

# 最新手机方案设计(大全6篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

## 手机方案设计篇一

(1) 户外广告尽量刊登在所在店铺正门口醒目位置；

(4) 要经常巡视户外广告的照明情况，发现问题及时处理。

(1) 户外广告对路过的消费者有一定强迫诉求性质的广告效应

(3) 户外广告能起到为店面指引的作用，使消费者方便找到门店。

(1) 户外广告费用高昂；

(2) 好的广告位不容易获取。

### 指引标示

(1) 招牌应该使用logo及vi标准色；

(2) 应根据招牌尺寸大小进行长宽以及宽长方向的招牌设计

(3) 招牌视野要好，前方无遮挡物。

(1) 横幅必须整洁，拉的时候绷直，避免起皱；

(2) 横幅不能遮挡招牌位置，可略低于招牌悬挂；

(3) 横幅的字体不宜过小，内容不宜过多，否则顾客很难看清

(1)x展架可放置于店门口醒目位置，多用于促销告知和主力产品介绍；

(2)x展架不得占用主要通道位置，避免造成顾客进门的不便

(1) 可移动灯箱一般应放置于店外转角处或主要通道口，用于吸引顾客注意到门店；

(2) 可移动灯箱的光源应保持明亮度，光源损坏时应立即更换，以免造成破败印象。

(1) 吊旗应有序吊放，不能杂乱无章或随意吊放；

(2) 吊旗内容应简洁，字体不宜过小；

(3) 吊旗的颜色应与店面整体颜色协调，不宜反差过大。

(1)pop海报主题要突出，让客户第一眼就知道你要干嘛

(2) 内容应该配合活动及时更换，图案更具冲击力；

(3) 海报的展示一目了然，前方无遮挡物

(1) 周边如有灯箱广告位连锁店应争取到好的位置刊登广告

(2) 广告灯箱设计时应有店面地址及方向指引；

(3) 广告灯箱的画面应该要勤换，给予顾客新鲜感；

(4) 广告灯箱除了集客用途，还应该适时配合促销方案。

(2) 利用包柱广告用来做品牌形象和指引用途；

(3) 包柱广告应该注意包柱的高度应上到顶，下到地，否则视觉上很难看。

(1) 由于容易磨损导致形象不佳和难以清洁，地贴要经常更换

(3) 地贴的质量一定要好，否则短时间内就会磨损；

(4) 地贴的设计最好用箭头指明连锁店面的方向，起到引导顾客至店面的作用。

## 派单

(1) 派单的对象尽量指向是有购买需求的顾客；

(2) 在异业联合促销中派单的效果会更好。

(1) 所在商圈的主要通道口；

(2) 门店大门口；

(3) 广场路演时派单；

(4) 异业合作时在合作单位放置dm单张。

(1) 促销广告；

(2) dm单可做现金券使用；

(3) dm单具有折扣功能；

(4) 凭dm单可领取小礼品；

## 1. 异业联合宣传的定义

与其他行业的公司或单位合作，设计适合彼此合作的方式，

互相利用彼此的顾客宣传或促销。

## 2. 异业联合宣传的'对象

(1) 非直接竞争的上游商品经营者；

(3) 拥有大量目标顾客的公司；

(4) 拥有大量顾客的公司，如商场、百货、超市；

(5) 非常知名的企业，如麦当劳□kfc□

## 3. 异业联合宣传的方法

(1) 互相放置宣传单张宣传自己的促销；

(2) 互相放置展架甚至海报作为固定宣传合作对象；

(3) 买合作单位的产品送连锁店的现金优惠券或折扣券；

(6) 买双方的产品互相送现金优惠券或折扣券；

(7) 给予合作方一定的费用，在合作方放置宣传品。

## 4. 异业联合宣传的注意事项

(1) 监控合作方的宣传品是否发放，宣传广告是否刊登；

(3) 提供赠品的情况只适用于拥有大量顾客或大量目标顾客的公司。

## 广场路演

### 1. 广场路演的内容

(1) 产品功能展示;

(2) 促销活动配合;

(3) 派发dm单张;

(4) 制造吸引眼球的活动, 如拍卖、表演、现场问答赠送小礼品等活动;

(5) 现场展架、横幅、看板等宣传品展。

## 2. 广场路演适用的情况

(1) 新店开业;

(2) 大型节假日;

(3) 新产品推广;

(4) 总部举办的主题活动;

(5) 特价消化滞销品;

(6) 新装修后开业。

## 3. 广场路演的注意事项

(1) 与物业、商场等搞好公关关系, 取得较低场地价格;

(2) 注意路演中的商品安全和现场秩序维护;

(3) 注意在路演举办前应取得城管许可。

## 小区推广

## 1. 小区推广的方式

(1) 与广场路演类同，只是将场地搬到目标顾客集中的小区内进行；

(2) 与物业公司合作，向目标客户投递宣传品。

## 2. 小区推广的注意事项

(1) 小区路演应注意取得物业管理公司许可；

(2) 与物业公司合作时投递宣传品时，应注意宣传品应具有回执性，即顾客持该宣传品到门店购买商品能获得更多的优惠或礼品。

## 短信、邮件群发

### 1. 日常销售时注意获取顾客邮件地址、手机号码

(1) 通常可以在赠品促销时用赠品登记表获取顾客信息；

(2) 顾客要求送货上门时，可以获得顾客的手机号码；

(3) 通过朋友或其他关系获取目标顾客邮件地址和手机号码。

2. 有较大优惠促销时对目标顾客进行邮件和短信群发，已消费的顾客虽然再次购买的几率低，但是其可以将门店的优惠介绍给其亲友。

## 诺基亚2.14情人节手机促销：买游戏手机送游戏套装

如果你的男朋友是一个手机游戏迷，那么送他一部诺基亚n-gage-qd作为2.14情人节礼物最合适不过。记者从诺基亚获悉，凡2.14情人节这天在诺基亚指定专柜购买n-gageqd手机，即

可获得限量版超级游戏套装赠品一份，赠品只有3000份。现场填写一张“抽奖券”后，还有机会获得价值5000元的17英寸液晶电脑。

## 摩托罗拉2.14情人节手机促销：多款时尚手机全线让利

记者从摩托罗拉市场部获悉，2.14情人节摩托罗拉多款时尚手机全线让利，其中指书a668优惠高达500元；热销产品e398□v872及v500皆优惠300元；c650□v220□v303□v300□v600i等也打出优惠100元不等的动心价格。

不仅如此，在2月16日前，凡到摩托罗拉专柜购买指定型号的手机，即可获得意外大礼：凡购买a780□v3□a768和mpx220等时尚系列手机的用户，将可获赠价值580元的逍遥行礼箱一个；购买v872□v168□v221以及v22的用户，可以获得价值380元的摩托罗拉毛绒绒音响一对；而购买v872□v600等，则可获得同样价值380元的超酷运动背囊一个；购买c380□c650□v180□v221□c115等系列产品的用户，即可免费拥有价值180元的炫彩地毯、舒心靠垫和莹彩保温壶。

## 索尼爱立信2.14情人节手机促销：2.14情人节有礼“游”

记者从索尼爱立信市场部获悉，在2.14情人节这天，所有购买索尼爱立信手机的消费者均可得到一份精美的时尚礼品，同时更可参加“有礼‘游’刮刮卡抽奖活动”，大奖是“香港四日合家游”，另外还有高档新秀丽旅行箱以及sonydvd机两款大奖。

促销活动期间，消费者购买各款参加促销活动的手机，可获得不同的精美礼品。如购买s700c可有机会获得惠普photosmart325便携式打印机和超酷迷你音箱；k700c则为消费者准备了高档时尚双肩背包，背包面料与色彩均体现着时尚元素，格外适合游·行天下的游侠一族。

另外，商务首选机型p910c□时尚炫酷的k500c与k508c□经典版本t628□“功夫手机”t290c与j200c等，也为消费者准备了高档迷你音箱手机座、精美相框、流行贴身香包、“功夫”手机套等精美礼品。

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x月x日-x月x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.

现金进货的售点:由于促销礼品主要是对于实销活动的促销,原则上不补通路库

## 手机方案设计篇二

### 一、进行市场分析,确立促销目标

#### (一) 市场分析

一。从今年年初开始□oppo手机的销售比例明显下降,已不足18%,而竞争品牌步步高却在不断上升,甚至超出了oppo□同样是步步高旗下的一个品牌,在功能上oppo与步步高手机的功能大同小异,而在价格上oppo却比步步高手机的价位要高,性价比不如步步高□oppo手机销量下降的原因是:一方面是知名度不高;另一方面是步步高手机的市场定位是中低端用户,而oppo手机的市场定位是中高端用户,相比而言失去了一些低端的潜在顾客。而高端用户不会冒然选取oppo□毕竟oppo是一个国产品牌。相对于贸易机而言□oppo还不具备竞争力。金立手机曾今也是国产品牌中的佼佼者,主打双卡双待,而且价位也是比较低的,所以金立手机的竞争威胁也是不容忽视的。

oppo手机想要在众多国产品牌中脱颖而出还需付出诸多努力,本次五一促销活动就是为了提高知名度,扩大销量而举行的。

#### (二) 确立促销目标

根据上文的市场分析，本次南通oppo手机五一促销活动的目标确定为：

1. 鼓励使用者介绍其周围的人使用因为使用者的一句话比超多的广告更具有说服力。口碑营销是一种不需要高成本投入而成效显著的方法。美国的一项调查证明：一个满意顾客会引发几笔潜在的买卖，其中至少有一笔能够成交；一个不满意顾客能够影响25人的购买意愿。所以，鼓励使用者介绍其周围的人使用也是一种好的营销手段。

2. 争取未使用者使用，一个企业想要继续生存下来，不能总是依靠一些老顾客，要发掘新的顾客，这样才能扩大销量，提高市场占有率。

3. 吸引其他品牌使用者试用□oppo手机的目标消费者群是年轻、时尚的一族，他们的特点是追求时尚，喜欢体验新的事物□oppo手机利用这次促销活动以吸引他们前来购买。

4. 排除竞争性促销，每逢节假日，各个品牌手机都在进行促销活动，以吸引顾客。不进行促销活动消费者将会被竞争者的促销活动所吸引，在气势上也低于竞争者，不利于促销员的销售工作。

## 二、确定促销相关要素

### (一) 促销对象

本次活动面向南通所有的人。如果把促销的对象比喻成靶子，促销本身就是箭。促销这只“箭”直中“靶心”，威力才够大、够猛。本次活动是oppo手机南通代理商举办，仅限于在南通市场上进行广告宣传。

### (二) 促销时间

20xx年5月1日至2日，即劳动节。平时，大家都比较忙碌，没有时间逛街买东西，一般人们会选取周末，节假日出来购物。届时，市中心人流量会超多增加，是举行促销活动的最佳时期。

### （三）促销地点

南大街五星广天手机移动大卖场。本卖场位于市中心，是人流量最多的地方，也是接触顾客最多的地方。同时，本卖场门口有一块很大的空地，能够搭建舞台，这样不会影响交通不畅。本卖场离八仙城、时尚街比较近，届时定会有许多人经过本地。此外，本卖场也是南通市最大的手机卖场，也是顾客购买手机的首选之地。

### （四）促销工具

本次促销活动采用的促销工具是大型的露演活动□pop广告和赠品广告。“五一”是国家法定假日，大部分人都放假，学生也会放假。那时，市中心的客流量会比平常多几倍，大型的露演活动必会引起人们的关注。

惯例的条幅、海报、吊旗是方的，本次活动的条幅、海报、吊旗增加了扇形的图案□kt板是异型的、立体的。应用扇子这个中国元素符号，不仅仅贴合中国传统文化，而且独一无二与众不同，容易辨认，便于传播。绿色比较鲜艳明亮，更有利于消费者走近oppo专柜。除了应用惯例的灯箱、海报之外，我们策划了三层kt板吸引顾客。高层kt板，挂在最高处，吸引10米外仰视的顾客；中层kt板支在柜台上80公分高，吸引5米内平视的顾客；低层kt板吸引3米内俯视的顾客。履行标准：一是设计“抢眼”，吸引顾客眼球；二是悬挂“挡眼”，遮断顾客视线；三是效果“惹眼”，惹急竞争品牌！

透过江海晚报、南通广播对本次oppo五一促销活动进行广告

宣传，使南通所有的入都明白此次活动。

### 三、促销方案的资料

促销方案主要资料有：诱因大小、参与条件、促销媒体分配、促销时间长短和促销预算。

#### （一）诱因的大小

本次活动准备的赠品是手机挂件，天堂雨伞和时尚挎包以吸引顾客的关注度。本次赠品是消费者日常生活中所能用到的物品，更能吸引顾客的注意。

#### （二）参与条件

本次活动面向大众，只要你愿意都能够参与到活动中来。

#### （三）促销活动的媒体分配

本次活动主要透过宣传单页和广告让大众明白。招聘一些兼职大学生在客流量多的地方发宣传单页，让大众对oppo的产品有简单的了解。透过江海晚报和南通广播电视台让大众明白有本次促销活动。

#### （四）促销时间的长短

本次活动定为二天。

#### （五）整体促销预算

本次促销活动的场地费2000元，演员100元每个人，共11人，道具800元，临促50元每一天（20个人），再加上主持人，业务员，促销员的工资，再加上赠品总共花去的费用在一万元左右。

## 四、促销方案实施流程

### （一）培训

在活动开展之前，先对本公司的促销员、临促及业务元进行产品知识培训。本次培训主要是让促销员深入了解oppo手机功能，并能熟练的为顾客演示手机功能，解决顾客提出的各种问题。同时，本次培训的目的是让兼职的大学生对oppo手机的功能有一个简单的了解，能给顾客做简单的介绍，在现场能用心配合促销员的工作。同时业务员也要掌握产品知识，在活动当天处理突发事件，配合促销员的销售工作。

### （二）现场舞台布置

活动当天，业务员在七点之前到达活动现场，在八点半之前将舞台布置好。舞台1米高，长为4.5米，宽为2.5米，用红地毯铺上。背景长4.5米，宽2米。上行写□oppo手机五一真情回报南通人民□oppo手机用别的颜色），下行写：大奖等你拿（奖字写的大些，并且用另一种字体），舞台左右各放一个音响。舞台前再摆个气模。

### （三）柜台设置

柜台和舞台距离为8米，用12个玻璃柜台围成一个正方形，柜台里放个三脚架高2.5米，用来贴海报，真机放在柜台里，柜台上放模型，模型下放着相应的传单，柜台的手机应按价格摆放，每个柜台旁都安装一个太阳伞（防止天气太热晒到机器和影响销售员和消费者），每个柜台有两位销售员。

### （四）人员选取

舞台人员选取：舞台的演员应选取乐队，注目率高，能更好的留住消费者，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，乐队大多都有自己的主持人外观，表达潜力进行审核，要幽默，

并且有很强的应对现场的潜力，还要配一个电工，防止出现电力方面的问题，好及时修复，也能够帮忙搬运奖品之类的。

柜台销售人员选取：首先这些人员要有过销售经验，不要找学生之类做柜台销售人员，因为她们没有过多的接触或根本就接触销售，表达潜力上欠缺一些，也没有过销售经验，选取的人员外貌也要经过审核，对服务态度也要有一个大概的考核，经过培训让她们了解oppo每款手机的功能，并灵活运用手机，每个柜台站两人，促销员的销量和工资直接联系起来从而能够提高柜台销售人员的服务态度和销售业绩。

### （五）服装的选取

舞台人员能够随意，服装颜色的选取要尽量鲜艳，尽量显的有风格但还不令人反感。柜台人员的服装应统一，上身穿oppo工作服，下身穿黑色的裤子，并佩带柜台销售人员的标志。

## 五、促销活动注意事项

### （一）安全问题

五一活动现场定会有许多观众，届时，必须要注意现场的安全。包括手机的安全，根据以往的经验，节假日是最容易发生手机丢失事件，促销员必须要保管好手机。

### （二）演示机问题

促销员演示样机务必配真机，并且每一款手机里都要插sim卡，每款手机里面至少五条以上的信息，五个以上的联系人，音乐、视频都用手机内置的，待机画面常亮，以便给顾客演示。

### （三）柜台的陈列、形象问题

陈列和形象更新。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在5月1日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，务必在卖场里，专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。抢占销售卖场的关键是陈列位置。

#### (四) 赠品配送及丢失问题

促销品的备货和补货很关键，要事先安装相关人员务提前准备。

赠品的流失问题，务必有严格的流程控制，促销员务必填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品，都务必在表上做相应填写。

## 六、促销效果评估

一场促销活动是否成功，要用销量说话，利润说话，投入产出比说话。透过这次促销活动□oppo的销量有了显著的提高，销售比例从平时的18%上升到30%。同时也提高了知名度，让顾客对oppo手机有了进一步了解，到柜台询问、了解oppo手机的顾客比以往多。虽然，这次促销活动oppo虽然未能完成南京总公司给我们的任务，但是，在这次促销活动中□oppo也有做的好的一面。本人觉得oppo较好地把握了目标对象的心理，正确地选取了促销礼品，而且在履整个促销活动中始终紧扣了增加客流量和进一步成交量这两个重要环节，展开终端安排与促销培训，从而保证了促销效果。在这次促销活动中，也吸取了一些教训。活动开始前没能及时与卖场营业员、柜组长等相关人员沟通信息，保证时间等基础因素的准确性。对所有的活动物资没能及时调拨到位。活动前两个星

期左右没能做好对活动期间销售商品的调拨工作，并及时将最近的价格政策通知卖场营业员，同时要熟记相关产品渠道供价、零售限价。对活动中可能发生的突发事件没有做事先预测，准备应急方案以应付突发事件。

## 手机方案设计篇三

- 1、树立企业和高端产品形象，向消费者介绍新产品
- 2、增强消费者对诺基亚的了解，增强企业的知名度、美誉度
- 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

### (一) 产品分析

在传统的语音电话市场□nokia无疑处于市场霸主的地位。即使在新兴的智能手机领域□nokia也占有33%的市场份额。在智能手机的各种操作系统中□symbian无疑是目前发展最好、最有潜力的系统，大约有63%的智能手机都使用symbian操作系统。而80%的symbian手机都是由nokia生产的，从此看出nokia在手机领域具有不可撼动的地位！

在欧洲□nokia一如既往的保持着高的市场占有率。即使在北美，在palmone的treo600销售火热的情况下□nokia公司的智能手机销售也相当不错。

英国一家调研机构canalys的市场分析官员chrisjones说道：“要想占领广大的智能手机市场，仅靠一两种产品是不行的；必须有一个系统的产品线才能满足各种人的需求。在这点nokia就做得很好！而palmone就显然低估了symbian的发展潜力。”也许将于今年第三季度上市的palmone的新机将会

改变这一尴尬的局面。

目前看来，只有基于linux系统的手机，如sharp公司的zaurus系列产品的市场占有率在以高于symbian手机的速度增长。到目前为止，其市场占有率达到了2%。

与此同时，微软操作系统的智能手机也呈现了较好的发展势头，其市场占有率超过了palmone从而占据了第二的位置(微软系统占有率23%，增长了47%;palm系统占有率22.5%)。

手机用户大多是商业界人士、工薪阶层，现在在学生中也有很好的销售前景。用户的每月的通话费用根据不同的职业，不同的月收入等有所不同。根据调查显示，手机用户对手机性能的满意度最高，对售后服务的满意度最低，其中诺基亚产品的满意度最高。消费者普遍认为诺基亚手机质量好，手机市场定位准确，外观时尚，针对时尚青年，商务人士、老年人及白领女士等各种不同品位的人群都有相适应的机型。

## (二) 竞争对手分析

手机市场竞争格局演变可以分为两个阶段：第一阶段是1987年——1995年。这一时期摩托罗拉在中国市场上独领风骚，因为摩托罗拉是第一个进入中国移动通讯业的外国品牌。1987年，在广东省开通的移动通讯业系统就是摩托罗拉的设备，由于缺乏竞争者，中国的手机市场基本上由摩托罗拉独占。第二阶段是1996年到至今，诺基亚、爱立信等后进者，抓住gsm数字网开通带来了机遇，市场份额急剧上升，直接挑战了摩托罗拉，形成了摩托罗拉、诺基亚、爱立信三足鼎立的局面，除了这三大品牌外，飞利浦、西门子、阿尔卡特等品牌也竞争激烈，随着国内厂商实力的上升，国产手机品牌(如科健、波导[tcl等)也与国际品牌竞争。

摩托罗拉持续业务第四季度的每股盈利为0.47美元。在全球移动设备市场拥有19%的市场份额。移动设备的发货量达

到4470万部。运营现金收益为21亿美元。摩托罗拉全年销售收入达到368.4亿美元，增长18%。持续业务的每股收益为1.82美元。

诺基亚第三季度手机销售达到5170万部，市场份额由第二季度的28.9%升至30.9%，而三星以2298万部的销量，13.8%的市场份额高出摩托罗拉0.4%，跃居次席，摩托罗拉尽管也有2239万部的销售表现，但市场份额已从前一季度的15.8%降至13.4%，西门子、lg和索尼爱立信则分别以7.6%、6.7%、6.4%继续占据到五名的位置。

### (三) 结论

手机市场竞争极为激烈，国际品牌、国内品牌林立，产能过剩，产品生命周期短促，升级换代迅速，因此适当进行促销很有必要。

#### (一) 展示形象产品——着重推荐的新款手机

这几款是06年最新推出的掌上通手机，这几款手机无论从性能，外观都是非常好的，同一般具备拍照和摄像功能的手机相比，新款手机可连续拍摄长达90分钟的录像或储存2500张高清晰照片。从技术角度来说，这一新产品的问世预示着未来手机替代专业摄像机进入可视媒体领域的可能。商务通更是自然功能强大，它的电话簿可储存500个联系人、150条文字短信息或50条图片信息、多达250条日历备忘录和30条待办事项。作为联系广泛的商务人士，当然要所有信息一手掌握。目前，通讯运营商、手机制造商和电视媒体正积极合作，旨在最终实现通过手机收看体育赛事、音乐电视和其他电视节目。

诺基亚7260 64k色tft彩屏，和弦铃声效果不凡。内置有fm收音机，并且支持java扩展，是个防无聊的好东西。尺寸：105毫米×45毫米×18毫米，重量有92克，不大不小，男女都适

合。

商务手机更是自然功能强大，诺基亚6510也不例外。在诺基亚6510的所有功能中，最大的特点是大容量的动态内存。它的电话簿可储存500个联系人、150条文字短信息或50条图片信息、多达250条日历备忘录和30条待办事项。

gprs和高速数据传输也是吸引人们购买的元素之一。虽说目前的gprs商用还不成熟，但发展潮流是不可逆转的。况且，找到一款适合自己的手机不容易，有点超前眼光是必要的。随着移动服务的不断丰富，诺基亚6510首创的电子钱包功能也将使在线购物变得既简便又安全。另外，在工作之余诺基亚6510内置的fm收音功能可以让你重新体验到青春飞扬的美妙滋味。

## (二) 战斗产品——特价或低价销售的产品

我们把以下几款产品做为特价产品或者低价产品，以此吸引消费者，聚集人气，带动消费，同时消化库存。

众所周知，降价是企业竞争最常用的武器。而且部分消费者非常喜欢降价产品。

今年，价格依然是手机竞争的焦点之一，手机价格仍将继续走低，同时手机降价也呈现出了与以往不同的新特点。

首先，从手机制造商来看，成本的降低提供了降价空间。随着手机制造商研发、制造水平的提高，手机产品从外观到内在性能配置都在不断更新变换，新款产品面世冲击着旧款手机市场，厂家需要推销新品和避免旧款手机积压，进行降价促销也就理所当然。另外，产能过剩的负担也使得降价促销成为厂商不得不使用的策略。

其次，降价有利于销售商提高手机销量。手机价格一直是商

家抢占市场份额的“瓶颈”，手机销售商主动对其降低“门槛”，消费者反映自然热烈。

另外，手机销售市场竞争激烈，为提高市场占有率各商家也不得不压缩利润空间，让利给产品消费者。

再次，手机直销模式的建立降低了手机的销售成本，给了销售商更大的让利空间，国内手机传统销售模式是以代理商和零售商相结合为主，销售渠道呈现多层次特征，由于各层次销售商都要从中抽取利益，使得最终产品销售成本加大，导致市场价格上涨。而手机直销模式大大减少了手机销售的中间环节，刺激了手机价格的下调。

我们选择了几款手机作为我们降价销售的产品，已此来吸引更多的顾客。我们降价促销的手机主要有下列几种款式：

诺基亚3100原价758.00现价650.00

诺基亚3120原价850.00现价750.00

诺基亚3220原价1200.00现价1000.00

诺基亚6020原价1100.00现价899.00

总的特点是价廉物美；机不可失，时不再来。

(一) 促销时间□20xx年五月一日———五月七日

(二) 促销地点： 义乌地下商城

(三) 现场促销布置

1、地下商城街道布置：在步行街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅(每个条幅的标语都不相同)，一共三个条幅。

## 2、舞台布置：

在人民广场设1米高，长为4.5米，宽为2.5米的台子，同红地毯铺上。

背景长4.5米，宽2米。

上行写：诺基压手机一真情回报义乌市人民(天时达手机五个字用别的颜色)

下行写：大奖等你拿(奖字写的大些，并且用另一种字体)

舞台左右各放三个音响

舞台前摆上电视机、电饭锅等盒子，摆2米高并用绳子拉好(以免风大，吹倒盒子砸到群众)，在盒子上贴上奖字。

舞台前在摆一个气模

## 3、柜台设置：

柜台和舞台距离为8米，用12个玻璃柜台围成一个正方形

柜台里放一个木制三脚架高2.5米，用来贴海报

真机放在柜台里

柜台上放模型，模型下放着相应的传单

柜台的手机应按价格摆放

每个柜台旁都安装一个太阳伞(防止天气太热晒到机器和影响销售员和消费者)

每个柜台有两位销售员

#### (四) 促销活动：买就送(送完为止)

凡是在指定地点购买手机就能够得到我们为为消费者所提供的礼品。根据不同的价位送不同的礼品，礼品主要有以下几种：

- 1、购买任何一款手机都送号码一个
- 2、购买促销的那几款诺基亚手机将赠送配套的外壳
- 3、购买所推荐的新款手机则送一套七个不同颜色的水晶挂件，即：彩虹七色
- 4、购买其他品牌的手机送耳脉及手机挂件

#### (五) 促销宣传

1、事先安排人员在人流量比较大的地方发传单，主要集中在主要街道和人民广场。

人民广场地理位置很优越：南面：是绣湖广场，是义乌市的市中心；西面：是解百购物中心，还有肯德基；北面：是世纪联华，这些位置的组合，使人流量很多，是理想的地点之一。

#### 2、现场横幅、海报和pop宣传

- 1、发传单10人，共两天，每人每天50元，共计1000元
- 2、临时销售员40人，共四天，每人每天50元，共计8000元
- 3、12个玻璃柜台每个柜台320元，共计3840元
- 4、购买太阳伞的费用共计1500元
- 5、搭舞台的费用共计12000元

6、购买礼品的费用：

外壳300个900元；

水晶挂件50套1500元；

耳脉及手机挂件200件共计3000元；

7、其他费用共计5000元

总计：36740元

消费者在促销期间购买的手机和平时所购买的手机享有同样的售后服务：

(1) 一星期之内发现手机有问题可以到购买的手机卖场换取新的

(2) 保修期仍为一年，在全国各地都有诺基亚的维修点

## 手机方案设计篇四

公司拥有厂房面积50000多平方米，员工xx多人，下属有移动电话，数码产品，电话机□smt□塑胶，模具、喷油丝印等七个生天时达公司早在1997年就获得德国tuv的iso9001的质量体系认证证书，产品质量稳定可靠，多次被评为“消费者信得过产品”、“中国消费者委员会推荐产品”、“中国公认名牌”及“中国名优产品”。自98年以来，天时达公司一向被深圳市人民政府评为“深圳市高新技术企业”，天时达移动公司的手机建设项目连续三年被深圳市人民政府评为“深圳市重点建设项目”。

(一) 促销时间：五月一日———五月七日

## （二）促销地点：牡丹江市东一步行街

1. 首先地点的选取政府相关部门不会干扰，因为没有机动车进入，不会影响交通不畅。

2. 东一步行街地理位置很优越：

南面：是文化广场，是牡丹江市的市中心。

西面：是太平路路，有百货大楼等大型购物商场。

北面：有大福源和火车站。

这些位置的组合，使东一步行街客流量很多。

## （三）现场促销布置：

1. 街道布置：在步行街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅（每个条幅的标语都不相同），一共三个条幅。

2. 舞台布置：

xx背景长4.5米，宽2米。

上行写：天时达手机五。一真情回报牡市人民（天时达手机四个字用别的颜色）

下行写：大奖等你拿（奖字写的大些，并且用另一种字体□xx  
舞台左右各放三个音响

xx舞台前摆上电视机，电风扇电饭锅等盒子，摆2米高并用绳子拉好（以免风大，吹倒盒子砸到群众），在盒子上贴上奖字。

xx舞台前在摆个气模

### 3. 柜台设置:

xx柜台和舞台距离为8米，用12个玻璃柜台围成一个正方形

xx柜台里房个木制三脚架高2.5米，用来贴海报

xx真机放在柜台里

xx柜台上放模型，模型下放着相应的传单

xx柜台的手机应按价格摆放

xx每个柜台旁都安装一个太阳伞（防止天气太热晒到机器和影响销售员和消费者）

xx每个柜台有两位销售员

## （四）人员选取

### 1. 舞台人员选取

舞台的演员应选取乐队，注目率高，能更好的留住消费者，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，乐队大多都有自己的主持人外观，表达潜力进行审核，要幽默，并且有很强的应对现场的能力，还要配一个电工，（防止出现电力方面的问题，好即时修复，也能够帮忙搬运奖品之类的）。

### 2. 柜台销售人员选取

首先这些人员要有过销售经验，不要找学生之类做柜台销售人员，因为她们没有过多的接触或根本就没接触过销售，表达潜力上欠缺一些，也没有过销售经验，选取的人员外貌也

要经过审核，对服务态度也要有一个大概的考核，经过培训让她们了解天时达每款手机的功能，并灵活运用手机，每个柜台占两人，她的销量和她的工资直接联系起来（从而能够提高柜台销售人员的服务态度和销售业绩）。

### （五）服装的选取

1. 舞台人员能够随意，服装颜色的选取要尽量鲜艳，尽量显的有风格但还不另人反感。
2. 柜台人员的服装应统一，尽量黑色或蓝黑色，里面穿浅颜色的衣服，并佩带柜台销售人员的标志。

### （六）舞台表演

1. 首先进行歌曲选取，选取的歌曲要动感十足，有强尽的节拍性，欢快的，并且也是大众熟知的歌曲。
2. 游戏可选取孩子参与（孩子富有吸引必须的吸引力，能吸引消费者的注意），可根据舞台的大小选取参与者，例如：“如左手摸着由膝盖，右手摸着左耳垂，随着主持人说几就转几圈，看谁先倒，倒的就不用比了，能够先站到一边，最后剩一个孩子时停止，把几个孩子都弄到台前，然后根据掌声评价第一，第二等（这样能够让观众参与，能够调动观众的情感）。
3. 主持人对天时达最近新研制的手机进行介绍，大多介绍的手机应是价格高的手机（不要介绍时间太长，介绍时要看人数的多少来进行介绍，介绍时要幽默，能使消费者听进去，从而在消费者购买时能起到必须的增加销量的效果）。
4. 买手机有赠品同时还能够抽奖一次，抽到奖的，主持人应进此奖进行发挥，刺激消费者购买。

## （七）奖品

1. 消费者对什么赠品感兴趣，例如手机链等。
2. 奖品应是消费者在实际生活中能应用的，而且，要有必须档次，例如手表，茶具，手机的耳机，彩电，等等。

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，强化记忆度到达最基本的认知和知晓的目的，运用乐队引起消费者的注意，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。

## 手机方案设计篇五

题目：长夜短信传祝福写短信比速度（因为是初步的想法，写的是我的思路，并不是完全的方案）

手机促销活动时间：每晚7：30-9：30

手机促销活动地点：每个手机专卖店内

手机促销活动目的：为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量，因为现在天气热，所以白天很少有人去逛商店的，一般是在晚上，和朋友或者和亲人一起逛街的，所以我们利用晚上的时间，进行促销活动，为了吸引路人的眼光，为了提高晚上专卖店里的人气，为了利用活动宣传自己，为了让更多的顾客晚上来浏览专卖店。

内容：手机专卖店，先准备好各种款式和功能以及各个品牌的手机个一部，然后请各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛！在规定的时间内，看谁写的短信最多，并且要发给自己的朋友或者亲人等，专卖店先规定每位顾客写的短信是：亲爱的朋友，夜月清明，我在某某手机专卖店参加短信写速大

活动，借此机会，我给你带去一份我的祝福，原你天天快乐！

比赛时，顾客可以选择自己喜欢的手机或者自己比较熟悉的手机进行比赛，

在每晚上，可以进行多轮的比赛

奖品设置：第一名是？第二名是？第三名是？

活动前期宣传策略：在某某地方性电视台做广告宣传，时间的选择等，或者什么地铁报以及某某娱乐报纸。

第四：充分调动了顾客的积极性，给顾客晚上休闲和娱乐等目的！

如今我国的手机市场则已经接近饱和状态，手机行业是中国目前竞争度最高的行业之一。价格战已大大压缩了手机行业参与者的平均利润，可以说是已经进入白热化阶段。我市的手机销售终端更是不计其数。要想在五一黄金周突出重围，抢占市场份额实可谓难之又难。但随着科技的发展高新技术被逐渐运用到手机上，人们对手机的更换频率越来越快，所以说我们还是由市场的。

20xx年5月1日——7日

爱力通讯手机卖场及门前搭台演出。

实行柜台手机展示、团购优惠与店外路演发放传单相结合的方式。

爱力通讯精彩不断，爱力通讯让你无所不能。

1. 目前手机品牌系列发展宣传已经到达一个品牌成熟期，如果宣传重点不及时调整，将面临广告信息老化，单调重复，

受众注意力、关注程度和兴趣点都会改变的困境，同时，广告有效率下降，造成广告费的浪费。

2. 目前的营销方式基本上停留在战术层面，例如广告战、促销战、产品开发战、渠道战等等。

3. 目前的手机促销活动方式单一，多采用发传单与搭台路演结合的形式，采取发放礼品降低价格的方式吸引消费者。这种方式不利于培养品牌忠诚度和增加市场份额。

### 本次促销活动的机会点

1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流。

2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱力手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

1、活动开展时逢五一黄金周，人流量大受众人群目标客户多。

2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统性，建立不间断滚动宣传模式。

1、锁定目标消费群体：在校大学生，时尚上班人士，休闲人士等。

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动“关爱?亲情?和谐”的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。

3、强调“沟通连接社会”的情感因素，突出“品牌背后是文化”以及人性化设置。

#### 1、街道布置：

在光明大街和陵园路上每隔50米，高4米的地方悬挂条幅（相邻条幅的内容不同），

#### 2、2. 舞台布置：

\*1米高，长为4米，宽为3米的台子，用红地毯铺上。

\*背景长4.5米，宽2米。

上行写：爱听手机五、一火热上市（爱听手机四个字用别的颜色火热用形象的火焰表示，上市旁画音响突出震撼效果）

下行写：大奖等你拿（奖字写的大些，并且用另一种字体）

\*舞台左右各放两个音响

\*舞台前摆上装有不同奖品的纸盒子，摆2米高并用绳子拉好（以免风大，吹倒盒子砸到群众），在盒子上贴上奖字下面写上奖品名称。

\*舞台前在摆个气模

#### 3、店内设置：

\*店内布置在平时的基础上进行适当的改装，突出节日氛围。

#### 1、舞台人员选择：

乐队现场配合邀请的河北工程大学飓风艺术团演出，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，学生的演出时尚动感，这样注目率高，能体现手机对目标消费者的适应，能更好的留住消费者。主持人外观端正，语言感染力强，并且有很强的应对现场的能力，。

## 2、柜台销售人员选择：

由店内长期促销员和临时促销员共同组成，但以长期促销员为主。（所招的临促要五官端正，熟悉卖场布局，并且能够跛脚流利的向顾客介绍每款机型的功能、配置和卖点）。

1、舞台人员可以随意，服装颜色的选择要尽量鲜艳，尽量显得有风格的同时不另人反感。

2、柜台人员穿上店内统一服装；

四、舞台表演：由飓风艺术团全权安排。

## 五、发放传单

在活动舞台旁聘请2-4名兼职传单发放员进行产品dm单的发放。

三、5月1日——7日活动开幕。

项目所需资金单位：万元

媒体宣传费用3

场地费用0.5

员工津贴 $12*0.01*5+4*0.005*5=0.7$

条幅0.015

宣传单 $0.1元*10000=0.1$

免费派送礼品费用0.5

演出人员工资0.2

音响器材租用0.25

其他费用0.2

现场布置费用0.05

所需费用合计：5.515

## 手机方案设计篇六

公司拥有厂房面积50000多平方米，员工多人，下属有移动电话，数码产品，电话机□smt□塑胶，模具、喷油丝印等。

天时达公司早在1997年就获得德国tuv的iso9001的质量体系认证证书，产品质量稳定可靠，多次被评为“消费者信得过产品”、“中国消费者委员会推荐产品”、“中国公认”及“中国名优产品”。自98年以来，天时达公司一直被深圳市人民政府评为“深圳市高新技术企业”，天时达移动公司的手机建设项目连续三年被深圳市人民政府评为“深圳市重点建设项目”。

天时达手机促销策划书结构：

五一黄金周对天时达手机进行促销

销售促进策略

天时达手机

(一) 促销时间：五月一日-----五月七日

(二) 促销地点：牡丹江市东一步行街

1、首先地点的选择政府相关部门不会干扰，因为没有机动车

进入，不会影响交通不畅。

## 2、东步行街地理位置很优越：

南面：是文化广场，是牡丹江市的市中心。

西面：是太平路路，有百货大楼等大型购物商场。

北面：有大福源和火车站。

这些位置的组合，使东步行街客流量很多。

### (三)现场促销布置：

1、街道布置：在步行街每隔80米，高3、5米的地方悬挂条幅(每个条幅的标语都不相同)，一共三个条幅。

2、舞台布置：背景长4、5米，宽2米。

上行写：天时达手机五。一真情回报牡市人民(天时达手机四个字用别的颜色)

下行写：大奖等你拿(奖字写的大些，并且用另一种字体)

舞台左右各放三个音响

舞台上摆上电视机，电风扇电饭锅等盒子，摆2米高并用绳子拉好(以免风大，吹倒盒子砸到群众)，在盒子上贴上奖字。

舞台上摆个气模

## 3、柜台设置：

柜台和舞台距离为8米，用12个玻璃柜台围成一个正方形，

柜台里房个木制三脚架高2、5米，用来贴海报，

真机放在柜台里，

柜台上放模型，模型下放着相应的传单，

柜台的手机应按价格摆放，

每个柜台旁都安装一个太阳伞(防止天气太热晒到机器和影响销售员和消费者)，

每个柜台有两位销售员。

#### (四) 人员选择

##### 1、舞台人员选择

舞台的演员应选择乐队，注目率高，能更好的留住消费者，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，乐队大多都有自己的主持人外观，表达能力进行审核，要幽默，并且有很强的应对现场的能力,还要配一个电工，(防止出现电力方面的问题，好即时修复，也可以帮助搬运奖品之类的)。

##### 2、柜台销售人员选择

首先这些人员要有过销售经验，不要找学生之类做柜台销售人员，因为她们没有过多的接触或根本就没接触过销售，表达能力上欠缺一些，也没有过销售经验，选择的人员外貌也要经过审核，对服务态度也要有一个大概的考核，经过培训让她们了解天时达每款手机的功能，并灵活运用手机，每个柜台占两人，她的销量和她的工资直接联系起来(从而可以提高柜台销售人员的服务态度和销售业绩)。

#### (五) 服装的选择

1、舞台人员可以随意，服装颜色的选择要尽量鲜艳，尽量显的有风格但还不另人反感。

2、柜台人员的`服装应统一，尽量黑色或蓝黑色，里面穿浅颜色的衣服，并佩带柜台销售人员的标志。

## (六) 舞台表演

1、首先进行歌曲选择，选择的歌曲要动感十足，有强尽的节拍性，欢快的，并且也是大众熟知的歌曲。

2、游戏可选择孩子参与(孩子富有吸引一定的吸引力，能吸引消费者的注意)，可根据舞台的大小选择参与者，例如：“如左手摸着由膝盖，右手摸着左耳垂，随着主持人说几就转几圈，看谁先倒，倒的就不用比了，可以先站到一边，最后剩一个孩子时停止，把几个孩子都弄到台前，然后根据掌声评价第一，第二等(这样可以让观众参与，可以调动观众的情感)。