

啤酒促销活动方案(实用7篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

啤酒促销活动方案篇一

现在夏天处于啤酒销售高峰期，为了更好的利用这次机会，来处理库存，提升销量，更好的提升品牌认知度。接下来要给大家推荐的是啤酒促销活动方案书，欢迎阅读以及参考！

目前雪花啤酒已经占有较高的市场占有率，区域市场占有率前三甲，品牌影响力大，经营较好，现在夏天处于啤酒销售高峰期，为了更好的利用这次机会，来处理库存，提升销量，更好的提升品牌认知度。

目前，目标区域啤酒市场主流渠道包括：

1. 餐饮渠道
2. 商超渠道
3. 零售店再批发流通渠道
4. 经销商自身

目标市场现有啤酒渠道：超市，便利店，餐饮店，夜场，酒楼。这次活动我们主要针对，各大超市，大中型便利店店，百货，餐饮店，夜市的消费人群。

- 1，活动主题名称：这个夏天，雪花让你爽一夏！

2, 活动主题的展开方法: 采用路演促销, 特价促销, 买赠促销, 免费品尝。

活动时间:20xx年7月10号到20xx年七月15号

活动地点: 开封各大超市, 大中型便利店店, 百货, 鼓楼夜市。

雪花清爽啤酒 600ml*12 26元/件

雪花冰爽啤酒 600ml*12 34元/件

雪花啤酒勇闯 500mpl*12 42元/件

对象: 各大超市, 大中型便利店, 百货, 夜市的消费人群。

范围: 开封市所辖区域

一、路演促销

通过临时搭建舞台, 吸引消费者眼球, 与消费者互动增进对雪花啤酒的了解。

二、特价促销

针对雪花清爽啤酒 600ml*12 原价36元现价26元/件进行大型促销。以展卖商品的方式, 做到雪花品牌的啤酒各一个堆头, 扩大其商品的形象片面, 雪花品牌的啤酒要保证货源充足以及价格优势的明显, 每个堆头安排一个促销人员在促销。

三、买赠促销 啤酒在商场促销可以以买赠的促销方式, 主要宣传多买多赠, 在每个卖出的赠品区设置赠品台, 如顾客一次性购买三件就送一件等, 强化买得多送得多的量贩装概念。

四、免费品尝

在售卖的啤酒柜台旁边设置有免费尝试的小台，现场准备促销所用的啤酒免费品尝品，吸引消费者的购买欲望。让消费者品尝到雪花啤酒的清爽。

1， 所辖活动范围内用pop海报， 售点广告□dm□横幅， 墙体广告和柜体广告来进行宣传， 更好的扩大视觉冲击力， 充分进行市场预热， 以便活动的顺利展开。

2， 促销单页：在开封市所有辖区个大夜市发放。 促销墙报：在大型社区用墙报的形式进行宣传。

时间□20xx年6月1日至6月10日

车辆：宣传车一辆、货车一辆。

啤酒：雪花清爽啤酒 600ml*12 240件

雪花冰爽啤酒 600ml*12 200件

雪花啤酒勇闯 500mpl*12 160件

人员：宣传人员6名，司机2名，销售代表2名

物料准备：促销单页，墙报，气球，拱门，条幅等都有雪花啤酒企业提供。

实施促销方案下发：由雪花啤酒内部人员。

产品准备：雪花啤酒提供。

卖场准备：店内布置和各种陈列由公司去各大卖场准备，卖场配合。

店外布置：拱门，条幅。

活动组织：促销活动正实开始销售。由所有的工作人员全程配合。

20万元

啤酒促销活动方案篇二

二、活动口号：激情夏日, 欢乐畅享

二、活动时间：

三、活动地点□XXXX

四、活动目的：

利用啤酒文化节的由头，开啤酒文化节之首，形成新闻事实，供当地媒体宣传报道，最大限度吸引眼球。提升项目在当地知名度与社会影响力，激发潜在客户关注，促进项目整体销售工作。通过参与盛大的啤酒文化节让成交客户享受选择XX城市花园的心理满足感，树立对XX地产品牌忠诚度。通过盛大啤酒节活动，拉近XXX品牌与当地消费者之间的心里距离，增强品牌的'亲和力。

五、活动内容：

文化演艺;邀请专业演出机构，进行综艺活动演出。冷餐烧烤;将活动规格提升，让参与者感受到牵手倍显尊荣。有奖问答;互动交流，增强活动参与性，让活动现场更加热烈。信天游;名家献唱与现场观众互动，增强活动的亲切感，赢得群众基础。啤酒畅饮大赛：通过啤酒畅饮比赛，增强活动的参与性、趣味性，与现场观众形成互动，将活动推向高潮。

六、活动亮点：

盛大开幕式引爆xx城市夏日激情，形成新闻事件引发媒体报道，聚焦市民关注。文艺演出与宴会结合，提升了活动的规格和档次，体现xx地产品牌高端性。

有奖问答和啤酒畅饮大赛让活动气氛更显热烈，更具趣味。一曲信天游式陕北民歌将xx品牌与当地民俗文化融合，拉近xx地产品牌与当地消费者心理距离，使品牌更具亲和力。

七、推广方式：

短信：向成交客户、意向客户、目标消费群体群发短信告知活动信息，并邀请参与。

标版：发布活动信息，以画面为主，形成强烈的视觉冲击，吸引关注目光。

tvc□电视广告黄金时间、黄金栏目发布本次活动信息，广而告之，引起社会广泛关注。

八、组织机构：

主办单位：

协办单位：

合作媒体：

邀请媒体：

九、邀请嘉宾：

xx地产相关领导、当地新闻媒体

成交客户、意向客户、目标客户。

十、主要参与对象：

成交客户、意向客户、目标客户

十一、活动推进：

活动期间需设置领导小组，由xx地产相关领导任组长(负责处理突发事件)，活动相关单位各出一人协助组长顺利推进活动流畅进行。

十二、所需物料：

啤酒促销活动方案篇三

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：

时间□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，要求厂商提供买赠具体方式，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。

活动方案

1) 活动期间以台为中心，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。

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。

2)店外悬挂厂家祝贺汽球条幅、放置啤酒气模。

店面给予参加“啤酒之夜”供货商的优惠条件

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、可免费在中厅背墙播放广告。

“啤酒节”大型中厅活动

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

啤酒促销活动方案篇四

一、活动目的：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。

二、总体方案：

1、促销活动形式：

时间□xx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，要求厂商提供买赠具体方式，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。

啤酒促销活动方案篇五

□□

20__年__月25日通过举办第__届__啤酒节活动聚集人气，达到推广品牌目的，让参与客户建立口碑传播，建立潜在消费基础。

活动主题：三大战役之“啤酒狂欢夜”

活动口号：一次__、永久朋友

活动时间：20__年__月25日下午6点半——__月6日晚9点半(过时不候)

活动地点：__总部

参与对象：所有市民

1、门票派赠

提前两日(__月22日、23日)在特定场所免费派赠门票：

- (1)附近中学、中专、职中、夜校；
- (2)附近娱乐场所(电影院、夜总会、酒吧等)；
- (3)附近居民区、商业区；

2、场景布置(现场造势)

- (1)现场悬挂活动宣传横幅、灯柱旗；
- (2)现场播放活动宣传彩旗；
- (3)现场放置充气公仔、大型喷绘；

3、媒体推广

(2)制作广播专题广告碟，展厅、旗舰店门口播放；

(3)播出时段：全天候播放；

活动1：啤酒知识抢答，请现场客户参与活动，答对的奖啤酒一瓶；

活动2：啤酒竞技-----超级酒仙赛：请现场客户参与活动；

比赛规则：

1)选出10名客户参与，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3：酒王争霸赛：请现场客户参与活动：

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分钟内水喝的最多；

3)最快者为当晚的酒王；

设奖：酒王：将啤酒3箱；优胜奖：将啤酒1箱；参与奖：设8名，将啤酒半箱；

活动4：啤酒品评(请现场客户参与活动)

比赛规则：

活动5：击鼓传酒：请出八位客户参与活动

比赛规则：

1) 工作人员蒙住眼睛、背向客户击鼓；

2) 每位参与者桌前摆2杯啤酒；

4) 击鼓十次后，比赛结束；

设奖：优胜奖：将啤酒一箱；鼓励奖：将啤酒半箱；参与奖：将啤酒两瓶；

活动6：蒙眼喝交杯酒：请出现场客户参与活动

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进一步，8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：将啤酒2箱(每人一箱)；参与奖：将啤酒一箱(没人半箱)。

啤酒促销活动方案篇六

啤酒文化节

激情夏日欢乐畅享

20xx年8月x月27日

xxx□

利用啤酒文化节的由头，开靖边啤酒文化节之首，形成新闻事实，供当地媒体宣传报道，最大限度吸引眼球。

提升项目在当地知名度与社会影响力，激发潜在客户关注、购买项目楼盘，促进项目整体销售工作。

通过参与盛大的啤酒文化节让成交客户享受选择城市花园的心理满足感，树立对地产品牌忠诚度。

通过盛大啤酒节活动，拉近x品牌与当地消费者之间的心里距离，增强品牌的亲和力。

文化演艺;邀请专业演出机构，进行综艺活动演出。

冷餐烧烤;将活动规格提升，让参与者感受到牵手倍显尊荣。有奖问答;互动交流，增强活动参与性，让活动现场更加热烈。

信天游;名家献唱与现场观众互动，增强活动的亲切感，赢得群众基础。

啤酒畅饮大赛：通过啤酒畅饮比赛，增强活动的参与性、趣味性，与现场观众形成互动，将活动推向高潮。

盛大开幕式引爆城市夏日激情，形成新闻事件引发媒体报道，聚焦市民关注。

文艺演出与宴会结合，提升了活动的规格和档次，体现地产品牌高端性。

有奖问答和啤酒畅饮大赛让活动气氛更显热烈，更具趣味。一曲信天游式陕北民歌将品牌与当地民俗文化融合，拉近地产品牌与当地消费者心理距离，使品牌更具亲和力。

短信：向成交客户、意向客户、目标消费群体群发短信告知活动信息，并邀请参与。

标版：发布活动信息，以画面为主，形成强烈的视觉冲击，吸引关注目光。

tvc□电视广告黄金时间、黄金栏目发布本次活动信息，广而告之，引起社会广泛关注。

主办单位：西安地产开发有限公司。

协办单位：某啤酒企业或经销商(待定)。

合作媒体：有限电视台、无线电视台。

邀请媒体：有线电视台、无线电视台、《报》、《报》广播电台。

地产相关领导当地新闻媒体

成交客户、意向客户、目标客户。

成交客户、意向客户、目标客户。

活动期间需设置领导小组，由地产相关领导任组长(负责处理突发事件)，活动相关单位各出一人协助组长顺利推进活动流畅进行。

啤酒促销活动方案篇七

20xx年xx月25日通过举办第xx届xx啤酒节活碑传播，建立潜在消费基础。

活动主题：三大战役之“啤酒狂欢夜”

活动口号：一次xx□永久朋友

活动时间□20xx年xx月25日下午6点半——xx月6日晚9点半(过时不候)

活动地点□xxx总部

参与对象：所有市民

1、门票派赠

提前两日(xx月22日、23日)在特定场所免费派赠门票：

- (1)附近中学、中专、职中、夜校；
- (2)附近娱乐场所(电影院、夜总会、酒吧等)；
- (3)附近居民区、商业区；

2、场景布置(现场造势)

- (1)现场悬挂活动宣传横幅、灯柱旗；
- (2)现场播放活动宣传彩旗；
- (3)现场放置充气公仔、大型喷绘；

3、媒体推广

(2)制作广播专题广告碟，展厅、旗舰店门口播放；

(3)播出时段：全天候播放；

活动1：啤酒知识抢答，请现场客户参与活动，答对的奖啤酒一瓶；

活动2：啤酒竞技-----超级酒仙赛：请现场客户参与活动；

比赛规则：

1)选出10名客户参与，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，看谁最快喝完；

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3：酒王争霸赛：请现场客户参与活动：

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分钟内水喝的最多；

3)最快者为当晚的酒王；

设奖：酒王：将啤酒3箱；优胜奖：将啤酒1箱；参与奖：设8名，将啤酒半箱；

活动4：啤酒品评(请现场客户参与活动)

比赛规则：

活动5：击鼓传酒：请出八位客户参与活动

比赛规则：

- 1) 工作人员蒙住眼睛、背向客户击鼓；
- 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. 客户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，出局的也可或参与奖；

设奖：优胜奖：将啤酒一箱；鼓励奖：将啤酒半箱；参与奖：将啤酒两瓶；

活动6：蒙眼喝交杯酒：请出现场客户参与活动

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进一步，8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：将啤酒2箱(每人一箱)；参与奖：将啤酒一箱(没人半箱)。