

# 2023年手机促销活动策划方案(大全8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、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。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。

## 手机促销活动策划方案篇一

促销实质上是一种沟通活动，即营销者(信息提供者或发送者)发出作为刺激消费的各种信息，把信息传递到一个或更多的目标对象(即信息接受者，如听众、观众、读者、消费者或用户等)，以影响其态度和行为。现在，就来看看以下三篇关于中秋手机促销活动策划方案的文章吧!

### 一、中秋节手机促销活动目的

利用中秋佳节进行促销活动，宣传新产品，刺激消费，拉动销量，为下半年销售市场做准备，同时塑造公司外在的亲和力量。

### 二、中秋节手机促销活动主题

与xx手机共婵娟

### 三、中秋节手机促销活动对象

主要对象为“亲人”，就是给您的顾客灌输给亲人买手机送手机，增进与亲人的沟通，良好的沟通从这个美好的节日开始。

#### 四、中秋节手机促销活动时间

中秋节手机促销活动时间应该辐射到中秋节前后加起来十天的时间。节前一个星期，节后几天缓冲时间。

#### 五、中秋节手机促销活动内容

1、中秋节手机促销方式，可以采用让利促销，即打折扣或是购机赠品等。

2、中秋节手机促销还可以采用活动促销，如：凡是为亲人来购买手机，可获得影楼全家福照片的赠券；情侣参与“心心相印”活动，过关可以获得影院电影票两张及婵娟玩偶一个；当天举行互动活动，消费者可以凭购机小票参加回答问题抽奖活动，并附有丰富的奖赏，如旅游机票、数码电器等。

#### 六、中秋节手机促销活动宣传：

1、报纸、当地电视台滚动广告等

2、宣传单

3、店外展板，条幅等。

#### 七、中秋节手机促销活动注意

1、对工作人员进行培训，并要向工作人员清楚阐述国庆手机促销方案主旨及要求。

2、对工作人员进行责任分组，各组协调合作。

3、作出防意外措施。

以上的中秋节手机促销方案只是笔者的个人总结。更好更专业的中秋节手机促销方案需要店员以及更专业的策划人士做

好市场调查后才能总结出适合自己手机店的中秋节手机促销方案。希望以上的中秋节手机促销方案，对您有所帮助。

## 一、活动主题

“沟通才是全家福”，买手机就送全家福！

## 二、活动目的

拉动销量，抢占市场，为下半年销量做铺垫。

## 三、活动时间

9月28日——10月08日

## 四、活动形式

购买指定手机，赠送存储卡、全家福片制作卡。

## 五、活动内容

- 1、在促销活动期间，购买指定的手机系列，即可获得大容量存储卡一张。
- 2、每天头10名顾客，均可获得影楼24寸全家福制作卡一张，先到先得。

## 六、活动注意事项

- 1、宣传要提前进行，为正式促销做强有力的铺垫。
- 2、陈列和形象要做到新，馨，心。
- 3、要跟促销员讲明促销主题及促销整体策划及目的，并做适当培训。

- 4、每天促销结束要做总结，根据头天的情况来改善促销活动。
- 5、做好记录，写好报告，为促销评估做数据支持。

## 一、活动主题

“沟通才是全家福”，买手机就送全家福！

## 二、活动目的

拉动销量，抢占市场，为下半年销量做铺垫。

## 三、活动时间

9月15日——9月28日

## 四、活动形式

购买指定手机，赠送存储卡、全家福片制作卡。

## 五、活动内容

- 1、在促销活动期间，购买指定的手机系列，即可获得大容量存储卡一张。
- 2、每天头10名顾客，均可获得影楼24寸全家福制作卡一张，先到先得。

## 六、活动注意事项

- 1、宣传要提前进行，为正式促销做强有力的铺垫。
- 2、陈列和形象要做到新，馨，心。
- 3、要跟促销员讲明促销主题及促销整体策划及目的，并做适

当培训。

4、每天促销结束要做总结，根据头天的情况来改善促销活动。

5、做好记录，写好报告，为促销评估做数据支持。

## 手机促销活动策划方案篇二

我们现在要做一份促销活动方案，在接下来的双十一投入几个专展，或者上一个聚划算。那么目标明确了，接下来该怎么办？说白了，就是一整套流程走下来，那么什么算是活动策划的一整套流程，下面，我就在这里大致的介绍下：

低价风暴，全民疯抢。

20xx年11月9日—20xx年11月11日

（一）活动一：全场5折，终极狂欢（20xx年11月11日）

20xx年11月11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城！

（注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。）

（二）活动二：购物有礼，幸运随行（20xx年11月9日—11月11日）

凡活动期间在xx购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌服装一套价值1111元

二等奖2名xx服装店购物卡一张价值111元

三等奖6名真空保温杯一个价值60元

四等奖20名心相印卷纸一提价值30元

参与奖20xx名精美礼品一份价值2元

（注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。）

（三）活动三：一个人的节日，双倍的甜蜜□20xx年11月11日）

购物满11元+1元赠2个棒棒糖（2元/个，200份）

购物满111元+11元赠2盒巧克力（25元/盒，40份）

（甜蜜有限，礼品送完为止。）

1、抽奖刮刮卡预计成本1000元，奖品成本8000元，总计9000元；

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本1500元；

3、海报及广告宣传费用5000元；

此次活动预计总体费用15500元。

（注：活动7000元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。）

1、广告投放，采用报纸提前3—5天投放2期；

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客；

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度；

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

## 手机促销活动策划方案篇三

20xx年5月1日—20xx年5月3日

xxx手机店

为了提高专卖店的形象和品牌，以及知名度，提高销售量。因此刻的手机行业竞争比较激烈，故各手机商家务必提高自己的销售量。所以，本次促销活动可借用“五一”劳动节为主题，以“五一”为策划原点做出相应的促销方案。

1、卖场内需要准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；

3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；

4、广告媒介：宣传单页(a4)□店面外展版(尺寸待定)，报媒(待定)；

1、投入相当一部分的资金购买礼品，从礼品上吸引飘过的潜在消费者；

2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；

5、从5月1日起至5月3日截止，在上党晚报做原创信息大赛，以“劳动节”主题为评选出一、二、三等奖和入围奖；(待定)

6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者(含1500)即可参加抽奖；

5月1日上午：

- 1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；
- 2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目
- 3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；
- 4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；
- 5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；
- 6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；
- 7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动资料；

5月1日下午：

- 1、15：00分开始，由公司安排出演节目；
- 2、15：30分开始现场编信息比赛，并给予奖现场编信息比赛，选获胜者并颁发奖品；
- 3、15：40分由公司安排出演节目；
- 4、16：00分开始购机抽奖；
- 5、16：20分由公司安排出演节目；
- 6、17：30分活动结束

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，保证与礼仪公司的良好沟通；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

1、在活动前，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、在活动中，保证会场气氛的.活跃、卖场的销售配合。

3、在活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显能够借助后期的节假日再次进行促销(如八月十五，国庆等)。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

## 手机促销活动策划方案篇四

“爱上\*\*\*，诚信健康的地板带回家”

3.15——3.25

3个承诺——诚信消费、健康消费、品质保证

1个选择——将健康、环保、时尚的xxx地板带回家

5项优惠——免费赠送：踢脚线、扣条、地垫、门垫、精美礼品一份

前期筹备：

1、3月10日前公司完成易拉宝设计方案（由经销商自行制作），相关宣传资料。

2、3月14日各专卖店完成所有与本次促销相配套的店面及其他布置。

主要包括：

悬挂条幅

张贴海报

摆放易拉宝

可根据情况摆放其他奖品及促销物品，如：小家电，气球等物品

3、3月14日前对促销人员进行培训，组织促销人员认真学习本次促销。注：建议培训主要围绕以下主题：

（1）每日订单上报的及时性。

（2）强调vip活动将是\*\*\*品牌长期深入推广的一项活动，重点在于为客户解决后顾之忧，验证购买地板的真实性并在今后的售后服务当中享受贵宾式的服务。

随着一次次消费者权益日的开展，315显然已经成为了消费者权益的代表，是消费者信赖的代名词，消费者在这样的一个日子里消费感觉比平时要踏实的多，认为质量要比平时有保障，所以，精明的商家借315良机，进行‘’》315促销活动，给出各种优惠信息，很轻松的就创造了一次销售好机会。这本是很好的机会，但是商家一定要记住315的本质，切不可做

一些不实的促销活动。

(1) 315促销活动要设立与自己产品贴切的主题促销

(2) 315促销活动要与315节日相呼应。

## 手机促销活动策划方案篇五

1) 宣传的噱头：开张大吉，厂家厂庆，店铺几周年庆等。

2) 根据宣传的噱头录制专门的光碟，在宣传活动的前一两天(乡镇不逢集的时候)，找一个面包车，将促销的内容简明扼要的做到一个喷绘上悬挂在车上，并在车顶放置一个喇叭，在附近的乡镇和村子去吆喝，并且在人多的地方：茶铺，广场等地方停留几分钟，把这次的促销的机型，店铺名称，奖品等优惠给老百姓喊出来，因为老百姓都喜欢买优惠的东西，而且以此要造势，让附近的人提前知道，在那一天哪一个店铺可以买手机送什么东西，可以享受到打的优惠。

3) 店铺的装扮，要把活动的气氛弄出来。也可以让乡镇的锣鼓队来店铺面前吹吹打打，搞搞气氛，也可以吸引到那些不想买手机的人来凑凑热闹，增加店铺的人气。

4) 店铺内的手机，如果是开张，那么价格一定要便宜，非常的便宜，有的产品甚至可以在保本的情况下卖出，并且要用大纸条明码标价上去，如果是周年庆，那么把奖品要摆放在门口，并且把买手机送\_的活动印制成彩页，到处发放，并在购机后领取奖品时要放鞭炮给其造势，同时也给别人看到奖品是实实在在的，不是虚造的。总之所有的手段，都是要造成一种万人抢购的浪潮。人都有一种从众的习惯，看到别人在抢购，他也会忍不住手痒，本来不想买的，也会去买，还有本来是看热闹的，看到实在的奖品，他也会跟过去购买。

5) “套餐”式销售，比如你购买我的手机，我可以送手机卡，

话费，以及内存卡等，做成套餐式的，这样商家也可以从手机卡，配件等上可以赚钱，老百姓也认为很实惠，一举几得，让顾客在你的店铺里同时购买几种东西，是很重要的。

6) 宣传的期限不能太长或者太短，一般在7-10天。

7) 宣传活动时的人员安排，场面的控制，费用的预算，礼品的发放等要合理。

8) 做宣传活动要因地制宜，因店而宜，要根据店铺的'周边的消费人群和环境来制定具体啊宣传内容和促销的机型以及奖品的确定。

9) 多多让利给消费者，少让利给终端。要让顾客知道在促销期间，终端的加价利率低于平时的加价利率，让顾客确实感到商家是把大的实惠给了自己。这样顾客就会心无旁虑的购买。

10) 促销特价后的零售价格的制定：效仿超市的价格表示，突出x99并赠送\_礼品顾客就认为自己享受到了双重优惠。

## 手机促销活动策划方案篇六

如果说若干年前的手机市场是成功多失败少，而且还造就了许多“奇迹”的话，那么如今的手机市场则已经接近饱和状态，手机行业是中国目前竞争度最高的行业之一。不包括黑手机，正常渠道中销售的手机就有1200多款，价格战已大大压缩了手机行业参与者(包括厂商、渠道商、零售商)的平均利润，投资人士也早已将这一行业列入高风险行业。要想在五一黄金周突出重围，抢占市场份额上演经典之战可谓难之又难。但我们大可不必为手机的营销过度担忧，随着社会的进步科技的发展，通讯产业蓬勃发展十几年的营销培育了广大消费者对手机的需求，有需求就会有市场。

xx年5月1日——7日(暂定)

终端销售店铺及门前搭台演出。

实行柜台手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单相结合的方式。

爱怎么听就怎么听，绚出你自己。喜欢她/他就要让她/他听见。爱听也爱做，彩铃创作先锋。

## 手机促销活动策划方案篇七

### 1、操作要点

- (1) 户外广告尽量刊登在所在店铺正门口醒目位置；
- (2) 如果店面靠里或偏角落的，还要另外在店面所处位置附近的入口处刊登户外广告；
- (4) 要经常巡视户外广告的照明情况，发现问题及时处理。

### 2、优势

- (1) 户外广告对路过的消费者有一定强迫诉求性质的广告效应
- (3) 户外广告能起到为店面指引的作用，使消费者方便找到门店。

### 3、劣势

- (1) 户外广告费用高昂；
- (2) 好的广告位不容易获取。

## 指引标示

### 1、招牌

- (1) 招牌应该使用logo及vi标准色；
- (2) 应根据招牌尺寸大小进行长宽以及宽长方向的招牌设计
- (3) 招牌视野要好，前方无遮挡物。

### 2、横幅

- (1) 横幅必须整洁，拉的时候绷直，避免起皱；
- (2) 横幅不能遮挡招牌位置，可略低于招牌悬挂；
- (3) 横幅的字体不宜过小，内容不宜过多，否则顾客很难看清

### 3、展架

- (1)\_展架可放置于店门口醒目位置，多用于促销告知和主力产品介绍；
- (2)\_展架不得占用主要通道位置，避免造成顾客进门的不便

### 4、可移动灯箱

- (1) 可移动灯箱一般应放置于店外转角处或主要通道口，用于吸引顾客注意到门店；
- (2) 可移动灯箱的光源应保持明亮度，光源损坏时应立即更换，以免造成破败印象。

### 5、吊旗

- (1) 吊旗应有序吊放，不能杂乱无章或随意吊放；
- (2) 吊旗内容应简洁，字体不宜过小；
- (3) 吊旗的颜色应与店面整体颜色协调，不宜反差过大。

## 海报

(1)pop海报主题要突出，让客户第一眼就知道你要干嘛

- (2) 内容应该配合活动及时更换，图案更具冲击力；
- (3) 海报的展示一目了然，前方无遮挡物

## 7、广告灯箱

- (1) 周边如有灯箱广告位连锁店应争取到好的位置刊登广告
- (2) 广告灯箱设计时应有的店面地址及方向指引；
- (3) 广告灯箱的画面应该要勤换，给予顾客新鲜感；
- (4) 广告灯箱除了集客用途，还应该适时配合促销方案。

## 8、包柱广告

- (2) 利用包柱广告用来做品牌形象和指引用途；
- (3) 包柱广告应该注意包柱的高度应上到顶，下到地，否则视觉上很难看。

## 9、地贴

- (1) 由于容易磨损导致形象不佳和难以清洁，地贴要经常更换

(3) 地贴的质量一定要好，否则短时间内就会磨损；

(4) 地贴的设计最好用箭头指明连锁店面的方向，起到引导顾客至店面的作用。

## 派单

### 1、派单的对象

(1) 派单的对象尽量指向是有购买需求的顾客；

(2) 在异业联合促销中派单的效果会更好。

### 2、派单的地点

(1) 所在商圈的主要通道口；

(2) 门店大门口；

(3) 广场路演时派单；

(4) 异业合作时在合作单位放置dm单张。

## 单张的内容

(1) 促销广告；

(2)dm单可做现金券使用；

(3)dm单具有折扣功能；

(4) 凭dm单可领取小礼品；

## 异业联盟

## 1、异业联合宣传的定义

与其他行业的公司或单位合作，设计适合彼此合作的方式，互相利用彼此的顾客宣传或促销。

## 2、异业联合宣传的对象

- (1) 非直接竞争的上游商品经营者；
- (3) 拥有大量目标顾客的公司；
- (4) 拥有大量顾客的公司，如商场、百货、超市；
- (5) 非常知名的企业，如麦当劳□kfc□

## 3、异业联合宣传的方法

- (1) 互相放置宣传单张宣传自己的促销；
- (2) 互相放置展架甚至海报作为固定宣传合作对象；
- (3) 买合作单位的产品送连锁店的现金优惠券或折扣券；
- (6) 买双方的产品互相送现金优惠券或折扣券；
- (7) 给予合作方一定的费用，在合作方放置宣传品。

## 4、异业联合宣传的注意事项

- (1) 监控合作方的宣传品是否发放，宣传广告是否刊登；
- (2) 提供赠品时，要督促对方提供赠品登记表，记载顾客姓名、联系方式和购买状况；
- (3) 提供赠品的情况只适用于拥有大量顾客或大量目标顾客

的公司。

## 广场路演

### 1、广场路演的内容

- (1) 产品功能展示；
- (2) 促销活动配合；
- (3) 派发dm单张；
- (4) 制造吸引眼球的活动，如拍卖、表演、现场问答赠送小礼品等活动；
- (5) 现场展架、横幅、看板等宣传品展。

### 2、广场路演适用的情况

- (1) 新店开业；
- (2) 大型节假日；
- (3) 新产品推广；
- (4) 总部举办的主题活动；
- (5) 特价消化滞销品；
- (6) 新装修后开业。

### 3、广场路演的注意事项

- (1) 与物业、商场等搞好公关关系，取得较低场地价格；

(2) 注意路演中的商品安全和现场秩序维护；

(3) 注意在路演举办前应取得城管许可。

## 小区推广

### 1、小区推广的方式

(1) 与广场路演类同，只是将场地搬到目标顾客集中的小区内进行；

(2) 与物业公司合作，向目标客户投递宣传品。

### 2、小区推广的注意事项

(1) 小区路演应注意取得物业管理公司许可；

(2) 与物业公司合作时投递宣传品时，应注意宣传品应具有回执性，即顾客持该宣传品到门店购买商品能获得更多的优惠或礼品。

## 短信、邮件群发

### 1、日常销售时注意获取顾客邮件地址、手机号码

(1) 通常可以在赠品促销时用赠品登记表获取顾客信息；

(2) 顾客要求送货上门时，可以获得顾客的手机号码；

(3) 通过朋友或其他关系获取目标顾客邮件地址和手机号码。

2、有较大优惠促销时对目标顾客进行邮件和短信群发，已消费的顾客虽然再次购买的几率低，但是其可以将门店的优惠介绍给其亲友。

## 手机促销活动策划方案篇八

- 1、迎接网络情人节旺季，品牌宣传造势。
- 2、提高销量给客户信心，为5月压货创造条件。
- 3、搞好客情关系。

迎五一，\_\_冰箱大优惠。

20\_\_年\_\_月\_\_—\_\_(实际操作效果好，延长到\_\_月\_\_)。

- 1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。
- 2、\_\_日在\_\_市场做宣传：贴海报和包装三轮车，\_\_日在商场前贴海报。
- 3、\_\_日检查库存和现场物料。
- 4、活动统一说辞的提炼：\_\_厂家“五·一”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

- 1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个“联合国节能金奖”易拉保、两个海报牌。
- 2、\_\_款样机输出。

包装三轮车( \_\_辆) \_\_元、运输费用\_\_元、临时促销\_\_元/天×2=\_\_元，共\_\_元(场地有商场申请)。

- 1、期间共销售\_\_台，占当月销售\_\_台的\_\_%。主要竞争对手当月销量是\_\_台。
- 2、为“五一”旺季做了充分的宣传，就“五一”七天销量

为\_\_台。

3、客户当月提货\_\_台，为历史最高记录。但由于估计不知和其他因素，导致在5月\_\_日畅销型号(\_\_、\_\_等)就开始断货影响了五一的销量。(该地区没有设代理商，由南宁代理商辐射过来的。)

4、使\_\_市场的冰箱销售有了更清晰的主题：节能，而且使\_\_的\_\_。(意外收获)

5、取得了客户的信任。