

# 最新奶瓶活动策划(模板5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

## 奶瓶活动策划篇一

- 1、 通过母婴店的公众形象，赢得各大媒体的关注。
- 2、 通过双十一活动聚集人气，展现母婴店的全新形象，提高知名度。
- 3、 通过双十一活动，加强母婴店在当地的影响，推动销售工作。
- 4、 通过独特的活动形式、吸引公众与媒体视线，提高传播效果。

母婴店双十一活动的成功由前期母婴店宣传是否到位来决定。只有前期宣传做好了，才能保证双十一活动的成功举行。在思想上一定要有这个意识，宁可推迟双十一，也不要在前期的宣传上马虎。

前期宣传的方式和具体操作：

- 1、 小区入户宣传：这是最直接也是最有效的操作手段。
- 2、 报纸夹带宣传单页：宣传单页设计要一目了然，活动主题明显。
- 3、 报纸、电视媒体的临时预告：在活动开始前一个星期内进

行宣传，一般都是临时性集中宣传，造势很关键。

4、手机短信平台的双十一预告：不需要满天乱发，可以采取卫星定位形式，集中针对所有开发楼盘、建材市场来发送，也就是定位发送。

5、当然结合当时的实际情况，也可以采取其他行之有效的方法来进行宣传。

首先需要有一个相对超低价位产品来吸引顾客并引爆市场，这个价格需要特别的强调出来，醒目。同时设计促销内容要相对比较热闹的感觉，譬如价格折扣、促销礼品等，甚至可以采取转奖，抽奖等。

拱门、彩旗、地毯、吊旗、气球、易拉宝、花篮等传统方式都可以采用。气势一定要大。同时礼品的摆放也要有气势，堆头要大，给人感觉礼品很多，很值钱等。路演的目的一个是吸引前来参观的顾客的注意，能够准确找到位置；另外也能够吸引所有市民的关注，甚至媒体的注意，对现场氛围的营造也是一个补充。

现场发单员要安排到位，除了发单页，也要负责维护现场秩序。最好是前期进小区沟通的业务员来发单。他们能够消除曾经宣传过的顾客的陌生感，带领这些顾客直接进入店内，对签单有思想准备，成功率比较高。导购员数量要充足，后勤人员也要安排到位。

天气的关注，水电安排，不同产品区域专人负责、相关物料的准备和补充等。

## 奶瓶活动策划篇二

（一）活动时间：

2020年5月x日-x日

## （二）活动地点

略

## （三）活动形式及内容

### 1、专家咨询

在活动当天安排育婴保健方面的专业人员在活动现场给妈妈们免费指导、提供相关知识的答疑解惑等，专业人员可以去相关的医院的妇产科或者其他单位聘请。

### 2、买就送（抽奖活动）

活动当天一次性购满一定金额（具体金额由商家自行规定）可参与抽奖活动，抽奖可采用大转盘模式，由宝宝或者其家长进行转动抽奖，奖品即时生效。

### 3、买就换

活动当天一次性购满一定金额（具体金额由商家自行规定）可以换购相应的赠品。（换购即是购满一定金额后可加少量的钱换得比正常价格低的赠品，比如加10元可换一双袜子）。

### 4、可爱宝宝纪念照

宝宝在活动期间游泳，可以由商家提供摄影留念，一次赠送两张照片。（由于时间原因可能无法当日领取相片，顾客可以留下相关信息，在日后光临本店时领取相片）。

### 5、传单的代金券

宣传单的代金券功能，根据消费相应金额实行抵价。（比如

消费满100可使用一张代金券，消费满180可以使用两张代金券，代金券具体金额和使用张数由商家规定）。

## 6、会员快捷办理

在活动当天，安排工作人员根据商家的规定，对有需要办理会员的顾客提供相应服务。（会员办理服务可在店门口和专家咨询联系起来吸引顾客光临，同时还可以控制顾客进店的速度和人数，同时还可以节省店内空间）。

### （一）活动前期准备期间：

活动前三天是准备期间，务必保证所有活动的用品在活动期间准备好，不会出现用具不能用或者没有的现象。

#### （1）5月x号（提前3天）

上午十点半：和彩虹门、小刀旗的商家商定于5月x号早上7：30在店门口前方放置好彩虹门，以及拉挂小刀旗。怎么摆放，大小，标语等都要商定好。

下午两点：邀请专家，请专家于活动两天到瑞家宝贝进行咨询工作。报酬、时间等提前商定好。

#### （2）5月x号（提前2天）

上午十点半：买好所需要气球和小型打气筒。两本留言簿，碳素笔5只。

下午两点：店门口地面所需要的贴图或者红地毯确定好。若是贴图，就直接买回来，若是红地毯，商定活动第一天早上7：25之前必须铺好。

下午四点：确定电脑和小音响、桌椅，以及准备好活动所需

要的歌曲。

### (3) 5月x号（提前1天）

上午十点半：与花店联系，预定两个花篮，与其商定在第二天早上7：45之前将花篮送到店门口。花篮的大小，颜色，花色等都说好。

下午两点：检查确认一次之前的事务已经安排妥当，若有情况突变，及时补救。

## 奶瓶活动策划篇三

母婴店促销可不仅仅能带来人气，还能带来业绩与利润，对清理产品库存，加强与顾客的关系有巨大帮助。一份出色的婴童店促销方案，不仅可以让利消费者，商家也可以从中获得可观的利润。以下是为大家整理的母婴店的促销活动方案，希望对你们有所帮助！

### 母婴店促销活动方案一、抽奖/摇奖/刮奖

这种形式一般用于母婴店的购物满一定金额就可以免费抽奖或摇奖或刮奖，通常由商家设置4个或5个等级的奖项，可以现场抽奖或集中在某时刻一起抽奖等方式。活动成功的关键环节是特等奖或一等奖奖品设置要有吸引力。这样做的优点是增加顾客的购物的乐趣，满足顾客的“博大”欲望。

### 母婴店促销活动方案二、买一送一

“买一送一”是一种较为常用的母婴店商品促销，即购买某种商品免费加送一件同样商品或买某种商品赠送另一件(或几件)商品。本活动针对的产品通常是新品或需处理商品，需要注意的是，选择的赠送产品一定要具有吸引力，赠送的产品

最好是和主卖品具有互补性的关联商品或时下流行品。

### 母婴店促销活动方案三、加一元多一件

“加1元多一件”是指购买指定母婴店商品加1元多送一件同一商品或多送一件不同商品。优点是能刺激顾客购买产品。加1元多一件，加1元送的东西对顾客要有吸引力，所以产品选择很重要。例如买一件正品多加1元就可以免费送赠品一件。

总之，要增加顾客的购物乐趣，就要没法满足顾客的被重视感和自我价值感，赢得顾客的满意，不是被动式地解决顾客的问题，更要对顾客的需要、期望和态度有充分的了解，把对顾客的关怀纳入到自己的工作和生活中，发挥主动性，提供量身定做的服务，真正满足顾客的受尊重感和自我价值感，这样才能为顾客带来愉悦的购物体验。

#### 一、促销的目的

促销的目的并不仅是为了销量。聚集人气、维护会员、卖新品、打击竞争对手、维护与品牌商的客情关系、提升终端形象、处理库存等都是促销的目的。有时是因为竞争对手在做促销，所以我们跟进；有时是为了“讨好”一下你的供应商。

但是不要让一次促销承载太多的职能，如又处理库存又做毛利，类似这样的目标本身就是矛盾的，当精力和资源分散了，效果往往都不好。

#### 二、促销的对象

讨好购买者，可以采取特价、派送、抽奖、回馈消费者的主题活动等；讨好使用者，可以采取包装内刮刮卡、开盖有奖等活动。促销资源是有限的，用力要集中，否则都讨好反而不一定有效果，要做好规划。促销可针对竞争对手的消费者、从未购买过我们产品的消费者以及我们产品的忠诚消费者展

开。比如“妈妈班”邀请对象，除了现有会员外，要特别邀请非会员的潜在消费人群，这对提升你的业绩大有帮助。

### 三、促销的主题

为促销活动设计一个主题，使其师出有名，以掩饰我们做生意的本来意图及变相降价的负面影响。如以节庆贺礼、新品上市之名消除变相降价促销的负面影响。赋予活动一个恰当的主题，对吸引消费者参与的作用很大。促销主题，有点像散文的“神”，有了主题，我们在设计促销的其他环节如平面广告、产品组合、活动方式、宣传等方面就都能统一起来。没有了神，整个促销活动就会“魂飞魄散”。

### 四、促销的产品

促销产品可以是新品、销得最好的、销得最差的、知名度最高的、门店主推产品、直接针对竞品的策略性产品等，这和促销的目的直接挂钩。

如果做销量，那么用销得最好的产品来做活动最有效果；

打击竞品肯定用策略性产品最好；

做消费者沟通则用公司的主推形象产品最好。

促销时应根据不同类别产品的特点、市场拓展阶段、消费群结构、销售政策等因素，对主攻产品、助攻产品与应节产品/潜力产品进行有效组合，在终端形成交叉销售，相互带动销量提升。

### 五、促销的时间

促销在什么时间进行，进行多久，是个重要问题。

一个促销档期若跨两个周末，平均日销量一般会比只有一个

周末好。如果做买赠、特卖，还要在促销协议中明确标注限时限量，否则在促销期间出现赠品/特价产品断货，就会面临消费者投诉的风险。促销时间应考虑节日(如双休日)与假日(如妇女节、儿童节、五一、十一等)之间的联系，整体推广态势以及竞争对手促销活动的周期，在促销时间上掌握最佳切入点，从而有效借势和造势。

## 六、促销的地点

就促销地点的选择而言，如果是单店，就只用考虑店内店外的的问题。如果是多店，就要考虑门店的选择、促销活动的联动效果，以及在时间、人和配合方面的问题。供应商主导的促销(会有政策支持)对门店的选择往往很重视，你若想争取供应商的资源，就去迎合他们。他们大多喜欢人流量大，形象好，地理位置好，并且店方对他们品牌较重视，有较强烈的合作意愿，愿意配合他们促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等的门店。

## 七、促销的形式

促销形式主要是解决促销优惠方式、执行方式以及促销参与条件和起止条件的问题。主题促销应确定促销的目的与对象，考虑公司本阶段推广的重点，并以此目的来选择最佳的组合形式，避免发生促销目的与形式不符的现象。可采用的形式有：买赠、降价、捆绑销售、派送、特殊陈列、dm、抽奖、现场活动等，每种形式都能设计很多创新的玩法，是最具创意的一个因素。而且各种形式可以在一个活动中组合使用。

下面我分析一下常见的促销形式的特点：

### 1、价格促销

价格促销是最常见、最直接、见效最快的促销方式，旨在降低产品销售价格(分为直接降价和间接降价)，让利于顾客。

注意这是一剂猛药，不可常服，要把握火候。还要考虑促销时机、产品特点、折扣幅度、定价策略、持续时间、主题形式、补货、活动后复价、竞品的反应，等等。

## 2、赠品促销

在产品以外根据购买数量或金额，赠本产品或其他产品(服务)。如规定消费者消费两罐就可获赠一个儿童水杯。赠品的选择原则是：常见新颖、低价位高形象、有宣传作用，注重品质、注入情感因素、体现差异性吸引力，要注意规避不必要的产品风险，而且要限时限量。如某母婴店秋季送防雾霾面罩、宝宝的衣物用品或洗护用品，可以强化与顾客的情感。圣元优博送“紫色小象”体现了差异性。不要送一些有风险的小孩玩具。送有自己标识的礼品体现了宣传效果。

## 3、人员促销

在促销活动中，我们让导购主推或聘请临时促销员，通过为消费者提供导购服务，介绍产品，寻找并满足消费者的利益点，激发消费者对产品的兴趣和消费欲望。该促销方式的关键点在于促销人员的素质与技能，这取决于两点，一是选人用人，二是培训(士气激励、奖励政策、推销技巧等)。

## 4、演艺促销

通过在门店(店内或店外)搞小型的文艺演出活动，塑造特有的品牌文化和情感气氛，加强消费者与品牌的交流与沟通，增强消费者对品牌的认知度和美誉度，增强其消费欲望。该促销方式的关键点在于演艺的内涵与品牌定位是否相符以及现场氛围的营造。

## 5、有奖促销

以物质奖励激发消费者出彩式消费激情的促销方式，如刮卡

有奖、幸运抽奖、砸金蛋等。

## 6、联合促销

通过和强势品牌联合，借助联合品牌的影响力(强)或利益(弱)提升产品销量与知名度。该促销形式讲究多方共赢与资源整合，实现1+1>2的效果。最常见的是与产品供应商、儿童摄影商、婴儿游泳馆等合作。这体现了借助社会资源的意识和能力，做得好大有可为。

## 7、捆绑促销

将两种产品捆绑在一起，以低于两者市场价格的方式激发消费者购买欲望的促销方式。如新产品捆绑畅销品、奶粉捆绑尿布、衣服捆绑玩具等。最具代表性的是“大礼包”，如待产包、新生儿大礼包、生日礼包等。

## 8、体验促销

让消费者在免费体验的过程中了解产品的品质与利益点，从而产生购买欲望的促销手段。如奶粉等食品的试吃、衣服的试穿、玩具的演示等。有的母婴店甚至对一些大型玩具，如室内滑滑梯开展租玩具的活动，效果也很好。

## 八、促销的物料

促销活动需要哪些助销品、赠品、宣传品等?特殊的陈列形式、特定的促销形式需要的道具、各种助销用品、各种地面宣传用品、促销用礼品、赠品以及导购人员及其装束用品等，少了这些东西就很难“搭台”了。而且这些东西的设计、制作、配送、保管因涉及项目比较多，也是件棘手的事，要细心处理好。

## 九、促销的宣传

促销宣传是指在促销前、促销中甚至促销后的宣传方案、活动告知。手段非常多，比现微信□dm□门店广播、海报、会员邀约，等等。没有这个过程聚不来人气，很难高效应对信息不对称，获得目标群体的关注和兴趣。

## 十、促销的预算

算算促销要花多少钱，准备投入多少费用。首先要预测销量，基于此，再计算本次活动的销售费用和市场费用，要尽可能详细。这并不是容易的事，如果是类似抽奖的活动，还会涉及概率的计算，相当复杂。预算大体有两种方法：一种是正推法，即以活动为中心算要花多少钱；另一种是逆推法，即就准备多少钱，看能做什么活动。

## 十一、促销的准备、实施与检查计划

实质性的准备工作需细分责任，落实到人，规定完成时间，避免因某项工作出现疏漏而影响整体进程。甚至可以在促销方案外再制订详细的《促销培训手册》和《促销执行手册》等，以保障方案的落地。

所以，促销方案要尽量细化。一个笼统的几页纸的方案执行起来的确很困难，切忌模式化的促销方案，只把活动目的、主题、主要活动内容等这些标题和大道理罗列出来就下发执行，这种方案充其量只算个思路。在没有成熟的活动推广计划和活动执行督導體系时更要避免模式化的促销方案。

## 奶瓶活动策划篇四

霓裳扮靓半边天漂亮健康天天见。

20xx.3.4—20xx.3.12□

一至三层卖场。

(1) 活动期间内商场各楼层妇女商品专柜特价销售，务求折扣做到最低。商品范围包括：珠宝化妆、服饰饰品、皮鞋皮具等。

(2) 开展“只有他才最爱你”活动。“三·八”节当天，只有男士到商场业务部门指定的`数家相关专柜购物才能享受特别优惠或购物到一定金额赠送特别礼品。

(3) 活动期间，在共享大厅组织不少于10辆花车做促销。促销商品建议为服装、鞋帽、饰品等女士购买热情高、售价又相对较低的物品。

(4) 举行“时代女性风采飞扬”内衣展示秀。三八节当天上午和下午各进行一场内衣展示秀。模特所穿内衣由二楼女装部提供。

(5) “做漂亮健康的女人”活动。邀请妇女健康咨询工作者现场解答女性顾客提出的问题。联系多家健身、美容、娱乐、技能培训等单位，为三八节在商场购物到一定金额的女性顾客提供优惠，同时也为他们争取客源。

商场入口等明显处设立活动须知；活动期间播音室滚动播出活动内容；3月3日和7日晚报各刊登1/2版套红广告。店内参加活动商品pop特别注明。

## 奶瓶活动策划篇五

促销内容：

在1个星期的`时间内，在美容院消费满280元即可赢得各类奖品。要想赢得各类奖品，此中有上计，更有上上计，就看你有没有弃小博大的妙计：

上计：凭消费凭证赠高档美白润肤露1支；

上上计：弃小博大，放弃赠品，参加美容院举办的刮卡抽奖活动，给男人心动的惊喜，才是上上计。

奖品分设有□dvd□电动剃须刀、袖珍收音机及照相机等。

专为女性预备的双重厚礼

活动内容：在活动期限内，凡在美容院买500元产品的消费者将有机会获得以下礼品：

- 1) 手机1台，市值人民币1500元左右(限1个名额)；
- 2) 手机充值卡1张，市值人民币每张100元(限5个名额)；