

销售活动策划方案样本(大全5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。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。

销售活动策划方案样本篇一

从图2可以看到，提成比例保持不变，无论销售人员制定的目标值如何，其销售提成均按照实际完成销售额的a%计提。

该方案的优点是能在一定程度上激励销售人员完成尽可能多的销售额，同时由于销售提成不与销售目标值挂钩，因此在制定销售目标时销售人员不会因追求更高的销售提成而有意的要求降低销售目标，使得销售额目标值的制定更接近于实际。

该方案的缺点有以下几点：

3) 该方案虽然没有促使销售人员在制定销售目标时尽可能的降低目标值，但在绩效管理销售额作为销售人员非常重要的一项kpi指标，在制定其目标值时，销售人员依然会习惯性的要求降低目标值，以使自己的绩效考核得分较高，从而获得更多的绩效工资。

虽然方案二有上述缺点，但方案二操作简单、易行，不会使得上下级在沟通销售目标方面产生太多的不愉快，因此方案二最终为企业所选用。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

销售活动策划方案样本篇二

一年一度的促销大好机会“中秋节”即将到来，因此，能否搞好本次活动，对是否能达到整年度的销售目标等都显得尤为重要，同时抓住消费者的消费心理，在中秋佳节最大限度的提高人流量、提升人气、扩大店铺的销售额，势必提高企业知名度。

相聚“金”秋

“金”喜不断“金”彩连连

消费者

20xx年8月23日至20xx年9月22日

第一重：消费有“礼”

操作说明

钥匙扣由店里根据预期销售定做，每个成本控制到两元

钥匙扣上最好要有品牌

满足条件的客户凭商品保证单到礼品发放处领取，领取后在保证单上盖章

第二重；团团圆圆

时间中秋当天

地点中金店内

协办某某影楼（柯达）

操作说明

现场布景，营造中秋气氛，或布置现代的团圆喜庆的场景

把店里的品牌融入，以后看到照片就可以想到中金

第三重；梦圆“十分”大抢购

限时抢购，抢购时间为十分钟，在抢购时间里，首饰金每克优惠两元，以款台结算时间为准，当店里特定音乐响起时，即是抢购开始，助您梦想成真！

操作说明

事先不告知具体抢购时间，保证现场秩序

设立抢购专区，并公示

金条类商品不参与此活动

第四重；顺手牵“羊”

方案1

操作说明

1、外场布置

2、内场布置

设立中秋节特色专柜，例如金月饼等，设立引导牌，采取多种方式陈列，给人以丰富感。

在收银台处摆放商品礼盒及精美包装纸（服务礼品客户）

3、宣传

在led显示屏上加入金秋活动内容

在店头滚动屏处，循环播放活动详情

邀约新老会员，传达金秋活动

在活动前期的销售中，营业员广泛宣传金秋活动

针对本次活动制作专属的宣传单页

安排员工晚间在人流多的广场派单加大宣传力度

针对本次活动提前通过报刊或广播预热市场

火车站旁边楼盘的策划

媒体宣传内容

金秋特色商品上市（金月饼，中秋金邮票等）起销

三圆金秋相关活动内容

本次活动时间及地点

活动钥匙扣待定

全家福照相7寸每张7元

灯笼5个待定

对联一对待定

活动宣传x展架一对70元（不要展架一对30）

活动宣传单页待定

报刊或广播待定

销售活动策划方案样本篇三

一年一度的促销大好机会“中秋节”即将到来，因此，能否搞好本次活动，对是否能达到整年度的销售目标等都显得尤为重要，同时抓住消费者的消费心理，在中秋佳节最大限度的提高人流量、提升人气、扩大店铺的销售额，势必提高企业知名度。

相聚“金”秋

“金”喜不断“金”彩连连

消费者

20xx年8月23日至20xx年9月22日

第一重;消费有“礼”

操作说明

钥匙扣由店里根据预期销售定做，每个成本控制到两元

钥匙扣上最好要有品牌

满足条件的客户凭商品保证单到礼品发放处领取，领取后在保证单上盖章

第二重;团团圆圆

时间中秋当天

地点中金店内

协办某某影楼(柯达)

操作说明

现场布景，营造中秋气氛，或布置现代的团圆喜庆的场景

把店里的品牌融入，以后看到照片就可以想到中金

第三重;梦圆“十分”大抢购

限时抢购，抢购时间为十分钟，在抢购时间里，首饰金每克优惠两元，以款台结算时间为准，当店里特定音乐响起时，即是抢购开始，助您梦想成真!

操作说明

事先不告知具体抢购时间，保证现场秩序

设立抢购专区，并公示

金条类商品不参与此活动

第四重；顺手牵“羊”

方案1

操作说明

1，外场布置

2，内场布置

设立中秋节特色专柜，例如金月饼等，设立引导牌，采取多种方式陈列，给人以丰富感。

在收银台处摆放商品礼盒及精美包装纸(服务礼品客户)

3，宣传

在led显示屏上加入金秋活动内容

在店头滚动屏处，循环播放活动详情

邀约新老会员，传达金秋活动

在活动前期的销售中，营业员广泛宣传金秋活动

针对本次活动制作专属的宣传单页

安排员工晚间在人流多的广场派单加大宣传力度

针对本次活动提前通过报刊或广播预热市场

火车站旁边楼盘的策划

媒体宣传内容

金秋特色商品上市(金月饼, 中秋金邮票等)起销

三圆金秋相关活动内容

本次活动时间及地点

活动钥匙扣待定

全家福照相7寸每张7元

灯笼5个待定

对联一对待定

活动宣传x展架一对70元(不要展架一对30)

活动宣传单页待定

报刊或广播待定

销售活动策划方案样本篇四

1、产品概况:

2、产品价格:

3、促销政策

(1)指定配方:

(2)优惠政策:

a□优惠时限：5月1日至5月31日；

c□产品要求：果农现款所购买产品必须为配方肥三种配方中的一种或多种，配方肥必须按组购买。

4、政策说明：

（1）回款时间以打款小票为准；

（2）补充说明：每2580元优惠100元，不足2580元的部分不予优惠；

（3）此方案解释权归延安华圣三农科技发展有限公司。

销售活动策划方案样本篇五

一、活动目的：

充分利用元旦假日契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达xxx家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升，。

二、活动主题：

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：元旦买家具就来xxx

三、活动思路

充分利用圣诞节和元旦节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展xxx的品牌影响。

四、活动时间：

12月25日—1月3日

五、活动地点：

XXXXXX自选商场

六、活动内容：

1□XXX一元“秒杀”更劲爆！

2□XXX预订套装家具更惊喜！

3□XXX套装组合家具更超值！

活动一“一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：

持有XXX家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡

的顾客。

如何获得活动资格：

- 1、活动日期间，至xxx家具自选商场认购秒杀券；
- 2、活动期间，在凤凰城xxx一元秒杀券认领处认购；
- 4、活动日期间，预订xxx套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 1、地面推广：活动日期间，在凤凰城周围布置不少于10个一元秒杀券售卖处进行推广；
- 2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；
- 3、小区推广□xxx指定小区由郑州晚报发行人员有针对性的目标客户推广；
- 5、媒体推广□xxx报广□dm□大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

xxx的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与xxx客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

媒体合作形式：

2、以“预订xxx套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

顾客组织：

1、郑州晚报·富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集；

2□xxx客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

3□xxx建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

4、活动期间，到xxx店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

活动道具：

7照相机或摄像设备：每场活动最好全程摄录，以备公司留存和有质疑的顾客查证；

8秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、

体健貌端的人为宜，需一人；

9公证人员：为了体现活动的公平、公正、公开的原则，建议设置活动公证人员；

10颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

活动规则：

1参加xxx家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”活动，需持一元秒杀券；

4一元秒杀券不退换、不记名、遗失不补、逾期作废，仅限使用一次，用后自动作废；

7如有采用制假秒杀券等非法方式参与活动的□xxx保留相关法律权利；

秒杀活动流程：

1上午8：00——下午5：00

秒杀活动开始前，组织xxx员工在活动现场摆设一元秒杀券售卖台，进行秒杀券的售卖；

2上午8：00下午3：00

3上午8：00—9：50下午3：00——16：50

4上午9：50下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00下午17：00

6上午10：10下午17：10

请xxx领导讲话，介绍xxx及xxx企业文化、经营理念等；

7上午10：20下午17：20

随机请一位现场的顾客上台，摇动秒杀箱，查验秒杀箱是否完整及有无猫腻存在；

8上午10：25下午17：25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；(第一场活动请xxx领导抽取第一个顾客)

9上午10：28—10：48下午17：28—17：48

10上午10：50下午17：50

11上午10：55下午17：55

xxx员工引导顾客光临xxx卖场；

12上午11：00下午18：00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

活动注意事项：

1每场活动抽出五位幸运顾客，且最好有顾客自己抽取，以免引起质疑；

3活动开始前及结束后□xxx员工多注意引导顾客光临xxx卖场，推荐特惠活动；

5每场秒杀活动的幸运顾客，主持人当场进行身份核实并当场公布。

主题(二)“xxx预订套装家具更惊喜!” 执行细则

活动内容：

活动期间，预订xxx十一特惠套装组合家具，预交200元订金可冲抵500元货款，再获赠一元“秒杀”机会！

活动细则：

1顾客在活动期间，到xxx预订十一特惠套装组合家具，预交订金200元，可冲抵500元货款；每套套装组合家具，最多只能冲抵500元，预订金多交不限。

活动注意事项：

1预订金交过不退；

3本活动主要目的在于刺激预订的顾客，与全额购买的顾客不相冲突，直接购买的顾客适当赠送礼品，以平衡顾客心理。

活动三“xxx套装组合家具更超值”执行细则

活动时间：

月25日—201月3日

活动地点：

xxx家居自选商场

活动内容：

xxx专业的室内设计师设置了40多平方—200多平方的多种不同户型、五大主题风格、20多套家具组合方案，根据客户不同需求进行自由搭配组合，免除顾客东奔西走、东拼西凑、风格不一的诸多烦恼，所有套装组合家具总价低于单品拆分

价10%——20%。

活动商品：

时尚达人组合5980元起(适合40平方左右户型)；

活动注意事项：

1在活动促销过程中，着重凸显组合家具的优势；

3在设定好的套装组合基础上，顾客如感觉与房间整体或局部不符，允许自由调换，调换时按所调换单品的原价论，以同等价位相调换，调换价格高的顾客需补钱，调换价格低的xxx不退钱。