

# 2023年手机活动策划案 手机销售方案(优质7篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 手机活动策划案篇一

公司拥有厂房面积50000多平方米，员工xx多人，下属有移动电话，数码产品，电话机□smt□塑胶，模具、喷油丝印等七个生天时达公司早在1997年就获得德国tuv的iso9001的质量体系认证证书，产品质量稳定可靠，多次被评为“消费者信得过产品”、“中国消费者委员会推荐产品”、“中国公认名牌”及“中国名优产品”。自98年以来，天时达公司一向被深圳市人民政府评为“深圳市高新技术企业”，天时达移动公司的手机建设项目连续三年被深圳市人民政府评为“深圳市重点建设项目”。

五一黄金周对天时达手机进行促销

销售促进策略

天时达手机

(一)促销时间:

五月一日-----五月七日

(二)促销地点:

## 牡丹江市东一步行街

1. 首先地点的选取政府相关部门不会干扰，因为没有机动车进入，不会影响交通不畅。

2. 东一步行街地理位置很优越：

南面：是文化广场，是牡丹江市的市中心。

西面：是太平路路，有百货大楼等大型购物商场。

北面：有大福源和火车站。

这些位置的组合，使东一步行街客流量很多。

(三) 现场促销布置：

1. 街道布置：在步行街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅(每个条幅的标语都不相同)，一共三个条幅。

2. 舞台布置：

x背景长4.5米，宽2米。

上行写：天时达手机五。一真情回报牡市人民(天时达手机四个字用别的颜色)

下行写：大奖等你拿(奖字写的大些，并且用另一种字体)

舞台左右各放三个音响

舞台上摆上电视机，电风扇电饭锅等盒子，摆2米高并用绳子拉好(以免风大，吹倒盒子砸到群众)，在盒子上贴上奖字。

舞台上摆个气模

### 3. 柜台设置：

柜台和舞台距离为8米，用12个玻璃柜台围成一个正方形

柜台里放个木制三脚架高2.5米，用来贴海报

真机放在柜台里

柜台上放模型，模型下放着相应的传单

柜台的手机应按价格摆放

每个柜台旁都安装一个太阳伞(防止天气太热晒到机器和影响销售员和消费者)

每个柜台有两位销售员

#### (四) 人员选取

##### 1. 舞台人员选取

舞台的演员应选取乐队，注目率高，能更好的留住消费者，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，乐队大多都有自己的主持人外观，表达潜力进行审核，要幽默，并且有很强的应对现场的能力，还要配一个电工，(防止出现电力方面的问题，好即时修复，也能够帮忙搬运奖品之类的)。

##### 2. 柜台销售人员选取

首先这些人员要有过销售经验，不要找学生之类做柜台销售人员，因为她们没有过多的接触或根本就没接触过销售，表达潜力上欠缺一些，也没有过销售经验，选取的人员外貌也要经过审核，对服务态度也要有一个大概的考核，经过培训让她们了解天时达每款手机的功能，并灵活运用手机，每个柜台占两人，她的销量和她的工资直接联系起来(从而能够提

高柜台销售人员的服务态度和销售业绩)。

### (五) 服装的选取

1. 舞台人员能够随意，服装颜色的选取要尽量鲜艳，尽量显的有风格但还不另人反感。
2. 柜台人员的服装应统一，尽量黑色或蓝黑色，里面穿浅颜色的衣服，并佩带柜台销售人员的标志。

### (六) 舞台表演

1. 首先进行歌曲选取，选取的歌曲要动感十足，有强尽的节拍性，欢快的，并且也是大众熟知的歌曲。
2. 游戏可选取孩子参与(孩子富有吸引必须的吸引力，能吸引消费者的注意)，可根据舞台的大小选取参与者，例如：“如左手摸着由膝盖，右手摸着左耳垂，随着主持人说几就转几圈，看谁先倒，倒的就不用比了，能够先站到一边，最后剩一个孩子时停止，把几个孩子都弄到台前，然后根据掌声评价第一，第二等(这样能够让观众参与，能够调动观众的情感)。
3. 主持人对天时达最近新研制的手机进行介绍，. 大多介绍的手机应是价格高的手机(不要介绍时间太长，介绍时要看人数的多少来进行介绍，介绍时要幽默，能使消费者听进去，从而在消费者购买时能起到必须的增加销量的效果)。
4. 买手机有赠品同时还能够抽奖一次，抽到奖的，主持人应进此奖进行发挥，刺激消费者购买。

### (七) 奖品

1. 消费者对什么赠品感兴趣，例如手机链等。

2. 奖品应是消费者在实际生活中能应用的，而且，要有必须档次，例如手表，茶具，手机的耳机，彩电，等等。

此次促销是刺激消费者的认知，以品牌认知为目标的表现策略，提高认知度，强化记忆度到达最基本的认知和知晓的目的’，运用乐队引起消费者的注意，透过介绍手机，作游戏，无偿领奖的方式引发消费者的兴趣，增强消费者的记忆，良好的服务态度，以及广告宣传让左右消费者的态度。

## 手机活动策划案篇二

中国通讯用户发展迅速，市场呈现两极化。

大陆手机市场朝向两端发展，一为因应农村市场兴起的超低价手机市场，另一则针对手机多元应用的多媒体手机，如移动电视手机、音乐手机，或其他应用如gps手机等。主要手机产品定位在20xx人民币以下的中低端产品，该价位产品已占手机市场的60%，成为中国本土品牌及黑手机(水货、仿冒、旧翻新等无手机执照生产之手机)、国际品牌竞争的主要区块。华为手机公司长期致力于研发投入，持续构建产品和解决方案的竞争优势。为了更好地满足客户需求，我们坚持开放合作。我们以客户需求驱动研发流程，围绕提升客户价值进行技术、产品、解决方案及业务管理的持续创新。公司在研发领域广泛推行集成产品开发流程[ipd]在充分理解客户需求的情况下，大大缩短了产品的上市时间，帮助市场和客户成功。

20xx年，华为继续加大研发投入，年度研发费用达到人民币16,556百万元，同比增加24.1%。我们投入51,000多名员工（占公司总人数的46%）进行产品与解决方案的研究开发。聚焦客户关注的挑战和压力，提供有竞争力的通信与信息解决方案和服务，持续为客户创造最大价值。

我们公司将以个人与家庭为根本出发点，在个人/家庭业务领

域，华为sdp融

合信息、数字家庭、创新业务等解决方案为人们提供了无处不在的娱乐和信息，让生活更丰富多彩、舒适随意。

iptv

集成了数据、语音和视频等多种业务的multi-play已成为电信运营商进行业务转型的主要选择，而iptv则为multi-play提供了主要的支持。iptv通过ip网络传输电视业务，提高运营商的用户基数；通过电视终端支持的ip业务，实现了现有宽带服务从pc到电视的扩展。因此，iptv降低了用户的使用限制，并增加了运营商的用户基数和arpu值。

wihome

wihome解决方案是家庭业务平台+业务终端的端到端解决方案。家庭业务平台实现业务和终端的管理，运营商可以通过平台控制终端，管理用户，扩展应用，利用该平台实现第三方业务整合、收费、维护。终端包括dpf(digital photo frame)和hic(home information centre)

dtv

华为可为运营商提供完整的数字电视产品及解决方案，包括广播/交互数字电视解决方案；编解码器、复用/加扰器、适配器、qam调制器、用户管理系统、中间件、edge qam 和vod服务器等产品；为用户提供丰富的数字电视业务体验，提升用户arpu值和忠诚度，有效提高运营商的竞争力和网络价值。

以上是华为公司20xx年新开发即将上市的手机产品的全面功能。我们将实行渗透策略，在城市与农村采取低价格，高质量的策略。加强宣传，加强华为手机在各层消费者中的印象。

必要时还会运用宣传活动来增加与消费者之间的互动，让消费者更加了解我们的产品。

**政治、经济环境：**党的十六大以后，新一轮的信息化带动工业化的高潮会给电子产品市场的扩展带来新的机遇。全面建设小康社会将使居民购买力不断提高，从而为手机产品提供了新的市场需求。随着我国移动通信运营业的快速发展，电话普及率将进一步提高，为我国手机产业发展提供了良好空间。预计到20xx年我国手机用户将达到3.2亿户，市场前景广阔。

## 法律环境

中国入世关税下调手机制造成本降低，出口环境有望进一步优化。这将更有力于华为手机的海外销售。

## 技术环境：

全球信息技术的发展与产业结构的调整，使传统产品正在大规模地从工业化国家、新型工业化国家向发展中国家转移。我国有足够的自身优势成为新一轮手机产业转移的首选之地。电信运营调整已近结束，在调整过程完成后，各大电信运营商为提高自身的市场竞争力，将通过上市筹措资金、扩大业务容量、开拓增值业务等措施来加快发展，从而加大对基础设施建设的投资，通信产品将面临新的发展机会。我们与电信企业联合也会成为更为发展辉煌的一笔。

## 微观环境分析

**消费者特征：**消费者“喜新厌旧”是一大特点。他们也会受周围人的影响，注重手机品牌的知名度。

**供货商：**中国手机市场的现状似乎并不乐观：产能过剩、营销及渠道成本增加、利润摊薄、技术竞争激烈。

竞争者：国内手机市场诺基亚、摩托罗拉、三星外国品牌很受消费者的青睐。而国产手机中中兴是我们首要直接的竞争者。同样与电信联合我们需要各方面都加强。

华为手机目标市场以中老年为主。中老年一向倾向于低价格，高质量的产品，他们会追求价格与质量。我们公司的手机正对于他们面向市场。

华为手机的定位以低价格，高质量，中低端的手机产品。

产品策略：基于客户需求持续创新是我们的核心价值观之一。华为率先提出移动ip化的领先理念，紧紧围绕“融合、宽带、绿色、演进”四个方面，提出一系列创新的产品与解决方案，帮助您实现移动宽带化、促进网络融合、保障平滑演进、全面降低tco

华为的singleran彻底改变了gsm、umts、lte“三套设备”、“三张网”叠加部署的落后建网模式，实现各种技术制式间的高效协同，实现了one network、one deployment、one team

价格策略：我们将采取低价格面向市场。

渠道策略：我们公司会在各个国家与城市设定经销商。开设专营店，实行多点销售，全国售后高质量服务。

促销策略：我们会在各大城市定期设路活动专场。在节假日实行优惠活动。可以采取积分活动，发展更多的顾客。

方案实施与控制

组织计划：华为手机的全新营销计划会在各地展开，让消费者以最快速度得到华为手机的全方位服务。



速度安排：在20xx年会将华为手机的企业服务精神、销售量，消费者心中信誉达到预期目标。

财务预算：销售收入达到300、业利润60、营业利润率30.2%、净利润50.1（单位：百万元）让企业员工更加有信心面对未来的工作。

注意事项：

手机发展在中国虽然已经各有各的市场，但是认识上和手机质量上还是有很大差别，华为要真正成为广大消费者所接受，还需要作长期努力，其中正确的销售观念和为顾客全心全意的服务是我们着重需要注意的。

一旦实施发生困难，甚至失败，我们要做好最坏的打算，所以在今后的市场销售过程中，企业面对的消费群、企业手机的特点和企业知名度、信誉是我们竭尽全力发展的内容。相信我们的工作会让华为手机很快为消费者接受并给企业带来利益最大化。

### 手机活动策划案篇三

- 1、尽可能地通过广大市民熟悉的报刊，电视，网络或宣传单告知\*\*手机促销的地点及简单内容。
- 2、准备一定数量的赠品。（最好是和元旦有联系的赠品）和\*\*手机积分卡。
- 3、挑选一些对\*\*手机十分熟悉的专业人员，以便在活动期间专门负责给人们介绍\*\*手机的功能，使用及新产品。
- 4、准备好音响设备，劲暴音乐，条幅及宣传单，宣传单上的内容不宜太过繁杂，应尽量简洁，但又能给人耳目一新的感觉。

## 活动期间

- 1、分开若干个柜台，把\*\*手机各个档次的产品分列开来，以便于不同需求的人挑选。
- 2、在活动期间，对于手机的价格，不能盲目地打价格战。对于手机降价，要有梯度。对于不同档次，不同型号的手机降价的幅度尽量不相同。
- 3、对于高中生及大学生这一庞大的消费群体，应尽量给予优惠，可凭学生证在其所买手机的价格上再打折。
- 4、公司及各销售点可考虑采用\*\*手机积分卡，根据所买手机的价格积攒一定的分值，当分值达到一定标准时，可以去\*\*手机服务处领取不同价格的礼物(礼物最好能体现\*\*手机这一品牌)。\*\*手机积分卡应长期有效。
- 5、组织专业人员在固定的区域回答人们对于\*\*手机的咨询，还应负责向不同层次的人推荐不同档次的手机。
- 6、在活动期间，组织人员向人们发传单及小礼物，条幅要挂在能引起人们注意的地方。
- 7、在活动期间，可以组织一项 短信送温暖，\*\*手机送大礼的活动。具体操作为：在固定的柜台前，人们可以留下自己编辑好的关于元旦期间送祝福的内容，在活动结束后，由公司领导选取若干条，设置一等奖，二等奖及若干参与奖，给予不同的奖励。(参与者应留下联系方式)
- 8、活动期间，放一些流行的，动感十足的音乐和歌曲，以带动人们的激情。

## 活动时间

1--2周

活动经费

待定

促销活动的效果及总结

- 1、通过各种渠道的宣传，打响了\*\*手机这一品牌，使人们在意识留下了\*\*品牌 两个字，为\*\*手机以后的销售打下基础。
- 2、通过促销活动，抓住了高中生及大学生这一庞大消费群体。
- 3、通过手机积分卡制度的建立，可以抓住消费者的心理，使其在以后的手机使用上尽量向\*\*手机靠拢，把\*\*手机作为第一选择。
- 4、梯度降价法可避免\*\*手机落入大众趋势化的价格战，给人们一种新的感觉。

## 手机活动策划案篇四

情定七夕 见证爱的时刻

20xx年8月9日之前

门店

- 1、 提升店面知名度
- 2、 提高单店销量。
- 3、 提升该店面在当地市场份额。
- 4、 提升店面营业员的销售水平。

5、 店内积压产品清库

6、七夕不仅针对年轻人，对老年机也可趁机促销

1、人员支持。主持人1人，有聚拢人气、氛围的能力。工作人员1名，协助主持人奖品发放。

2、礼品支持。活动现场的互动礼品及其它大小礼品。

3、终端物料支持，包括活动前期的广告宣传物料。

4、培训支持。店内销售若干，活动前做好培训支持。培训促销员及营业员的销售技巧及产品知识。

5、店面炒作（预热期对店面的宣传、活动期对店面的口述播报及广告宣传），提升店面知名度。

6、运营商情侣套餐支持

通过本次活动的总结和反馈，在推广品牌的同时也要提升销量，在活动期间明确产品机型：清库特价（10%）+主推机型（60%）+利润机型（30%），活动预计活动销量台。

1、 买赠信息

一套

b. 购买主推机型满20xx元即可凭票参加情人节幸运大抽奖（无空奖） 奖项有：

一等奖：玫瑰花束9支（5%）

二等奖5名：金装巧克力一盒（10%）

三等奖：玫瑰花束1支（15%）

参与奖：心形气球一个（70%）

c. 购买老年机即可送颈枕一个

注：一张小票只可参与一个活动，不可重复使用，只在活动期间有效

d. 套餐服务：当天升级套餐可额外享受情侣套餐服务，免费通话

e. 产品组合

2、 趣味活动（增加人气）免费吃西瓜、参与游戏有奖（参与者均有奖）

物料：西瓜切好、情侣手机挂件、情侣手机壳

需要1名主持人，1名工作人员（最好是形象良好，女性）配合主持人的工作

a 情侣默契大考验。实施方法：勇于挑战的情侣，同时做一个手势或者同时做一个搞笑或发怒的表情，相似者说一句话，如果相同就拿奖（手机挂件或情侣手机壳），不同则彼此向对方说一句话，拿奖（手机挂件或情侣手机壳）

b 在入口处设置展板征集情侣搞怪合照，或甜蜜照，挑选最萌最搞笑的一组或前\*组赠送情侣套装或玫瑰花9束（用户自选一样）。没有抽到奖的有小礼品赠送。店主也可以把照片洗出来，节日过后，统一让他们来领，让用户对店记忆更深，增加黏性。

c 真心话大考验或敢爱你就说出来，参与者到讲台挑战自己的誓言，许下爱的誓言（参与者均有奖）

d 微信关注河南xx手机连锁，做一个小游戏，请各位现场的游客进行写短信比赛，编写内容“我爱你+对方名字”回复到微信，设置用时最短的前三名，有奖。

## 手机活动策划案篇五

“沟通才是全家福”，买手机就送全家福！

拉动销量，抢占市场，为下半年销量做铺垫。

9月1日——9月8日

购买指定手机，赠送存储卡、全家福片制作卡。

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。

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。

## 手机活动策划案篇六

（一）市场分析

一、从今年年初开始，oppo手机的销售比例明显下降，已不足18%，而竞争品牌步步高却在不断上升，甚至超出了oppo。同样是步步高旗下的一个品牌，在功能上oppo与步步高手机的功能大同小异，而在价格上oppo却比步步高手机的价位要高，性价比不如步步高。oppo手机销量下降的原因是：一方面是知名度不高；另一方面是步步高手机的市场定位是中低端用户，而oppo手机的市场定位是中高端用户，相比而言失去了一些低端的潜在顾客们。而高端用户不会冒然选择oppo。毕竟oppo是一个国产品牌。相对于贸易机而言，oppo还不具备竞争力。金立手机曾今也是国产品牌中的佼佼者，主打双卡双待，而且价位也是比较低的，所以金立手机的竞争威胁也是不容忽视的。

oppo手机想要在众多国产品牌中脱颖而出还需付出诸多努力，本次五一促销活动就是为了提高知名度，扩大销量而举行的。

## （二）确立促销目标

根据上文的市场分析，本次南通oppo手机五一促销活动的目标确定为：

1、鼓励使用者介绍其周围的人使用因为使用者的一句话比大量的广告更具有说服力。口碑营销是一种不需要高成本投入而成效显著的方法。美国的一项调查表明：一个满意顾客们会引发几笔潜在的买卖，其中至少有一笔可以成交；一个不满意顾客们可以影响25人的购买意愿。所以，鼓励使用者介绍其周围的人使用也是一种好的营销手段。

2、争取未使用者使用，一个企业想要继续生存下来，不能总是依靠一些老顾客们，要发掘新的顾客们，这样才能扩大销量，提高市场占有率。

3、吸引其他品牌使用者试用oppo手机的目标消费者群是年

轻、时尚的一族，他们的特点是追求时尚，喜欢体验新的事物。oppo手机利用这次促销活动以吸引他们前来购买。

4、排除竞争性促销，每逢节假日，各个品牌手机都在进行促销活动，以吸引顾客们。不进行促销活动消费者将会被竞争者的促销活动所吸引，在气势上也低于竞争者，不利于促销员的销售工作。

### （一）促销对象

本次活动面向南通所有的人。如果把促销的对象比喻成靶子，促销本身就是箭。促销这只“箭”直中“靶心”，威力才够大、够猛。本次活动是oppo手机南通代理商举办，仅限于在南通市场上进行广告宣传。

### （二）促销时间

20xx年5月1日至2日，即劳动节。平时，大家都比较忙碌，没有时间逛街买东西，一般人们会选择周末，节假日出来购物。届时，市中心人流量会大量增加，是举行促销活动的最佳时期。

### （三）促销地点

南大街五星广天手机移动大卖场。本卖场位于市中心，是人流量最多的地方，也是接触顾客们最多的地方。同时，本卖场门口有一块很大的空地，可以搭建舞台，这样不会影响交通不畅。本卖场离八仙城、时尚街比较近，届时定会有许多人经过本地。此外，本卖场也是南通市最大的手机卖场，也是顾客们购买手机的首选之地。

### （四）促销工具

本次促销活动采用的促销工具是大型的露演活动、pop广告和



赠品广告。“五一”是国家法定假日，大部分人都放假，学生也会放假。那时，市中心的客流量会比平常多几倍，大型的露演活动必会引起人们的关注。

惯例的条幅、海报、吊旗是方的，本次活动的条幅、海报、吊旗增加了扇形的图案，kt板是异型的、立体的。应用扇子这个中国元素符号，不仅符合中国传统文化，而且独一无二与众不同，容易辨认，便于传播、绿色比较鲜艳明亮，更有利于消费者走近oppo专柜。除了应用惯例的灯箱、海报之外，我们策划了三层kt板吸引顾客们。高层kt板，挂在最高处，吸引10米外仰视的顾客们；中层kt板支在柜台上80公分高，吸引5米内平视的顾客们；低层kt板吸引3米内俯视的顾客们。履行标准：一是设计“抢眼”，吸引顾客们眼球；二是悬挂“挡眼”，遮断顾客们视线；三是效果“惹眼”，惹急竞争品牌！

通过江海晚报、南通广播对本次oppo五一促销活动进行广告宣传，使南通所有的人都知道此次活动。

促销方案主要内容有：诱因大小、参与条件、促销媒体分配、促销时间长短和促销预算。

### （一）诱因的大小

本次活动准备的赠品是手机挂件，天堂雨伞和时尚挎包以吸引顾客们的关注度。本次赠品是消费者日常生活中所能用到的物品，更能吸引顾客们的注意。

### （二）参与条件

本次活动面向大众，只要你愿意都可以参与到活动中来。

### （三）促销活动的媒体分配

本次活动主要通过宣传单页和广告让大众知道。招聘一些兼职大学生在客流量多的地方发宣传单页，让大众对oppo的产品有简单的了解。通过江海晚报和南通广播电视台让大众知道有本次促销活动。

## 手机活动策划案篇七

手机已经成为人们必备的用品，也成为通讯市场最大的竞争力。那么如何促销自己的手机品牌呢接下来我们看看一些手机促销方案和活动。

手机促销手段直接影响着手机促销活动的好坏，影响着人们对于手机促销活动的注意程度，因此，如何选取适宜的手机促销手段成了手机促销活动前商家们最重要的一件事性。

1、降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，能够有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但必须要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

2、送赠品或者抽奖。在购买产品时赠送物品和购买产品时能够参加厂家举办的抽奖活动，赢取奖品。

3、特价机就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的的作用。特价机都是限量限时的，这是特价机和降价这两种促销方式的区别所在。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮忙清理库存，三是帮忙经销商完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。有些经销商为了扰乱竞品市场，就选取先进一批竞争品牌的畅销产品，

然后以特价销售，打乱对手的市场价格，乘虚而入。

4、展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

5、人员促销。利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的用心性。

当然促销的活动还有很多种，只要用心去做，必须会做好，如果你想了解更多的手机促销方案，不妨在一品威客网发任务让更多的人帮忙自己寻找最适合自己的产品的推广方案。