机贴膜+手机靓号+品牌磁疗仪+话费+流量+宽带+移动电源+蚕丝被□app推广礼品)

无论送多少礼品，只要计算出总营业额减去总成本，最后是你的利润。所以，送十件也好，二十件也好。只要有利润就可以了。

三、微购会-内购会-团购会-分期会

1、微购会

主题：（51）我要微信购机

时间：5月1号-5月8号

地点：微信群、鑫鑫手机店

方法：5月1号前进鑫鑫手机店微信购机群，五一当天来店参加抽奖，每个微信群满400人即抽奖送出10台智能手机。详见活动现场。

举例

（店铺个人二维码）

（51）我要进群抽手机

说明：本活动，主要借力微信群，在五一节来临前提前宣传、聚客引流。抽奖由手机店自己设计中奖控制，也可以用运营商活动机型。如运营商承诺每月消费多少钱，然后手机就送给用户。用此类机型做活动机型。

2、内购会

主题：（51）我要内部购机

时间：5月1号-5月8号

地点：金鑫手机店

方法：51节前印制一定数量入场券，51节当天凭入场券进店购机、配件、办理业务均按员工内部价格销售。品牌限价机可以送500元充值ip话费，政策包装机可以直接送。非品牌机可以采用直降的方式来冲量。

3、团购会

主题：（51）我要团购购机

时间：5月1号-5月8号

地点：鑫金手机店

方法：51节上午11:30、下午15:30两次团购热销手机。事先公布好团购规则，3人团**元，5人团**元，8人团**元。

4、分期会

主题：（51）我要分期购机

时间：5月1号-5月8号

地点：金金手机店

方法：51分期购机0首付0利息，每分期购机7台，抽奖免单一台。

五一手机活动宣传方案设计篇二

一、活动目的`

利用国庆佳节进行促销活动，刺激消费，拉动销量，为下半年销售市场做准备。

二、活动主题

庆国庆，得大礼，游北京。

三、活动对象

潜在客户

四、活动时间

9月29日至10月5日

五、活动内容

- 1、促销活动时间，购买**手机多媒体系列，即可获赠内存卡一张。
- 2、促销活动时间，**手机**系列，九折销售，不享有赠送活动。

六、活动宣传口号：

1、预告性宣传语：

大厦店庆—xx商界奥运会，前所未有，值得期待

峥嵘岁月xx载，大庆11天欢乐开怀

xx年之荣耀历史，凝聚成这光辉一刻

举世瞩目中国北京奥运会，全城期待xx大厦xx周年庆

2□dm等广告语

商业大厦55周年庆11月8日激情开场!

1. 价格开闸放水，礼品排山倒海
2. 价格高台跳水，礼品千帆竞“发”
3. 全场赠送前所未有，活动规模盛况空前，惊爆低价震撼山城

周年庆，55根金条等你拿!

5. 百万浓情厚礼馈赠全城，千万让利深情奉送，亿万特价商品倾情酬宾，商业大厦xx年周年庆，激情回报十一天!

6. 千家厂商联手同贺，开心大礼送不停，数万种新品绚丽登场，特供特价独家推出，普惠辽东!

7. 闪耀全城的颠峰力作，轰动本溪的购物狂欢盛宴!盛况空前!力度空前!惊喜空前!

年庆典，辉煌与荣耀

9. 大厦的生日，百姓的节日

10. 商业大厦xx周年庆，奏响xx年让利的最强音

11. 满城尽享店庆价

12. 击穿价格底线，超越豪礼巅峰

五一手机活动宣传方案设计篇三

一、活动背景：

1、社会背景：今年xx月x日xx大厦迎来xx周年店庆，将开展建店以来最大力度的营销活动，活动方案全力扩大企业的美誉度和影响力，打击竞争对手的发展势头，牢牢巩固xx第一店的龙头地位，并为迎接更加激烈的竞争做好充足的准备。

2、企业背景：今年企业各项工作均取得了突破性的进展，店庆前夕，接层扩建工程顺利结束，相关业种重新装修调整，企业面貌焕然一新，要通过店庆活动向x城广大消费者展示xx大厦的全新风貌。

活动要和奥运会适当结合

二、活动目标：销售同比增长100%以上（11天期间）。

三、活动时间□x年x月x日至x月x日共计11天。

四、活动主题：

xx大厦xx周年庆

旷世豪礼，闪耀山城

五、活动宣传口号：

1、预告性宣传语：

大厦店庆—xx商界奥运会，前所未有，值得期待

峥嵘岁月xx载，大庆11天欢乐开怀

xx年之荣耀历史，凝聚成这光辉一刻

举世瞩目中国北京奥运会，全城期待xx大厦xx周年庆

2□dm等广告语

商业大厦55周年庆11月8日激情开场！

1. 价格开闸放水，礼品排山倒海
2. 价格高台跳水，礼品千帆竞“发”
3. 全场赠送前所未有，活动规模盛况空前，惊爆低价震撼山城

4□xx周年庆，55根金条等你拿！

5. 百万浓情厚礼馈赠全城，千万让利深情奉送，亿万特价商品倾情酬宾，商业大厦xx年周年庆，激情回报十一天！

6. 千家厂商联手同贺，开心大礼送不停，数万种新品绚丽登场，特供特价独家推出，普惠辽东！

7. 闪耀全城的颠峰力作，轰动本溪的购物狂欢盛宴！盛况空前！力度空前！惊喜空前！

8□xx年庆典，辉煌与荣耀

9. 大厦的生日，百姓的节日

10. 商业大厦xx周年庆，奏响xx年让利的最强音

11. 满城尽享店庆价

12. 击穿价格底线，超越豪礼巅峰

六、活动内容及增销措施——

第一部分□xx大厦百货部分（含食品、洗化珠宝钟表、男服、女服、运动、鞋帽七个业种，参加比率达100%）

（一）、商品组织（商品管理部负责组织落实商品采购和价格掌控）主要有以下几种：

1、正常商品最低折扣价：此类商品为迎季新款新品，也是获得毛利的主要品种，价格折扣额度及商品数量一定要超过以往任何活动，全场新品最低价位折扣，重点组织高客单价商品，不参加或达不到折度的临时撤柜做特卖场，各柜长要将准备的商品记在柜长表单中，各业种要将商品折让情况详细报商品部，商品部负责检查实际落实情况。本项工作由商品部和各业种共同监督厂家，上述类商品储备数量应达到店庆期间预计销售额的5倍。

2、超低价限量抢购商品，此类商品是吸引顾客的限量牺牲品种□dm主打，由供应商提供，要求零毛利或负毛利，可以结合“xx周年”推出xx折——xx折等商品特卖。每个品牌至少推出2款特价限量商品，各业种负责落实，并向商品部和营销部报限量的.品种及数量。

分重视，并保证货源达到一定的量。商品主要来源：一是供应厂商支持提供的库存商品、订制商品；二是由各业种流通自行采购的包销买断的自营商品。要求此类商品一定要低价格、低毛利，具有绝对的吸引力。每个品牌不得少于5款特供品，特供品要醒目标记“店庆特供”字样。

4、均一价商品——业种要有针对性地采购或要求供应商提供

一些相近价格的商品，制定均一价（如5.5元、11元、55元、118元、155元、218元、318元、455元、555元等），设特卖场销售。

5、春、秋、夏季反季商品，同样要抓好这类商品的引进和销售，作为增加销售的亮点，价格要低至极限，数量充足。

7、洗化珠宝钟表业种结合商品属性，开展“璀璨之梦一名品专场盛惠”活动（重点为名表、金饰品），这将是该业种今年最大力度的大型活动：

五一手机活动宣传方案设计篇四

一、宣传周期

4月20—31日作前期宣传，通过高空媒介如电视等进行市场进入前的强势宣传引起消费者对此商品的强烈好奇心。通过pop等低空方式进行悬念式广告投放，让消费者想知道“爱听”究竟是什么东西。（电视的广告选择终端销售店铺所在的地方电台，节约成本。也可选择报纸进行故事性连续广告宣传。）

5月1日—7日活动开幕。

5月7日后进行产品推广后提示性的周期广告宣传。

二、宣传地域覆盖面

以活动推广地为中心，覆盖全省及全国范围。

手机五一促销活动方案第五部分：成本预算

项目所需资金单位：万元

媒体宣传费用5

场地费用 $0.1*5=0.5$

员工津贴 $12*0.01*5+4*0.005*5=0.7$

条幅 $0.005*3=0.015$

宣传单 $0.1元*10000=0.1$

免费派送礼品费用0.5

演出人员工资0.2

音响器材租用0.5

其他费用0.2

现场布置费用0.05

小计7.865

手机五一促销活动方案第六部分：服务支持

一、增值服务

推出适合手机特色的增值服务，实行手机图片彩铃无限量自由免费下载(通过到指定销售店铺进行)。提高售后服务质量耐心讲解手机功能，提供覆盖面广的手机维修保养美化店铺。

二、团购优惠

团购就是顾客购买多台手机或者是几个顾客联合购买多台手机的时候，给予一定优惠的促销活动。团购的让利可以吸引顾客选择产品，顾客普遍存在一种“买赚”的心理，团购的

让利会让他们觉得物超所值。爱听可以通过1-5%的让利达到产品的终端销量的大量提高，而消费者也不会产生产品降价过时的感觉。

第七部分：促销评估

一、社会影响

此次促销是刺激消费者的认知，以品牌认知为目标的表现策略，提高认知度，强化记忆度达到最基本的认知和知晓的目的，运用乐队引起消费者的注意，通过介绍手机，作游戏，无偿领奖的方式引发消费者的兴趣，增强消费者的记忆，良好的服务态度，以及广告宣传让消费者能看过来，停下来，买回来，直到使顾客满意再回来。

二、活动模式的建立与可持续性

本次活动是一个宣传投入小便于各个城市应用的可执行性强，影响力强的可通用模式，便于复制和推广应用。

五一手机活动宣传方案设计篇五

促销活动目的：

旺季抢量，同时强化×××音乐手机，完美音质的形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。

促销主题和内容：

主题：完美音质，随身畅响

12月20日-2月15日，凡购买×××音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍:该赠品为便携式旅行小音箱，主要的用户利益点在于手机音乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻，随时随地播放手机中存储的音乐。

促销活动的开展方式:此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法:根据各地促销活动期间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

赠品配送方式::赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

促销活动注意事项:从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员;另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备□k098□k028□k128必须配真机。

陈列和形象更新。为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，各地务必在大卖场，核心售点，专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在长沙市投放的临促数量(300名临促)，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

*注意元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，第1，2天，省会城市，二级地市的人流量会大，第1天的销量会达到平时7-10倍，第2天达到平时的3-4倍;第3，4，5天，人流回落到地市，县城，乡镇，销量为平时的1.5-2倍;第6，7天，一级城市又有所上市，但总量增长不大，和平时周末类似。各地注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

*元旦当天要准备低价格机器冲量。比如:k218等。

预防问题:赠品的流失问题,必须有严格的流程控制,促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品,都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。要设定促销目标,开展分组竞赛;促销活动中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

元旦促销主题

元旦促销主题的功效

传统的促销模式不外乎给出一些促销手段,特价,打折,买赠等,枯燥无味,而且随着这种手段重复上演,已经让消费者产生了审美疲劳,甚至是抗体。

一般促销主题的选择都会从产品的历史渊源、文化背景、风土人情等方面挖掘,然后结合当时的环境资源,像假日,消费者等情况来给他定义。像本次的元旦促销主题,就可以把促销活动与元旦文化相联系,再根据不同的产品的自身特点融入其中,这样的元旦促销主题与消费者在情感上距离更近一些。