

# 药品推销方案(优秀5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 药品推销方案篇一

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，使其参与到购药的全过程，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，自己很想亲身体验一下。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。

## 09年10月20日次活动预算费用表

(图表略)

- 1、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。

## 药品推销方案篇二

药品超市是xx医药连锁第一家、也是的药店，人员素质比较优秀;地理位置十分优越，处于xx市最为繁华的闹市区;周边居民以本地居民为主，对价格比较敏感;市场成熟度比较高，对营销手段的刺激度相对比较迟钝。

xx店是xx医药新开的一家药店，刚刚进行了开业大型促销活动和中秋简单促销活动。前期所购买的营养品和保健品应该没有被消化完毕，活动对消费者的刺激性应该不会很强。但鉴于上次活动期间，重复购买性比较强，来客总人数并不多的实际情况，也有一定的市场拓展空间和可能。

为拓展和进一步稳定药品超市和xx店在当地商圈中的市场形象，传递药品超市在经营品类上的变化，同时，根据国庆节走亲访友、外出旅游较多的特点，特制定本活动策划方案。

时间□20xx年10月1日——10月7日，共计7天。

主题：“国庆聚惠，七喜临门”

药品超市□xx店。

## 1、来就送，百样奖品任你猜！

活动期间，每天前100名进店购物者，购物金额超过8元者，凭小票和号码牌，可参加“百样奖品任你猜”活动。活动规则是准备一百样奖品，主要从现有赠品库中准备，根据奖品情况制成有编号的看板，客人可以根据未揭下号码情况，在小票上写下自己选中的号码，由工作人员撕开该号码位置，背后写的什么奖品就获得什么奖品。总金额控制在1400元(7天、单店)，两店合计2800元，仓库不足部分用小包心相映纸巾补足。奖项—1.8l金龙鱼调和油一壶。

在使用时须收回小票和号码牌，不能参加其他活动。

## 2、满意“溢”送：

满38元送90g高露洁牙膏1支(从现库存中准备，不足部分从超市调配)；

满78元送900ml传化洗洁精或10元现金抵用券；

满128元送1.28升海天金标酱油；

满198元送威猛先生厨房重油污或20元现金抵用券；

满288元送香满园珍珠大米一袋(5kg)或30元现金抵用券。

满398元送金龙鱼调和油一桶(2.5升)或40元现金抵用券。

仅限单张小票，特价□dm商品和医保刷卡除外。所有特价商品均会用惊爆签的形式贴在货架商品上。现金抵用券限面额10元，在活动期间使用完毕，每次购买仅限使用一张现金抵用券；使用现金抵用券时不现金找零；使用现金抵用券不得购买特价□dm商品、处方药。

参加本活动时须收回小票。

### 3、超值换购

在享受其他优惠的基础上，

每购物满18元，加1元，换雪肤莱面贴膜(海洋冰泉醒肤型)1贴，

每购物满28元，加5元，换500ml美露华植物润肤洗手液1瓶，

每购物满58元，加8元，换400ml沐浴露1瓶，

上述金额可多张小票累计。换购时，不收回小票，仅在小票上进行标识，不影响参加其他活动。

### 4、超低卖

主要是牛黄解毒片、伤风感冒胶囊等1元之内的药品，准备10种左右，原则上按照1元10盒左右的价格随机性销售，并配合现场广播宣传。每次30分钟;每次间隔30分钟;每次超低卖为10个品种。事先录制好，打印好目录，随时播放，并发放目录，以买单小票时间为准，发放新目录时同时收回上次目录。

心脑血管病等知名常用药品准备20个左右，按照5折左右随机性购买，并配合现场广播宣传。每次30分钟。

超低卖以买单时间为准，首轮抢购以“来就送”活动进行完毕后开始，每次间隔10分钟，每次抢购5种商品。

### 5、多购多实惠

全场参茸(同仁堂产品不参与)、滋补用品、日化用品多购多



实惠，购买第二件一折起惊喜价酬宾。全场家用医疗器械八折起。

## 6、随机礼品大派送。

根据现场情况，不间断推出附带条件的随机送活动。一般要求购买金额达到188元以上，在享受已有礼品的基础上，在事前10分钟开始公布，确定一个时间段(2分钟内)达到一定金额后，随机送出对应的礼品。主要为现有从药店退回的参茸等。

## 7、免费测血糖、血压，免费用药咨询。

### 广告宣传

1、门前横幅和电子显示屏宣传。自即日起，文字为：“国庆聚惠，七喜临门□xx医药10月1日——7日特大优惠风暴席卷xx!”

2□dm宣传单：在9月28、29、30日在周边人流量较集中的市场散发传单。

3、现场广播。广播内容另附。

4、现场便携式广播促销。内容由各片区负责人自主确定。

5、9月29日开始，在门前展牌促销。主要内容同dm单，站立于门口两侧。

6□pop和特价牌宣传。

7、全场气球烘托气氛。

8、市电视台和电台宣传。文字另附。

9、29日起在收银台附近树立换购商品展示墙;在药超店商场内门外建立礼品展示墙，在xx店副收银台橱窗内建立礼品展示墙;并写明换购条件和礼品兑换条件。

### 活动时间关键点安排

1、9月21日中午12点前，采购人员将所有dm商品及价格给xx;

2、9月21日下午1点前□xxxx将确定后的所有dm商品及价格给xxxx□用于设计dm单。

3、9月21日下班前□xxxxx或者广告公司必须将dm单设计初稿发给xxxx校对。

5、9月23日下班前，各采购将商品及价格信息核对情况以及补充的产品照片反馈给xxx□

6、9月24日9点前□xxxx将dm单初步意见反馈给xxxx或者广告公司。

7、9月24日下班前，确定dm单正式文稿，开始印刷。

8、9月25日下午2点前□xxxx将电视台和市电台广告稿给xxxx□确保9月29日可以开始播放□xxxx将10元面额的现金抵用券设计样稿给xxxx□现金抵用券须注明使用时间，使用规则，有效条件。有效条件为公司公章、公司负责人签名、门店店长签名。

9、9月26日下午2点前□xxxx将10元面额的现金抵用券正式确定稿给xxxx□并正式进行印刷。总金额按照4000张(药超□xxxx及其他药店共同使用，以店长签名为识别标志)进行准备。

10、9月27日，准备好来就送全部礼品清单。按照7天，700个

最小单位为准备标准。责任人□xxxx□xxxx□并负责制作展示看板。共准备七套资料，一个看板。资料包括礼品名称和号码牌。

11、9月28日上午12点前，拿到dm单和现金抵用券。责任人□xxxx□

12、9月28日上午12点前□xxxx将内部广播稿准备完毕，交xxx去进行录音。

13、9月28日，进入最后调整期，主要是确定促销品的摆放位置，关联商品的摆放位置，做好促销商品的数量预计和补充。责任人□xxxx□

14、9月28日，做好活动礼品的到位准备。责任人□xxxx□

15、9月28日晚起□dm单开始分区、责任人发放。责任人：门店店长□dm共计3000份，21日发放20xx份，活动期间发放1000份。

16、9月29日，开始设立奖品墙和换购墙。

17、9月29日中午下班前□xxxx将内部广播电子版制作完毕交给xxxxx□

18、9月30日12点前，完成对所有电脑系统价格、打折权限的调整到位，并进行测试。责任人□xxx□xxxx□

19、9月25、26、27、28、29、30日，分批对店员进行促销前的最后培训。并在下午交班时在门店召开动员会，全体参加人员与会。责任人□xxxx□

20、9月30日，写好爆炸牌和促销pop□并写好参茸贵细的主要

功能pop□药品关联销售pop□文字稿由xxxx在9月29日下班前准备好给xxxx□

### 1、礼品换购区。

主要负责：对来往行人发放dm单；发放活动促销物资。

注意事项：事先财务章会计须清点奖品，发放奖品时由其收取小票，活动结束后与章会计进行二次清点；奖品发放条件和游戏规则用pop纸另行写上。

### 2、收银区。

主要负责：收银；监督购药者买单，并友情提醒；根据换购条件提醒客户进行换购，并实施换购活动。

注意事项：防止已经买单者二次进场，建议准备订书机，对已经买单人员，连同小票已经订起来，并用红色油性笔进行明显标记。

### 3、处方药促销区

主要负责处方药的促销。

注意事项：在强调对症用药的基础上，强调长期用药者的家庭备药意识，或者疗程意识，提高单品数量，并做好与保健品和医疗器械区域的关联销售的推荐工作，对有意向的顾客及时与保健品区域责任人郭琼或王鑫怡联系，请其接待。

标准用语：“您这是中老年常见病，只用药，会逐步产生依赖性，建议您平时用点保健品，今天我们保健品优惠酬宾，您可以过去了解一下！”“xxxx(xxxx)药师，这边有一位顾客需要购买……，请接待一下”。

## 4 otc药品区

主要负责：药品性质的otc的促销；

注意事项：要以季节变化，疾病较多为由，建议在数量上有所增加；以治病不如防病为由，推荐顾客购买保健品或者参茸贵细。

标准用语：“我们很多品种都是负毛利促销，现在季节变化，建议您多买点备在家里！”“您是不是经常感冒(过敏)?建议您服用点保健品(医疗器械)，今天也在优惠酬宾”“xxxx(xxxx)药师，这边有一位顾客需要购买……，请接待一下”。

## 5、保健功能otc区

注意事项：主要是强化疗程观念，提高单品的销售量。

## 6、参茸品区

主要负责：参茸中药材的销售；

注意事项：以疗程意识，提高单品销售量。

## 7、保健品区

主要负责：保健品的`销售

注意事项：以疗程意识，提高单品销售量。

## 8、化妆品区

主要负责：日用品、化妆品的销售

注意事项：以疗程意识，提高单品销售量。

## 9、家用器械区

主要负责家用医疗器械的销售。

注意事项：仔细向其介绍各项设备的使用方法，寻找销售商机。

## 10、免费测量区

主要负责免费测量血压、血糖，根据测量情况向客户提出健康建议。重点是推荐参茸和医疗器械和保健营养品。

各区责任人和主要工作人员另行确定。

所需物资和支持

1、车辆一辆。用于运送往来支持人员；紧急补货。责任人□xxxx□

2、就餐。建议事先预定盒饭。责任人□xxxx□

3、红色油性笔两支。收银组用。责任人□xxxx□

4、订书机两个，订书针2盒。收银组用。责任人□xxxx□

5、收银备用金、预备收款机。收银组用。责任人□xxxx□

6、长条桌。三张。用于放置促销品和换购品。责任人□xxxx□xxxx□

7□pop纸和爆炸牌。按照各100个准备。用于促销品的装饰。责任人□xxxx□xxxx□

8、便携式麦克风2个。责任人□xxxx□

9、气球。1000个。责任人□xxxxxx□

10、来就送礼品展示牌。一个展板，七套礼品标示和七套号码牌。

11、打印机一部，用于打印每限购时段商品清单给收银台。

12、关联销售提示pop和参茸功能pop□xxxx组织文字□xxxx负责撰写。

## 人员分工

1、策划组。负责整个活动的策划工作。主要责任人□xxxx□xxxx□xxxx协助□xxxx负责抢购和随机礼品大派送的事先文字稿的准备和播音工作。同时负责药超店与收银等岗位的工作衔接□xxxx负责袁花店该项工作的统一协调。

2、后勤保障。负责整个车辆的调度和就餐、安全、考勤和促销纪律的监督。负责人□xxxx(主驻xxxx店)。

3、促销商品和物资保障。负责促销商品、促销品和换购物资的准备和调度，以及厂家额外临时促销政策的协调。责任人□xxxx(xxxx店现场由xxxx统筹后与xxxx联系)。重点是要做好药超店xxxx供应商的谈判，要求进货折扣控制在50扣之内。

4、促销现场管理。主要责任人□xxxx□xxxx□xxxx(xxxxx)□

5、信息、音响设备。保证及时维护，指导使用。责任人□xxxx(主驻xxxx店)

6、促销pop□根据促销需要及时更换促销pop□责任人□xxxx□

总体目标：35万(药超店)、10万(xxxx店)

第一天：7万(药超);2万(XXXX店);

第二天：5万(药超)□1.8(XXXX);

第三天：5万(药超)□1.7(XXXX);

第四天：5万(药超)□1.3(XXXX);

第五天：4.8万(药超)□1.2(XXXX);

第六天：4.5万(药超)□1(XXXX);

第七天：3.7万(药超)□1(XXXX);

各区域占比：处方药区10%;otc药品区10%;otc滋补品区10%;参茸区13%;保健品区45%;化妆品区5%;器械区7%。

1、分区任务为指导性任务。

2、整体完成任务，全体人员聚餐1次。

2、促销纪律。凡促销期间需要离岗的，需在经各区域负责人同意后再报XXXX经理同意，任何人不得擅自批准人员离岗，否则，一律按照全天矿工处理。

3、后续工作。在活动最后一天需要制作出会员宣传广告。制作要求在10月6日前完成，稿件内容在9月28日前由XX通知XXX□XXXX在9月29日完成初稿设计，30日确定正式稿件，为写真材料。10月5日前制作完毕。

### 药品推销方案篇三

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。

## 药品推销方案篇四

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.

## 药品推销方案篇五

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:

xx月xx日——xx月xx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，容易导至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。