

促销活动方案(优秀7篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

促销活动方案篇一

随着夏季的临近，车主开始频繁使用空调制冷，此时沉积在空调中的霉菌和病原体进入汽车内部，同时由于车内空间的密闭和狭小，是车主很容易能闻到空调口吹出的粉尘味和异味。汽车空调系统清洗作为4s店的深度养护项目之一，在此时能够更好的为车主解决这一系列的问题。同时空调系统清洗也能大幅度提高售后产值和利润。为此我们特地为各4s量身打造名为“健康清凉过夏天”的空调系统清洗产品的促销活动。

- 1、回馈各4s店长期以来的支持
- 2、提高进站台次
- 3、培养车主的空调养护意识
- 4、培养车主对4s的忠诚度
- 5、增强4s工作人员对于空调系统养护的销售和操作专业性
- 6、提高空调系统清洗产品的销量。
- 7、完成夏季产品的促销，提升售后产值和利润

4月——6月

1、车主

2、售后服务顾问

3、售后维修师傅

1、针对车主

a□汽车空调内部免费ct检测。

活动期间所有到店车主都可享受对汽车空调系统内部内窥镜ct检测，并为客户打印出照片，给出维修养护建议。

b□做汽车空调深度养护赠送汽车内饰杀菌一次

汽车内饰杀菌采用专业机器，药液汽化为雾状在汽车内部翻滚流动，对座垫上和脚垫上附着的烟味，食物味，霉味，甲醛等异味细菌进行中和祛除。

c□每天第一名预约来店客户免费享受汽车内饰桑拿杀菌一次

d□抽奖活动

到店消费空调系统养护的客户均可获得一次抽奖机会，奖品设置为一等奖2名价值200元的礼品，二等奖5名价值100元的礼品，三等奖20名价值50元礼品，参与奖若干名价值20元礼品。整体中奖几率设置为50%。（礼品包括车用吸尘器，打气泵，变速箱系统套餐，转向系统套餐，水箱系统套餐，燃油添加剂，车用恒温水杯，车用安全锤，车用牵引带，汽车装饰公仔，车用反光尾贴，汽车挂饰等一系列车用小装饰）。

2、针对服务顾问

a□按实际销量分阶梯提成

销量达到50瓶以上提成3元/每瓶，到达80瓶以上提成5元/每瓶，达到100瓶以上8元/瓶，达到120瓶以上10元/瓶。

b□评出销量123名进行奖励

按照服务顾问销量确定排名，第一名奖金300元，第二名奖金200元，第三名奖金100元。

c□以一瓶为一个积分，积分换奖品

3、针对工人师傅

a□凡使用一套产品均赠送手套一双

b□工人销售同样可以计算积分

1、活动开始之前由我公司负责人与各站负责人沟通确定活动策划书活动内容，并在活动开始一星期前回执活动策划书于市场部。

2、市场部根据具体4s站活动要求准备活动所需的广告支持和礼品支持。

3、活动期间由我公司提供驻站代表随时跟进活动期间的各个细节。

4、活动结束后由驻站代表提供活动期间的销量，进站台次等数据，反应活动效果的活动总结交予各站负责人。

促销活动方案篇二

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。

所谓针对顾客的附加值促销，即顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后，美容院可以采取赠送顾客一些附加值产品这种刺激手段。

促销对象：终端顾客

促销内容：

美容院可赠送一些小礼品如：护手霜、唇膏、丝巾、工艺品等给顾客；可以针对美容院会员进行一些折扣优惠，提升会员的服务质量；还可进行摸奖促销，如在店内设定某一时段的抽奖活动，客人每次消费后根据消费后的金额，通过抽奖的形式来激励消费。

促销特点：

- 1、促销诱因明确，利益可观，可以有效激发、鼓励顾客做出尝试、接触新产品、新项目的实际行动。
- 2、制造热卖场景，快速扩大顾客群体。

这种促销手段运用的关键点：

- 3、提高美容院服务工作的到位率。
- 4、美容院在进行附加值促销时一定要根据本企业美容师的数量和工作能力制定促销力度、促销时间和参加促销活动的消费者的条件。

促销活动方案篇三

xx年8月18日xx年10月7日

xx书店

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。

1、领取购书券一律以小票为准，票据概不累加；

2、购书券必需在xx年12月31日之前使用；

3、购书券在全市书店通用。

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最佳，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、时间最好控制在一周内完成。

促销活动方案篇四

五月初五端午节。每一年的这一天，许多人家都会包裹粽子，涌现许多不同味道不同种类的'粽子。关于端午节的由来，其实向来都说法不一。有些人将它视为是纪念于五月初五投汨罗江的爱国诗人屈原。有人说，这一个节日在古代，是一个消毒避疫的日子。根据文献上的记载，以及历代相传流行下来的许多端午习俗，五月被视为“毒月”、“恶月”，五月初五是九毒之首，所以这一天便流传了许多驱邪、消毒和避疫的特殊习俗如插蒲子艾叶、喝雄黄酒、祭五瘟使者等。

后来端午节的意义起了变化。人们为了纪念爱国诗人屈原的爱国精神及崇高的人格，把一些原先未必是纪念屈原的划龙船及包粽子等习俗，联系到他的身上。关于端午节赛龙舟，其实现在不是端午节的到来赛龙舟的比赛项目也是处处有。

从驱邪避疫，到纪念屈原，端午节的意义起了很大的变化。今天，这个节日变成了一个中国人美食的节日。从旧有的角黍，粽子制作到今天的各式各样多姿多彩的包粽。许多的地方都融入自己的地方美食特点在粽子中。

端午节的主要习俗是赛龙舟。关于龙舟的竞渡，文字的记载始于公元五百年前梁代吴均的《续齐谐记》。较后，许多的记载中都可以找到有关赛龙舟的文字记载。现存中国各地的数千种方志中，共有227种方志有龙舟竞渡的记载。端午划龙舟，龙舟竞渡的说法，包括有“大众舟齐出发，赶往丞救屈原。”及“一呐喊鼓乐吓退蛟龙。”这些都让人联想到屈原。每年的端午，在中国大江南北以及南洋一带的华族，

都还会举办龙舟竞渡，提倡端午龙舟赛。

今年的五月初五端午节是xx月xx日，让我们一同来期待在华联端午的浓浓风情吧！

小引端午名诗：

七律 。端午

（唐）殷尧藩

少年佳节倍多情，老去谁知感慨生；

不效艾符趋习俗，但祈蒲酒话升平。

鬓丝日日添白头，榴锦年年照眼明；

千载贤愚同瞬息，几人湮没几垂名。

xx年6月8日（星期三~xx年6月17日（星期五），为期10天！

又是一年端午情！

为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的；并回馈顾客，希望能提高乌海华联超市知名度，吸引人潮，以及提高活动日的营业额。

1商品特价（定特价商品80~100种）

本期创意以”又是一年端午情”为活动主题，但是本期活动的商品趋向分为两大主体群来进行特价商品的准备，共分为两个时间段来着手准备特价商品：

第一时间段为6月8日~6月11日（端午节）共计五天的时间，

此五天主要以传统端午节为主体思想，准备特价商品。商品重点为节日商品，粽子及包粽子所用物料和用品等！可适当考虑主题商品品质外延，因端午属中国传统的特色节日之一，我超市所售特殊商品皆可作为特价商品的定位选择！（生鲜干散部门为重点）

商品小分类见如下：

另：联系供应商开展一期联商促销，作系列宣传（思念可考虑）开展有影响力的联合促销形式！

其它系列：生肉，熟食品，主食，水果蔬菜等！！

第一时间段商品占比为总商品数的30%，约30种左右！降价力度要求惊爆（低与原售价30%~50%）商品小分类见如下：

休闲部门：山楂糕，冰糖，棉花糖，果汁系列，红绿茶系列，鲜橙多系列，奶制品系列等（10种）

调味部门：方便食品，油类，肉罐头系列，粉丝，面条类，即食火腿等（10种）

针织部门：半袖t恤，凉席，季节套装，季节鞋类，内衣凉被类等（10种）

百货部门：透气凳，运动水壶，水杯，凉水壶，扇子，季节厨具，保鲜膜等（10种）

日化部门：沐浴露，防晒护肤类，杀虫驱蚊类，纸品卫生类，清洁洗衣类等（10种）

本期特价商品的准备要”高要求，严标准”，禁止再次出现”特价不特”的情况发生，请各部门负责人认真负责对待本活动！

2营销活动形式:

(1) 又是一年端午情之”我在华联寻屈原!”

凡在五月初五端午节当日，华联超市卖场内xx年6月11日上午9:00~11:00分别贴出10组”五月五，我在华联寻屈原”分体字样，顾客可参与收集。一次性集齐者赠送精美节日礼品!!(本公司员工不得参加本活动)

(2) 又是一年端午情之”亲子陆地龙舟赛”

为突出端午节日特色，并加强亲子关系，以促进社会之和谐与美好，特举办此活动，希望各家庭的成员能抽空儿参加!

凡在五月初五端午节当日，在华联超市购物的顾客(无论金额多少)即可能加本活动!

a[]报名时间[]xx年6月8日~10日(限100名)[大庆店限30名，新华店限70名] c[]活动办法:

将两人捆在一起(两人关系为亲子关系)，比比那个家庭组合最先到达彼岸即为获胜!

每轮合由两个家庭单位进行比赛!(要求比赛成员必须为家庭亲子关系)

1m快讯5000份

2: 店内广播:

内容: 亲爱的顾客朋友，又是一年端午情!在这个温馨的节日里，我代表华联超市所有员工祝你合家欢乐，平安幸福!于xx年xx月xx日~xx年xx月xx日华联超市的端午精彩促销又揭开了它欢乐的面纱，盛情欢迎您的光临!华联的真情不会变，

华联人的热情不会变，请您关注本期特价商品信息！

特价商品信息：

本期促销活动介绍：

穿插广播内容：

1五月初五端午节介绍)

五月初五端午节。每一年的这一天，许多人家都会包裹粽子，涌现许多不同味道不同种类的粽子。关于端午节的由来，其实向来都说法不一。有些人将它视为是纪念于五月初五投汨罗江的爱国诗人屈原。有人说，这一个节日在古代，是一个消毒避疫的日子。根据文献上的记载，以及历代相传流行下来的许多端午习俗，五月被视为“毒月”、“恶月”，五月初五是九毒之首，所以这一天便流传了许多驱邪、消毒和避疫的特殊习俗如插蒲子艾叶、喝雄黄酒、祭五瘟使者等。

促销活动方案篇五

针对高端产品(零售价格200元/瓶以上的`产品)、中档产品(零售价格30--199元/瓶的产品)和低档产品(零售价格29元/瓶以内的产品)进行买酒赠酒或者赠送其他礼物，每个等级促销活动不同，“买一赠一”、“买一赠三”、“买酒送月饼”等活动，以增加品牌的暴光率，刺激消费者的购买欲望，促使消费者采取购买行动，提升销售量。

一提到中秋节促销活动，大多数的营销人员都会马上联想到中秋节卖场促销，是的，有很多的企业早早的就安排了人员去和各大卖场接触，洽谈堆头或端架等陈列，忙得不亦乐乎，搞得红红火火。白酒节日销售量特别大，因此又被称作是节日酒，各大商超、卖场就是它主要的销售场所之一，它所采取的销售方式：购买堆头，用人员讲解，开展买赠的促销活

动，以促使消费者采取购买行动。

堆头主题要结合节日及特定推广的产品，主题要鲜明易懂，且意义表达直观；效果色彩要鲜明，要具有视觉冲击力。堆头包装既要美也要方便，酒类产品可做成梯形形状，保证顾客可以从三四个方向同时取货。包装赠品应该最少拿出一个，打开包装，将赠品悬挂或者放在堆头顶部，使顾客一目了然。在堆头上进行瓶型陈列，能提高视觉冲击力，增加消费者的购买欲望。

促销活动方案篇六

目前雪花啤酒已经占有较高的市场占有率，区域市场占有率前三甲，品牌影响力大，经营较好，现在夏天处于啤酒销售高峰期，为了更好的利用这次机会，来处理库存，提升销量，更好的提升品牌认知度。

目前，目标区域啤酒市场主流渠道包括：

1. 餐饮渠道
2. 商超渠道
3. 零售店再批发流通渠道
4. 经销商自身

目标市场现有啤酒渠道：超市，便利店，餐饮店，夜场，酒楼。这次活动我们主要针对，各大超市，大中型便利店店，百货，餐饮店，夜市的消费人群。

- 1，活动主题名称：这个夏天，雪花让你爽一夏！
- 2，活动主题的展开方法：采用路演促销，特价促销，买赠促

销，免费品尝。

活动时间:20xx年7月10号到20xx年七月15号

活动地点：开封各大超市，大中型便利店店，百货，鼓楼夜市。

雪花清爽啤酒 600ml*12 26元/件

雪花冰爽啤酒 600ml*12 34元/件

雪花啤酒勇闯 500mpl*12 42元/件

对象：各大超市，大中型便利店，百货，夜市的消费人群。

范围：开封市所辖区域

一、路演促销

通过临时搭建舞台，吸引消费者眼球，与消费者互动增进对雪花啤酒的了解。

二、特价促销

针对雪花清爽啤酒 600ml*12 原价36元现价26元/件进行大型促销。以展卖商品的方式，做到雪花品牌的啤酒各一个堆头，扩大其商品的形象片面，雪花品牌的啤酒要保证货源充足以及价格优势的明显，每个堆头安排一个促销人员在促销。

三、买赠促销 啤酒在商场促销可以以买赠的促销方式，主要宣传多买多赠，在每个卖出的赠品区设置赠品台，如顾客一次性购买三件就送一件等，强化买得多送得多的量贩装概念。

四、免费品尝

在售卖的啤酒柜台旁边设置有免费尝试的小台，现场准备促销所用的啤酒免费品尝品，吸引消费者的购买欲望。让消费者品尝到雪花啤酒的清爽。

1， 所辖活动范围内用pop海报， 售点广告□dm□横幅， 墙体广告和柜体广告来进行宣传， 更好的扩大视觉冲击力， 充分进行市场预热， 以便活动的顺利展开。

2， 促销单页：在开封市所有辖区个大夜市发放。 促销墙报：在大型社区用墙报的形式进行宣传。

时间□20xx年6月1日至6月10日

车辆：宣传车一辆、货车一辆。

啤酒：雪花清爽啤酒 600ml*12 240件

雪花冰爽啤酒 600ml*12 200件

雪花啤酒勇闯 500mpl*12 160件

人员：宣传人员6名，司机2名，销售代表2名

物料准备：促销单页，墙报，气球，拱门，条幅等都有雪花啤酒企业提供。

实施促销方案下发：由雪花啤酒内部人员。

产品准备：雪花啤酒提供。

卖场准备：店内布置和各种陈列由公司去各大卖场准备，卖场配合。

店外布置：拱门，条幅。

活动组织：促销活动正实开始销售。由所有的工作人员全程配合。

20万元

促销活动方案篇七

首先要考虑的是目标营业额，这个怎么去衡量和判断，需要根据往年的. 营业额和淘宝流量成交上升的占比，结合店铺的基础，老顾客，推广渠道去判断。

本文会以一家女装店铺为例，带着大家来模拟一次双十一预热到当天的全过程。店铺当前月营业额是200万左右，日均6w-7w的营业额。按照这个基数和自身回头客的基数客单价，判断出我们双十一的目标营业额要到达680万。

那我们要如何实现这680万的业绩呢?针对这点需要做出一个业绩分解的计划

第一：导入阶段

日期：10月1日-10月6日

目的：推广唤醒客户对双十一的记忆

推广工具：数云，短信，邮件，微博，微淘，微信工具和平台进行老顾客的推广营销，利用国庆节前后的情感关怀植入双十一的宣传内容。

第二：预热阶段

日期：10月10日-10月30日

目的：引导客户逗留店铺，收藏店铺，双十一款宝贝收藏，

发送优惠券

工作内容：店铺首页装修，专题页装修，双十一活动策划

第三：升温阶段

日期：11月1日-11月10日

目的：以收藏，曝光率，再次提醒老顾客为目标，并利用各种推广方式，宣导提醒新老顾客店铺双十一的促销信息，利用好短信，邮件[sns]电话，等工具通知。

第四：高潮阶段

日期：11月11日

目标：加大当天的曝光率，强化当天销售量，为求达到预期的营业额

整体来说，双十一需要配合多方面的流量，老顾客维护，收费推广，店铺装修，营销活动[sns]推广各个维度进行策划工作。

(1) 自主访问；

1) 收藏/购物车流量

2) 优惠券流量

3) 老顾客直接访问流量

(2) 自然流量；

1) 会场流量

2) 天猫/淘宝搜索流量

(3) 付费流量;

1) 直通车流量

2) 钻展流量

3) 淘宝客流量

4) 聚划算流量

5) 其他推广方式流量

统计出针对店铺比较有效的流量来源，并加强利用，这时候有很多人问，为什么基本流量都来自淘宝，并不尝试做一下站外的推广加强流量的引入?这个问题当初我们也想过，但结合工商管理学的pest环境分析，既然用资金开发一些没有把握的项目，还不如利用资金加强比较成熟的项目。所以就打消了这个念头，把费用加强到聚划算里面的坑位、直通车的流量、淘客的流量以及钻展的推广。

好了说这么多，下面就给大家分解一下3个流量如何合理利用与工作分配

【自主访问】这个主要是老顾客的流量来源，我们在整个10月都利用短信，微信，微博，邮件等工具进行老顾客的唤醒。这里分为3个阶段。

1、2次以上的购买顾客

2、5次以上的购买顾客

3、10次以上的购买顾客

分别统计出3个阶段的顾客，联系通知他们，收藏店铺优惠券，等不同阶段回来店铺购物送礼物的信息，考虑到平均成交年龄都在25岁左右，早上中午发送的话由于上班期间，容易被当作垃圾信息，短信发送时间均在晚上20点-24点。

【付费流量】这个主要是针对，直通车，钻展，淘客，聚划算，进行策划细分。

直通车、钻展、淘客，这段3个阶段进行推广策划

(1) 预热阶段(10月1日-10月31日)

这个阶段主要是测试双十一的推广图，10月20日前测试和调整出来各主推款的各图片的点击率，为制作双十一钻展投放图片提供素材，20日前的文案和素材是日常的，只是为了找到更好感觉和效果的图片，结果出来后文案改成双十一的文案，并利用聚划算得回来的新顾客进行双十一的二次营销。

(2) 升温阶段(11月1日-11月5日)

这个阶段主要利用测试出来的推广图，进行推广力度的调整，目的是为了引入更多的流量，收藏能在11月11日当天爆发，这段都不能看投产比，因为大部分顾客都会在双十一才购买，这段时间我们主要看的是收藏。

(3) 高温阶段(11月5日-11月11日)

这个阶段，直通车关键词必须卡位，找出100个左右精准词，核心词，中心词，进行卡位。

第一：双十一店铺活动

5元：无使用门槛

20元：满199元可用

50元：满399元可用

100元：满599元可用

这些门槛都要看着自己的利润，推广费进行策划，5元无使用门槛是为了提高顾客利用优惠券回来购买的基数。

除了以上，我们双十一当天还举办了免单活动，免单时间是0:00-2:00期间，免单必须在8分8秒付款即可免单，共有12个免单时间点，这里会有人问，免单不就是亏本？其实不会的，想一下0:00-2:00这个高分期间，做了这个免单活动，而大部分顾客都抱着贪小便宜的心态去购买，这样一来是大大提高了消费者的购买欲望从而下单。相对之下，12件衣服送出去，可能为店铺带来更多的订单。

一等奖 10名 ipad

二等奖 50名 电蒸锅

三等奖 200名 p106的项链一条

四等奖 若干名 3个月店铺包邮卡(12月，1月，2月可用，不限次数)

大家发现了没？这一系列活动都在进行一个晚上，并不是等到双十一当天早上才进行，因为以往几年双十一爆发期都在双十一当天晚上，而这一系列的活动，看上去感觉都在亏本出售，但留意一下，都是分时段，限名额的，目的是为了，让顾客，错过了一个活动，不怕接下来还有，让顾客停留在店铺长点，收藏店铺多点，加强活动的紧迫感，从而让顾客更疯狂的购买，而利用满就送等类型的活动，来提高客单价，让客单价不会因活动过低，影响天猫的搜索权重，这些在策划活动的时候必须要考虑。

第二：店铺装修方案

页面看似简单，但页面主要目的是帮助顾客能用最快的速度找到自己想要的产品，而且要利用好手机支付，来解决不能支付的问题。

总结：经过以上的工作和努力，店铺最终虽然不能达到680w的业绩但是也能获得较好的成绩。

10月店铺经营数据

日均营业额□10w(10月份pc端支付宝成交金额+手机端支付宝成交金额=2752197+293268=300w)

全司转化率：1.58%

日均全司访客数：32600

手机淘宝营业额□1w

手机淘宝转化率：2.45%

11月11日当天店铺经营数据

日均营业额□580w

全司转化率：13.45%

日均全司访客数□25.8w

手机淘宝营业额□58w

手机淘宝转化率：2.45%

这一切都来之不易，而店铺并不是过了双十一就完了，而对于更多店铺来说，双十一是为了店铺在未来有更好的发展。所以无论是我们这个店铺也好，你们的店铺也好，做好了双十一的活动，后面就是要怎么好好利用双十一给你带来的顾客，好好利用双十一给店铺带来的权重，加以利用，让店铺突破瓶颈，往另一个层次发展。