

药店促销活动策划(优质6篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

药店促销活动策划篇一

从以往的经验看圣诞节对于药店促销来说推动性不是很大，但机会不可放过，将两节合并一块，借机宣传并加强药店影响力度。

二、活动目的

加强药店外在形象，扩大知名度。

三、活动主题

送给你家一般的温暖

四、活动时间

五、活动方式

打折、买赠、义卖

六、活动内容

1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。

2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出

诊卡一张。

3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒（共500份）。

活动二

本店开展**老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于**贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

七、活动宣传

宣传单□dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

八、

- 1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。
- 2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。
- 3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

主题口号：

- 1、真情回报,购物有礼,大型优惠活动
- 2、专家现场免费义诊,仪器免费检测

3、会员奖品大派送

时间：月日——月日

地址大药房

内容：

1、所有会员派送礼品,现场兑现积分奖品

1)、采取宣传页告知,电话逐个通知,每个会员均免费发放精美茶杯一个.

2)、会员按前期积分多少兑现场兑奖

3)、现场免费办理会员卡

2、专家现场免费义诊

现场免费为顾客就诊,免费开据医药处方,仪器免费测量心血管,胃肠道,糖尿病,风湿等疾病,顾客可以凭处方购药享受10%的优惠□aa大药房以真情回报顾客对aa大药房的大力支持与关注。

3□aa大药房购药送礼、抽奖大型活动

活动期间,顾客购买商品满8元可获取礼品一份,礼品按购买金额对应提高.购买商品满58元可参加现场抽奖一次,中奖率为100%。(多买多抽)

促销活动的难点:

当前促销活动往往不被消费者关注,消费者参与热情不高,容易导致促销活动到场人数不够,活动效果不佳.其实并不是促

销活动本身不具备吸引力的问题，而是由于当前各种促销活动太多、太乏乱，部份活动在宣传中没有将促销活动的核心利益点表达清楚，宣传的执行力度也不够。故而，活动宣传单也需要进行精心的设计和创意，其关键还在于怎样投递，采取什么方式投递，投递的范围和密度。

药店促销活动策划篇二

一、活动背景

从以往的经验看圣诞节对于药店促销来说推动性不是很大，但机会不可放过，将两节合并一块，借机宣传并加强药店影响力度。

二、活动目的

加强药店外在形象，扩大知名度。

三、活动主题

送给你家一般的温暖

药店促销活动策划方案四、活动时间

xx年12月24日-20xx年1月3日

五、活动方式

打折、买赠、义卖

六、活动内容

活动一

- 1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。
- 2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。
- 3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒(共500份)。

活动二

本店开展**老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于**贫困基金，用于无钱就医的同胞。凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

七、活动宣传

宣传单□dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

八、活动预算

略

九、活动注意

- 1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。
- 2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。
- 3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

2)、会员按前期积分多少兑现场兑奖

3)、现场免费办理会员卡

2、专家现场免费义诊

现场免费为顾客就诊，免费开据医药处方，仪器免费测量心血管，胃肠道，糖尿病，风湿等疾病，顾客可以凭处方购药享受10%的优惠。aa大药房以真情回报顾客对aa大药房的大力支持与关注。

3、aa大药房购药送礼、抽奖大型活动

活动期间，顾客购买商品满8元可获取礼品一份，礼品按购买金额对应提高。购买商品满58元可参加现场抽奖一次，中奖率为100%。（多买多抽）

促销活动的难点：

当前促销活动往往不被消费者关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动到场人数不够，活动效果不佳。其实并不是促销活动本身不具备吸引力的问题，而是由于当前各种促销活动太多、太乏乱，部份活动在宣传中没有将促销活动的核心利益点表达清楚，宣传的执行力度也不够。故而，活动宣传单也需要进行精心的设计和创意，其关键还在于怎样投递，采取什么方式投递，投递的范围和密度。

常见的促销活动形式：

主要有三种，即降价和打折、派送礼品、现场有奖促销。

在具体的操作，特价和打折对一些敏感的消费群体的影响力是最大的，特别是部份敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用。与之相对应的是派送，会员礼品派送可以让会员

享受到其消费者的价值，达到稳定前其会员这个忠实消费群的目的。现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。

一般说来，消费者接受活动信息的模式为：注意——兴趣——欲望——行动——满足。

药店促销活动策划篇三

药店80%的消费者为老人，其中半数为女性消费者，因此，对于即将到来的三八妇女节，要做一次药店三八节，提高销量，加强外在形象。

- 1、拉动年初的业绩。
- 2、扩大影响力，塑造药店形象。
- 3、回馈新老客户及社会。

三八**关爱女性健康

3.5-3.9

打折、赠送

活动1：让利送健康

凡是在活动期间，到本店购买女性药品，全部打九折。

活动2：体贴送健康

凡是在活动期间，在本店一次性购买药品合计百元以上，赠送老年服务卡一张，为上门服务，起点次数为四次，每多100元加一次，十次为上限。

活动3：关爱送健康

凡在活动期间，在本店一次性购买药品合计五百元以上，赠送女性专项体检卡一张。

1、门店布置：横幅，展板，吊旗。

2、宣传单□dm单，电视。

1、人员的`配置。

2、预算的控制。

3、运行监控。

4、总结。

药店促销活动策划篇四

加强药店外在形象，扩大知名度。

依据国家法定节日或周末时间提前自行安排

打折、买赠、义卖

活动一

1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。

2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。

3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒(共500份)。

活动二

本店开展**老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于**贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

宣传单□dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

药店根据自身情况自行决定

- 1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。
- 2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。
- 3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

- 1、真情回报,购物有礼,大型优惠活动
- 2、专家现场免费义诊,仪器免费检测
- 3、会员奖品大派送

所谓人员推销是指连锁药店的店员通过与顾客(或潜在顾客)的人际接触来推动商品销售的促销方式。

店员促销与其他几种促销策略相比，具有无法比拟的优势，也是药店促销中最常运用的一种促销策略，归纳起来，店员促销有如下特点：

信息传递的双向性——双向的信息沟通是人员推销区别于其它促销手段的重要标志。在促销过程中，一方面，店员与顾客直接对话，可以面对面地观察对方的态度，了解对方的需求，并及时采用适当的措施和语言来排除顾虑、解答疑难，达到促进产品销售的目的；另一方面，店员必须把从顾客那里了解到的有关商品和药店的信息，诸如顾客对商品的意见、要求，对连锁药店的态度、信誉、产品市场占有率等反馈给企业，以便更好地满足顾客需求，扩大销售，取得良好的营销效果。

促销过程的灵活性——在人员促销过程中，买卖双方直接沟通、现场洽谈、互动灵活、反应迅速。店员要根据顾客的态度和反应，把握对方的心理，从顾客感兴趣的角度介绍商品以吸引其注意。要及时地发现问题，进行解释和协调，抓住有利时机促成顾客的购买行为。

促销目的的双重性——在促销活动中，店员不仅通过交流、鼓励、讨价还价，将商品卖出去，还要通过宣传、答疑、微笑、参谋、承诺来促使顾客愿意购买，并在购买中获得满意度。可见，店员促销不是单纯意义的买卖关系，它一方面要推介连锁药店的品牌形象、推销产品；另一方面要满足顾客需要，同顾客建立情感、友谊和良好关系，以利于开展“关系营销”。药店推销的双重目的是相辅相成、相互联系的。

满足需求的多样性——连锁药店促销满足顾客的需求是多种多样的。通过促销有针对性的宣传、介绍，满足顾客对商品信息的需求；通过直接销售方式，满足顾客方便购买的需求；通过为顾客提供售前、售中、售后服务，满足顾客在服务方面的需求；通过店员礼貌、真诚、热情的服务，满足顾客消费心理上的需求；最重要的还是通过商品的质量、作用、功能来满足顾客对商品使用价值的需求。

人员推销的基本形式有上门推销和柜台推销两种，但一般情况下，连锁药店多用柜台推销。所谓柜台推销是指连锁药店

的店员向光顾商店的顾客销售商品。这是一种非常普遍的“等客上门”式的推销方式。这里的营业员就是推销员，其职能都是与顾客直面接触，面对面交谈，介绍商品、解答疑问、促成销售。柜台推销有两个主要特点：一是顾客寻求所购商品，主动地向店员靠拢；二是柜台的商品种类繁多，花色、式样丰富齐全，便于顾客挑选和比较。

发掘顾客、做事前准备、接近顾客是人员推销地三大主要步骤。

接近顾客是指与选定的潜在顾客开始面对面交谈。此时店员的头脑里要有三个主要目标：

一是给对方一个良好的印象；

二是验证在准备阶段所得到的全部情况；

三是为后续谈话或进一步的接触作好铺垫。

必须注意，接近顾客要选择最佳的访问时间和接近方式。而且，一个有经验的店员应当具有与持不同意见的顾客进行洽谈的技巧，善于倾听反对意见，更要随时准备好对付反对意见的适当措词和论据。必须注意，应付异议要有理有据，切忌激烈冲突和争吵。

连锁药店推销具有很强的灵活性。在促销过程中，有经验的促销人员善于审时度势，并巧妙地运用推销策略，促成交易。人员促销的策略主要有以下三种：

试探性策略——即“刺激-反应”策略，是推销人员利用刺激性的方法引发顾客的购买行为。推销人员通过事先设计好的能够引起顾客兴趣、刺激顾客购买欲望的促销语言，投石问路地对顾客进行试探，观察其反应，然后采取相应的措施。因此，运用试探性策略的关键是要引起顾客的积极反应，激

发顾客的购买欲望。

针对性策略——即“配方-成交”策略，是通过推销人员利用针对性较强的说服方法，促成顾客购买行为的发生。针对性策略的前提必须是店员事先已基本掌握了顾客的需求状况和消费心理，这样才能够有效地设计好促销措施和语言，做到言辞恳切，实事求是，有目的地宣传、展示和介绍商品，说服顾客购买。让顾客感到店员的确是真正为自己服务，从而愉快地成交。因此，运用针对性策略的关键是促使顾客产生强烈的信任感。

诱导性策略——即“诱发-满足”策略，是推销人员通过运用能激起顾客某种欲望的说服方法，唤起顾客的潜在需求，诱导顾客采取购买行为，运用诱导性策略的关键是店员要有较高的推销技巧和艺术，能够诱发顾客产生某方面的需求，然后抓住时机，向顾客介绍商品的功效、质量，说明所促销的产品正好能满足顾客的需要，从而诱导顾客购买。

药店促销活动策划篇五

提高区域的家用医疗器械产品的销售知名度，建立口碑，促进医疗器械产品的销售

店内会员客户，附近小区居民

主题：家用健康器械产品免费体验方式：

1. 免费测量、家用器械产品体验
2. 店内产品特价促销
3. 小区做活动及单页发放

特价促销活动时间：

待定活动地点：

前期社区宣传活动时间：

活动地点：南内环店门口服务热线：

序曲一购买就有“送”（特价商品除外）礼品以实物为准）

5、购买怡成7型血糖仪，惊爆价280.00，六年保修，内送40条试纸，再送10条，惊喜多多！

序曲二各类品种有特价

福达康电子血压计（腕式□ft-a11原价：328特价：199（其他款一律九折销售）

电子健康称en9323原价：138.00特价：109.00

金丝甲防辐射肚兜原价：199.00特价：148.00

（一）活动造势：

活动前夕社区外围活动开展。

依次到摆台量血压、测血糖、办理会员，发放促销单页

（二□dm单

1、店内爆炸贴书写（活动卖点突出）、橱窗张贴特价产品pop,氛围营造。

2□dm单的制作20份，发放20xx份必须发放到每个客户家门口。

人员及物资配合：

厂家支持：江苏鱼跃、欧姆龙、康达五洲、九阳、东方神、拜耳等，包括活动帐篷、赠品支持。

药店：主要负责影印单页，提供拱门及横幅。

药店促销活动策划篇六

一、为什么要进行促销活动：药店多半会在节日里举行促销活动，即给顾客带来好处，又给药店带来利润。纵观成千上万的药店促销活动，发现许多药店不缺少创意，缺少的是执行到位。

二、四到位

一般包括四个执行到位：物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位。物料到位

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品。

店内店外氛围到位，拉拱门、挂横幅、招牌干净、做主题橱窗、做喷绘写真、厂家门口撑伞摆台义诊宣传、店内音响店外音响播放活动录音、重点产品推介录音、企业文化录音、养生录音、店内悬挂相应活动和产品pop等。

一定要确保卖场营销氛围足够，员工满面堆笑，热情服务；商品丰富丰满陈列、重点产品用pop爆炸卡、云彩卡提示；比如陈列阶梯状、圆形、心型、做一个空盒中国结，做一个风铃、来些葵花卡……。这些是氛围到位，让顾客进店感觉很美。愿意多停留一会儿，增加与店员互动时间。

宣传到位

以店为中心分小区，分时段，分小组发放宣传单

发单界定统一的话术：您好，我们是xx药店[x月x日-x月x日]举行十万礼品大放送活动，欢迎您来参加。界定动作，界定表情，制作活动录音，买赠录音、抽奖录音、养生录音……店外音响播放，拱门、横幅、门口义诊、会员电话、会员短信、电子字幕等。

培训到位

让每个店员对活动方案了如指掌，是关键。一定要让全体店员演练出来，不只是简单培训和背诵。

三、三个统一

注重三个统一：统一使命、统一语言、统一动作。

使命就是明确每天销售指标，客单价、交易次数目标、重点产品目标，然后交代每个店员想尽一切办法让每个顾客拿一份礼品走。

语言就是统一从第二档开始说，为了提升客单价。比如说第一档买满48元送两包洗衣粉，第二档买88元送不锈钢盆一个。要求全体员工对顾客说一句话：您好，今天我们做活动，买满88元送不锈钢盆一个！

动作就是要求全体店员在营业时间里全程抬盆，盆内装好既定物品（一张dm单、一包第一档赠品洗衣粉、一个第三档赠品水杯）每一个细节必须到位。如果是连锁总部统一对店长培训，店长统一对店员培训，总部到门店抽查，总部再活动前一天统一对店长培训检查落实，提出考核奖惩，执行不到位，考核分数不及格的店长甚至就地免职。药店做促销活动通常是三分策划，七分执行，可见重要的是执行到位。若药店在执行促销活动的过程中能够把活动真正的执行到位，那促销活动也就成功了。