

2023年手机线下推广活动 手机营销活动 策划方案(优质5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

手机线下推广活动篇一

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。

手机线下推广活动篇二

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%的年营业额，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

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、页眉化。

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

页脚. . 页眉. 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。

页脚..页眉. 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：

页脚.. 页眉. 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。

页脚.

手机线下推广活动篇三

各位企业家和投资人：

为了让企业家更好地展示企业融资项目的价值，了解投资人的关注重点，使企业家与投资人能够顺畅沟通，解决投融资过程中信息不对称的问题。科技集团定于20**年3月10日在天津互联科技创业主题活动中心对通过报名参加的企业项目进行路演培训。现将培训有关事项通知如下：

一、培训时间

20**年3月10日(周一)下午13:00-**:00

二、培训地点

天津互联科技创业主题活动中心(天津互联创业咖啡)(开发区信环西路19号泰达服务外包产业园八号楼一层)

三、参加人员

融资企业负责人及核心团队、投资机构负责人

四、培训内容

- 1、投资人讲解项目融资关注重点
- 2、早期项目融资路演ppt的展示要点
- 3、融资项目ppt现场展示指导
- 4、互动答疑

天津泰达科技发展集团

二〇**年三月六日

文档为doc格式

手机线下推广活动篇四

- 1、迎接网络情人节旺季，品牌宣传造势。
- 2、提高销量给客户信心，为5月压货创造条件。
- 3、搞好客情关系。

迎五一□x冰箱大优惠。

x年x月x(实际操作效果好，延长到x月_x□

1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。

2□x日在x市场做宣传：贴海报和包装三轮车□x日在商场前贴海报。

3□x日检查库存和现场物料。

4、活动统一说辞的提炼□x厂家“五·一”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个“联合国节能金奖”易拉保、两个海报牌。

2□_x样机输出。

包装三轮车(x)x□运输费用x元、临时促销x元/天×2=x元，共x元(场地有商场申请)。

- 1、期间共销售x台，占当月销售x台的x%主要竞争对手当月销量是x台。
- 2、为“五一”旺季做了充分的宣传，就“五一”七天销量为x%
- 3、客户当月提货x台，为历史最高记录。但由于估计不知和其他因素，导致在5月_日畅销型号(x%x等)就开始断货影响了五一的销量。(该地区没有设代理商，由南宁代理商辐射过来的。)
- 4、使x市场的冰箱销售有了更清晰的主题：节能，而且使x的x%(意外收获)
- 5、取得了客户的信任。

手机线下推广活动篇五

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。