

最新保健品秋天活动方案 秋天活动方案(大全8篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

保健品秋天活动方案篇一

20xx年12月26日上午9点

20xx年小班迎新年亲子活动方案

1, 通过亲子生产活动提高他们的`实践能力, 提高父子感情。

2、亲子共同体验快乐, 新年的气氛。

1、面具模型。

2、家长自备南瓜各种装饰材料, 如光学玻璃、纸张、彩色的羽毛, 花边, 等等。

xx类准备:剪刀、胶、双面胶、橡皮筋。

3、舞蹈音乐“快乐拍手歌”、“找朋友”、“新年快乐”

1, 父母和孩子到类教室。

2, 主机致开幕词。

3、亲子生产“美丽的面具”

(1) 主机教授的生产方法。

(2) 家庭免费的生产, 鼓励家长和孩子在一起的设计, 生产过程开始参与的孩子。

4, 制作完成后, 与家庭为单位, 模仿时尚秀的形式, 展示面具。

5, 化妆“新年快乐”

保健品秋天活动方案篇二

教学目标:

1、进一步认识秋天的. 特征, 感受秋天的美。

2、感受儿歌的意境美。

教学准备:

课件

教学重点与难点: 了解儿歌内容。

教学方法与手段: 多媒体辅助教学、练习法

教学过程:

1、欣赏课件。

提问: “这是什么季节? 你是怎么知道的?”

2、教师朗诵诗歌, 幼儿欣赏并大概了解诗歌内容。

提问:

(1) 儿歌里说了什么？

(2) 为什么秋风来了，大地会变得金黄？为什么大树脱下绿衣裳？

3、教师再次朗诵儿歌，并结合课件帮助幼儿熟悉诗歌内容。

4、幼儿边看课件边学习朗诵儿歌。教师注意帮助幼儿掌握儿歌中优美的词句。

保健品秋天活动方案篇三

1、寻找和观察秋天的美景，感受大自然中各种植物的变化。

2、通过秋游活动，让幼儿感受集体外出的`兴奋和喜悦。

3、培养幼儿热爱大自然的情感，充分体验参与社会实践活动的喜悦心情。

教师：配合秋游的用具：垃圾袋、照相机、球网。

1、教育幼儿外出注意安全，乘车过程中头、手不要伸出窗外。

2、在幼儿园排队整理，上车。

3、带领幼儿参观荆川公园的美景。

4、集体拍照留念。

5、幼儿自由活动（喝水、上厕所）。

6、教师组织幼儿游戏：《看谁接得准》

7、教师小结整队回幼儿园。

保健品秋天活动方案篇四

一、目的

- 1、本次活动主要面向特殊消费群——老年人，通过举办一些保健类商品、老年用品等促销活动，增加本超市的公众形象。
- 2、通过“义诊”活动、到敬老院送温暖等活动，提升本超市的‘社会知誉度。
- 3、通过举办老年歌舞表演等活动，增加本超市的亲和力，真正使“重阳节”富有人情味。

二、时间：

20xx年10月23日--10月25日

三、主题：

礼敬老人，送上温馨，送上健康——重阳节活动方案

四、活动内容：

1、“重阳节”特价酬宾

保健酒类、

保健品类、

保健食品类

其它老年用品等

2、保健品厂方促销活动

3、健康是福--“义诊”活动(由保健品厂方提供)

4、老年歌舞表演重阳节当天晚上开始，在超市外场举行。演员由街道提供，20名，每人送礼品一份(由保健品厂方提供)

5、向健康老人、幸运老人送真情

a□满60周岁老人可获得“会员卡一张和赠品一份”(每天限前50名)(赠品由各厂商联合提供)

b□满80周岁老人可获得健康老人礼品一份。

c□生日为10月14日(重阳节)的60周岁以上老人可获得幸运老人礼品一份。

(b□c活动联系一家厂方联合举行，时间可定在重阳节当天晚上，穿插在歌舞表演时进行)

5、敬老行动

重阳节当天组织部份团员青年送老人到某酒店就餐。(与某酒店、居委会联合举行)

五、费用估算：

1、广告费

电视台：10月8日-10月13日，3500元

电视报：一期，2000元

dm□一期，8000元

晚报：一期，2000元

合计：15500元

2、记者执行费

电视台、日报、晚报记者共4名，每名200元左右纪念品。（由厂商提供）

3、演员礼品1000元左右。（由厂商提供）

保健品秋天活动方案篇五

在构思五一节日促销活动前，我想我先罗嗦几句。通常我们所讲的地面推广活动分为两种形式：一是品牌（企业品牌/产品品牌）形象认知推广；二是产品的销售促进推广（也就是sp活动），这两种活动的目的是有所区别的，但目标多是一致的，所以在活动的设计上侧重点是不同的。

品牌形象的推广不是以销售为目的的，最终的目标是能形成销售增长。所以在活动过的设计上更多是要考虑吸引注意，形成兴趣，促进记忆，达到好感，这类活动更强调过程。而我们在制定sp活动时，更多是强调结果，所以在活动设计要充分考虑到消费者的利益的诱惑，激发欲望，促成购买，是一种短期的行为。但是这两种形式的活动也是相辅相成的。任何活动的设计不能偏离我们的品牌核心利益，品牌价值的形成是我们企业长期在活动推广中不断给到消费者认知的积累。

我们在制定活动推广前，我们要做那些工作呢？内部和外部的信息分析必不可少，思路来自何方？来自于我们对事物思考的深度和广度。从年度的终端促销活动规划来看，我们可以把年度促销分为三个阶段：4、5、6三个月为一个阶段；中秋和国庆为一个阶段；元旦和春节为一个阶段，这三个阶段推广的产品是不同的，当然对每个城市来讲又有不同，这就需要我们每个城市的对每个产品进行具体分析，分析它们每个阶段的表现，从中我们可以找出我们长线推广的产品和阶段促销

产品，在我们的产品推广中，我们切记：要懂得舍得。我们需要不断挖掘我们的金牛产品，培养明星产品，同时也要不断调整我们的瘦狗产品。这样我们在未来的推广中才能真正做到有的放矢，不至于迷失方向。才能把有限的资源用到恰到好处，也就是我们平时所说的投入产出比合理，效益最大化。（这里我对产品的细化分析我就不在具体详谈，在以后方案中我会描述）

当然我们在分析自身产品的同时还要对我们竞争产品做市场研究，有句话“知己知彼，方能百战百胜。”竞争品牌的产品在每个阶段也会有终端推广活动，特别在敏感的终端我们的促销战术制定要因“事”而变，因“情”而变，不可一层不变。所以我们在活动期间多要深入一线，及时准确的了解终端信息。一个营销活动其实是一个循环过程，我们必须遵循p(计划)d(执行)c(监督)a(评估、修正)。特别在现阶段我们更需要整合我们优势资源，集中我们优势资源进行单点突破，以点带面，不可盲目推进，我们必须找到适合自己的推广模式，而且操作演练很熟练，形成习惯。才能去扩大我们推广范围，我们只有成功的机会，没有失败的尝试！

以上这些话是我一时的情绪所至，是因为我们现在没有真正的企划部，不能很好帮助到各分公司，有点心急！希望各位在制定各项促销活动时，能从中感悟到一些对自己有益东西。

一：活动背景

“五一”劳动节是我们中国广大老百姓传统节日，这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福，希望我们的劳动人民健康、快乐。今天“劳动”的概念已经得到很大延伸和创新，更多体现我们劳动人民的智慧和勤奋，同时也衬托拥有健康才能更好享受智慧的成果。这样一个含义与我们企业的经营理念“融古今智慧，创健康人生”一脉相承。具有两千多年历史的阿胶，不正是经过我们劳动人民千年来努力，才有今天的阿胶系列产品丰富延伸和创新，它积攒了多少劳

动人的光荣与梦想，它是智慧的结晶，承载着人类健康的使命！在这样一个具有深刻意义的节日，东阿阿胶更渴望表达她的报答之情！彰显我们品牌的价值！

二：活动主题

触摸“五一”，体验“阿胶”——东阿阿胶情系百姓

三：活动目的

1. 利用节日消费高峰，提高销量
2. 借势推广我们产品，促进认知
3. 回馈广大消费者，建立忠诚度
4. 加强与终端合作，改善彼此客情

四：活动时间

200*年4月20日——200*年5月20日

五：活动产品

辅助产品：阿胶口服液、阿胶怡静口服液、水晶枣系列、蜂蜜（这几个产品根据每个城市基础情况而定，不要一哄而上）

六：活动城市（以分公司为单位）

济南、青岛、北京、合肥

（不要紧局限与这四个城市，其他城市只要条件允许多可开展，特别一些先进的商超终端，要充分利用此次活动，在终端形成一定的影响，给到终端对产品的信心，打好入场的基础）

七：活动规划

(一)：活动内容

5. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列产品满238元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》五次，最多五次。

6. 活动的解释权归山东东阿阿胶股份有限公司

(二)：活动形式

2. 每个摸奖箱放五十一个乒乓球，乒乓球上标志设计为“五”“一”“五一”字样，请用不褪色的水笔写。

3. 乒乓球上〈字样标志〉分配：10个球上写“五”；5个球上写“一”；一个球上写“五一”；另外35个球上写“幸运”

4. 乒乓球的形式可以用其他东西代替(各分公司可以考虑，节约成本)

(三)：奖项设计

2. 二等奖的标志为“一”，奖品为价值88元的阿胶怡静口服液

3. 三等奖的标志为“五”，奖品为价值38元的葆苓阿胶浆

4. 四等奖的标志为“幸运”，奖品为价值6元的水晶枣(100g)

(四)：补充说明

2. 本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收赢条(具体控制方法各分公司可根据当地情况自行调整)

八：促销价格策略

2. 我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%

3. 不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客！

九：活动终端要求

1、每个城市根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

(1) 现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒陈列

(2) 此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名

(3) 此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础

(4) 需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行

2、在此店要有重点产品的dm支持，同时在dm上告知活动内容

3、终端的布置设计

(1) 在店门口要有活动的告知(比如海报或kt板展示活动内容或伊拉宝告知活动内容)

(2) 在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放

(3) 店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气氛

(4) 在店内堆头上要放上摸奖箱/赠品进行展示，激发消费者购买欲望

(5) 店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅

十：经销商配合内容/(直营分公司)

2. 经销商对终端活动内容沟通，确保本次活动顺利开展

3. 经销商需协助促销员的进场手续办理

5. 保证物流的畅通，及时补给活动产品，提升销售

十一：宣传物料

1. 活动宣传单页

2. 活动海报

(设计由企划部完成，印刷和发放由保健品事业部完成)

3. 分公司可以根据自身的一些宣传资源丰富终端的布置

十二：控制点

1. 产品进场

2. 促销员招聘、进场、培训

3.dm的谈判

4. 堆头和tg的落实

十三：效果预估

1. 促进现有产品的销售
2. 提升产品的知晓度
3. 树立彼此的信心

保健品秋天活动方案篇六

一背景：

(1) 徐州第四人民医院徐州市第四人民医院又名徐州市中心医院，是目前淮海经济区规模较大、设备齐全、技术力量雄厚的三级甲等医院。医院是徐州医学院教学医院。

核编床位1200张。

(2) 徐州第四人民医院附近只有一家中型超市——百惠家美时奎山店。其他都是小店和鲜花店。

(3) 我们kfy在该店均已经上架，并且配备一名专职促销员。

二分析：

(1) 由于该店位置在医院旁边，标志不很明显

(2) 该店保健品位置放在里面不容易找到。我们产品在该店没有任何指引产品方位标识，没有落地宣传。前期在该超市打了一个堆，销量维持在30盒/月左右。

(3) 超市门口有一些牛奶、水果、其他一些营养品，拦截消

费者进到超市。

三目标：

(1)打造成徐州样板店，提升产品形象

(2)目标100盒/月

四措施：

(一)宣传

(1)在店门口，做一块店招，或者对门进行包装，进门时对我们处于有了一个感性的认识，进而产生联想。

(2)在地面贴上kfy的地贴，以便进一步加深对kfy的认识，为冲动购买打下基础。同时引导客户到kfy货架或者专职促销员跟前。

(3)使用堆头或者端头对消费者产生视觉冲击，产生强烈购买冲动

(4) (建议)使用电视机播放kfy的广告，从声音、图像产生强烈拉的广告作用。

(5)产品增加封套、条条卡物料使用，生动化陈列

(6)前往病房发放赠饮卡，优惠卡、宣传单。

(二)促销

(1) 买赠活动，买一送一活动。购买一盒kfy送老批号kfy一盒

(2) 试饮活动，凡持赠饮券者可以免费赠送一瓶kfy

(3) 优惠活动，凡凭凡优惠券者每盒kfy优惠10元。

(三) 人员

(1) 强化培训

(2) 加强监督

(3) 是否调成日班制。一周休息一天，早9点到晚上9点。

五时间

初步11月15日-12月31日，具体看情况而定。

保健品秋天活动方案篇七

一、活动思路：借“店庆”这个机会，一方面拉近与相关人群的距离，回报人群一年来对华商店的支持；另一方面，通过回报活动，制作更多的实惠，满足顾客的需要，从而提升华商店的销售业绩。

二、活动内容：与知名保健品品牌进行联合促销。通过发邀请函的方式，邀请各社区的老年人进行参加活动，各供应商在选定的地方进行健康讲座、咨询、检查活动。来参加的朋友将有礼品赠送。活动现场进行保健品的特卖(要求参加的品牌，赠品力度加大，有效地利用这次机会)，并推出购保健品类满88元，即可凭小票报销来回车费4元。

(一周)

四、活动形式：

- 1、确定保健品厂商进行现场的讲座、咨询、体检、文艺节目(越剧)等义务活动。(要求：至少每天有一家的义务活动)
- 2、保健商品(保健滋补品、保健仪器类、保健食品类)进行现场特卖。(特卖力度：价格最低，加强赠品力度)

五、分工及进度安排：

谈判工作：

提供“义务活动”的供应商确定(宣传的供应商必须提供当天来参加活动的顾客的礼品，每天-5000份)

活动费用：所有参加的供应商提供至少1%的扣率作为活动的经费。

宣传工作：

邀请函的寄发：选定区域，每天有效投递份—5000份

报纸宣传：根据费用谈判情况，做相应的硬广告及软文报道。

广播宣传：卖场广播播放。

特卖场装饰：

地点：广场上

气氛营造：通过视觉冲击强力的颜色、造形道具、图片等共同达到效果。

保健品母亲节促销方案

保健品秋天活动方案篇八

“五一”劳动节是我们中国广大老百姓传统节日，这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福，希望我们的劳动人民健康、快乐。今天“劳动”的概念已经得到很大延伸和创新，更多体现我们劳动人民的智慧和勤奋，同时也衬托拥有健康才能更好享受智慧的成果。这样一个含义与我们企业的经营理念“融古今智慧，创健康人生”一脉相承。具有两千多年历史的阿胶，不正是经过我们劳动人民千年来努力，才有今天的阿胶系列产品丰富延伸和创新，它积攒了多少劳动人的光荣与梦想，它是智慧的结晶，承载着人类健康的使命！在这样一个具有深刻意义的节日，东阿阿胶更渴望表达她的报答之情！彰显我们品牌的价值！

触摸“五一”，体验“阿胶”——东阿阿胶情系百姓

1. 利用节日消费高峰，提高销量
2. 借势推广我们产品，促进认知
3. 回馈广大消费者，建立忠诚度
4. 加强与终端合作，改善彼此客情

200*年4月20日——200*年5月20日

主推产品：阿胶神三个规格□20ml*10□20ml*20□20ml*40□

辅助产品：阿胶口服液、阿胶怡静口服液、水晶枣系列、蜂蜜（这几个产品根据每个城市基础情况而定，不要一哄而上）

济南、青岛、北京、合肥

（不要紧局限与这四个城市，其他城市只要条件允许多可开展，特别一些先进的商超终端，要充分利用此次活动，在终端形成一定的影响，给到终端对产品的信心，打好入场的基础）

（一）：活动内容

5. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满238元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》五次，最多五次。

6. 活动的解释权归山东东阿阿胶股份有限公司

（二）：活动形式

2. 每个摸奖箱放五十一个乒乓球，乒乓球上标志设计为“五”“一”“五一”字样，请用不褪色的水笔写。

3. 乒乓球上〈字样标志〉分配：10个球上写“五”；5个球上写“一”；一个球上写“五一”；另外35个球上写“幸运”

4. 乒乓球的形式可以用其他东西代替（各分公司可以考虑，节约成本）

（三）：奖项设计

1. 一等奖的标志为“五一”，奖品为价值168元的阿胶神□20ml*40□

2. 二等奖的标志为“一”，奖品为价值88元的阿胶怡静口服液

3. 三等奖的标志为“五”，奖品为价值38元的葆苓阿胶浆

4. 四等奖的标志为“幸运”，奖品为价值6元的水晶枣□100g□

（四）：补充说明

2. 本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收赢条（具体控制方法各分公司可根据当地情况自行调整）

2. 我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%

3. 不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客！

1、每个城市根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

（1）现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒陈列

（2）此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名

（3）此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础

（4）需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行

3、终端的布置设计

（1）在店门口要有活动的告知（比如海报或kt板展示活动内容或伊拉宝告知活动内容）

（2）在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放

（3）店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气

氛

(4) 在店内堆头上要放上摸奖箱/赠品进行展示，激发消费者购买欲望

(5) 店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅

2. 经销商对终端活动内容沟通，确保本次活动顺利开展

3. 经销商需协助促销员的进场手续办理

5. 保证物流的畅通，及时补给活动产品，提升销售

1. 活动宣传单页

2. 活动海报（设计由企划部完成，印刷和发放由保健品事业部完成）

3. 分公司可以根据自身的一些宣传资源丰富终端的布置

1. 产品进场

2. 促销员招聘、进场、培训

的谈判

4. 堆头和tg的落实

1. 促进现有产品的销售

2. 提升产品的知晓度

3. 树立彼此的信心