

# 2023年活动充值方案策划(通用5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。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。

## 活动充值方案策划篇一

从以往的经验看圣诞节对于药店促销来说推动性不是很大，但机会不可放过，将两节合并一块，借机宣传并加强药店影响力度。

加强药店外在形象，扩大知名度。

送给你家一般的温暖

打折、买赠、义卖

- 1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。
- 2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。
- 3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒(共500份)。

## 活动二

本店开展xx老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于xx贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

宣传单□dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

- 1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。
- 2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。
- 3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

主题口号：

- 1、真情回报，购物有礼，大型优惠活动
- 2、专家现场免费义诊，仪器免费检测
- 3、会员奖品大派送

时间：月日——月日

地址大药房

内容：

- 1、所有会员派送礼品，现场兑现积分奖品
  - 1)、采取宣传页告知，电话逐个通知，每个会员均免费发放精美茶杯一个、
  - 2)、会员按前期积分多少兑现场兑奖

### 3)、现场免费办理会员卡

## 2、专家现场免费义诊

现场免费为顾客就诊，免费开据医药处方，仪器免费测量心血管，胃肠道，糖尿病，风湿等疾病，顾客可以凭处方购药享受10%的优惠□aa大药房以真情回报顾客对aa大药房的大力支持与关注。

## 3□aa大药房购药送礼、抽奖大型活动

活动期间，顾客购买商品满8元可获取礼品一份，礼品按购买金额对应提高、购买商品满58元可参加现场抽奖一次，中奖率为100%。（多买多抽）

促销活动的难点：

当前促销活动往往不被消费者关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动到场人数不够，活动效果不佳、其实并不是促销活动本身不具备吸引力的问题，而是由于当前各种促销活动太多、太乏乱，部份活动在宣传中没有将促销活动的核心利益点表达清楚，宣传的执行力度也不够、故而，活动宣传单也需要进行精心的设计和创意，其关键还在于怎样投递，采取什么方式投递，投递的范围和密度。

常见的促销活动形式：

主要有三种，即降价和打折、派送礼品、现场有奖促销。

一般说来，消费者接受活动信息的模式为：注意——兴趣——欲望——行动——满足。

## 活动充值方案策划篇二

美容院周年店庆 零利购疯狂秒杀

活动日期：2013年12月12日—2014年1月22日

疯狂秒杀项目 周年店庆

健康.美丽.零利购

充值3800元：

配送：

- 1、面部芭蕾10次价值1280元
- 2、疯狂抽奖券1张。（每3000元可获得抽奖券1张100%中奖券）
- 3、获得一次疯狂秒杀的机会。
- 4、凡购买3800元巨邦胸部：送3800元的巨邦胸部仪器

充值5800元：

配送：

1. 赠现金充值卡 800元
- 2、面部芭蕾10次价值1280元 3、疯狂抽奖券2张。4、获得两次疯狂秒杀的机会。
- 5、购买巨邦5800元胸部：送5800元的胸部仪器

充值12800元：

配送：

1、赠现金充值卡1200元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 i pad 价值：6000元 2名 眼镜 价值：1000元 7名蓝牙耳机 价值：300元 40名 时尚饰品 价值：200元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦12800元胸部：送12800元胸部仪器

周年店庆

健康.美丽.零利购

充值29800元：

配送：

1、赠现金充值卡2000元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 lv手袋 价值：7000元 2名 i pad 价值：6000元 7名钻戒 价值：3000元 20名 相机 价值：1500元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦29800元胸部：送29800元胸部仪器

充值8万元：

配送：

1. 赠现金充值卡5000元。

1、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

2、砸金蛋一次：1名 名表 价值：1.5万元2名 i phone5 价值：

5000元7名 gucci手袋价值：5000元20名 钻戒 价值：3000元

4、获得3次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦80000元胸部：送80000元胸部仪器。

充值20万元：

配送：

1、赠现金充值卡15000元。

2、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

3、砸金蛋一次：1名 香奈儿包包 价值：4.5万元 2名 黄金手链价值：8000元17名i pad价值：6000元 4、购买巨邦二十万胸部送：20万元胸部仪器。

美容院周年店庆 零利购疯狂秒杀

活动日期：2013年12月12日—2014年1月22日

疯狂秒杀项目

周年店庆

健康.美丽.零利购

充值3800元：

配送：

1、面部芭蕾10次价值1280元

2、疯狂抽奖券1张。（每3000元可获得抽奖券1张100%中奖券）

3、获得一次疯狂秒杀的机会。

4、凡购买3800元巨邦胸部：送3800元的巨邦胸部仪器

充值5800元：

配送：

1. 赠现金充值卡 800元

2、面部芭蕾10次价值1280元 3、疯狂抽奖券2张。4、获得两次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦5800元胸部：送5800元的胸部仪器

充值12800元：

配送：

1、赠现金充值卡1200元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 iPad 价值：6000元 2名 眼镜 价值：1000元 7名蓝牙耳机 价值：300元 40名 时尚饰品 价值：200元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦12800元胸部：送12800元胸部仪器

周年店庆

健康. 美丽. 零利购

充值29800元：

配送：

1、赠现金充值卡2000元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。

3、砸金蛋一次：1名 lv手袋 价值：7000元 2名 i pad 价值：6000元 7名 钻戒 价值：3000元 20名 相机 价值：1500元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦29800元胸部：送29800元胸部仪器

充值8万元：

配送：

1. 赠现金充值卡5000元。

1、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

2、砸金蛋一次：1名 名表 价值：1.5万元2名 i phone5 价值：5000元7名 gucci手袋价值：5000元20名 钻戒 价值：3000元  
4、获得3次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦80000元胸部：送80000元胸部仪器。

充值20万元：

配送：

1.、赠现金充值卡15000元。

2、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

方案一：美容院周年庆活动方案

一、活动背景

爱美之心人皆有之。爱美，是女人的天性，如何才能变成一



个美女？北京美容院在开业2周年之际，特别开展了有关美的活动。让爱美的女人从心美起来。

二、活动目标

三、活动主题

美从心开始

四、活动时间安排

（一）活动准备阶段

（二）活动实施阶段

2、活动地点：北京某某店 3、活动方式：自愿

五、活动程序： 1、主持人开幕 2、经理上台演讲 3、节目表演

4、有关美容知识讲座。 1) 什么是美？ 2) 什么是美容？ 3) 如何保养？

6、中午休息时间会员们可以相互交流美容保养心得。

六、经费预算

横幅的制作费：2\*80=160元

中餐：1000元

总计：1410元

活动方案：

我个人觉得现在的美容院太多了。店庆活动主要的目的就是突出这个美容院的特色与独特之处。据我所知，现在大多数美容院都没有开展美容课程。我们这里所说的美容课程并不是单纯的化妆课程。而主要是告知大家如何去保养美。通过这样的课程让大家知道如何去美容。同时呢，这个美容课程是收费的。费用是从会员卡里面直接扣取。

美容课程就是让大家在平时注意自己的问题。比如说皮肤问题。包括多油，缺水，开裂等等。一旦发生这样的情况应该怎么预防。

从这些基本方面去交大家。同时在会员参加这个活动的通可以享受一定的折扣。不但可以学到知识又可以美容。

毕竟现在人们对于美容的误区很多。关键就是从这个误区下手。大多数女性认为美容就是去美容院做做保养。所以对美容院的认识很局限。我认为如果您能够从根本上去解决这个误区问题，肯定会吸引更多的客户的。这样不但每月目标20万可以达到，治疗卡用户也会变成会员。您可以秉承着为客户服务的态度更好的交客户发掘美。美从心开始。

## 方案二：美容院周年庆活动方案

现在的消费者都变得很理性，象以前活动一搞，生意\*\*的时代已经一去不复返了，没有实质性的促销行动，往往是促而不销。按照贵店提供的资料来看，应该已经具备一定的客户基础，以前做过的活动方式也不少。因此我们认为，普通的买赠或打折方式（例如以前实行的会员卡充值加送30%消费）并不能真正打动消费，否则持疗程卡的顾客就不会迟迟不转会员卡。

以下是我们结合多年为企业策划促销活动的经验，从顾客心理及社会习俗角度提出的几点建议，贵店可根据实际选择某些建议进行操作，也可打包组合。

## 一、借鉴信用卡主、副卡制度，推行会员记名卡模式

方法是每一张会员卡只要加充会员卡充值金额10%的面额，即可办理一张记名卡，每张会员卡最多可办理5张记名卡。而记名卡的持有者可享受与会员同等的待遇，只是消费次数或有效时间与面值成正比关系。记名卡可以充值，还可以透支，透支额度不超过面值的100%，其透支额度由其主卡持有人承担，美容店根据主卡消费金额及所有透支额度总和在值到临界额度前通知主卡持有人充值，否则暂停使用。

这个方法的好处就是你的会员可以拿美容会员卡作为礼品送人（不同于会员卡在使用过程的借用，因为那是借，这是送，在人际关系中差别大了），你在增加现金流的同时还可以扩大准会员人数，对那些自认为本身消费需求有限但需要搞好人际关系的顾客特别有用，象原有使用疗程卡的人改为会员卡的兴趣会增加，而老会员也会带来新消费。

## 二、推广女士消费、男士花钱模式

一个不可否认的事实是，当今社会的财富更多的还是掌握在男士们手中，而他们往往对自己关爱或心宜的女士是很舍得付出的，尤其是女士美容方面。

贵店可以将会员卡当成男士们送给自己心宜的女性的最佳礼品加以推广（当然，必须将此项目适当包装、宣传），这样一来扩大了顾客群与现金流，而且你会发现，只要推销的人员和方法合适，这个新的顾客群比女士们更容易掏腰包。

## 三、异业联盟，联合促销

专业性与地域集中性。此举可共享顾客资源，扩大准顾客群，长期可降低促销成本及提升美容店的知名度。这个方式并不新奇，但在多个城市及行业运作结果看却很有效，而且不同的人运作的特色会各不同。

#### 四、借鉴会议营销模式，借免费培训及联谊活动推行会员卡等店内产品

动老会员带领亲人、朋友参加，慢慢扩大范围，形成口碑传播，在活动过程自然而然地推广会员卡等店内及你的品牌理念，这样可以扩大新客户群，增强美容店的知名度和美誉度。

以上这些方法，都不需要庞大的广告投入，更重要的在于顾客沟通与长期坚持。当然，借助店庆的时机，配合适当地宣传可以更快、更有效地推行。广告的投放方式及店面活动，相信贵店已经有足够的经验来运作，这里就不赘述了。

#### 方案三：美容院周年庆活动方案

本案撰写目的是美容店通过店庆活动快速积聚资金，并大规模发展公司会员，迅速扩张市场。由于雇主对经营的成本、回利时间没有具体讲明，故本案在写作的过程中忽略企业成本问题，通过参考雇主往年的活动信息制定可行性高的活动策划方案。活动主题：回馈老顾客，欢迎新顾客；（暂定）

活动时间：一个月；

活动地点：美容店内；

活动内容：

- 1、友情主题卡新鲜出炉；
- 2、疗程卡换友情卡，会员卡换友情卡；
- 3、携朋友充值就送充值金额一定比例的原价消费。

活动细节：

- 1、原会员携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值

就送充值金额40%的原价消费；回收原会员会员卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3500元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2500元）；两人需同时办理。

2、原会员携两名朋友到店办理会员业务，则三人均享受充值就送充值金额50%的原价消费；回收原会员会员卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2000元）；三人需同时办理。3、持有疗程卡的原顾客携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值就送充值金额30%的原价消费；回收原顾客疗程卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2300元）；两人需同时办理。

4、持有疗程卡的原顾客携两名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值就送充值金额40%的原价消费；回收原顾客疗程卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2100元）；三人需同时办理。

5、单个原会员办理充值业务优惠20%，充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即最少充值额度为2500元）；免费更换友情主题卡。

6、单个顾客（含持有疗程卡的老顾客）办理会员业务优惠10%，充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即最少充值额度为2700元）；免费更换友情主题卡。

单店活动预算：

预算单店100名原会员的50%参加本次活动，100名疗程卡顾客的50%参加本次活动，个人业务不在预算之中。由于资料不完

整，忽略企业近期及远期成本。1、30%原会员带一人：  
 $30*2*2500=150000$ （元）2、20%原会员带两人：  
 $20*3*2000=120000$ （元）3、30%疗程卡顾客带一人：  
 $30*2*2300=138000$ （元）4、20%疗程卡股卡带两人：  
 $20*3*2100=126000$ （元）

单店总收入：534000（元）

活动形式：

活动形式以促销为主，体现创意的地方主要应表现在主题卡、活动的娱乐性上；主要以促销吸引新老顾客，在活动前期进行各种形式的宣传推广会让活动有更高的人气。相信贵公司在顾客心中已经有一定的地位，且贵公司目标消费群体为中高收入人群，会员充值促销能有效的吸引目标消费者，并发展更多的潜在消费者，拓展市场。且雇主在活动策划方面有相对老道的经验，故本次活动定能为企业带来更大的利益。

篇3：美容院周年庆实用活动方案美容院经常需要组织一些活动来提高美容院的人气，同时可以起到拓展新客户的作用。活动的形式都种多样，其中比较好的要数美容院周年庆祝的活动方案了。店庆活动不仅可以拓展新的顾客，同时也能展现美容院的品牌形象。只要店庆活动执行到位，会让老顾客对美容院更加的认可，新顾客也能对美容院有个好的印象。

先和pretisia老师来看看来看看周年庆典需要准备哪些设备和人员把。

## 1、舞台

### 美容院促销活动方案大全 一、低门槛法

方案一：一天一块钱美容，顾客只要缴纳365元，就可以享受全年的美容护理，主要是

满20次以上，年底返1000元。

说明：以上类似种种方案利用低价拓客，进而再销售，如转卡或项目捆绑等。

## 二、限时限量法

如：“三八”妇女节只需要花38元的促销标语，美容院全部服务项目“38特价优惠一周活动。如建国六十周年，还可以与当地单位搞个666元提供66位女性同胞进容光焕发迎国庆的活动，反正只要敢想动脑筋，促销的方案就多得很。

## 三、透支法：

八千，六千等。这种促销政策的设计有优点，但对于美容院利润来说损失具大；

2、保值卡：消费者预存2万，2年后基础护理后，2万现金全部退回，号称美容股票；

3、任选卡：消费者缴纳1万元，就可在一年内不限次数，不仅项目，不限时间来挑选

自己喜欢的各类服务。

增值，并可留住顾客长期消费。

## 四、对比法：

起来相当于2倍，如果有3倍以上的好处，顾客就很容易接受了。

## 五、撕单法：

一、如相关减肥项目，号称五百元做一百个项目，其实从肚

脯到手臂到大腿，一次就做

了十个地方，全套下来只相当于做了十次而已；

二、如果顾客现场能成交，根据不同消费者会有多达五六种礼品赠送，层层加量，如迷

你装，小礼品，加次数，多项目，抽奖券等；

次，卵巢保养10次。后面送得再多，顾客也会觉得羊毛出在羊身上。鉴于美容院开年卡相

对较难，这个政策可转化调整为：第一步：美容院半年卡1500元，送产品1000元，限活动当天开卡有效；第二步：如果顾客再加500元，就可享受全年卡，是上个半年卡的一半优惠。第三步：

如果顾客再愿意，手部护理5元/次，限10次，卵巢保养10元/次，限10次 说明：不要一次把好处给人；还有利用女性消费一次多消费，买上瘾的欲望；因小失大。

六、划点法：

开背188个点，这样顾客每次消费都不清楚具体花了多少钱，很容易做消耗。说明：利用顾客懒得算帐的心理来消费，而且通过赠积分来做工消耗，总有花完的时间，不像打折，养成习惯就很麻烦。

七、现金法：

1、美容院年卡1380元，送价值700礼品套盒；

2、美容院年卡2000元，7折优惠，同时送700礼品套盒

套盒



说明：三种方案其实对于美容院获利都是差不多的，但是第三种方法用了焦点销售，让

顾客产生注意力，容易达成。

## 八、体验法：

方案一：在美容院开设体验日，每月二天，每次二个人，老顾客可以花18元体验其它项

百法的感觉定价拓客。

说明：体验方法是由最早街边派单衍生转化而来，就拿街边派单来说，到现在还是有很

多公司在用，用得还不错，就看有没新意，麦当劳肯得鸡的优惠券，学生卡，网上下载都有

此种方法的影子。九、特价法：

活动。凡是医院女性护士，凭本人工作证，由本人亲自前往，即可以3折的价格购买指定的 20余种产品。

说明：此种方法前店后院是一种不错的方法与模式，但品种不能过多，折扣也要分开，从3折到6折，应该有效区分很重要。

## 十、超值法：

活动期间消费者选购消费公司产品达300元者，额外加20元，可获赠价值xxx钱的礼包：送一个大礼包包括□xxxx产品价值148元□xxx沐浴露价值130元，旅行包 价值36元。购防晒套装+16元就送简约套装+防紫外线伞+68元购买原价380元脊椎保养经典套 又如：

奖为产品或赠品，凡在3个月内到该美容院进行消费达一定额度的消费者均有机会参加现场

抽奖活动，奖品有十余种，其中最具吸引力的大奖是一辆嘉陵摩托车或者香港泰国旅游名额

一个。

十二、抵价法：

也称抵价法：凡活动期间购买纤体项目服务卡的顾客，均可参加“精油空瓶抵现金活动” 纤体项目服务卡：2000元/10次(无产品)推荐产品搭配：腹部减肥：循环油+塑身油+腹部按摩霜+迷迭香(?元)腿部减肥：循环油+塑身油+腿部按摩霜+迷迭香(?元)关于精油空瓶的相应抵用金额：

1. 抵用50元的空瓶有：茶树油、葡萄油、柠檬油、迷迭油、甜橙油)

2. 抵用70元的空瓶有：天竺葵、薰衣草、洋甘菊、檀香油，抵用100元的空瓶有：玫

瑰油

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开卡，可获赠该护理卡

瓶(或包装盒)可获八五折优惠，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三个)；说明：第一可针对老顾客，第二可以针对新顾客，用置换概念让顾客觉得价值。十三、捆绑法：

三合一活动：

一。

里播，放上优美的音乐。比如故乡的原风景。墙上悬挂条幅。注明促销大活动。派个年轻女

孩站在那里。

一条适合自身生存和发展的道路是关键，同时美容院应积极配合策略机构做好品牌管理和促

规，则落人后，好比开车一样，速度与规则通常都背道而驰。在讲创造性思维时，常会有这

样一些原则：改变 a 能不能变为 b？拆分 a 能不能变为 b 和 c？a 加 b 能不能变成 c？等等。

容院会员的时间顺序以外，再无其他的信息。如果一个美容院只有十几个或几十个顾客，管

理者或许还可以在看到熟悉的编号时能想到对应的顾客。倘若一个美容院有一百或几百，甚

至上千个顾客时，管理者还能凭记忆去按号索骥吗？怎么才能行呢？由于在美容院的传统思

维中，顾客编号就是一种可有可无的序列号，所以能反映的信息量很少，无法对我们的管理

起任何帮助。但如果稍加改变，便可发现一个小小的编号顿时生动而有意义很多。某编号为

了反映顾客的重要级别“a”表示 a 类客户，顾客的购买力强、影响力大、消费水平高，属院内的忠实顾客。

“b”表示 b 类客户，以办理半年卡、季卡为主，消费水平中等但有潜力，属稳定顾客“c”

身的实际情况按顾客的年消费额度来量化这个级别标准，如年消费额度在一万元以上的顾客

设为“a”年消费额度在五千到一万元之间的，设为“b”等等。第二部分是反映了顾客的职业：

美容院可根据自身的实际情况设计顾客的职业代码，既可按英文缩写来表达，如“t”即

性越高，历史性越久。

如身份证一样适用终生，应随着顾客资料的动态变化而相应改变；另一方面，因为每个美容

院的顾客量都不同，在编号每一组成部分的设计上还可以根据自身情况要求适当增减，力求

其反映的信息量充分。这样不仅便于客户的分类管理和美容院管理软件的应用，还能让经营

者和美容师能从编号中即时了解顾客的情况，更重要的是便于开展各种有针对性的促销活动。

其二是在促销活动的对象上，每次活动总是希望面对顾客越多越好，胡子头发都想抓。其

性循环。促销就是通过提供给顾客更多的附加值，刺激顾客购买力，从而提高销售量的营

销技巧。同样的，当我们改变了时间、对象、方式上的固有思维，马上就会豁然开朗。怎么

改？就象篇首提出的那个问题，促销就如同一个铁球，要想突破销量瓶颈的局限，就需要与

群体，研究个体需求，提供个性化增值服务的方式。举例说明，参造顾客编号可以有以下很

多种促销形式：

1、按顾客的重要性级别作分类促销：顾客消费能力的不同，其对促销活动的敏感度和

参与度也不同。很多活动推出去以后为什么无人问津，就是缺乏对顾客消费能力的把握，造

之类的小额度促销。假如让“a”类的顾客吃“c”类的方案就是一种资源的浪费，而“c”类的顾客即使想吃“a”类的方案也吃不下去。

尘，而到了每年八月份和一月份的休假，又使其需要一些适合旅游的美容护肤品。如环卫工

人的职业性就决定了其对美白防晒品的高需求和高要求。所以美容院在掌握了职业性的原则

后，可以在某些特定时间只针对某种职业编号的顾客群体来做促销。例：在八月底，针对所有编号为“x t xxx”的顾客，均可参加购“夏日防晒套装”赠“旅行防晒装备”的优惠活动。

3、按顾客的年龄代码作分类促销：顾客年龄层次的差异，决定了其肤龄肤质的差异，以

及对所需产品和服务要求的差异。年龄层次较轻的顾客，比较看中身体服务和新奇时尚的项

5 xx”的顾客群体所作的方案肯定会有区别，不要一厢情愿的以为二十多岁的和五十多岁的会需要一样的附加值。

双号来设计促销方案，单号的顾客逢单月可享受优惠，而双号的顾客逢双月享受优惠；如按

顾客编号尾数的合计数来设计，数值等于哪个月份，则可在该月份内享受优惠。例：对于编

不定期的调查问券对院内顾客的需求做好仔细调查和分析，在用活顾客编号以后，促销活动

可以多种多样，无处不在。从前的促销虽然常常作，但由于是面对所有顾客群体，所以让客

人觉得腻味和抵触；而现在即使天天有促销，但由于细分了不同群体，采取了个性化的轮换

## 活动充值方案策划篇三

1. 充值型会员卡办理，最低门槛500元
2. 购买型会员卡办理，交卡费200元（购买卡无积分）

凡公司职员均可向客户推荐会员卡业务，但主要以服务顾问和销售顾问推荐为主。每办理一张普通卡提成20元，银卡提成25元，金卡提成35元，至尊卡提成50元。

凡会员卡客户均可参加每年6次的俱乐部活动。人员每参加一次活动均有机会获得100元油卡。每次活动至多20人。

在各服务顾问办公桌制作会员卡卡片和会员卡画报，供客户知晓。

附：会员卡画报内容

尊贵礼遇，至尊荣耀，温馨贴切的会员服务从现在开始。

优惠服务项目：

积分使用：

100元油卡。每次活动至多20人。持卡消费每一元积一分。

1、此卡是您在本店的. 尊贵象征

2、请在结账时主动出示此卡，可享有本店积分待遇和工时折扣优惠

3、持本卡购物一元积一分，根据累计积分档次赠送本店物品，积分越多赠送价值越高的物品，多积多送。

4、此卡只能本人使用，不得转借他人，请妥善保管. 5、最终解释权归本店所有

## 活动充值方案策划篇四

1. 技术先进、交易安全

加油卡（以下简称加油卡）采用先进的磁卡技术，按照磁卡规范建立了加油卡严密的安全认证机制，可以保障每一笔交易的真实、安全、可靠。同时，对于卡内的敏感数据加密存储，保护您的个人信息资料。

2. 手续简单、方便快捷

您只要持有效证件到本站，即可办理加油卡的开户、充值、挂失等业务。使用加油卡可方便查询卡片余额、扣款，完全避免了使用现金和油票加油时出现的找零和加油尾数的繁琐，不需要直接接触现金，提高加油效率。

3. 功能齐全、便于管理

加油卡能够有效地协助您加强对车队用油的管理。通过加油卡进行用油管理，分配加油额度、查询每张卡详细的交易记录等等，将为您的车辆加油提供完善的管理服务。

根据您的管理要求，可以为每张卡设定限制信息：如限车号、限油品、限油站、限地区、限日加油次数等。同时为避免卡遗失后被盗用造成意外损失，加油卡还可以根据您的要求设定密码。

#### 4. 查询方便、服务完善

加油卡客户服务热线xxxxxxx将为您提供专业的业务咨询、帐户查询、对帐单、投诉等服务，尽享加油卡给您带来的便捷服务。

##### 1. 记名卡

记名加油卡用户可以参加积分增值服务活动。用户办理记名卡时需登记用户的详细信息和相关资料，记名卡可反复充值，具有加油限制、密码设置、挂失、查询等功能。

##### 2. 不记名卡

不记名卡具有记名卡的各项功能，但用户不能挂失，不能办理销户手续。

您可带有效证件到加油站领取并填写《加油卡客户业务申请表》，表中申明事项须经申办人本人签字（单位客户需加盖单位公章或持单位证明）确认办理加油卡的开户手续。

在加油卡的使用过程中，您可到加油站加油卡付款充值业务，卡内充值金额不计利息、不能提现。付款充值时，款项可自动储存至加油卡的卡帐户和卡钱包上，充值成功后即可加油。



您可以通过拨打加油站加油卡客户服务热线xxxxxxx挂失加油卡。

您的加油卡在使用时如因各种原因不慎损坏，应及时到加油站办理换卡手续。加油卡若在使用期内发生损坏，您可凭坏卡、本人有效证件（单位证明）到加油站更换新卡。在规定的转帐时间后凭新卡将原卡中的余额转入新卡。

加油卡的有效期为三年，到期时您可到加油站办理延期或换卡手续，卡延期与换卡时间为卡到期前1个月至卡到期后2个月。

办理换卡业务时，您需携带有效身份证件，交回旧卡，领取新卡。

您因故不再使用加油卡，可以到加油站办理清户手续。办理清户手续时，应出具本人有效证件（单位介绍信），填写《加油卡客户业务申请表》。清户时必须交卡，如果用户将卡遗失无法交回，需先办理加油卡挂失手续。您在办妥清户手续30日后，凭《加油卡客户业务申请表》和有效证件到加油站办理退款手续，已开具增值税发票的用户需开具当地税务部门提供的退税证明，开具普通发票的用户需携带原发票原件。个人用户卡清户退款时付现金，单位用户卡清户退款时只能将款项退还到单位帐户上，不付现金。

可查询加油交易记录、礼品兑换记录等，如需要详细资料，可通过客户服务电话等方式进行查询。

您可为加油卡设定密码以防范卡遗失或被盗后产生意外损失，加油卡可在开户时选择设置密码，也可在日后使用过程中添加密码。在使用过程中您如需要对加油卡使用密码进行修改或调整，可通过以下操作：

1. 更换密码：如您在使用加油卡过程中需要更改密码时可到

加油站办理更换密码手续，先输入正确的旧密码通过验证后，再输入新密码代替旧密码。

2. 密码解锁：用户持卡消费时，如果输入三次密码均错误时会造成加油卡不能继续使用，用户可持卡到加油站进行密码解锁。

3. 密码重装：如您遗忘加油卡使用密码时，可持卡到加油站使用此功能，直接输入新的密码覆盖原有的旧密码。

办理密码解锁和密码重装业务时，您必须持本人有效证件或单位证明，由发卡经办人员验证无误后方可办理。

注：若您在使用过程中输入密码三次，系统仍提示密码有误，您不能再次输入密码，否则卡将被永久性锁定成为坏卡而无法使用。

只要您持有加油卡加油，就可以享受以下超值回报：

1、“加油得积分，积分换好礼”，点滴积分，兑换超值积分好礼；

2、节日举行幸运大抽奖活动，带来连连惊喜；

加油卡用户使用加油卡每加1元，即可获得1个积分。不足1元的部分不计积分。积分将在您加油后，自动记入加油卡。

积分帐户分为“可用积分帐户”、“已用积分帐户”、“过期积分帐户”和“总积分帐户”。

自加油卡记名卡持卡人办公卡之日起的首次加油记录开始累计积分。

积分有效期为自积分获得月份起的18个月，按月往后顺延，前面积分将被清零。

a.积分不能转让。

b.积分不能兑换成现金。

您可去加油站直接兑换礼品并签收。

## 活动充值方案策划篇五

二、活动主题□xx店岁末感恩6重礼

三、活动时间□20xx年x月x日至x日(周五—周日)

四、活动内容：

1、达额有礼！

(1)满38元，送精美小礼品一份；

(2)满98元，送价值6元的纸手帕一条；

(3)满198元，送价值12元的卷纸一提；药店促销活动策划方案(4)满298元，送价值118元的施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支或施泰福霏丝佳修润沐浴露150ml一支或价值198元的施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支。

(5)满398元，送价值248元的`施泰福诗蓓白防晒乳霜spf30+/pa++60g一支或者价值298元的施泰福霏丝特护修润乳液100ml一支。

(6)满680元，送价值614元的施泰福护肤品套装(含：施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支、施泰福霏丝特护修润乳液100ml一支、施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支)

2、特价促销。

中药类特价商品至少10种；

设定5个左右适合场外活动叫卖吸引入气的特价商品。

促销活动商品的设定避免与同期进行的商品促销活动冲突。

3、凭消费小票免费办理会员卡。

4、名老中医现场咨询。

5、场外活动。

## 五、宣传气氛布置

### 1、门店宣传

(1)a4宣传单：用于店派，数量待定。店长具体安排派发人员和线路位置□x月x日开始派发，营运部安排支持和协助。

(2)易拉宝：4个。（有质量保证）

(3)门店手写pop□内容参考活动内容和特价商品目录。

(4)会员短信。选择活动门店会员，内容以短信申请单为准。活动开始前一天完成发送。

(5)气球布置。可做拱门或成串悬挂气球营造门面活动气氛。在橱窗、中药柜、货架、堆头□pop张贴处点缀气球，使堆头和pop更显眼夺目，形成浓厚的内场活动气氛。

### 2、商品陈列。门店需重点做好以下陈列

(1)赠品堆头。畅销特价商品和赠品在正门靠近收银台的柜台或正门橱窗区域做堆头。堆头大气、有创意，辅以pop宣传或

气球点缀抢夺顾客眼球。

(2) 季节性畅销特价商品堆头。要求整齐、整洁、丰满，并要突出重点，活动特价商品必须写爆炸牌标示活动价格。

## 六、预期目标

## 七、活动物料和宣传费用预算

## 八、部门配合

1、营运部：确定活动场地，并协调好活动期间的物管和城管，确保现场活动顺利进行，并安排场外活动相关物料到位；安排活动当天需到场的公司及门店人员。

2、推广部：提供中药活动品种；宣传物料设计和制作，确保物料及时到店；会员短信发送。

3、采购部：提供西药类活动品种。

4、市场计划部：确定活动商品价格。确定活动厂家；活动当天现场做厂家协调工作。

5、信息部：相关设定支持。

6、物流部：相关物料配送。

拟制： 审核： 批准：