

手机促销活动方案及预算(大全5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。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

手机促销活动方案及预算篇一

旺季抢量，同时强化步步高音乐手机，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。

主题：完美音质，随身畅响

xx年9月20日—10月31日，凡购买步步高音乐手机□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。

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。

派驻促销员的铺货型的卖场：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。

无派驻促销员的铺货售点：最好能借助促销活动转成现金进货；否则，不必在此类售点开展促销活动。

现金进货的售点：由于促销礼品主要是对于实销活动的促销，原则上不补通路库存。建议根据促销开始之前的零售商音乐手机库存的实际情况，按照1/3或者1/4（比例可自定）的数量补部分赠品，后续发货则按一比一配发；而且，这种补库存的情况，必须来自于该售点有新的订单下达。

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9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），估计十一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。在国庆三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

10，注意国庆七天的人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，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。

11，国庆当天要准备低价格机器冲量。比如□k218等。

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。

售点名称： 填表人：

编号

顾客姓名

联系电话

手机型号

手机imei码

赠品名称/数量

赠品库存表

期初库存

实销数量

送出赠品

期间补货

期末库存

备注： 是否有其他损耗，请在下面注明原因。

手机促销活动方案及预算篇二

为做好店面管理日常工作，在尚未了解公司的整体战略目标和经营思路的前提下，我凭借我自身工作经历实践初步计划从如下几步入手开展我的工作。

第一：基本情况摸底

- 1、基本硬件：店面、样柜、品牌经营权、广告投放
- 2、基础团队：销售、设计、安装、文员、(老板)
- 3、基本制度：工资制度、各种规范性文件

第二：日常管理的规范化和流程优化

(一)、店面工作表格化管理

熟悉店面日常的工作，整理收集现有公司规范制度和表格，分析总结现有表格的优缺点，重点整理以下日常工作：

- 1、 日常客户来访登记
- 2、 日常客户合同登记
- 3、 日常客户回访等记
- 4、 日常客户投诉与信息反馈登记
- 5、 日常店面人员工作交接登记
- 6、 日常店面设计师派单登记
- 7、 日常店面财务登记

8、 日常店面人员考勤

(二)、 形成例会制

1. 通过日、周、月例会总结前一阶段的销售结果，下发和明确今天的目标作任务。
2. 及时传达公司和商场相关文件和通知。
3. 激发员工责任感，完善激励机制，调动店面人员的积极性。
4. 优秀销售案例的分享与总结

(三)、 加强卖场巡视的督导的作用

1. 主要对商品陈列，卫生清洁，员工形象，人员的服务态度，促销情况检。
2. 调动销售人员的积极性，活跃气氛。
3. 维护卖场环境整洁，及时主动协助导购人员解决消费过程中的问题。
4. 收集顾客建议和意见及时反馈公司。

第三： 销售任务管理

(一)： 销售目标管理与细化

- 1、 数据分析： 历史数据、 竞品、 同级市场、 政策、 环境
- 2、 前景预测， 全员认可销售目标
- 3、 任务分解： 时间分解、 店面分解(人员分解)

4、目标激励：通过现有制度进行各类有效激励。

5、方案支持：促销方案、小区团购、广告支持、促销支持

(二)、 优化自身资源，开拓多渠道，提高门店业绩：

1、开拓顾客购买橱柜渠道市场。(力求对每个渠道可以定制一个目标和推广的方案)

2、提升现有团队的服务和技巧提高店面的成交率，具体工作计划如下：

a□提升店面销售的服务意识

操作方向：制定统一的服务标准，引入考核机制。

b□训练店面销售人员的沟通技巧

操作方向：定期开展模拟演练和沟通技巧的培训

c□针对自己对产品卖点进行重新梳理，找寻产品的优点及给客户带来的利益点。

操作方向：产品卖点，销售话术，攻心销售等培训

d□对竞品调研与分析。

操作方向：对竞品调研与分析，找准自身品牌真正的经争对象，找寻竞品优缺点，实行有效竞争。。

3、扩大关联产品销售力度

操作方向：实行提高衣柜，电器的配套率来增加销量

4、做好店内vip客户的管理。

操作方向：实行店内vip客户的登记管理，节假日定期回访。

第四：团队培训提升：

1. 产品特点销售话术统一与训练

2. 销售技巧与问话技巧的沟通与说服力训练。

3、竞品分析与标准话术

4、关联产品销售标准话术

5、电话接听服务标准话术

第五：店面销售过程监控与日常解决问题

(1)负责对店面销售人员，设计人员，业务人员的工作管理、分配与协调。

(2)实行任务细化管理，协助各销售人员达成公司下达的各项销售指标。

(3)负责通过各种渠道收集与整理竞争品牌和异业合作品牌的相关促销信息、其他动态信息等。

(4)负责建立店面完善的客户信息档案，督促与监督销售人员跟进、服务好每一个顾客。

(5)负责协助店内人员处理日常顾客的疑问、投诉和店面紧急事务，并视情况及时向上级征求处理意见和汇报处理结果。

手机促销活动方案及预算篇三

品牌优势

oppo品牌全球注册。对于追求现代生活方式的消费者，oppo可以提供比其他品牌更高品质，可炫耀的数字产品，因为oppo始终把产品的精美、以人为本的设计和消费者享受到的自由、时尚的生活作为执著的追求。

技术优势

oppo有得天独厚的数码音频技术优势，在视频方面也有与众不同的能力，它采用最主流的视频格式rmvb视频直频播放。同时也是手机行业里首家获得realnetworks授权的公司。加上自主研发的pad洁音降噪技术，成为音乐手机领域独树一帜的品牌。

价格优势

1000~20xx的手机价格竞争优势比较强，也是oppo手机取胜的原因之一。

经验优势

有成功的数码产品生产和营销经验，有自己的生产销售模式。

研发优势

凭着雄厚的自主研发能力，在产品造型设计上力求时尚精美，在功能上力求音质的完美和功能的多样化，功能操作上力求简洁易用，在品质表现上力求完美。

2. 劣势

起步较晚

oppo手机20xx年5月才上市，起步较晚，目前市场占有率较低。

资源劣势

相对于诺基亚等知名手机品牌，产品少，机型单一。

功能劣势

相对于其他品牌，功能不够强大。

3. 机会

手机行业仍有一定成长空间，市场容量巨大

自改革开放以来，我国经济建设取得了巨大的成就，综合国力不断提高。居民的生活水平显著的提高，人们对手机的需求有越来越来高。全面建设小康社会将使居民购买力不断提高，从而为手机产品提供了新的市场需求。随着我国移动通信运营业的快速发展，电话普及率将进一步提高，为我国手机产业发展提供了良好空间。

科技技术不断发展，音乐手机智能化成为音乐手机重要发展方向之一

4. 威胁

同类手机竞争品牌多且已有一定优势

在手机市场中，诺基亚和三星等著名品牌也致力于研究品牌手机，诺基亚占有较大的市场占有率。索尼爱立信更是将mp3作为其手机设计的战略之一。此外，国内的一些企业

也把眼光紧紧地盯在手机市场，竞争者将会源源不断地增加。

手机的核心技术掌握在一些国际知名品牌产商手里

移动通讯市场的核心技术都掌握在一些国际知名的大产商手中。一旦推出全新的技术或者通讯技术升级，收益最大的是国际手机品牌。因为他们拥有最先进的技术，可以在最短时间里推出最新的手机，也将获得最大的利益。

二、oppo手机关于“我的音乐我做主”促销活动方案为了迎接元旦小长假的到来，抓住一个节日购买的金朝日□oppo如何在激烈的手机市场竞争中打响名号，独树一帜？如何有针对的目标顾客开展营销策略，抓住机遇？主要考虑主要的目标消费群体和流量大的地方（如某某大学），展开活动，达到销售和宣传双赢的效果。

1、活动主题：我的音乐我做主

2、活动目的：通过一系列的促销活动及一些优惠价格策略，打开在大学城里oppo的名气，增加销售量。

3、活动时间□20xx年1月1日

4、活动地点：某某大学流量大、空间比较宽的地方

5、活动对象：大学生、情侣

6、活动内容：

1) 促销开始前的准备：

1、在促销开始前一周投放广告及开始产品促销前的广告宣传，为促销的开始造势。通过报纸、传单、户外广告这些媒介，创造知名度，这是一次全力以赴的广告活动，使人们对

于oppo有一定的印象和了解。

2、准备好一切促销所需物品（例如示范产品和销售产品，宣传用的遮阳伞，促销开始时使用的传单，促销人员的服饰）。

3、定好促销人员并且做好推销前的培训，人员搭配最好是一男搭一女一起应对消费者。

2) 节目设置：

1、情侣组：

(1) 现在邀请几对情侣上台前来，通过用手机录音的方式，让男生（女生）为对方唱一首能代表双方爱意的歌。

(2) 唱完后，用手机音乐播放的形式让现场的观众评比，谁唱的最感人，最有新意的为胜利，将把录制的音乐作为彩铃送给对方，有奖品赠送。

2、学生组：

(1) 现场邀请一些学生，通过录制让学生扮演喜剧电影中的角色；

(2) 现场观众评比，谁扮演的最像，最有创新的为胜利，送奖品。

3、游戏组（快速夹球）：

(1) 把不同颜色的乒乓球放在一次只能夹出一个球的窄口瓶子里

(2) 按照规定的的时间里夹出写有oppo的乒乓球最多者为胜利，送奖品

(3) 购买现场:

- 1) 当天购买oppo任何手机都有促销价格, 还有赠送1g内存。
- 2) 对与参加了游戏的顾客除以上优惠还再送一个原装电池。

手机促销活动方案及预算篇四

再好的产品, 也需要宣传, 手机店的促销活动如何策划比较好呢。下面是本站小编为大家整理的手机促销活动方案, 希望对您有用!

促销活动目的:

旺季抢量, 同时强化步步高音乐手机, 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

xx年9月20日-10月31日, 凡购买步步高音乐手机(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。

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.

终端的赠品配送方式:

派驻促销员的铺货型的卖场: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.

无派驻促销员的铺货售点:最好能借助促销活动转成现金进货;否则,不必在此类售点开展促销活动.

现金进货的售点:由于促销礼品主要是对于实销活动的促销,原则上不补通路库

1: 活动的时间: 3.8-3.15, 日期为一周。

2: 活动的地点: 市区, 县区的手机卖场。

3: 准备工作:

1) 卖场内需准备好促销的机型, 价格标签, 促销机的功能介绍。

3) 营业员以及促销员的

培训, 对有针对性的机型进行特训, 以增加活动期间的销量;

4) 宣传单页(a4)□促销dm单, 店面外展版/喷绘(尺寸待定), 汽车促销宣传以及宣传词。

5) 卖场内的布置：吊旗悬挂，气拱门的安放，气球的布置，以及促销服装的准备，货源的准备等。

4：活动的内容：

1) 与卖场的老板协商，投入一部分资金进行礼品的购买：手机挂绳，屏保，环保袋等，以此吸引路过的行人，以此增加人气。

2) 找当地的文艺团体进行一些提高人气的演出以此提高人气不旺时的补救工作，如：锣鼓齐鸣，本土舞蹈等，并且可以吸引更多的路人来参加我们的活动，并为开场进行人员的聚拢。

4) 针对消费者心理及习惯，设计一档简单好玩的游戏：请活动现场的各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛，编写“老婆，你辛苦了。”发送至指定号码。以最短时间编写者为胜，并设置其奖品；或者在现场设置捅气球看纸条，并获得奖品的形式来调动顾客的积极性。

5) 举行店内购机抽奖活动：购机在500元以上者(含500)即可参加抽奖，具体奖品待定。

6) 团购机型，比如购买宝捷讯系列手机超过6部的团体，赠送饮水机一台，等

5：活动安排：

1) 鸣炮，民间文艺团体锣鼓齐鸣，开场舞蹈表演。

2) 司仪讲开场白并安排卖场经理致辞，活动开始。

3) 由模特展示本次活动的促销机型(模特需要各个年龄段都有，以此显示手机的多样性)

4) 现场的互动节目，并现场进行颁奖(奖品：手机)让消费者稳定心态。

5) 文艺的演出。

6) 购机抽奖并由主持人大声念出抽奖的礼品名称。

6: 活动现场安排:

1) 场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

2) 人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与主持人以及艺术团体的良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3) 奖品的确定：待定

4) 经费预算：略

7: 对活

动的事前事中事后分三部分来控制，各部分应考虑到的问题：

1) 活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2) 活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3) 活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销(如五一)。

一、活动时间□201x年12月20日-201x年1月31日

二、活动主题：“真情回馈，超值巨献”智能手机促销活动

三、活动机型：爱我x12□荣事达v3等4.0屏智能手机

四、具体宣传安排：

第一部分：宣传方案

(一)户外宣传

1、小区宣传单页派发：安排10人分组在县城、乡镇各手机卖场附近临街店面、小区、圩镇、行政村中心广场内进行宣传单页的发放，人员可以利用倒班人员进行此项工作，中原数码负责带队并监督发放效果。

2、广播：录制光盘和文件在宣传车、营业厅店广播进行全天循环播放。

责任部门：中原数码负责音频文件制作 万安移动负责播放安排及播放效果监督

完成时间：12月26日前

录音内容：

热烈庆祝中国移动4g手机震撼上市，吉安移动跨年“真情回馈，超值巨献”促销活动正火热进行中：移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送永久山地车一部；移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送美的微波炉一台。“真情回馈，超值巨献”——如果您是移动客户，请马上进店咨询，心动不如行动，大屏智能手机、永久山地车、美的微波炉全免费赠送，等着您来拿！号码不变、套餐不变、

资费不变，礼品数量在变，礼品有限，送完为止！

活动地址：万安移动各大手机卖场、指定专营店。咨询电话：。

完成时间：12月27日、12月28日、12月29日各一次

短信内容：万安移动跨年“真情回馈，超值巨献” 大屏智能手机、永久山地车、美的微波炉全免费赠送，如果您是移动用户，请马上到活动厅店领取。

4□ led显示屏：

动厅店领取，礼品有限，送完为止！”

责任部门：万安移动(自办厅班长，各活动厅店业主)

完成时间：12月26日前(播放时间截止到12月31日，具体看办理情况)

完成时间：12月26日前(悬挂时间至201x年1月31日)

6、 自行车灯箱宣传：安装活动喷绘(是否使用待定)

内容：“万安移动跨年“真情回馈，超值巨献” 活动火热进行中：大屏智能手机、永久山地车、美的微波炉全免费赠送，如果您是移动用户，请马上到活动厅店领取，礼品有限，送完为止！”等(待参考)

责任部门：万安移动，中原数码。

完成时间：12月26日前

7、 流动宣传车：

责任部门：万安移动，中原数码。

完成时间：车辆联系12月26日前完成，车辆包装12月27日前完成(包车时间12月27日—12月29日)

责任部门：中原数码。

完成时间：12月26日前完成人员安排，12月27日开始派发

9、路演和户外宣传：联系舞台营销队伍进行299元的促销活动，穿插进行本次活动的宣传。

责任部门：万安移动，中原数码。

完成时间：12月27日前

(二) 营业厅外宣传

3、帐篷、太阳伞摆

放：营业厅门前摆放6个3g帐篷，帐篷和太阳伞尽可能多布置，主要用于礼品展示和造势。(县公司负责联系场地)

责任部门：万安移动，中原数码、各厅店业主

完成时间：12月28日8点前

(三) 营业厅内宣传

1、营业厅内：适当位置用气球绑彩色丝带、吊旗进行软装饰

2、营业厅内橱窗：制作活动宣传方案

3、易拉宝：制作活动宣传易拉宝6个

5、条幅悬挂，展板：

内容1：“万安移动跨年“真情回馈，超值巨献”活动火热进行中

内容2：热烈庆祝中国移动4g手机震撼上市

内容4：大屏智能手机、永久山地车、美的微波炉全免费赠送，礼品有限，送完为止！

责任部门：自办营业厅班长，各活动厅店业主

完成时间：12月27日前

第二部分：活动促销方案

(四)活动促销方案

1、活动时间□201x年12月20日-201x年1月31日

2、活动主题：“真情回馈，超值巨献”智能手机促销活动

3、活动内容：

a□移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送永久山地车一部；

b□移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送美的微波炉一台。(299送手表以及卖场自身活动)

说明：

厅店业主做系统可得酬金，另外分享手机销售利润20元。

第三部分：活动安排

(六) 活动安排

时间□201x年12月26日早上8:10分

地点：万安移动公司

参加人员：全体参与活动人员

活动流程：

- 1、手机、山地车、微波炉配送流程。
- 2、收款流程。
- 3、导串号、做系统销售和售后安排等流程。

责任部门：万安移动，中原数码

完成时间：12月26日前确定各部门分工以及知晓总体活动具体安排等事宜

说明：活动主要分为三天，12月27日(周五)预热，28、29为重点促销日，具体看天气和人流量机动安排。

第四部分：其他事项

(七) 具体人员分工明细表：万安移动，中原数码。

(八) 餐饮安排：

根据人员情况提前预定午餐、晚餐，提供盒饭和饮用水 责任部门：万安移动，中原数码

完成时间：12月27日中午前

(九) 着装要求：

移动公司人员统一着装、淡妆上岗，中原数码、各厅店工作人员挂牌上岗

(十) 费用预算

宣传费用分摊：待定

共2页，当前第1页12

手机促销活动方案及预算篇五

旺季抢量，同时强化”步步高音乐手机，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。

主题：”完美音质，随身畅响”

20xx年9月20日—10月31日，凡购买步步高音乐手机任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

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。

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×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。

派驻促销员的铺货型的卖场：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。

无派驻促销员的铺货售点：最好能借助促销活动转成现金进货；否则，不必在此类售点开展促销活动。

现金进货的售点：由于促销礼品主要是对于实销活动的促销，原则上不补通路库存。建议根据促销开始之前的零售商音乐手机库存的实际情况，按照1/3或者1/4的数量补部分赠品，后续发货则按一比一配发；而且，这种补库存的情况，必须来自于该售点有新的订单下达。

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；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9月15日前，要设法拿下关键陈列位。

估计十一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。在国庆三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。