

最新饮料产品活动促销宣传语(优质5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

饮料产品活动促销宣传语篇一

方案一：饮料促销活动策划方案

初夏，饮料类产品的销售旺季已经来到，河南饮料市场上群雄逐鹿：康师傅、娃哈哈、乐百氏、可口可乐等竞争对手纷纷摩拳擦掌、重拳出击，实行新的促销策略。如何在对手有市场动作之前发挥现有优势，抢先发力，抢占市场份额，巩固市场地位成为统一公司的头等大事。夏季也是面类产品销售的淡季，如何让淡季不淡，而不因为淡季而让夏季变成销售的“盲区”，组织一场以部分热销产品带动全线产品的畅销成为了必要之举。

媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，“借势、造势”成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为“大河统一美丽生活”。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

活动安排

1、活动时间为5月31日-6月30日。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等“茶”系列产品为一套系的促销，“鲜橙多、葡萄多”等“多”系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五“买就送”，以买送搭赠(面类产品和饮料的捆绑)的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的“限时、限量惊爆抢购”，打击竞争对手，抢拉客源的“超低特价，超级好礼”。

3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动——您的爱心我的学业，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势！

活动执行

一、部门协调

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

1、事前责任明确

由于此次“大河统一美丽生活”活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写□pop制作；推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报□pop管理，活动现场管理等；储运部负责检查库存，确保及时补货；销售部负责维持好现场秩序。财务负责帐款的回收。

2、做好各项活动准备

在“大河统一美丽生活”活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。

场地准备：确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。

物料准备：根据活动的规模，提前准备好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、上货、广宣品□pop等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

人员培训

“大河统一美丽生活”人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训；第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

1、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到-全球品牌网-明确活动目的、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

2、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态(推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动)、推销话术(消费者异议回答话术、目标消费者)等的培训。

活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了统一品牌的影响力和在民众中的美誉度，扩大了市场占有率，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的！

方案二：饮料促销活动策划方案

一、活动主题

“欢乐进行时，健康每一天”

该主题既可以体现出本次活动中所给消费者带来的直接感受，又体现出xx一直以来向消费者传达“健康向上”的整体形象。整个活动主题朗朗上口，便于消费者记忆。

二、活动目的

展示xx形象。

促进xx产品的推广。

拉动xx短期销售。

加深xx在消费者心中的地位。

三、活动所针对的重度目标受众

1、孩子

他们的年龄段从4岁到18岁不等，他们喜欢玩，喜欢接触新鲜的事物，他们对任何产品的认识大多取决于第一印象。他们对产品虽然没有最终的确定权，但是他们是左右父母购买的引导权，父母对他们所提出的建议大多都是重视，而这也是实施最终购买很重要的一个环节。

而这次活动，我们就是让孩子像知道麦当劳一样记住xx□让xx留在他们的脑海里。

2、家长

他们极度关心孩子的健康，只要对孩子的健康有好处的产品，家长们都愿意去尝试。他们在购买此类产品时，可能基本处于一种理性的购买状态之中。但是他们在购买前，经常会听取孩子们的建议，然后再通过进一步地分析，决定最终购买。

而这次活动，就要让家长们知道xx是对孩子的成长是非常有利的，同时通过相应有效的促销方案和免费饮用活动，吸引家长完成最终购买。

四、活动形式

在北京2家“家乐福”（建议在方庄店、马连道店和中关村店中选择两家）门口，展开丰富多彩的现场活动。整个活动包括周末的户外主题活动和工作日的室内礼品派发活动。

因北京另几家家乐福门外均无太大场地，无法实施户外主题活动，故建议选其中两家（白石桥店、国展店），进行全程的礼品派发、促销、青少年与儿童健康展览等活动。

工作日的礼品派发活动基本安排在一周一到周五，可以购买产品后换取或赠送小礼品的形式派发，也可采用促销员在客流较多时段进行产品派发。

派发的小礼品可以选择为纸灯笼、对联、中国结等，之所以选择这样的小礼品，是因为活动期间距离春节不远，选择一些符合春节气氛的小礼物，能够迎合更多人的心理。

另外，我们还建议：

一、也可以赠送一些印有xxlogo的小胸牌，摇摇卡、文具、杯子等小礼品。

二、可以在购买时赠送刮刮卡。刮刮卡现刮现中，中奖率100%，礼品分别为三个层次的奖品（如大奖为三星dv□二等奖为ps2游戏机，欢乐奖为xx小礼物等，具体形式、奖品设置待沟通）。

促销配送方案：

1、购买一桶xx产品送对联一幅

（杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个）

2、一次性购买二桶xx产品送纸灯笼一个

(杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个)

3、一次性购买三桶以上(含三桶)xx产品送中国结一个

(或文具一套)

周末的主题活动可设计成标准统一的节目和舞台背景;也可根据每家“家乐福”门前场地的面积、形状大小、位置的不同,举行不同的活动。

春节饮料促销活动方案(二)

一、活动目的

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象;
- 2、加强对产品校园的宣传和推广;
- 3、提高××饮料在校园内的销量,并开发新顾客。

二、活动时间、地点

活动预热期□20xx年12月20号—29号(共计10天)

正式活动期□20xx年12月30日—20xx年1月1日(共计3天)

地点:各个高校校园内

三、活动对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年,有健康意识,追求成

就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2) 在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

四、活动主题

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

五、活动的内容及安排

(一) 元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

(二) 产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

(三) 抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

(四)凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

(五)走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促

销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

(六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

六、现场布置

(一) 人员安排

请10个工作人员在售点(3天的安排一样)

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

(二) 现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

七、宣传

- 1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。
- 2、日—3日：1、工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。
- 3、在售点发传单。
- 4、在售点挂横幅及其他宣传物。
- 5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

八、费用预算

- 1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。
- 2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。
- 3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。
- 4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。
- 5、传单费用1000元

总计：56000元

九、活动效果预测

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“××饮料”的热潮。对树立“××”品牌也会有很大很好的影响。

饮料产品活动促销宣传语篇二

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传与推广；
- 3、提高饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

活动预热期□20xx年12月20号—29号（共计10天）

（1）所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感与自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

（2）在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

（一）元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

（二）产品试喝

（三）抽奖

参与条件：只要购买饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

（四）凭收集的瓶盖换取奖品

（五）走动促销

时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

（六）公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象与产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

（一）人员安排

请10个工作人员在售点（3天的安排一样）

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

（二）现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

2、1日—3日：工作人员统一穿着“饮料”的工作服。

3、在售点发传单。

4、在售点挂横幅及其他宣传物。

5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号□

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

我们有理由相信，通过此次的促销活动，饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“饮料”的热潮。对树立品牌也会有很大很好的影响。

饮料产品活动促销宣传语篇三

一、活动目的

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象
- 2、加强对产品校园的宣传和推广
- 3、提高××饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

二、活动时间、地点

活动预热期□20xx年12月20号—29号(共计10天)

正式活动期□20xx年12月30日—20xx年1月1日(共计3天)

地点：各个高校校园内

三、活动对象

(1)所有在校孩子

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识，追求成就感和自我认同。他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流！

(2)在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

四、活动主题

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

五、活动的内容及安排

(一)元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

(二)产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

(三)抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖

物品

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

(四) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

(五) 走动促销

模仿游击战术，安排促销的人员到不同的`指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。孩子上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的孩子也需要喝饮料，所以要定时安排促销的人员到孩子宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日孩子上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

(六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

六、现场布置

(一) 人员安排

请10个工作人员在售点(3天的安排一样)

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

(二) 现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

七、宣传

- 1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。
- 2、日—3日：1、工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。
- 3、在售点发传单。
- 4、在售点挂横幅及其他宣传物。
- 5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

八、费用预算

- 1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。
- 2、促销的人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。
- 3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。
- 4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。
- 5、传单费用1000元

总计：56000元

九、活动效果预测

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在孩子中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀

起“××饮料”的热潮。对树立“××”品牌也会有很大很好的影响。

饮料产品活动促销宣传语篇四

辉煌五周年(主标题)晶星世界杯精彩不断(副标题)

xx-6-9-----xx-6-18(6.9周年庆典世界杯开幕6.18父亲节)

1、同喜同乐庆生日

凡6月9日出生的顾客，持本人身份证原件在xx年6月9日活动当天来晶星购物城可免费领取生日礼品一份。

注：此活动礼品发放由***负责安排。

2、69元拿彩电，享受激情世界杯

活动时间：6月9日、10日、11日。每天在本商城一次性购物满200元的顾客，可获得抽奖券一张，满400元得两张(以此类推)可参加69元拿彩电抽奖活动，抽奖时间安排当天晚18：00点(中奖人限一名)，抽出中奖人员后，中奖人即可用69元拿走超值彩电一台。兑奖有效时间延至第二天晚上停止营业，如逾期仍未兑奖便视为放弃。(特价商品、大宗团购除外)

注：每天现场抽奖活动由xxxxxx负责主持，策划部协助。

3、购物抽大奖

周年

庆典轻松享凡于活动期间顾客在本商城一次性购物满500元可获得抽奖券一张，满1000元得两张(以此类推)就可参加抽大奖活动。

一等奖：名牌背投彩电一台(1名)金额□xxx元

二等奖：名牌消毒柜一台(2名)金额□xxx元

三等奖：名牌饮水机一台(5名)金额□xxx元

四等奖：精美水具一套(10名)金额□xxx元

抽奖时间□xx年6月18日下午18：00

抽奖地点：晶星购物城大门口

兑奖有效时间：开奖起至xx年6月25日晚19：00。逾期没兑者视为放弃。(特价商品、大宗团购除外)

注：当天现场抽奖活动由xxxx负责主持，策划部协助。

4、晶星金靴奖

活动期间每天来我商城购物的第一位顾客，凭购物小票可获得晶星金靴奖礼品一份！

礼品预计费用□xxx元10天=xxx元

注：此活动礼品发放由xxx负责安排。

5、活动期间顾客一次性购物满100元

以上即可参加下列促销活动(单张收银票限参加一个活动)：

1)、晶星金球奖活动细则：在商城内设置一场地摆放球门，参加此活动的顾客在离球门5米的位置将皮球踢向球门，如进即可获得晶星金球奖奖品一份，如不进则获得纪念品一份。单张购物小票限玩一次。

2)、晶星任意球奖活动细则：在商城内设置一场地摆放球筐，参加此活动的顾客在离球筐23米的位置将乒乓球击向球筐，如进即可获得晶星任意球奖奖品一份，如不进则获得纪念品一份。单张购物小票限玩一次。

礼品预计费用□xxx元

注：此活动现场工作人员及奖品发放由xxxxxx负责安排、策划部协助。

6、老爸您辛苦啦(父亲节)父亲节商品特价展：手机、数码产品、剃须系列

1. 家电部负责联系及落实各厂家场外促销活动工作；

2. 企划部负责协助家电部安排各活动的宣传工作。

饮料产品活动促销宣传语篇五

小型推广活动一般来讲就是终端推广活动，它是将“大推广”所体现的内容更加形象的展示给目标群体，并推销给出去，达到品牌和产品推广的最终目的。接下来小编搜集了小型现场促销活动方案，仅供大家参考，希望帮助到大家。

辉煌五周年(主标题) 晶星世界杯 精彩不断(副标题)

xx-6-9-----xx-6-18(6.9周年庆典 世界杯开幕 6.18父亲节)

1、 同喜同乐庆生日

凡6月9日出生的顾客，持本人身份证原件在xx年6月9日活动当天来晶星购物城可免费领取生日礼品一份。

注：此活动礼品发放由负责安排。

2、69元拿彩电，享受激情世界杯

活动时间：6月9日、10日、11日。每天在本商城一次性购物满200元的顾客，可获得抽奖券一张，满400元得两张(以此类推)可参加69元拿彩电抽奖活动，抽奖时间安排当天晚18：00点(中奖人限一名)，抽出中奖人员后，中奖人即可用69元拿走超值彩电一台。兑奖有效时间延至第二天晚上停止营业，如逾期仍未兑奖便视为放弃。(特价商品、大宗团购除外)

注：每天现场抽奖活动由 负责主持，策划部协助。

3、购物抽大奖

周年庆典轻松享凡于活动期间顾客在本商城一次性购物满500元可获得抽奖券一张，满1000元得两张(以此类推)就可参加抽大奖活动。

一等奖：名牌背投彩电一台 (1名) 金额：*元

二等奖：名牌消毒柜一台 (2名) 金额：*元

三等奖：名牌饮水机一台 (5名) 金额：*元

四等奖：精美水具一套 (10名) 金额：*元

抽奖时间□xx年6月18日下午18：00

抽奖地点：晶星购物城大门口

兑奖有效时间：开奖起至xx年6月25日晚19：00。逾期没兑者视为放弃。(特价商品、大宗团购除外)

注：当天现场抽奖活动由 负责主持，策划部协助。

4、 晶星金靴奖

活动期间每天来我商城购物的第一位顾客，凭购物小票可获得晶星金靴奖礼品一份！

礼品预计费用：*元10天=*元

注：此活动礼品发放由负责安排。

5、 活动期间顾客一次性购物满100元

以上即可参加下列促销活动(单张收银票限参加一个活动)：

1)、晶星金球奖活动细则：在商城内设置一场地摆放球门，参加此活动的顾客在离球门5米的位置将皮球踢向球门，如进即可获得晶星金球奖奖品一份，如不进则获得纪念品一份。单张购物小票限玩一次。

2)、晶星任意球奖活动细则：在商城内设置一场地摆放球筐，参加此活动的顾客在离球筐23米的位置将乒乓球击向球筐，如进即可获得晶星任意球奖奖品一份，如不进则获得纪念品一份。单张购物小票限玩一次。

礼品预计费用：*元

注：此活动现场工作人员及奖品发放由 负责安排、策划部协助。

6、 老爸 您辛苦啦(父亲节)父亲节商品特价展：手机、数码产品、剃须系列

1. 家电部负责联系及落实各厂家场外促销活动工作；

2. 企划部负责协助家电部安排各活动的宣传工作。

1、提升经销商对当地消费者的影响力，培养潜在顾客；

2、为经销商所经营的门店吸引人气；

3、为经销商培训员工，提高经销商员工的实战水平和基本素质；

4、有效的提升销量（这是根本）；

5、通过活动向经销商合理压货（这是关键）

对于经常组织活动的经销商门店，推广人员有必要对其阐述活动的目的性；对于对活动缺少正确认识或者对其它厂家所做的活动中失望、失败过的门店经销商来说，推广人员更应该阐明这些观点。总之，活动前期与商家的沟通工作必须落实到位，如果沟通落实不到位，结果不会理想。

一个好的活动主题，不仅会得到经销商的支持，也会取得消费者的认同。假如活动是礼品促销，那么我们一定要给消费者一个让其放心接受礼品的理由。道理很简单，仅仅是“买就送”消费者很容易会联想：为什么要送这么多东西啊，是不是这个产品不好销售，或者是羊毛出在羊身上？所以一个好的活动主题也是活动成功与否的关键。

其实做推广活动和行军打仗有极其相似的地方，都是在熟悉或陌生的地方、环境与对手交战，下面将逐个分析在推广活动中应该怎样具体把握好这些因素：

“地利”-----选准了合适的活动时间，下一个关键的因素就是如何在合适的时间内选择合适的活动地点：

a□ 活动现场没有竞争对手时：-----选择在商场门口客流量

最大的位置；

c□ 活动现场有舞台时：-----选择与舞台保持一定距离、但有人流的位置。（这种情况是指，如果是商家吸引人气搭建的舞台，避免让看热闹的人群挡着真正想购买产品的消费者）

d□ 活动现场有不存在竞争的知名品牌时：-----选择离他们尽可能近的位置；

f□ 活动现场有音响设备时：-----选择尽可能不影响听觉效果的位置；

h□ 除非大型综合性活动，尽量不要将活动现场放在离终端较远的广场。

“人和”-----这里的“人和”指与活动门店员工的关系。绝大多数活动的开展，都是在陌生的环境里进行，虽然推广人员对产品、演示技巧、个人能力等都充满了自信，但是不要忘记，只有充分的认识到消费者的消费习惯，取得消费者的信任才能将销售工作做的更好。推广人员恰恰缺少的就是这些。这时，推广人员就要借助当地门店销售人员的力量，门店销售人员大部分都是本地人，对当地的消费情况肯定比推广人员了解，而且本地人更能取得当地消费者的信任，其中不乏有门店销售人员的老顾客。推广人员在大部分时间里只能充当足球比赛的中后场球员，临门一脚还是交给门店销售人员踢比较好。这里的意思并不是说推广人员不能将产品销售出去，而是说推广人员可以把产品讲的完美无缺、头头是道，让消费者产生很强的购买欲望，但是大部分消费者在成交的最后关头还是比较理性的，这时推广人员要取得消费者信任所花费的各种成本要比门店销售人员要大的多。所以，在活动展开前要多沟通一些成交技巧并搞好与门店销售人员的客情关系。

具备天时、地利、人和三大要素，推广活动已经成功了一半！

一旦确定了活动的主推产品，接下来的工作就是将主推产品包装起来，所有的资源都要向主推产品倾斜，为主推产品服务，此时要遵循以下原则：

a□主推产品的价格相对于其它产品更实惠一些（提高非主推产品价格）；

b□主推产品的赠品相对于其它产品更多一些；

c□主推产品的卖点组织相对于其它产品更全一些；

d□主推产品的装饰相对于其它产品更靓一些；

e□主推产品的数量相对于其它产品更多一些；

f□主推产品的摆放位置相对于其它产品的更明显一些。

在实际的操作过程中，可以将一些竞争力稍差的产品价格适当的标高，引导消费者进行对比；主推产品搭配的赠品适当的加大，将主推产品冠名为“新品”、“本周销售冠军”、“售后部最喜欢的产品”、“获奖产品”等称号用来提升产品附加值！总之，发挥我们员想象力，尽可能地想出一些好点子来，让消费者感觉到主推机型就是今天要买的，无论价格、赠品、功能、性能、外观都是其它产品所不能对比的，而且消费者的的确确从活动中得到了实惠！

推广活动必须重视的一项工作——前期宣传。前期宣传是保证活动成功与否的关键一环。大到总统竞选，为了拉取选票，承诺选民当选后会给予其利益，实施“海陆空”立体组合进行宣传；小到刻章办证，为了吸引顾客，承诺做到以假乱真，到处张贴小广告进行宣传。由此可见宣传在日常生活、工作中的渗透性和重要性。做推广活动也是如此，设计好推广主题以及能给消费者带来的实惠，然后利用宣传手段将消费者吸引过来，消费者通过购买产品得到宣传承诺的实惠。无论

设计的主题和能给消费者带来的实惠有多么好，就算是所有的产品白送，如果没有人知道，活动现场没有人光临，送给谁。活动现场是需要人气、需要消费者捧场，在活动现场如果达到了这一点，会吸引更多的人参与进来，哪怕是过路的，毕竟这些人人都能创造销售机会。我个人的观点是——就算销售量达到了预期目标，如果现场的人气不旺，这次活动也是失败的！为什么？如果当时人气很旺，你就能做的更好！你没有激发出活动的最大潜能！我们可以从另一个角度来分析活动效果与人气的辩证关系，假设活动=原子弹、人气=人口密度，活动效果=伤亡程度，同样是原子弹，为什么所有的人对丢在广岛的那颗印象最深呢？除了历史背景外，更重要的一个原因是它所带来的人员伤亡程度，因为我们记忆最深刻的那只原子弹是丢在密度很大的地方，其它的都丢在了戈壁滩上了，所以可以得出一个结论，人口密度=伤亡程度，进而推算出人气=活动效果。

活动现场的布置一定要体现出气势和规模，消费者的潜在思维都会认为活动越大，优惠越多，在这个基础上现场的布置也要体现出企业或者产品的特色，并切尽可能的将手重的宣传物料运用到位：

a□x展架：摆放在活动现场展台旁边或者入口处最显眼的位置；

c□宣传单页：尽量在人流量大的时候派发到展台外围的消费者手中；

d□产品海报：张贴在过道上和卖场所有能够张贴的地方，用来引导顾客和传播产品信息；

e□条幅：选择活动现场最显眼的位置悬挂；

f□产品压牌和小台牌：每款产品下面都要有压牌，旁边要有台牌；

g□价格牌：每个产品都要有价格牌，表明原价和促销价，体现活动的正规性；

h□荣誉证书：贴在比较显眼的地方，推广人员人手一份，随时展示给消费者。

通过以上几项的准备工作，已经万事具备，但是最终的结果要看现场的掌控情况，这里主要指的是对消费者的掌控，此时我们要把握以下几点：

b□ 调动情绪——正常情况下，一个人在情绪高涨或者激动的时候容易做出冲动的选择，而现场推广活动的原则就是让尽可能多的目标消费群体产生冲动消费，此时最好的方法就是将我们的产品讲解转化成煽情的演讲，并配合生动的现场体验和演示将产品的特点展限给消费者，讲解的过程一定要遵循有理、有利、有据三要素。

a□清理现场——将活动现场清理干净，体现企业员工的素养；

b□ 样品复原——将活动使用的样品妥善处理，不要影响二次销售；

d□ 活动总结——制作专业的活动总结表，让经销商或者终端门店负责人对活动效果和日常工作进行评价，为企业反馈真实信息。