

# 最新厂家药品促销活动方案 药品促销活动方案(优秀5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

## 厂家药品促销活动方案篇一

现代生活节奏加快,精神紧张,压力大,加方过量饮酒、吸烟、空调、长期缺乏户外运动等因素,使得人们的免疫功能紊乱,抵抗力降低,免疫功能是人体重要的生理功能,免疫功能失调就会造成体质虚弱,抵抗疾病能力下降,于是,有的人会反复得感冒、头疼、咳嗽,现在的环境比较恶劣时而有流感传染疾病,而免疫力较差者更容易感染,可见这种纯天然中草药感冒胶囊市场前景广阔。而感冒药大部分都有一副作用,如过敏之类,不仅给人的身体带来伤害,并且是治标不治本,只是传染的机率降到最低。

独特的产品优势及良好的市场前景,使得制造感冒药的商家云集,竞争也日趋激烈、但目前市场上已有纯天然中草药感冒药强势品牌,例如:999感冒颗粒等。因此连花清瘟胶囊还需要解决以下几个问题:

- 1、品牌知名度不够
- 2、产品定价不合理
- 3、包装设计无特色

#### 4、营销渠道不畅通

连花清瘟胶囊作为中成药尚存在一些不明确的禁忌及副作用。

1、药品品种方案，是药品营销中的一个重要内容，药品应是个整体概念，同时要树立起药品大质量的观念，把好连花清瘟胶囊的质量关。

2、药品的定价方案，药品价格目前是十分敏感的问题，平价大药房的冲击药品的定价方案尤其重要，在新的环境下，连花清瘟胶囊应该更加充分考虑自己产品的定价，使价格更加亲民。

3、药品分销渠道方案，国内制药企业长期的营销模式，使医药企业形成了很大的渠道依赖，以岭药业需要建立起稳定的医药分销渠道，为连花清瘟胶囊进一步开拓民营药店的分销渠道。

4、药品促销方案，随着国家新的医药政策的出台，连花清瘟胶囊在新的形式必须引入健康的促销模式，新的营销机制。

1) 要放弃以前那种对医生的诸如辛苦费，广告费，促销费，处方费等模式，坚持顾客服务导向，加速产品的研发和品牌培育，重新整合销售渠道。

2) 可以通过学术推广会来促销，学术推广销售，主要指在医药销售过程中，以学术宣传和学术活动来推动销售。

3) 广告拉动抢滩otc市场，从几年otc市场的增长速度来看otc市场占半壁江山，otc市场是未来竞争的主要战场之一，而这一市场的营销与医院销售差别较大，更多地体现出医药营销的共性，以超大规模品牌广告投入来拉动医药消费。

4) 可开展数字化营销，用电子商务提速连花清瘟胶囊的线上

销售，同时可以节省开支却生产出更大的效益，利用在线调查可以收集到客户的偏爱和购买方式，还能更好地为他们服务，从而体现个性化营销时代的特征。

随着消费者的水平的不同，也可以将药品的消费者分为不同的等级，比如普通消费者、高级消费者□vip消费者。

现代社会中儿童与老人的免疫力普遍都很低，而年轻人患有炎症的机率比较高，所以将目标市场选为儿童、老人以及患有炎症的顾客群体。促进销售，为了提高市场占有率及品牌的知名度，树立行业强劲品牌。想要提高市场占有率及品牌知名度须做到以下两点：

- 1、形成以成本为基础的市场竞争优势首先加强自己企业内部的管理，管理不仅可以出效益而且可以提高效率降低成本，管理的内容如生产管理，人事，营销，财务等，关键要针对企业本身情况采取适合企业自身的管理模式才能真正出效益，才能降低运营成本。其次，加大研发投入，研发一些在临床上有特殊疗效的药品，申请专利，利用它的不可替代性，取得相对较高利润，把利润再用于扩大大于别的厂家同质量的品种的整体规模，从而进一步降低运营成本，提高整个企业在市场上的竞争优势。

- 2、形成以无形资源为基础的竞争优势

能力，以提高专业推广人员的业务水平，无形中也树立了企业的品牌知名度。第三，要树立整体的营销观念，企业须切实树立起为患者解除疾病痛苦的根本经营观念，从最终客户开始而不是生产过程开始策略，只有有一个好的营销策略才能树立起自己的良好的形象品牌。

- 1、产品的主要功能

连花清瘟胶囊是一种具有良好的抗炎, 抗病毒, 提高机体免疫

的功效，可以治疗因上火或着凉引起的感冒，无副作用，可以使病情的传染率达到更低。

2、该产品与同类产品相比具有明显的优势

(1)、稳定性高，过敏反应的发生率底；

(2)、具有提高机体免疫作用。

2、强调具有提高机体免疫作用3、通过包装提高产品的吸引力，包装的吸引力也是非常大的，也是提高销量的方法之一。

1、成本导向定价：根据产品成本来合理定价。

2、竞争导向：根据竞争产品的价位的特点来定该产品的价格。

## 厂家药品促销活动方案篇二

1. 充分借助节假日得促销来提升麦兜药品品牌得知名度。

2 . 便于销售渠道拓展和样板店建立与湖北紫荆医药建立良好合作开端

3. 为增强已签约和潜在客户及销售终端得合作信心

如(麦兜，我得茁壮成长)

节假日。(如六一儿童节等)

1具有较强终端展示效果得门店(如：面积在300平方米以上得门店)。

2具有很好得销售流水得门店(如：日流水在15000元以上)。

3在客流量较大得商业圈内(所在城市得主要商圈内)。

4同类商品销售较好门店。

(如麦兜系列药品)。

1. 与促销点得沟通

a.药品能够进场并能占据较好陈列位置，具良好排面和终端包装效果。

b.确定活动开展得具体间、开展范围、活动内容等，在参与活动得药房摆设展架和张贴海报说明活动内容。

c.活动参与人员和促销点有关营业员。

2. 确定活动时间、地点及相关人员、赠品。

3. 邀请部分代理商、区终端分销商观摩。

1在所属区域内得各大连锁选择符合条件得门店，由区域经理负责收集以上资料，城市经理负责和其总部得门店管理部门洽谈驻店促销、流动促销、固定兼职促销、临时促销和短期宣传活动事宜。

2驻店促销：通过事先准备好得促销方案和对方得现有资源进行交换，而降低促销费用和促销成本。

3案包括：准备促销得门(具体得门店名称)、促销时间(不少于3个月)、促销品种(儿科系列)、人员得数量(1-2人)、产品陈列得位置(货架第一层或端架)陈列得数量(单品不少于10盒)

4促销方案及费用由城经理申请，事业部经理审核批准后执行。

5流动促销：由城市理洽谈，区域经理执行，一个店做7天。

方案及费用由城市经理申请事业部经理审核批准后执行。

以上条件是满足人员促销得基本条件。

## 厂家药品促销活动方案篇三

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。

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.

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.

## 厂家药品促销活动方案篇四

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.

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。

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。

## 厂家药品促销活动方案篇五

x大药房是一个连锁药店的总店，其店面选址在交通主干道，交通便利，商业繁华，以其药店为中心，在半径500米的影响力范围内有6家药店，竞争十分激烈，在其影响力范围内有2个社区，2个家属院和1家公立医院。

x大药房是一个中西药，医疗器械均出售的综合性药店，有2层，其营业面积有500平方米。经营药品种类3000余种（包括医疗器械），有坐诊医师，解答消费者遇到如何选药的问题。未做促销活动之前，药店已有小规模买赠行为。日营业额平稳，增长不明显，消费群体也较固定为附近社区和家属院的住户，中老年年纪的较多。

其它六家药店的经营状况与本店类似：消费群体稳定，营业额平稳；无大规模的促销活动。

各店都在寻找利润新的增长点，药店的利润来源有三块：中间商，药品品种，客户。由于中间商与药品品种有采购部门负责所以在此不予评论。

关于对消费者的促销十分重要，因为企业经营中账面性收入几乎全部来自药店营业性收入，所以消费者的量的多寡对药店经营结果的关系是显而易见的，量变引起质变，只有消费者的客流量上升了，药店的营业性收入才会提高，企业的收入才会增加。所以我们所面临的首先问题是：如何让消费者进店；其次，如何让进店的消费者都能满意而归。所以药店促销在整个经营活动效果中起着十分重要的作用，它作用表现在：1. 能有效地加速新开业药店被市场接受的过程；2. 能有效地抵御和击败竞争者的促销活动；3. 能有效地刺激消费者购买和向消费者灌输；4. 有效的影响连锁店和加盟店，特别是加盟店的交易行为，对这些作用的认识有助于我们正确理解促销的正确地位，有效地开展促销工作。

爱心奉献社会幸运送给顾客

x年10月20日——x年10月24日

x大药房药房内与药房前的空场地

1. 增加x大药房的店内客流量；
2. 提高x大药房在当地的知名度；
3. 在稳定固有消费者的同时，发掘新的消费群体，
  1. 免费办理会员卡，持卡可享受药品会员价，并可参加药店举办的各种优惠活动。

分析：设置该项目的目的是为了发掘新的消费群体，使其参与购药

的全过程，了解，体验并接受这家药店，为将其发展成稳定消费者打下一个好基础。

在商业竞争中，价格战是商家在竞争中最常使用的有效手段之一，此

举可以达到快速吸引消费者，发掘新消费者，打击削弱竞争对手等作用，对于新开张，想迅速占领市场，扩大销售，增加影响力，增强传播效果的店面，不失为一种操作方式。

2. 持会员卡的消费者在活动期间，购药（不包括医疗器械）均可享受双倍积分，积累满相应积分可免费兑换相应礼品。每月25日为积分兑换礼品日。积分方式：消费满10元积1分，依次类推。（兑换礼品目录详见店内公告）

分析：设置该项目的目的是起到稳定固有消费者的作用。消费者购买药

品是一个多次重复的消费行为，为了维系住他们的这种消费行为，就需要给他们设定一个消费金额目标，刺激他们的消费欲望，鼓励多次消费，以达到稳定消费者的作用。

3. 活动期间，凡购药满相应金额药品的顾客，可免费获得相应赠品。

18元送1袋食盐：

38元送1块208g透明皂：

58元送1瓶洗洁精；

88元送1双拖鞋；

128元送1袋10斤面粉；

158元送1.5l金龙鱼一桶；

218元送3l电饭煲1个；

分析：此方法是激起消费者冲动消费的有效方法。第一种情况：在购药行为发生之前，当他们得知购买同种药品，付出相同金额，却可得到更多的物品时，他们一定会被吸引来这家药店消费的，这属于营销方式中的拉式营销；第二种情况发生是，当在药店购药行为发生时，消费者已经买了自己所需的药品为了获得额外的赠品时，他们会再冲动购买其它的药品，已达到获取赠品的相应金额的底线。这种方法是利用了消费者爱占小便宜的心理，充分调动消费者购药的积极性，并结合店内员工的暗示和周到的服务。这种方法是提高药店营业性收入最有效，最直接的方法。它一方面可以提高营业性收入；另一方面还可以积累店内人气（店内消费者如织；员工对消费者接迎送往）给外界印象是这家店的生意很好，员工服务周到，自己很想亲身体会一下。同时这种方法也能很好地树立展示自己品牌的形象，为将来的目标客户留下一个好印象。

4. 消费满500元的消费者，可在相应赠品的基础上额外地赠送1张50元民生购物卡。（购物卡与相应金额的赠品可叠加）

这种方法属于营销方法中的共生营销，一方面利用高档商场来提高自己的形象，拉开与其它药店的档次，树立自己的高端品牌，吸引消费者的眼球；另一方面，也给商场做了促销，提高其营业额；第三方面，利用民生效应吸引高端客户，并通过店员的周到服务留住该客户。

5. 抽奖活动，

## 口号“x大药房购药中奖百分百”

内容：活动期间，消费者在x大药房购药（不包括医疗器械），当天单次消费金额满30元者，可凭当日收银小票，参加免费抽奖活动，本次抽奖活动的中奖率为100%。

(1) 抽奖方式：凭当日的电脑收银小票，置换抽奖票据（抽奖票据有本店统一印

制），电脑小票有本店收回，凭抽奖票据来进行抽奖。

(2) 抽奖时间□x年10月20日——x年10月21日

早上9：00——12：00

下午3：00——6：00

(3) 抽奖地点□x大药房前的空场地

分析：这方法充分利用了空间优势对药店进行宣传造势，利用药店前的空场地把抽奖台，奖品，活动道具，一一陈列在户外，无论是进出药店购物的消费者，还是经过店面的目标客户，或是无需购药的路人，给他们一个信息暗示：购买同样药品，付同样的金额，你会得到更多的实惠。

这是吸引眼球最直接的方法，吸引人气，制造轰动效果，可迅速提高药店在当地的知名度，传播品牌效应，树立企业形象，更好的争夺客户资源，打击竞争对手。

## 单页及pop制作及发布

□1□dm单页应在活动的前一周开始设计，制作，活动的前一天开始发放，即19日开始派专人发放dm单页。这种方法属于营销方式中的拉式营销，目的在于加大活动信息对消费者的

高的渗透性和全面的覆盖性，使更广泛的消费者得知药店有优惠活动的信息，提高活动期间的进店客流量，从而提高药店的营业额。

(2) 在药店内部pop的招贴的使用，也能增加店面内活动的喜庆气氛，有助于提高消费者的购药兴趣，调节医患之间的紧张情绪，从而达到更好的促销目的。

## 2. 赠品的挑选及到货时间：

赠品一般以生活用品为主，其属于易耗品，用量大，使用范围广，消费者具有多次购买的需求；同时对药店方来说，同种赠品大量采购可降低采购费用节约药店的经营成本。

## 3. 10月20日活动开始。

七活动预算费用表。

## 09年10月20日次活动预算费用表

(图表略)

在药店门口挂横幅一条，内容为活动的主题口号“爱心献社会幸运送顾客”。

2. 相应的x展架支援。展架上应有相应活动的内容的公告，活动时间，活动奖品及一些吸引消费者眼球的词语，为20日的抽奖做前期的宣传。

现代生活节奏加快,精神紧张,压力大,加方过量饮酒、吸烟、空调、长期缺乏户外运动等因素，使得人们的免疫功能紊乱，抵抗力降低，免疫功能是人体重要的生理功能，免疫功能失调就会造成体质虚弱，抵抗疾病能力下降，于是，有的人会反复得感冒、头疼、咳嗽，现在的环境比较恶劣时而有流感

传染疾病，而免疫力较差者更容易感染，可见这种纯天然中草药感冒胶囊市场前景广阔。而感冒药大部分都有一副作用，如过敏之类，不仅给人的身体带来伤害，并且是治标不治本，只是传染的机率降到最低。

独特的产品优势及良好的市场前景，使得制造感冒药的商家云集，竞争也日趋激烈。但目前市场上已有纯天然中草药感冒药强势品牌，例如：999感冒颗粒等。因此连花清瘟胶囊还需要解决以下几个问题：

- 1、品牌知名度不够
- 2、产品定价不合理
- 3、包装设计无特色
- 4、营销渠道不畅通

连花清瘟胶囊作为中成药尚存在一些不明确的禁忌及副作用。

## 二. 药品营销组合4p方案

1. 药品品种方案，是药品营销中的一个重要内容，药品应是个整体概念，同时要树立起药品大质量的观念，把好连花清瘟胶囊的质量关。
2. 药品的定价方案，药品价格目前是十分敏感的问题，平价大药房的冲击药品的定价方案尤其重要，在新的环境下，连花清瘟胶囊应该更加充分考虑自己产品的定价，使价格更加亲民。
3. 药品分销渠道方案，国内制药企业长期的营销模式，使医药企业形成了很大的渠道依赖，以岭药业需要建立起稳定的医药分销渠道，为连花清瘟胶囊进一步开拓民营药店的分销渠道。

4. 药品促销方案，随着国家新的医药政策的出台，连花清瘟胶囊在新的形式必须引入健康的促销模式，新的营销机制。

1) 要放弃以前那种对医生的诸如辛苦费，广告费，促销费，处方费等模式，坚持顾客服务导向，加速产品的研发和品牌培育，重新整合销售渠道。

2) 可以通过学术推广会来促销，学术推广销售，主要指在医药销售过程中，以学术宣传和学术活动来推动销售。

3) 广告拉动抢滩otc市场，从几年otc市场的增长速度来看otc市场占半壁江山，otc市场是未来竞争的主要战场之一，而这一市场的营销与医院销售差别较大，更多地体现出医药营销的共性，以超大规模品牌广告投入来拉动医药消费。

4) 可开展数字化营销，用电子商务提速连花清瘟胶囊的线上销售，同时可以节省开支却生产出更大的效益，利用在线调查可以收集到客户的偏爱和购买方式，还能更好地为他们服务，从而体现个性化营销时代的特征。

随着消费者的水平的不同，也可以将药品的消费者分为不同的等级，比如普通消费者、高级消费者、vip消费者。

现代社会中儿童与老人的免疫力普遍都很低，而年轻人患有炎症的机率比较高，所以将目标市场选为儿童、老人以及患有炎症的顾客群体。促进销售，为了提高市场占有率及品牌的知名度，树立行业强劲品牌。想要提高市场占有率及品牌知名度须做到以下两点：

1、形成以成本为基础的市场竞争优势首先加强自己企业内部的管理，管理不仅可以出效益而且可以提高效率降低成本，管理的内容如生产管理，人事，营销，财务等，关键要针对企业本身情况采取适合企业自身的管理模式才能真正出效益，才能降低运营成本。其次，加大研发投入，研发一些在临床



上有特殊疗效的药品，申请专利，利用它的不可替代性，取得相对较高利润，把利润再用于扩大大于别的厂家同质量的品种的整体规模，从而进一步降低运营成本，提高整个企业在市场上的竞争优势。

## 2、形成以无形资源为基础的竞争优势

能力，以提高专业推广人员的业务水平，无形中也树立了企业的品牌知名度。第三，要树立整体的营销观念，企业须切实树立起为患者解除疾病痛苦的根本经营观念，从最终客户开始而不是生产过程开始策略，只有有一个好的营销策略才能树立起自己的良好的形象品牌。

### 1、产品的主要功能

莲花清瘟胶囊是一种具有良好的抗炎, 抗病毒, 提高机体免疫的功效, 可以治疗因上火或着凉引起的感冒, 无副作用, 可以使病情的传染率达到更低。

### 2、该产品与同类产品相比具有明显的优势

(1)、稳定性高, 过敏反应的发生率低;

(2)、具有提高机体免疫作用。

2、强调具有提高机体免疫作用3、通过包装提高产品的吸引力, 包装的吸引力也是非常大的, 也是提高销量的方法之一。

1、成本导向定价: 根据产品成本来合理定价。

2、竞争导向: 根据竞争产品的价位的特点来定该产品的价格。