2023年促销方案书例子(汇总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”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

促销方案书例子篇一

甜蜜情人节，甜蜜蛋黄派

1、重点活动门店：家纺城药店、许巷药店、通元药店、皮都药店、双山药店、城北药店、百步药店。

2、非重点活动门店：----医药其他门店

x月x日（重点活动门店）

x月x日（非重点活动门店）

春节后返回工作岗位的青年务工者。

1、针对春节促销活动没有覆盖返乡人群的缺陷，针对该部分人群进行一次促销活动；

2、发放现金券，固化客户群体，增加销售额和销售机会；

3、消化春节期间购进，尚未使用完毕的蛋黄派。

2、主推活动形式2：穿越情人节，保健送父母。所有营养品均8折酬宾，写上地址和祝福话语，免费邮寄回家乡（不需要免费邮寄的，折后金额满x元者再赠送无使用限制的现金券x元）

促销方案书例子篇二

促销活动千奇百怪，促销创意的不断产生使得促销活动更为多样有趣，然而一个有创意的促销活动仍必须具有一定绩效，才能成为有效的促销，因此，为了使促销有创意也有绩效，完整与周全的促销计划就成为相当重要的课题。

a□促销活动的理念

a□目标性

任何一项活动都有其举办的动机与目的。

a).广宣目的：建立企业知名度，提高消费者品牌形象。

b).促销目的：立即增加营业额及来客数。

c).公关目的：建立消费者信赖与良好印象，进而间接增加业绩。

d).大型活动的目的：提高连锁企业的知名度，增加消费者及同业间的认知度□e).教育社会使大众认知达到共识的效果。

a).任何活动的举办方法，应力求新鲜，具独创性、吸引力强，如此才能有更大的诱因招来顾客，活动的效果才能提高。

a).任何活动都必须本着“以诚信为原则”。

b).任何活动都必须以消费者的立场来着手。

c).赠品、摸彩或抽奖既已答应赠予即应确保已赠出去。

d).与社会公益相结合，有助提高企业形象。

e).必须有公证单位或公证人员在场稽核时，即应聘请。

e□绩效性

活动的成本预算以其所增加毛利成本为原则。公关活动所耗费的成本能够在公司所控制之下，其有形无形利弊，能做整体性的考虑。

b).经济规模

新连锁系统低于10家时，成本高的活动较少举办，全区域性的活动也少之为宜。当连锁店分布区域密集，且家数达经济规模时，则适合以较多费用来举办大型活动，成效明显。

b□活动的范围

a□全区性活动：适合全区每一间门店同时举办的活动。

b□地区性活动：只适合某些地区，例如为周年庆而举办的活动。

c□单店活动：个别单店的促销活动，例如新门店开张促销、为滞销品举办的促销等等。不过按一般连锁业的规范，单店促销活动不能与地区性活动抵触，而地区性活动也不能与全区性活动抵触，必须在举办活动前透过督导员向上及报备。

c□促销的分类与方法

如前所述，促销的目的有不同的层面，但基本上仍以业绩为中心；在连锁店的特质中，不论是产销、采销或是加盟形态的差别，都可以把商品的进、出作为流通的主体。因此在连锁店的促销主体就包括了：公司内部促销(internalpromotion)以及消费者促销(consumerpromotion)□公司内部促销是以如何激发业绩目

标达成的共识为宗旨，且经由业务流程的管理来确保业绩的达成，因此在相当多的连锁店企业规划业绩竞赛或奖励制度，以及业务管理的相关手册，都有以促进销售的经营目的而设计，并且落实在日常业务工作，尤其是自愿加盟的连锁形态，总部对于加盟店的控制权较少，可以各店竞赛、协助陈列、进货折扣及销售奖金等方式促进商品的销售。

消费者促销指的是促进消费者在某特定时间内购买的活动，这个活动包括前面所讲的“全区性活动”“地区性活动”以及“单店活动”。

d□促销广告的相互作用

营销中最大的矛盾就是广告与促销的相反作用。广告的目的原本是要养成消费者对品牌长期的忠实度，然而促销活动(sp)却是针对短期的营销效果。有时sp作得太过火，反而使消费者丧失对该品牌的信心，因为消费者总认为好的产品是不需要用强迫方式来推销。因此sp反而破坏了商品的品牌形象。

虽然广告和促销有相反作用，但两者间也有补充作用，例如，新商品上市时，广告与试用品的提供，可以产生非常好的互补作用与相乘效果。又如：胶卷的广告与摄影比赛，不但有短期的促销效果，也可以提高消费者的兴趣而引起他们对品牌的好感。

几种促销方式的相反作用及补充作用

a□特价

特价会破坏品牌的品质印象。过多时会引起消费者的怀疑而降低品牌的忠实度。要设法降低此相反作用，特价必须要利用特殊名目，如节日、周年等，而且销售突破100万件的机率几乎没有。

b□折价券

会破坏品牌形象，尽量以特定对象及折价券本身的价值感来减少相反作用。报纸或杂志上的折价券可以提高对广告的注目率。邮送的折价券可附带商品信息。

c□退款券及礼券

是一种减价方式要减少相反作用，需提高礼券的印刷水准，使具有高级感。广告加上退款券或礼券可以鼓励零售商进货。

d□赠品

价值太低的赠品会引起消费者的反感，没有创意的赠品会增加品牌的不良印象。赠品应视为品牌性格的一部分来处理，以避免反作用。很难以广告来诉求商品差别化时，可以用赠品来当作差别化的工具。

e□抽奖

刮刮看对号码等立即性的游戏主要是求短期效果，对商品形象没能大帮助，但因其有趣味，也不会破坏形象？问答式的猜谜，可能增加对商品的了解。

g□比赛

比赛因为要使用到智力，体力或技巧，不像抽奖只凭运气，令人有不劳而获的感觉。但是比赛只能限于特定对象，无法普及。比赛结果的发表，可以加强商品广告诉求（如命名比赛，可迅速为品牌提高知名度并可增进对商品的了解）。

h□继续购买奖励

忠实爱用者不必有奖励办法也会继续购买。而一般大众比较

喜欢立即报酬，因此用此方式来维系品牌忠实度，不一定比广告有效。以广告来提高形象目标时（如航空公司的image广告）可用此方法来帮助营销（如飞航满l万公里可获得一张免费机票）。

i□加值包

对新商品比较没有反效果，但在商品衰退期使用此方式，会让消费者有过时商品最后刺激的感觉。新商品上市，可配合广告来刺激购买欲。

j□试用品及样品

因为有文化，有娱乐和健康等正面的意义，以招待券赠送消费者不会产生对广告的反作用。对品牌印象及企业的形象有提高的效果，可以和商品广告同时进行，加强长期忠实度与短期促销效果。

e□促销企划上的注意点

企划促销活动时，必须考虑下列几个要点：

a□最好集中在一个主要的目标（例如针对未购者的方式动，目标不要太分散或模糊□b□以主要目标来考虑最有效的促销方式。

c□评价各种促销方式的效率时，必须同时考虑到此方式对广告活动与贩卖活动的关系□d□对象要明确。

e□以数字来估计目标及成本效果。

f□综合上述，制订与目标市场、广告、贩卖及成本都是最合算的促销办法。

促销方式有很多种，但是最主要是是要同促销的目标相配合，达不到促销的目的，促销也就失去了本来的意义。

g、促销活动工具

a、分色折扣

分色折扣，就是针对不同颜色标签有着不同的折扣数，也就是利用各种颜色来表示不同折扣。因为连锁经营经常是采用万国牌方式，也就是集合各家品牌，或是不同产品别总合而成。因此，不同商品其毛利结构也有不同。所以，如果只是单一折扣数过高，又让消费者没有感受。因此，对于不同商品以不同颜色来折扣则可避免此弊端。

b、七折八扣

是以商品的类别作为折扣的分界点。换言之，根据不同的商品定出七折八扣或是更低的方式，也是折扣战的一种。

c、逐日折扣

是依日期别来设定折扣。其主要分类也是按照商品类别为主。通常为求震撼力，某些经营者会用于54321逐日折扣的方法，来作为吸引顾客的手段。一般来说，逐日折扣的效力极大，对消费者极具吸引力。

促销方案书例子篇三

活动时间：

2月21日至2月23日

活动目的：

吸引广大消费者购物，最终达到促进商品销售的目的。

活动内容：

正常商品88折后满100元，棉鞋、棉服类5折、特价、削价品满200元，化妆品95折满100元（超市商品不打折满88元（参与会员卡积分），）送4。50元汤圆1包，满200元送2包，限单张小票，多买多送，以此类推，限量1000名。（黄白金、名烟酒、手机不参加此次活动）

促销方案书例子篇四

每一年都有愚人节，整治别人，欣赏愚弄是每一年的主题。今年那加西餐厅让你感受的'不仅仅是看着别人“犯傻”，打电话预订的前30位顾客都可以得到我们为您精心准备的一个搞笑面具，让你在愚弄别人的同时，也要使自己成为别人开心一笑的元素，这样的活动才公平嘛。

在愚人节这天，我们无非是要娱人娱已，别忘了让自己快乐的同时也给别人带去快乐，这才是愚人节最大的意义：让所有的人都开怀大笑忘记烦恼！

我们的服务员都会带着各种愚人的搞笑面具，比如大板牙，比如小丑，比如亲嘴，或者很帅很帅的头盔，比如阿童木的酷酷发型，您也可以自己带道具装扮来参加我们的愚人主题晚会。

20xx的愚人节，我们等你来！

活动时间：4月1日

活动当天饮料半价，不含酒类。

电话预订的前30位顾客会送一个搞笑愚人面具（这些面具都

是市面上不多的喀）

消费满200以上再送一个搞笑愚人面具。

促销方案书例子篇五

：5月1日—5月7日

联合3—4个主要洗化品牌举行产品会展。世纪海联超市负责统一组织文艺演出活动、展区整体规划、整体宣传及涉外事宜。厂商自行负责品牌宣传及在规定展区区域的促销活动。

太阳伞若干(供应商自备)，氢气球8个以上(供应商自行广告宣传备用)、气拱门一条(20米)、外场展区(4个)、服务台前展区(其它品牌)、二楼不锈钢栏处会展厂家展区、文艺活动区(舞台、音响设备)

1、最后胜利(5月1日—7日)

活动形式：采用拍卖会的形式，每天推出一档，每档20—30样商品，超低价起拍。

活动时间：时间从上午9：00起拍。其余时间安排在活动之前或活动之后。

共享五一文艺演出活动(与英才音乐学校联合举办)

2、风情万种(5月2日)

活动形式：内衣秀、时装秀现场模特表演

3、款款情深(5月3日)

活动形式：婚纱展现场模特表演

4、人生风采(5月4日)

活动形式：摄影展

现场展出摄影作品;设置一处景点，现场免费拍摄(1人限拍1次);免费化妆会;美容美发专家咨询会。

5、爱我中华(5月5日)

活动形式：“世纪海联杯”少儿绘画大赛、作品展

从4月25日开始，少年儿童(3岁)凭一幅作品在服务台前报名。

5月5日展出报名作品，再加上现场参赛作品综合得分，评出一、二、三等奖3名，其余为纪念奖。

比赛内容：以“锦锈中华”为主题作画一幅。

奖项设置：一等奖：二等奖：三等奖：

6、明星在线(5月6日-7日)

活动形式：模仿秀卡拉ok大赛

从4月25日开始免费报名。桥西店服务台进行详细登记。桥西店从4月25日每天晚上7：30-9：30在店前为音乐爱好者免费提供练习。

奖项设置：

每组3名，一等奖：二等奖：三等奖：

1、换季商品蹦极行动

联合厂家促销和桥西店自行促销，选出10余种针棉商品五折

销售。

2、生鲜潮、早市价

推出几种超低价生鲜商品进行限卖。

3、购物套餐，盘盘开怀

购物达规定现金者，凭电脑小票加规定现金在指定处换购指定日常生活用品。