

最新啤酒优惠活动方案(模板5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

啤酒优惠活动方案篇一

活动时间：7月20日……8月12日

活动主要内容：

(一) “啤酒节”开幕式

(二) “啤酒之夜”

(三) “啤酒节”闭幕式

“啤酒节”开幕式

活动时间：7月20日晚7：00……8：30

活动形式：晚会

活动组委会成员：副店长及各大区经理

总指挥：店长

活动内容：由四个主题内容构成

一、宣布“啤酒节”开幕，并介绍如下内容：

1、本次“啤酒节”的时间

- 2、参展的啤酒品牌
- 3、活动期间的优惠政策
- 4、“啤酒之夜”中厅活动及白天的卖场活动

二、啤酒传说，介绍如下内容

- 1、啤酒的酿制工艺
- 2、啤酒的起源
- 3、几种品牌啤酒的历史和业绩

三、啤酒表演：啤酒的几种喝法、魔术、杂技

四、歌舞表演：美声、民族

a□表演艺术要求：

- 1、几种活动自然的融会在一起，突出“啤酒狂欢夜”这一主题
- 2、表演格调高艺术性强，题材新颖时尚，文化内涵深。

b□场地：

- 1、中厅前设表演台
- 2、前方设贵宾席，右边设观众席
- 3、冰吧设为雅座

c□店长负责事项：

- 1、联系、组织演出人员及主持人
- 2、联系新闻媒体进行报导
- 3、邀请贵宾：市领导、中心领导、超市领导
- 4、整个活动现场导演。

d□食品区经理负责事项：

- 1、安排、确定中厅背墙的广告
- 2、提供现场供应的酒水饮料
- 3、邀请经销商代表观看演出
- 4、收集啤酒资料：啤酒的酿制工艺、啤酒的起源、几种品牌啤酒的历史和业绩等有关资料

e□人事部经理负责事项：

- 1、卖场内广播宣传
- 2、安排优秀员工参加员工席观看表演
- 3、礼仪接待工作
- 4、收场工作

防损经理负责事项：维持现场秩序

策划部经理负责事项：会场效果布置

采购部经理负责事项：方案策划及会场场地安排分配

啤酒优惠活动方案篇二

1、利用“双节”树立良好的企业形象，与消费者建立良好的关系。

2、提高xx冰啤的知名度，影响力和自然点击率、销售量。

1、嘉年华在9月22日—10月3日推出含xx冰啤的“中秋套餐”、“国庆套餐”，给服务员每套15元的提成，并赠送果盘、台点、果汁、炸烤、茶水、爆米花以加大促销力度。

2、“开厢有礼”——中秋节当晚每间包房赠送一份月饼（合计100个月饼）。

3、10月1、2、3每间房赠送半打xx冰啤赠券，有效期至10月30日，以促进10月份xx冰啤的销量。

1、通过嘉年华企信通向广大客户发布信息。

2、通过ktv包房的电视机、触摸屏上方滚动字幕宣传。

3、服务员介绍。

1、嘉年华负责a广告宣传

b15元/套的服务推销提成

c套餐内赠送的果盘、中点、果汁、炸烤、茶水、爆米花

2、宝迅丰公司负责a促销礼品和店内装饰物

b100个月饼

c30件xx冰啤赠酒

啤酒优惠活动方案篇三

通过对夏季旺销商品——啤酒的促销，带动人气，掀起淡季促销的高潮。以啤酒买赠和贯穿整个啤酒节的“啤酒之夜”为两大促销主题，提出超市消夏夜市、活跃社区文化生活的概念。

1、促销活动形式：

工夫□20xx年7月1日至7月30日

地点：卖场内通道促销区和卖场外赠品区（如图示）

商品促销组织：

（1）促销期间要求各厂商提供商品特价支持。

（2）以买赠为主要促销形式，要求厂商提供买赠详细方式，顾客购买该品牌多买多赠，在卖场外赠品区设赠品台，如顾客一次性购买燕京啤酒三件送一件等，强化买得多更实惠的量贩装概念。赠品区各品牌还可安排免费品尝等其它促销。

（3）展卖商品以各品牌为标准单位，做到每品牌一堆头，扩大其商品形象排面，各厂商须确保货源充裕及价格优势明显，每个堆头安排一个促销小姐重点促销。

（4）活动展卖品牌：燕京、百威、白沙、青岛、贝克、珠江、科罗娜、蓝带、喜力、太阳啤等。

2) 开幕式、闭幕式超市承办，厂方协助。

活动宣传

2、主题：啤酒狂欢夜

3、主体广告语：喝杯啤酒交个朋友

买得多，实惠多

4、媒体推广：

1) 电视专题促销广告

2) 邀请媒体进行专题报道，邀请其它省市媒体对“啤酒之夜”进行报道，可挖掘“超市为社区提供丰富多彩的夜生活”这样的话题。

3) 制作广播专题广告带，门店广播室播放。

4) 播出时段：全天候播放

5、dm

1) 推出dm啤酒节专版广告，将各品牌啤酒以买赠形式和啤酒之夜的活动安排详尽告之。

2) dm价格需体现啤酒全市最低价的策略发行二万份，进行广泛宣传

6、气氛布置

1) 卖场内外整体气氛布置，渲染热烈火爆的购物氛围

1、可免费在主促销通道获堆位一个

2、中厅促销活动可享受最优租金

3、可获在中厅进行本品牌“啤酒之夜”当晚的贩售品尝活动

4、在中厅背墙播放广告（“啤酒节期间”）

啤酒优惠活动方案篇四

活动主题：由一家啤酒公司冠名

活动时间：xx年7月20日至8月12日晚19：00——20：30

活动内容：

一、开奖

二、啤酒传说

三、啤酒表演

四、啤酒知识抢答

五、各种饮啤酒竞技

六、啤酒品评

七、趣味游戏

开奖

活动2：啤酒传说（以下两种形式）

1、由主持人介绍品牌啤酒的历史、酿酒工艺、口味、业绩等

2、舞剧的形式

啤酒表演

活动3：啤酒舞（文娱表演）

活动4：现场酿酒表演

活动5：斟酒表演……

（由厂方提供节目）

活动6：啤酒知识抢答，请现场顾客参与活动，答对的奖啤酒一瓶。

啤酒竞技比赛

活动7：超级酒仙赛：请现场顾客参与活动。

比赛规则：（1）选出10名顾客参与，分为两组，每组5人。

（2）每位选手桌前各放3杯啤酒。

（3）选手均用嘴咬纸杯子，看谁最快饮完。

设奖：超级酒仙两名，各奖啤酒1箱

参与奖10名，各奖啤酒3瓶

活动8：酒王争霸赛：请现场顾客参与活动。

比赛规则：（1）请出10位选手（分两组进行比赛，每组5人）

（2）每位选手的任务是：1分钟内谁喝地最多

（3）最快者为当晚的酒王

设奖：酒王：奖啤酒3箱

优胜奖：奖啤酒1箱

参与奖：设8名，奖啤酒半箱

活动9：啤酒品评（请现场顾客参与活动）

规则：（1）分别在几个杯内倒入不同牌子的啤酒，参与者进行品尝

（2）看谁能分别出来

（3）结果公布后请专业人士讲评

趣味游戏（请顾客参与活动）

活动10：击鼓传酒：请出八位顾客参与活动。

游戏规则：（1）工作人员蒙住眼睛、背向顾客击鼓

（2）每位参与者桌前摆2杯啤酒

（3）鼓声起开始传，鼓声落接到啤酒的顾客要喝一杯自己桌前的啤酒，喝完的淘汰出局

（4）击鼓十次后，比赛结束

（5）比赛结果：桌前还有两杯的为优胜奖，还有一杯的为鼓励奖，出局的也可获参与奖

设奖：优胜奖：奖啤酒一箱

鼓励奖：奖啤酒半箱

参与奖：奖啤酒两瓶

活动11：蒙眼喝交杯酒：请出现场顾客参与活动

游戏规则：

(1) 请出6对情侣或朋友参与活动

(2) 男女各站一方，蒙住眼睛，两端距离为8米远

(3) 主持宣布开始后，击鼓者每击一下双方走近一步，6步后击长鼓交杯

(4) 结果决出优胜奖及参与奖。优胜奖为交杯成功者，参与奖为参与者

设奖：优胜奖：奖啤酒2件（每人1件）

参与奖：奖啤酒1件（每人半件）

活动方案：

1、由各展卖品牌提交承办啤酒之夜的企划活动及时间地点申请。

2、由行销课进行各场次次序安排。

3、活动期间每晚由一啤酒品牌承办啤酒之夜外场促销活动，以舞台为中心，外场促销售卖为主要形式、穿插免费品尝、有奖竞喝、有奖参与、文艺演出等活动，将外场夜市气氛充分调动。

4、卖场内食品、生鲜区、美食街等课配合夜市进行相应的促销活动。

四、活动宣传

1、主题：啤酒狂欢夜

2、主体广告语：

． 喝杯啤酒爽一“夏”

． 买得多，更实惠

3、媒体推广：

． 电视专题促销广告

． 利用现有媒体如心动二五八等进行专题报道，邀请其它省市媒体对“啤酒之夜”进行报道。

4、气氛布置：

． 卖场内外整体气氛布置，渲染热烈火爆的购物氛围。

． 朝阳店卖场外悬挂厂家祝贺汽球条幅、放置啤酒气模。

采购部行销课：负责各品牌买赠活动及啤酒之夜活动统筹安排；

采购部液体课：负责参展厂家的邀请、特价谈判、货源保证；

门店：负责确定厂家堆头位、赠品位、啤酒之夜安全保卫、舞台布置、音响等

市场课：负责出具啤酒节媒体推广方案包括硬性广告创意文本、投放规划和软性广告。

六、费用预算：

a□可供厂家选择的项目：

1 □dm专版广告位（十二万册）封面4000元/版、内页3000元/版

dm单品广告800元/支

2、卖场内堆头位（0.8*2米）

400元/堆/店

3、啤酒之夜500元/晚

4、促销台20元/天

5、外场汽球、模型（待定）

b□超市承担费用：

1、媒体费用（待定）

2□ dm费用

啤酒优惠活动方案篇五

进一步促进销售，扩大市场占有率。

待定

“雪花啤酒盛夏防晒工程”

公平、公正、公开

1、活动与宣传互动，活动促宣传，宣传促销售。

2、选择名牌制伞厂，走强强联合的'道路。

3、活动与常规工作相结合，不可将二者隔裂开来。如通常的渠道与终端工作不但不能放松，相反一定要强化。

“雪花啤酒，清凉一夏”

- 1、凡一次性购买(或累计消费)雪花啤酒××瓶，均可获得特制精美天堂伞一把。
- 2、兑奖地点为雪花啤酒各销售点。
- 3、活动的解释权归雪花啤酒集团。

湖北省高校附近，预计三个月内实现销售量同比增长30%。

- 1、广告宣传：在湖北经视直播，湖北卫视黄金时间和湖北广播电台，在《楚天都市报》、《武汉晚报》上作1版广告。
- 2、区域市场经理配合策划中心人员组织业务员和经销商在各区域市场开展活动，利用节假日在闹市区广场集中搞方艺演算出配合活动开展，有条件的请当地媒体记者的进行采访报道。
- 3、在各经销商店头和终端店头悬挂印有活动主题和奖励方式的横幅加强宣传，现买现赠。

- 1、市场管理中心派人对各区域市场活动的开展情况进行监督和检查，对人员的到位情况、活动次数、参与人数、宣传力度□pop广告布置、赠品发放到位情况进行监督和检查，每项满分值10分，根据落实情况进行打分。
- 2、各区域市场上的策划中心外派人员及时对活动执行中出现的问题向策划中心汇报，及时对活动方案进行修正。
- 3、各区域市场将活动情况写成书面总结材料上报策划中心。
- 4、活动全部结束后策划中心对本次活动进行全面总结，找出问题和不足在以后的活动中改正和提高。

5、制订处罚措施，对因内部员工、经销商或终端原因而产生的消费者投诉、活动本展不力等问题，应及时对相关责任人进行处罚。