

卖手机的促销方案(优秀5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

卖手机的促销方案篇一

双11到来之际，针对各电商大势炒作之际，香港路信准备借势造势，策划双11重大营销活动，针对双11这天卖场内的所有手机进行低价促销活动，以吸引顾客形成气势、促成销售。

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，可以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。但一定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可以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，二是帮助清理库存，三是帮助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，就选择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积极性。

卖手机的促销方案篇二

一、活动背景

手机专营店装修建设完毕，9月2日正式投入运行，特举行专营店开业庆典仪式。

二、活动的意义

庆典仪式记录企业迈出新步伐；庆典仪式展示企业的良好形象；庆典仪式宣扬企业文化，提升企业员工凝聚力。良好的宣传效果可以使政府、供应商、客户等对象产生深刻的印象。

三、活动计划

1，筹备

为了开业庆典能圆满顺利的进行，建议双方合作设立以下岗位：

a□筹备组：确定邀请嘉宾名单、贵宾名单，确认来宾人数、拟写总经理、嘉宾开业致词；确认剪彩人员、邀约新闻媒体记者、预定开业酒席。（永旺公司——开业前期筹备事宜）

b□会务接待组：发送请柬；准备签到桌、桌布、签到桌卡、签到本（3本）、签到笔、嘉宾礼品；贵宾接待登记；花篮彩带、彩球门；摄像、摄影人员；手机产品展示员。（永旺公司——开业现场）

c□庆典组：开业庆典仪式主持、开业庆典音响、麦克风、开业剪彩用品（绸花、剪刀、托盘）、礼仪小姐、锣鼓队、礼花弹、摄像、摄影人员。（华沙公司——开业现场）

d□演义组：主持人、歌手、舞者、喷绘、航架、展牌临促（永旺公司）、音响、麦克风、小礼品（永旺公司）、升空气球、摄像、摄影人员。（华沙公司、永旺公司——开业当天）

2， 现场布置

庆典现场的公共形象可以给公众流向强烈的印象和认知感，力求使人过目不忘，印如脑海。

a□统一的logo标识

b□专营店门口两侧摆放花篮与升空气球4个。

c□专营店门口设置签到桌，为来宾签到、发放礼品。

d□门口设置彩球门、门头上悬挂横幅，横幅内容——热烈祝贺永旺*****开业大吉。

e□剪彩地毯设置于专营店门口，麦克风2只（含支架）摆放其中□f□专营店内设置果品桌，上摆鲜花、香槟酒、果品，以及蛋糕、西点。

g□专营店内设置礼仪小姐更衣室、存物区。

h□专营店内设置手机产品展示、宣传台，模型、资料、宣传物资摆放整齐。

3, 活动流程

9: 00全体工作人员到位 9: 35全方位检查工作人员待岗

11: 00——11: 10锣鼓齐奏11: 10司仪开场仪式开始 11: 15
总经致欢迎词11: 18政府领导致词（多名）11: 30嘉宾致词
（多名）

11: 35主持人宣布剪彩嘉宾名单，嘉宾、礼仪小姐出场

5, 物资准备

升空气球：4个含条幅，条幅内容由永旺公司提供 礼花弹：2
支，赠送 剪彩绸花：6个

音响：一套含2支麦克风含放音员 锣鼓队：16人 横幅：公司
自备 花篮：公司自备

签到桌及签到用品：公司自备 嘉宾礼品：公司自备 产品展
示用品：公司自备

rode show策划方案 一，活动形式

舞者：6名，2组，每组3曲 现场工作人员：公司员工 活动主
管：公司1名，公司1名 三，活动主题：由贵公司拟定 四，
活动时间及地点：

地点：均利广场日期：9月2日 时间：15: 30——18: 30 五，
节目策划主旨

1, 主持人：以手机专营店开业为主线贯穿整场活动的灵魂，

要求专业、活力、幽默、亲和力强、现场气氛把握强、应变能力强。

2，以健康绿色为主导带动整场气氛，以深情、活力的歌舞等文艺节目吸引消费者。

3，人物造型新颖、注目让观众感到新鲜、活力、健康、瞩目的效果。4，注重与消费者的沟通、互动，增强参与性，使消费者融入活动中来，多次强调本次开业事件，加强手机专营店在消费者心目中的品牌形象和具体地址。

六、形象要求：

可遵循企业vi精心设计造型，具体形象要求由贵公司提供。
具体内容：主喷绘图案，人体彩绘图案。

卖手机的促销方案篇三

俗话说，酒香不怕巷子深，就是说，再好的产品，也需要宣传。大凡实体小店，基本就没有做过什么宣传。很多乡镇店铺本身规模不大，就是死死地开在那，等顾客上门购机，这样绝对不行，必须要做宣传，必须要做活动。而且现在马上就要进入手机的一个淡季，根据我们手机的定位在二线品牌，并针对的是三四级市场，那么，乡镇的手机店铺就是我们的重点销售客户，所以我们一定要和店铺的老板一起通过做宣传，活动，把店铺的人气和气氛搞起来，以此带动我们手机的销售量和知名度的提升。

1)宣传的噱头：开张大吉，厂家厂庆，店铺几周年庆等。

2)根据宣传的噱头录制专门的光碟，在宣传活动的前一两天(乡镇不逢集的时候)，找一个面包车，将促销的内容简明扼要的做到一个喷绘上悬挂在车上，并在车顶放置一个喇叭，在附近的乡镇和村子去吆喝，并且在人多的地方：茶铺，广

场等地方停留几分钟，把这次的促销的机型，店铺名称，奖品等优惠给老百姓喊出来，因为老百姓都喜欢买优惠的东西，而且以此要造势，让附近的人提前知道，在那一天哪一个店铺可以买手机送什么东西，可以享受到打的优惠。

3) 店铺的装扮，要把活动的气氛弄出来。也可以让乡镇的锣鼓队来店铺面前吹吹打打，搞搞气氛，也可以吸引到那些不想买手机的人来凑凑热闹，增加店铺的人气。

4) 店铺内的手机，如果是开张，那么价格一定要便宜，非常的便宜，有的产品甚至可以在保本的情况下卖出，并且要用大纸条明码标价上去，如果是周年庆，那么把奖品要摆放在门口，并且把买手机送xx的活动印制成彩页，到处发放，并在购机后领取奖品时要放鞭炮给其造势，同时也给别人看到奖品是实实在在的，不是虚造的。总之所有的手段，都是要造成一种万人抢购的浪潮。人都有一种从众的习惯，看到别人在抢购，他也会忍不住手痒，本来不想买的，也会去买，还有本来是看热闹的，看到实在的奖品，他也会跟过去购买。

5) “套餐”式销售，比如你购买我的手机，我可以送手机卡，话费，以及内存卡等，做成套餐式的，这样商家也可以从手机卡，配件等上可以赚钱，老百姓也认为很实惠，一举几得，让顾客在你的店铺里同时购买几种东西，是很重要的。

6) 宣传的期限不能太长或者太短，一般在7-10天。

7) 宣传活动时的人员安排，场面的控制，费用的预算，礼品的发放等要合理。

8) 做宣传活动要因地制宜，因店而宜，要根据店铺的周边的消费人群和环境来制定具体啊宣传内容和促销的机型以及奖品的确定。

9) 多多让利给消费者，少让利给终端。要让顾客知道在促销

期间，终端的加价利率低于平时的加价利率，让顾客确实感到商家是把大的实惠给了自己。这样顾客就会心无旁虑的购买。

10) 促销特价后的零售价格的制定：效仿超市的价格表示，突出_99，并赠送xx礼品顾客就认为自己享受到了双重优惠。

卖手机的促销方案篇四

手机零售商拓展促销思路，帮你武装成一个“足计多谋”的促销头脑。所谓手机店促销兵法，是根据《孙子兵法》十三篇之内容，与现代手机店商战相结合而来，限于篇幅，本促销兵法只谈实战应用，并仅局限于手机零售领域。

兵法1、促销五事：手机店在做促销前经营者、店长、店员是否形成统一的共识，明确此次促销的目标，是吸引客流、提高销量还是增加利润。同时要考虑到促销的时机、位置（店内、外），主要负责人，并制定详尽的规则。如特价、降价、折扣、不二价、还款促销、优惠券促销、捆-绑促销、赠品促销等促销手段。结合促销五事，就可以策划一次综合的促销活动。

兵法2、促销七计：在同一区域市场内，即七个可以判断胜负的标准。第一，哪一家店铺的店长或经营者更懂策略，更能带领好店员；第二，哪一家店铺的店长或经营者更有才能，对店员更有威信；第三，哪一家店能把握好时机与有利位置；第四，哪一方能将策略执行到位；第五，哪一方的人力、物力更到位；第六，哪一方的店员销售技巧培训的更好；第七，哪一方的激励奖惩制度制定的更好。

凡能在以上七个方面胜出的手机店，促销策划就是一次成功的策划。例如某手机店在开业促销策划前，会对竞争对手的背景做详细的调查，然后再选定开业的时机，正式开业前对

店员的服务礼仪、销售技巧做好培训，所以店铺开业才会旗开得胜。

没有达到提高销量的效果，如内蒙某手机零售店就善用逆向思维，别人都做促销时我不做。反其道而行之。节省了促销成本，借助分享别人的客流，达到促销的目的。

兵法4、“善用兵者，以战养战。”意即为善于用兵打仗的，不会由国内取得补养供给，而是由敌国获取。手机店在制定促销策划时，也要善于结合竞争对手的促销策划，才能制定出超越式的促销。例如某手机店得知竞争对手五一会举办“买手机送自行车的抽奖促销。”于是就制定了“买手机送摩托车的抽奖促销。”

兵法5、“全力以赴打好第一仗。”在手机店重大节假日促销中，第一天的业绩的达成，对团队的士气有着很大的鼓舞作用。所以作为手机店店长或经营者，一定要全力以赴打好第一天促销。操作核心要素是要做好充分的准备工作，包括促销物料、氛围、人员培训、竞奖流程、综合演练等等。

兵法6、“将能而君不御者胜。”意指如果君主能不干预手下有才能的大将，就会取得胜利。应用到促销中，就是要合理授权，大型节日促销，有效执行，需要有执行力有组织能力的人，所以当天的台前幕后都要安排一位得力助手来完成，并做好充分的信任和授权。促销结束后再做评断，中间不做过多干涉。才能保证活动高效完成。

兵法7、“以谋制战，不战而胜。”每一次促销活动，不能拍脑袋就打折、送赠品这样简单，必须经过谨慎思考后再做行动。所以在做促销前，对市场行情、消费者、同行加以调查分析，谋定而后动是必要的。思考做什么促销？为什么要做？如何做？然后再去具体实施。

的，同时也提示促销当天，要做好人员的安排工作，以最佳

的精神状态，最专业的服务迎接中大型促销活动。

兵法9、“不促销而胜的不二法门”a手机店位于成都太升路手机一条街的重要位置，当周围数家手机店都在促销战上费尽脑筋时a手机店确独善其身，重点加强销售人员的销售话术培训，特别是《手机应该这样卖-跟我学话术》这本书，人手一本，并要求必须背会，并集体学习观看60辑《手机应该这样卖》情景剧。把每一位店员都培养为手机销售“杀手”，来者必杀。努力由提高店铺的成交率上做文章。在竞争激烈的手机商业街上获得不错的业绩。

兵法10、“创造胜利的态势。”促销成功的关键是营造一种热销的氛围与气势是关键。醒目的店铺形象，整洁的外场环境，缤纷的空飘、条幅、充气拱门、彩带和刀旗，新颖、有趣的促销活动，时尚科技的样机演示，着装统一的促销人员，以及充沛的客流，这一切共同组成的外场气氛，不仅可以刺激入店顾客的购买欲望，同时能吸引路过者的目光，扩大活动的影响力，激发潜在的消费。卖场内海报、吊旗、手写pop厂家宣传资料、气球和彩带等装饰用品，突出活动主题、烘托卖场气氛、促进商品销售也起着重要的作用。

兵法11、“奇正相合，善变取胜。”手机店做促销，要“正招”与“奇招”相结合，并把握好度，把握好时机，才能取胜。所谓正招，也就是真正能让顾客得到购机实惠的，如售后服务政策。所谓的奇招，也就是华而不实，仅是为了吸引顾客进店的噱头，此方面不可过度用，如“0元购机。”这里面显然是有问题的，所以，正如广告宣传一样，三分实七分虚，做促销活动也同理。

兵法12、“虚虚实实，左右战局。”促销过程中，宣传环节至关重要，宣传是表面上看不到什么收获，而只有销售结果出来才能评价促销效果。而虚无的宣传手段，直接决定了实在的收益。因此，一场成功的手机店促销，离不开宣传时间与手段的选择与应用。

兵法13、手机店促销十二字方针，建形象、上人员、抓培训、搞主推。店内外抓主题形象营造，如国庆节，就要以国庆节的素材为主，五一节就要以劳动节的形象为主。上人员，抓培训。店内员工齐动员，系统手机销售技巧培训，必要时聘请临时促销员参与。搞主推，促销一定要有主推机，要有重点。

兵法14、价格割喉战，同一款同一型号手机，明枪：对外宣传直降800元，暗箭：对内调低仅为100元。高调宣传，低调调价，吸引顾客注意，打击竞争对手。

兵法15、价值割喉战，购天宇x90送价值100元的2g内存卡，送价值280元的蓝牙，送价值160元真皮皮套，送价值180元的高级商务电池一块，送价值68元的高级耳机一副。

兵法16、套餐大作战，购机超值优惠套餐大赠送，套餐一：车充+座充+直充；套餐二：原电+商务电；套餐三：饰品+清洁套装；套餐四：话费+延保。

兵法17、来就抽，抽就中，120%的中奖率。好礼、大礼等你拿。

兵法18、0首付0利率超低手续费分期付款，只需身份证，手机轻松拿回家。

兵法19、一起去马来西亚，购机送刮刮卡，刮中就有机会去马来西亚出国游。

兵法20、来店有礼，试机有理[x1809新机闪亮登场，全市仅此一家，68台全市限量版紧急发售中。

兵法21、售后不愁，用手机快乐给您，售后麻烦给我们。终身免费保养，超长延保服务，免费检测，配件厂家直供，免费提供备用机，小问题30分钟快速维修，免费号码备份，免

费软件升级。

兵法22、拒买新的旧机，全新超前概念款手机横空出世。军工打造，航天技术，高档飞机专用材料。

兵法23、一个人也团购，一个人也批发。团购价紧急发售中。

兵法24、只有你才可以！最后6天。针对本店vip顾客，强力追击一对一超强促销中。

兵法25、付款试用，消费者凭有效身份证复印件，交纳30%的定金，手机免费试用7天。

兵法26、买赠新招：除品牌厂商配发赠品外，手机店自购礼品可考虑保健品，喻意送健康；精品茶具，喻意送品味；送按摩器，喻意送休闲。总之，在考虑成本的前提下，以送有价值的赠品为主。

兵法27、折扣变直降：操作，如某款手机进价500，零售750元，用折扣给顾客产品也打折的印象，所以变为直降600，暗中调低100就ok□这样可以给顾客用650购买到（600+750）1350元产品的感觉。

兵法28、竞赛促销，通过竞猜、征集与答奖竞赛的活动方式进行，内容可以涉及到店铺文化知识、手机功能产品知识。如某手机店就手机术语知识设计了21道答题，全答对可获一等奖，18道题为一等奖，16道题为一等奖。顾客在答题的过程中，认识了什么叫行货手机，什么叫黑手机，在答题过程中同时树立了对手机的品牌意识。

兵法29、会员促销兵法，会员二次购机送礼品，会员孩子生日的时候打电话祝贺、送生日礼物，新机上市有通知，定期会员联谊会。

兵法30、高价促销，某手机店采购一批独家资源，其它手机店没有货，于是就采用高价促销策略。上柜前，做了充分的宣传造势工作，同时在店内设计了重点重复陈列。销量异常火爆，利润空间也是十分可观的。

一. 活动背景

四月份，正值vivo新款旗舰现货上市的时节，在零售市场掀起又一个销售高潮。同时，正逢五一黄金周来临之际，社会大众的目光同时集中到销售行业，特别是零售行业，能否把握住这次宣传时机尤为关键。因此，通过回馈顾客、感恩促销树立良好的公众形象，从而提升vivo的品牌和市场影响力。

二. 活动目的

(一)通过活动，吸引消费者，提升卖场客流量。

(二)抢占商机，配合商户促进新品上市，提高销量。

(三)重点回馈消费者，进一步培养其对门店的美誉度和忠诚度。

(四)全面树立vivo品牌形象，扩大市场影响力，从而扩大市场份额。

(五)促进销量使大节前部淡

三. 活动主题

“感恩中国，惠在vivo”

活动时间 04月11日——4月13日

四. 活动内容：

(二) 活动期间凡vivo老顾客带领新顾客选购任意一台vivo手机即可获赠8g内存卡，移动电源，蓝牙耳机任选一样。

(三) 活动期间卖场所有配件一律7.8折。

六. 小型免费人气游戏

店门口举行小型有奖活动

(一) 游戏主题

免费游戏有大礼

(二) 活动形式

与群众玩射飞镖

(三) 游戏目的

促进卖场促销氛围，聚拢人气，宣传活动，增强品牌知名度。

(四) 游戏时间

晚上19:30--21:00

五. 广告宣传及预算

宣传方式

(一) 店面对以往老顾客群发短信：“感恩中国，

上穿vivo工作服，喊口号“感恩中国，惠在vivo”“vivo手机，质量第一”“买手机，选动力，到动力买vivo”等。游街时间每天上午10点，下午3点，5点。

游街地点与店面商量待定。

举牌内容正面：感恩中国，惠在vivo□反面；选购vivo□八重豪礼。

物料准备

喷绘(活动主题宣传)3x2□米) 2副（新做可反复使用） 帐篷4顶（现成）

太阳伞两把（现成）

双排拱门一个或单排两个（现成）

红地毯一条（店面现成）

堆头20个（现成）

礼品桌台两个（现成）

vivo专柜四节（现成）

举牌视游街人数而定

便携式扩音装置1副

飞镖盘一套（新买）

便拆卸灯具一套（店面现成）

麦克风两个（新买）

海报若干（现成）

各类单页若干（现成）

礼品预算，

精美礼品100份（店面提供）小游戏奖品

罐装可乐四箱，（店面提供）小游戏奖品

2600移动电源20个，（店面提供）小游戏奖品 vivo水杯30个
（公司提供）

熊猫音响30个（公司提供）

8g内存卡30张（公司提供）

5200移动电源30个（店面提供）

皮套30个（店面提供）

手机壳30个（店面提供）

六. 人手需求

主持人刘柯利，副手一人（男）跑堂一人（男）导购员3名

七. 细节要求

一. 店外四节专柜可以销售手机

二. 门店活动期间政策倾斜，建议：任务+现金奖励。务必做到店面员工权利主推。

八. 注意事项：

一. 店外展柜随时要有人员看守

二. 跑堂人员带领游戏中奖顾客领取对应礼品

三. 副手与主持人随时之一维护现场安全秩序

四. 店外展柜需做好手机与礼品的进出报备当晚盘对

五. 所有准备工作在活动前一天10号务必做全！ 预计销量11号6台，12号10台，13号14台。共30台。

活动人员安排

策划主持人：刘柯利

各类调度：王永刚

一、市场现状分析

由于卖场位于乡镇，且区域人口以外来人口为主，消费能力较差。那么不妨将这次促销活动产品主要定位在手机上。原因有二：1、方正品牌电脑由于价格的因素，对外来人口来说属于大件数码产品，考虑购置的人很可能只有少部分人，即使有促销，销售量也不一定高。2、现在很多手机都有mp3的功能，目标消费人群的消费能力较差，那么很多人就不会为了听音乐或看视频，再另外购置mp3/mp4。由于顾客的品牌忠诚度不高，那么参加活动的手机着重以功能、价格为特点，而不需要考虑品牌手机。

此外，由于外来人口众多，那么贵店所在乡镇应该是属于工业企业集中区域，因此电脑耗材作为办公必备耗材，需求量应该不少。可以在电脑耗材这块上多做促销活动。

二、宣传推广

要搞促销，就要先做好宣传。一可以通过派发传单的方式来宣传，派发地可以选择超市、菜场、主要街道、工业企业园区附近等；二在主要交通要道、人流集中区域悬挂广告横幅，

如“中秋国庆惊喜大促销”等；三是张贴海报，在人流集中区域张贴宣传海报。

三、促销活动细则

1、推出几款特价机。这些机型功能要比较齐全，比如拍照、上网、音乐等功能；价格要尽量实惠，最好在千元左右的机型中考虑。外观也要尽量时尚些。这些手机的目标人群是35岁以下较为年轻的人。

2、买手机送话费活动。推出几部指定手机送一定的话费。这些手机的基本功能要全，外观不求多时尚，也可以是贵店需要尽快出手的一些机型。这类手机的目标人群是35岁以上讲求实惠的人。

3、满就送。消费到一定金额可以送一定的产品，这些所送产品要实惠。

4、满额换购。消费到一定金额可以以低价格或低折扣换购一件数码产品，特别是电脑耗材一类。

5、在贵店如果购买一台电脑，可以赠送一张优惠卡。优惠卡的内容可以是：以后在店内购买其他电子产品打8折；终身免费**维修电脑（免工时费），当然**区域在该乡镇范围内；提供免费的打字、上网等内容培训。

6、延长数码产品的保修期。可在原先保修期的基础上增加一年或两年时间。主要目的是提高服务品质，留住客户。

7、在耗材方面，可以推出特价产品，或者买几送几这样的活动。

以上只是我想到的几点，如果您觉得感兴趣，可以再联系我，对方案加以有针对性的修改完善。祝生意兴隆！

首先明白一下几点

你的店位于乡镇 客服消费能力差

建议可以与相近的其他类型店铺共同举办，例如食品店或者超市，买电子产品赠送中秋贺礼或者其他。

3，买一送一，针对笔记本电脑而言，买笔记本送mp3之类的。因为是乡镇用户，所以笔记本相对而言比较难销。这个要看当地的情况了。

4，针对手机，低价的品牌手机，以及国产山寨机可以对外宣传为“抛售处理”，另外可以举办“以旧换新，国产手机换名牌手机”，名牌手机以诺基亚，三星等老式手机为主，因为感觉乡镇的客服，尤其是中年人对手机的功能没有多大要求，对外表以及实用性很在意，换购价格要尽量低，亏了就亏点，主要目的是让更多人知道你的店 知道你的店的产品质量好。所以手机尽量选择进口的质量不错的，消费者换购至少要让他们换购的手机使用时间长点，这样对塑口碑是有好处的。

一、市场现状分析

由于卖场位于乡镇，且区域人口以外来人口为主，消费能力较差。那么不妨将这次促销活动产品主要定位在手机上。原因有二：1、方正品牌电脑由于价格的因素，对外来人口来说属于大件数码产品，考虑购置的人很可能只有少部分人，即使有促销，销售量也不一定高。2、现在很多手机都有mp3的功能，目标消费人群的消费能力较差，那么很多人就不会为了听音乐或看视频，再另外购置mp3/mp4。由于顾客的品牌忠诚度不高，那么参加活动的手机着重以功能、价格为特点，而不需要考虑品牌手机。

此外，由于外来人口众多，那么贵店所在乡镇应该是属于工

业企业集中区域，因此电脑耗材作为办公必备耗材，需求量应该不少。可以在电脑耗材这块上多做促销活动。

二、宣传推广

要搞促销，就要先做好宣传。一可以通过派发传单的方式来宣传，派发地可以选择超市、菜场、主要街道、工业企业园区附近等；二在主要交通要道、人流集中区域悬挂广告横幅，如“中秋国庆惊喜大促销”等；三是张贴海报，在人流集中区域张贴宣传海报。

三、促销活动细则

1、推出几款特价机。这些机型功能要比较齐全，比如拍照、上网、音乐等功能；价格要尽量实惠，最好在千元左右的机型中考虑。外观也要尽量时尚些。这些手机的目标人群是35岁以下较为年轻的人。

2、买手机送话费活动。推出几部指定手机送一定的话费。这些手机的基本功能要全，外观不求多时尚，也可以是贵店需要尽快出手的一些机型。这类手机的目标人群是35岁以上讲求实惠的人。

3、满就送。消费到一定金额可以送一定的产品，这些所送产品要实惠。

4、满额换购。消费到一定金额可以以低价格或低折扣换购一件数码产品，特别是电脑耗材一类。

5、在贵店如果购买一台电脑，可以赠送一张优惠卡。优惠卡的内容可以是：以后在店内购买其他电子产品打8折；终身免费**维修电脑（免工时费），当然**区域在该乡镇范围内；提供免费的打字、上网等内容培训。

6、延长数码产品的保修期。可在原先保修期的基础上增加一年或两年时间。主要目的是提高服务品质，留住客户。

7、在耗材方面，可以推出特价产品，或者买几送几这样的活动。

以上只是我想到的几点，如果您觉得感兴趣，可以再联系我，对方案加以有针对性的修改完善。祝生意兴隆！

首先明白一下几点

你的店位于乡镇 客服消费能力差

建议可以与相近的其他类型店铺共同举办，例如食品店或者超市，买电子产品赠送中秋贺礼或者其他。

3，买一送一，针对笔记本电脑而言，买笔记本送mp3之类的。因为是乡镇用户，所以笔记本相对而言比较难销。这个要看当地的情况了。

这样对塑口碑是有好处的。篇二：手机国庆促销活动方案

手机国庆促销活动方案

手机国庆促销活动方案

促销活动目的：

旺季抢量,同时强化步步高音乐手机,完美音质的形象定位,通过主推音乐手机,提高中高端机型的比重达到40%以上.

促销主题和内容：

主题:完美音质,随身畅响

xx年9月20日-10月31日,凡购买步步高音乐手机

(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款,均有便携式旅行小音箱赠送. 赠品介绍:该赠品为便携式旅行小音箱,主要的用户利益点在于手机音乐的共享,可以在郊游,聚会等时刻,随时随地播放手机中存储的音乐.

促销活动的开展方式:

此次促销活动,全国统一开展,赠品全部由工厂采购,公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款.礼品采用先冲帐后核销的办法.

各地的赠品需求数量由各地确定,原则上是针对消费者的促销,不考虑补通路库存.配合本次促销活动,公司将专门制作陈列,形象展示,现场活动用pop物料.

除不可抗力影响外,本次促销的所有赠品,户外促销活动以及形象布置的宣传物料,须在9月10日之前到达各一级仓库.

终端的赠品配送方式:

派驻促销员的铺货型的卖场:赠品必须由促销员控制,赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应.

无派驻促销员的铺货售点:最好能借助促销活动转成现金进货;否则,不必在此类售点开展促销活动.

如何制定国庆节手机促销方案?这是很多手机厂商负责制定国庆节促销方案的人员经常会问的问题,也是制定促销方案前必须思考的一个问题,为了有助于大家制定出更好的促销方案,世界工厂网提供了**手机2015年国庆节促销方案范例,以供参考。

**手机2015年国庆节促销方案

一 促销目的

每年的十月一日国庆黄金周是手机零售业促销的重中之重，做好促销不但可以带动新一轮的销售高潮，大力度的提升和完成销售目标、帮助商家清理不良库存，还可以使商家品牌形象在市场地位中得到进一步的巩固和提升，所以十一的促销一定要重视。

二 促销对象

网商所在城市所有消费人群。由于一些三、四级市场市区人口不大，仅仅向市区人口促销是难以实现销售的大规模增长，所以促销的对象应该包括县域内的所有农村和乡镇居民，甚至包括距离本市较近的临县农村和乡镇居民，尽量扩大促销所能影响的市场空间。（有能力及条件网商可以尝试）

三 促销时间

9月28日至10月5日

四 主题促销

- 1、 抽号购买，手机免费送(超特价)。
- 2、 你来我就给，进店就有礼。
- 3、 红动中国，国庆我放“价”。
- 4、 今秋“豪”礼拿到你手软。
- 5、 十一乐翻天，购物休闲两不误。

五 促销内容

1、 抽号购买，手机免费送(超特价)

活动时间：9月28日至10月2日

取奖券，并当场宣布顾客姓名，由顾客背出所填奖券上的电话号码。如号码和奖券上的一致则可以免费送一部手机或者以99元购买一部手机。

活动目的：抢购抽号活动目的是一大早就在店门前聚集一大批消费者，对其他门店或者后到的消费者有强烈地吸引作用。

注意事项：严格要求一人只能填写一张奖券。免费送或者特价抽卖的机器一般来说为进货价格超低的机型或一些低价不良库存机。

2、 你来我就给，进店就有礼。

活动时间：9月28日至10月2日

活动内容：所有进店的顾客，持单页都可以免费领取一份小礼品。活动目的：增加店内人气

注意事项：免费赠送的小礼品可以从批发市场购买一些价格很低的一些手机小挂饰或者一些小国旗之类的礼品。

3、 红动中国，国庆我放“价”

活动时间：9月28日至10月5日

活动内容：低价形象，拉动销售。

注意事项：对于一些市场价格敏感的特价流水机价格坚决打压到最低!而对一些资源机则可以通过卖赠的方式拉动销售，以保证毛利。一些利润机可适当以打折等方式降低一些利润!促销在一般的情况下，销售量都会有增长，但是销售额的增

长有时候会不明显，原因在于特价流水机销售占比过大所以一定要注意利润机、特价机和流水机的销售比例。

4、 今秋“豪”礼拿到你手软

活动时间：9月28日至10月5日

活动内容：根据不同价位段的机型设立不同的礼品赠送，机器售价越高利润相对越大，礼品也相对加大力度。

注意事项：一张小票对应一份礼品，礼品的搭配结构设计要合理，可以选择当地人群需要或用处很大的物品当作礼品。

5、 十一乐翻天，购物休闲两不误

活动时间：9月28日至10月5日

(1) 有奖猜谜活动 共设谜语xx条(凭当天购物小票参加) 猜对谜语追加赠送小礼品。

(2) 购物乐翻天 购物xx元以上，(凭当天销售小票参加活动) 增设类似“幸运52”中的砸金蛋，礼品质量比猜谜活动稍高一些。

注意事项：十一假期是人们休闲娱乐的时候，人们除了购物，还有娱乐放松的要求，乐翻天、猜谜活动给来店购物的消费者增加了购物乐趣，改变传统的购物体验。

其他活动内容

(1) 户外静展、路演等。吸引消费人群和人气。

(2) 凭以往的购物小票购机折现10元。

(3) 以旧换新、样机打折等。

(4) 联合促销。联合所有可以联合的没有直接竞争的商家，共同做好黄金周促销。

(5) 先到有礼。先到有礼活动是要一开门就要有成交，带动其它犹豫不决的顾客快速采取购买行动。

六 传播计划

一二级市场和三四级市场的传播特点有明显差异，一二级市场里促销传播主要以报广为主，而三四级市场消费者主要是城区居民和农民，居住相对分散。所以三四级市场主要以小区dm单页传播、电视字幕为主。要事先对发放dm单页和小区的路线做好规划。不管是几级市场最最重要的是要把促销内容在促销实施前传播出去，只有让消费者了解促销内容才能引起顾客的消费欲望。

七 其它配合

为了营造卖场销售氛围，对于一些辅助物资，事前统计好种类和数量，并确定好到位时间，保证行动协调一致。这些物资包括吊旗、地贴、楼体竖幅、指示牌、特价签□pop制作等。

八 安全控制

促销活动，安全是第一位的，一定要注意消费者和店面的安全。有一些活动容易引发消费者之间的争执，如特价机抽号时，有人很早就来排队，但是有的人来的晚还要加塞，这种情况事前要有所安排，要有人维持秩序，保证活动井然有序进行。

此外，各地网商可以根据当地市场情况和自身能力选择适合自己的促销活动。促销活动要想产生效果，关键是要抓住顾

客的心，抓住顾客的需求变化，哪怕是最朴实无华的促销活动形式，只要活动的实质内容能够贴近顾客的心，就能够打动顾客、吸引顾客。

本文提供的**手机2015年国庆节促销方案范例，详细具体、可操作性强，希望能够对大家制定国庆节手机促销活动有所帮助。

卖手机的促销方案篇五

小编语：每举办一场活动，都要有一个明确的目标。就像一条行驶在茫茫大海上的船只，如果找不到确定的方向，便会迷失。以下关于手机春节活动策划方案两篇，仅供参考。

手机春节活动策划方案(一)

一、活动背景

春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、宣泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。新春佳节是消费者购买手机的一个黄金时期。除了中国传统逢年过节礼尚往来的习俗之外，相当一部分消费者期望在春节期间可以以更优惠的价格买到心仪的手机。对于商家来说，春节是全年中最大的销售机遇，抓住了春节市场就相当于抓住了20%的营业额，60%的季度营业额。因此，在如此激烈的竞争环境下，成功的春节促销活动就显得尤为必要。

二、促销目的1、树立卖场和产品形象，向消费者介绍新产品。

2、增强消费者对本卖场的了解，增强企业的美誉度，知名度。

3、部分产品特价低价，让利消费者，同时消化库存。

4、扩大市场份额，狙击竞争对手，保持领先地位。

三、市场分析

1、春节市场特点

春节期间市场需求暴增；此时的消费者的消费决断较易受环境气氛左右，冲动性消费大幅增加；与此同时，几乎所有的商家都会有所行动，媒体等资源也保持紧张状态，营造出繁荣的市场氛围，反过来刺激消费者促进消费。

2、春节手机消费者特点

春节期间手机消费人群主要由两部分构成：一是理性消费者，这部分人理智，有计划，有主见，对自己需要什么很明确，重视手机的质量与价格，对促销活动能提供的实惠较为关注，不易受广告宣传影响；二是感性消费者，这部分人冲动，喜欢跟随潮流，购买具有相当的随机性，较易受广告宣传的影响。在促销活动时应兼顾两种消费者，才能达到较好的销售成绩。

四、活动主题

主题：圣猴怀春，独立“潮”头

时间：1月20日---2月20日

五、促销方式

销售是一个层层递进与消费者沟通最终达成销售目标的过程，在这个过程中要根据不同的消费心理阶段各自的特点采用不同的促销手段。

1、广告宣传

这个阶段的消费者处于“注意、兴趣”阶段，卖场应当充分

利用媒体等方式吸引消费者眼球，将其吸引至卖场。

(1) 在当地电视台、报纸投放广告，具体投放力度视情况而定

(2) 制作数量充足的传单以及宣传资料并在闹市区派发

(3) 在卖场张贴有足够冲击力的巨幅主题海报

(4) 开展微信“扫一扫”活动

2、卖场促销

活动内容：活动期间所有来卖场参加促销活动的顾客均可凭手机号或身份证号获得卖场赠送的春联一套；参与微信平台互动的可以获得台历或挂历一幅。

活动二、购机欢乐送

活动内容：活动期间所有购买手机的的顾客赠送手机贴膜；购买指定机型还可获赠蓝牙耳机、移动充电器，送完为止。

活动三、整点福临门

活动内容：活动期间，进店顾客在填写“福运券”后即可参加抽奖，凡是抽中的幸运顾客就可三---五折购机。（每个整点三折购机一名，四折购机二名，五折购机三名）

活动四、手到鸿运来

活动内容：活动期间，购机款满1000元可获得一次踩气球机会，2000元两次，以此类推，球球有好礼，次次不落空。

一等奖ipad一台

二等奖数码相机一台

三等奖豆浆机一台

纪念奖精美礼品一份

六、卖场布置

1、整个活动区将划分为三个部分：产品展区、活动区、接待区。

产品展区：展示产品形象及功能，配合pop或展板展示以及模特展示；

活动区：主要由背板、舞台、音响系统和活动工具组成。

接待区：主要是接受咨询，发放宣传资料和促销品。

2、正门上方悬挂春节大灯笼，卖场入口处设置红色气球拱门

3、玻璃门、窗根据马年以及活动主题贴海报和装饰，通道内悬挂写有宣传标语的吊旗

4、安排吉祥物在卖场外发宣传海报

5、卖场内不间断的led滚屏宣传

6、设置音响，调节气氛

七、人员培训

人员促销是最直接的与顾客沟通的方式，一个好的促销员可以促使消费者更快的达成消费目标，避免反复。

1、严格筛选促销人员

促销人员的性格各有不同，除了先天条件外，性格是决定取

舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的。

其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、是否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地把握消费者心理，使促销效果打折；只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，而不会在遇到困难时中途逃脱；春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传递给消费者，但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，如果放任促销人员“自说自话”，只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必须规范。

规范的促销语言必须简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题，要标准化、人性化。

制定的方法可依据春节促销活动内容，与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。

八、促销评估

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，强化记忆度达到最基本的认知和知晓的目的，运用演出引起消费者的注意，通过介绍手机，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。

手机春节活动策划方案(二)

促销活动目的:

旺季抢量,同时强化 xx手机,完美音质的形象定位,通过主推xx手机,提高中高端机型的比重达到40%以上。

促销主题和内容:

主题:完美音质,随身畅响

2016年12月20日-2016年2月15日,凡购买

xx手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款,均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍:该赠品为便携式旅行小音箱,主要的用户利益点在于手机xx的共享,可以在郊游,聚会等时刻,随时随地播放手机中存储的xx□

促销活动的开展方式:此次促销活动,全国统一开展,赠品全部由工厂采购,公司根据各地xx手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法:根据各地促销活动期间的xx手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定,原则上是针对消费者的促销,不考虑补通路库存。配合本次促销活动,公司将专门制作陈列,形象展示,现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外,本次促销的所有赠品,户外促销活动以

及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

赠品配送方式：：赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

促销活动注意事项：从全国来看□xx手机80%以上的销售来自于促销员；另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。春节手机店促销策划方案--策划书春节手机店促销策划方案--策划书。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备□k098□k028□k128必须配真机。

专门的xx手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的xx手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和xx手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一xx在xx市投放的的临促数量(300名临

促)，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在春节三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

策划方案。各地注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

*春节当天要准备低价格机器冲量。比如□k218等。

预防问题：赠品的流失问题，必须有严格的流程控制，促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品，都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。要设定促销目标，开展分组竞赛；促销活动中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果；利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

附：

终端赠品发放登记表

售点名称： 填表人： 编号 顾客姓名 联系电话 手机型号 手机imei码 赠品名称/数量 赠品库存表 期初库存 实销数量 送出赠品 期间补货 期末库存 备注：是否有其他损耗，请在下面注明原因。