

# 2023年开学季促销活动 开学季促销活动 方案(通用8篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

## 开学季促销活动篇一

开学到了，很多商家都做起了的产品，但是在做一个促销之前那么肯定要制定一个良好的方案，要算好不能让自己亏本了。但又要让学生们觉得这种产品是值得购买，这时的商家要怎样写好一份呢？为了帮各大商家除去烦恼小编以下提供相关的：开学季超市促销活动案本文只作为参考范文。

为撵走各学生返校，本超市特施行此次促销优惠活动，给大学生提供最物美价廉的各类商品，让同学们有一个愉快的新学期。

2、以“新学期”刺激消费群，吸引目的消费群及潜在的消费群，最大限度

地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

所有在校大学生以及周边小区居民

时间□20xx年3月1日——20xx年3月10日

地点：校园超市内

“尽享超低价，新学期巨献”

1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客城市获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支；满78元可免费获得精巧套杯；满98元可获得高档鼠标一个；满108元可免费参与“购物大抽奖”活动：特等奖：数码单反相机(1名)；一等奖：超市500元购物卡(3名)；二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名)；三等奖：高档毛巾一条(20名)。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、限时购置，将品牌化拆品和睡衣做为限时促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购置，将袋拆整提纸抽、洗衣液设为限量购置商品，由于价格自制，所以每人限购2件。

1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，而且设有活动征询台；

2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报；

3、安排工做人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单；

4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

(2) 现场要有一定数的秩序维持人员；

(3) 现场征询人员,销售人员既要分工明确又要互相配合；

(4) 应急人员(一般由指导担任,如遇政府本能机能部门干涉等情况应及时公关处置)。

搞好太阳能终端促销，策划活动方案是很重要的一环。

一份比较完善的促销活动方案应由以下12部分组成。

对市场现状及活动目的进行阐述。

市场现状如何?开展这次活动的目的`是什么,是处理库存,是提升销量,是打击竞争对手,是新品上市,还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确,才能使活动有的放矢。

活动针对的目标是市场的每一个人,还是某一特定群体?活动控制在多大范围内?哪些人是促销的主要目标,哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

在这一部分,主要解决两个问题,即确定活动主题和包装活动主题。

降价,价格折扣?赠品,抽奖,礼券?服务促销,演示促销?消费信用,还是其他促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题,要考虑活动的目标、竞争条件和环境,以及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后,要尽可能艺术化地“拉虎皮做大旗”,淡化促销的商业目的,使活动更接近于消费者,更能打动消费者。

在其他行业,如几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典,它把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动,但不可借鉴。

这一部分是促销活动方案的核心部分,应力求创新,使活动具有震撼力和排他性。

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。

有两个问题要重点考虑：一是确定伙伴。

拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”？是厂家单独行动，还是和专卖店联手，或是与其他厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势；和专卖店或其他厂家联合，可整合资源，降低费用及风险。

要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。

刺激程度越高，促进销售的反应越大。

但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。

在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。

不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。

持续时间过短，会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。

选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

前期准备分三部分：人员安排、物资准备和试验方案。

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。

谁负责与政府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。

试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前，太阳能厂商可借鉴其宣传经验。

没有利益就没有存在的意义。

对促销活动的费用投入和产出应作出预算。

当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。

一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

## 11. 意外防范

每次活动都有可能出现一些意外。

比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。

必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

附

开学促销广告语

书店开学促销活动方案

开学促销策划方案

饮料开学促销活动方案

商场开学季活动方案

开学季促销广告

开学季促销短语

开学季促销宣传语

开学季促销文案

开学促销方案

超市开学促销方案

开学季促销活动策划方案

## 开学季促销活动篇二

为迎接各学生返校，本超市特实施此次促销优惠活动，给大学生提供最物美价廉的各类商品，让同学们有一个愉快的新学期。

一、活动目的？

2、以“新学期”刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，最大限度

地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

二、活动对象

所有在校大学生以及周边小区居民

三、活动时间和地点？

时间□20xx年3月1日——20xx年3月10日

地点：校园超市内

#### 四、活动主题

“尽享超低价，新学期巨献”

#### 五、活动方式

1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客都会获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支；满78元可免费获得精美套杯；满98元可获得高档鼠标一个；满108元可免费参加“购物大抽奖”活动：特等奖：数码单反相机(1名)；一等奖：超市500元购物卡(3名)；二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名)；三等奖：高档毛巾一条(20名)。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、限时购买，将品牌化妆品和睡衣作为限时促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

#### 六、广告配合方式

1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台；

2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报；

3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单；



4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

## 七、前期准备

人员安排：(1)安排足够数量的服务人员,并佩带工作卡或绶带,便于识别和引导服务;

(2)现场要有一定数的秩序维持人员;

(3)现场咨询人员,销售人员既要分工明确又要相互配合;

(4)应急人员(一般由领导担任,如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

## 开学季促销活动篇三

### 一、活动宗旨:

开学典礼是进行学校教育的重要组成部分,标志着新学期学习生活的开始,是一次作战总动员。举行开学典礼旨在增强师生责任感和使命感,明确学生新学期的奋斗目标,营造浓厚的开学气氛,为新学期创造一个良好的开端。并以此激励全校师生振奋精神、锐意进取,以良好的精神风貌投入新学期的工作和学习。

二、主题: 养成良好习惯, 文明伴我成长

三、时间:

四、地点: 大操场

五、主持:

六、议程:

## 1、迎新生

主持人：

敬爱的老师，亲爱的同学们，大家好！沐浴晨光，充满了新学期的希望。迎着秋风，激荡起跳动的心房。清爽的季节里，我们欢聚一堂；和谐的气氛中，我们共享这难得的时光！看，同学们的脸上都洋溢着喜悦的笑容，想必心中都充满着激动。看，我们的教室又换上了新的衣服，校园的花草也显得格外精神。

大家向左看，今天，我们学校还迎来了一群新同学，现在就让我们用最热烈的掌声欢迎新同学的加入。（掌声响起）

同学们，从现在开始这些小弟弟小妹妹和新转入的同学就正式成为我们仙山小学的一员了，让我们以掌声对他们表示祝贺，希望大家能成为他们学习上的榜样，生活上的帮手，让他们在仙山这个大家庭中度过充实、快乐的每一天。

## 2、宣布仪式开始

新的学期，新的希望，让我们就在今天，就在这里一起放飞。下面我宣布仙山中心小学秋学期开学典礼现在开始。

## 3、升旗仪式(升旗音乐)

护旗手介绍。

同学们，本学期的升旗手、护旗手来自六年级，让我们向这些光荣的旗手致以少先队员最崇高的敬礼！

“全体立正，出旗、敬礼、奏乐”

新的学期，看到同学们崭新的面貌，相信大家也作好了学习的准备。让我们以智慧作帆，以勤奋作桨，将个人与集体的

发展航船驶向远方。下面让我们用热烈的掌声欢迎陈校长讲话。

#### 4、校长讲话

让我们再一次以热烈的掌声感谢陈校长给老师和同学们提出了殷切的希望和要求。老师们，同学们，人贵在行动，听了校长的讲话，你们应该知道如何去面对新学期的困难与挑战，走好未来的每一步棋子。那就让我们给自己定个目标吧，全身心地投入去实现它。

人们说老师像红烛，照亮了别人，燃烧了自己。老师是人梯，用自己的双肩把一代代人托起。无私奉献是老师的信念，我们的成长是老师的希望。我们仙山中心小学这学期迎来了三位新老师，在以后的日子中他们将和同学们共学习，同成长，在同学们成长的路途上无私地撒播着阳光雨露。

让我们再次以热烈的掌声表达对全体老师的敬意、谢意，好吗？

#### 5、新教师代表发言。

请新教师代表杨娇老师发言。

最后让我们有请六年级学生代表李芸虹同学的发言，听听他们在新学期中有什么好的想法和计划。（学生代表发言）

#### 七、宣布仪式结束

同学们，秋天是收获的季节，也是播种的季节，播种的是希望，收获的是知识、是能力、是快乐。让我们新学期在老师们的精心教导下，刻苦学习、奋力进取。用德育、知识双丰收的成绩，为仙山小学这幅美丽的画卷再谱写出一页更加辉煌的篇章吧！

下面我宣布仙山中心小学20--秋学期开学典礼到此结束。最后祝老师们在本学期中身心健康，工作顺利!祝同学们学习进步，快乐成长!祝我们仙山小学这个大家庭蒸蒸日上!

八、师生退场

## 开学季促销活动篇四

新学年、新希望，新同学，新老师，新环境，新梦想，新起点开启一段新的人生，每次改变都会让人心生期盼又满怀忐忑，在火热的开学季节，我们在弋阳县新华书店等着您，不准失约哟!

活动主题：新的挑战须有新的“文”器!

活动时间□20xx年3月9日—3月15日

活动地点：

活动内容：

- 1、活动期间每日前10名购买教辅图书顾客可享受8折优惠。
- 2、凡购买教辅图书（小学、初中、高中），现金一次性买满68元送5元购书券。
- 3、凡现金购买教辅图书的顾客都赠送一本精美本子一本
- 4、凡现金一次性买满128元教辅图书，“幸运乒乓球”抽奖，我们将会在抽奖箱里面准备黄、白两种颜色的乒乓球，抽奖者抽7个乒乓球，七种一样的颜色为特等奖，六种一样颜色为一等奖，五种一样颜色为二等奖，四种为三等奖。

特等奖：飞利浦mp3一台（一名）

一等奖：书包一个

二等奖：闹钟一个

三等奖：文具盒一个

## 开学季促销活动篇五

1、以新学期为契机，进一步宣传校园超市的整体形象，提高校园超市在学生心目中的信誉度和美誉度。

2、以新学期刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，限度地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

时间：20\_\_年9月1日20\_\_年9月10日

地点：校园超市内

1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客都会获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支；满78元可免费获得精美套杯；满98元可获得高档鼠标一个；满108元可免费参加购物大抽奖活动：特等奖：数码单反相机(1名)；一等奖：超市500元购物卡(3名)；二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名)；三等奖：高档毛巾一条(20名)。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、购买，将品牌化妆品和睡衣作为促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

- 1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台。
- 2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报。
- 3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单。
- 4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告。

(1) 安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡或绶带，便于识别和引导服务。

(2) 现场要有一定数的秩序维持人员。

(3) 现场咨询人员，销售人员既要分工明确又要相互配合。

(4) 应急人员(一般由领导担任，如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

物质安排：2月26日前准备好所有参加促销活动的商品。

人员培训：对现场咨询人员、销售人员进行培训，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

1、工作人员第一个到达现场，各就各位。

2、宣传人员派发宣传单，介绍活动和产品，引导顾客至进入超市内。

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应。

4、销售人员准备销售事项，介绍销售产品。

5、赠品在规定时间内发放不宜太早太晚，发放时登记个人资料，

签字。

6、结束时清理现场，保留可循环物品以备后用。

1、活动结束后要开总结会，比如本次活动销量情况，执行有效性，消费者评价与反应概况等；分析活动的优点和不足，总结成功之处，借鉴不足教训，只有不断的总结，才能更好的发展。

2、对活动进行追踪报道、终端建设、终端走货及广告调整、总结报告归档。

1、活动现场横幅、咨询台，海报、现场装饰1000元。

2、活动宣传单打印1000元。

3、校园期刊或报纸广告500元。

4、发传单工作人员，在活动前派发，300元。

5、(1)赠品：护手霜400支，2000元；精美套装200套，3000元；高档鼠标100个，3000元。

(2)奖品：数码单反相机1000元；购物卡3张，1500元；大毛绒玩具5个，1000元；高档毛巾20条，400元。

6、康师傅饮品300瓶，750元。合计成本：15450元左右

1、如果出现促销商品缺货情况，要尽快用其他商品替补，避免不必要的纷乱。

2、如果出现疯抢等混乱情况，做好疏通工作，必要时可以安排一定数量的保安人员。

3、做好各种意外发生的防范措施，维护好现场的秩序。

4、做好应急人员安排，必要时可以与公安及保安联络，请求其支援。

## 开学季促销活动篇六

搞好太阳能终端促销，策划活动方案是很重要的一环。

一份比较完善的促销活动方案应由以下12部分组成。

### 1. 活动目的

对市场现状及活动目的进行阐述。

市场现状如何?开展这次活动的目的是什么，是处理库存，是提升销量，是打击竞争对手，是新品上市，还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

### 2. 活动对象

活动针对的目标是市场的每一个人，还是某一特定群体?活动控制在多大范围内?哪些人是促销的主要目标，哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

### 3. 活动主题

在这一部分，主要解决两个问题，即确定活动主题和包装活动主题。

降价，价格折扣?赠品，抽奖，礼券?服务促销，演示促销?消费信用，还是其他促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑活动的目标、竞争条件和环境，以及促销的费用预算和分配。



在确定了主题之后，要尽可能艺术化地“拉虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。

在其他行业，如几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，它把一个简简单单的降阶促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动，但不可借鉴。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

#### 4. 活动方式

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。

有两个问题要重点考虑：一是确定伙伴。

拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”？是厂家单独行动，还是和专卖店联手，或是与其他厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势；和专卖店或其他厂家联合，可整合资源，降低费用及风险。

二是确定刺激程度。

要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。

刺激程度越高，促进销售的反应越大。

但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

#### 5. 活动时间和地点

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。

在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。

不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。

持续时间过短，会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

## 6. 广告配合方式

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。

选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

## 7. 前期准备

前期准备分三部分：人员安排、物资准备和试验方案。

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。

谁负责与政府、媒体的沟通？谁负责文案写作？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。

试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

## 8. 中期操作

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

## 9. 后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前，太阳能厂商可借鉴其宣传经验。

## 10. 费用预算

没有利益就没有存在的意义。

对促销活动的费用投入和产出应作出预算。

当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于

没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。

一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

## 11. 意外防范

每次活动都有可能出现一些意外。

比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。

必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

## 12. 效果预估

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

附

更多开学促销方案范文：

开学促销广告语

书店开学促销活动方案

开学促销策划方案

饮料开学促销活动方案

商场开学季活动方案

开学季促销广告

开学季促销短语

开学季促销宣传语

开学季促销文案

开学促销方案

超市开学促销方案

开学季促销活动策划方案

## 开学季促销活动篇七

2、以“新学期”刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，最大限度

地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

### 二、活动对象

所有在校大学生以及周边小区居民

### 三、活动时间和地点

时间：20\_\_年3月1日——20\_\_年3月10日

地点：校园超市内

### 四、活动主题

“尽享超低价，新学期巨献”

## 五、活动方式

- 1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客都会获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支；满78元可免费获得精美套杯；满98元可获得高档鼠标一个；满108元可免费参加“购物大抽奖”活动：特等奖：数码单反相机(1名)；一等奖：超市500元购物卡(3名)；二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名)；三等奖：高档毛巾一条(20名)。
- 2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。
- 3、限时购买，将品牌化妆品和睡衣作为限时促销商品来销售，时间为3月3日和4日。
- 4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

## 六、广告配合方式

- 1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台；
- 2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报；
- 3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单；
- 4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

## 七、前期准备

- (2) 现场要有一定数的秩序维持人员；

(3) 现场咨询人员,销售人员既要分工明确又要相互配合;

(4) 应急人员(一般由领导担任,如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

物质安排: 2月26日前准备好所有参加促销活动的商品。

人员培训: 对现场咨询人员、销售人员进行培训,全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

## 开学季促销活动篇八

活动时间: 20\_\_年8月18日20\_\_年10月7日

活动地点: 书店

活动规则:

凡一次性购买教辅图书、30元赠5元购书券,满50元赠10元购书券,满100元赠20元购书券,以此类推。

注:

策略方案:

1、制定促销时间: 一般都是安排在特定节假日前后,针对学生销售的文具则是开学前后,主要要考虑促销时间长短等因素等,并根据促销费用的大小灵活安排活动的周期。

2、制定促销目的: 做事情总要有目标,促销肯定是有预计的目的,终端促销活动想达到什么样的结果,是为了提升文具销量还是想遏制竞争对手?这是在制作方案时候必须强调的。

3、制定促销主题: 主题是在促销活动中要表达的重点和核心,

能让促销活动得到有效传播，主题要简明扼要，能有效吸引消费者，利于宣传。

4、制定促销内容：这是促销的核心部分，本次促销活动的具体内容是什么，是采用什么样的方式，必须在方案里明确描述出来。还有进什么品牌产品做促销，一定要根据学生喜欢的牌子来进行合理搭配，例如铅笔可以选中华牌、计算器选卡西欧、笔记本选广博、修正带选乐普升等。

5、制定执行步骤：如赠品的陈列方法、促销pop的陈列方法等，详细的还可制作一份日程表，安排好小礼品制作周期等，以便及时开展促销活动。

做文具促销需要注意的还有四点：

- 1、调查到位，宣传错位。
- 2、货源要准备充足。
- 3、活动选址免偏远、顾客稀少的地方。
- 4、时间控制在一周内完成。

##结束