

# 2023年红酒促销活动推广语言 中秋节到来红酒促销活动的方案(精选8篇)

爱国标语是国家意志和民族精神的体现，它激励着人们为国家献身。在创作爱国标语时，要注重语言的艺术性，运用修辞手法提升表达的感染力。让我们一起来看看以下阳春白雪般的爱国标语，它们虽简短但内涵丰富，值得我们深思。

## 红酒促销活动推广语言篇一

活动主题：

中秋团圆，每天特惠

活动时间：

20xx年x月x日—20xx年x月x日

活动内容：

一、箱庆中秋，每天特惠

- 1、斗牛王美乐干红葡萄酒6瓶+斗牛王6支装木箱，仅399元；
- 2、绅士洛66色拉子干红葡萄酒6瓶+6支装松木盒，仅568元；

二、佳节亲情，甜蜜每天

- 1、法兰帝美乐干红葡萄酒2瓶+水晶杯1支+三支装红色礼盒，仅168元；
- 2、国会赤霞珠干红葡萄酒1瓶+水晶杯2支+三支装红色礼盒，仅168元；

3、意大利鸿运气泡酒2瓶+香槟杯1支+三支装红色礼盒，仅256元；

### 三、福礼传情，感恩每天

1、法兰帝金色田园干红葡萄酒1瓶+法兰帝礼盒，仅168元；

2、雷格斯堡干红葡萄酒1瓶+单支红色木盒四件套，仅298元；

3、格兰德庄园干红葡萄酒1瓶+单支黑色皮盒四件套，仅396元；

### 四、财福双全，幸福每天

1、宝特庄园干红葡萄酒2瓶+双支黑色皮盒四件套，仅396元；

2、雷格斯堡干红葡萄酒2瓶+双支棕色皮盒四件套，仅596元；

3、贝莱特堡干红葡萄酒2瓶+双支lv高档皮盒，仅1136元；

### 五、富贵万年，礼享每天

1、凯宾庄园干红葡萄酒2瓶+月饼礼盒套装，仅666元；

2、格兰德庄园干红葡萄酒2瓶+月饼礼盒套装，仅888元；

3、珈帝70干红葡萄酒2瓶+月饼礼盒套装，仅1116元；

4、拉卡斯特庄园干红葡萄酒2瓶+月饼礼盒套装，仅1399元；

注：

1、一次性购单瓶酒满300元可送单只装包装1个；

2、一次性购两瓶酒满500元可送双支装包装1个；

3、一次性购两瓶酒，单瓶满100元，加50元即可获赠双支装皮盒1个；

4、以上优惠活动不可累加，包装随机赠送，数量有限，送完即止。

## 红酒促销活动推广语言篇二

众所周知，酷热炎炎夏季是白酒的销售淡季，在这个时候，是选择默默等待淡季来临？还是未雨绸缪将促销进行到底，打一场漂亮的淡季冲锋战？相信贵厂一定会明智的选择后者！

没错，淡季促销销量提升并不大，刚刚过完春节这个销售旺季，顾客对于白酒的选择免不了有点“审美疲劳”，于是在这个时候，利用好的促销方式、好的促销品，往往能在市场份额上得到较高幅度的提升。

那么，用什么赠品来吸引顾客的眼球呢？我们认为赠品必须从产品的特征、功能和品牌的属性、内涵等多方面进行斟酌，找出与产品本身、品牌诉求有关联性的赠品来赠。同时更要注重赠品带给顾客的价值感和实用性，只有这样，才能够使赠品赠的有效，赠的有“理”。化平庸为神奇，创造独特的赠品魅力。

作为白酒的推荐赠品，我们公司的产品有以下优点：

一、产品知名度高。

“日美”品牌在小五金行业里享负盛名，作为行业的领跑者，我们公司以精益求精的产品质量及优质的服务迅速抢占小五金市场，其中指甲钳占到全国市场的70%以上，赠礼赠名牌，顾客自然感觉物超所值！

二、产品兼负实用性和收藏性。

指甲钳、钥匙扣、多功能小刀、军刀、开瓶器、餐具、美甲套装、手电筒，这些产品体积小，实用性强，且设计精致，富有艺术感，顾客对于这些赠品往往爱不释手。

三、广告载体大。

厂家当然不希望赠品“白送”出去，除了促进顾客购买外还要带来一些广告收益，我们公司产品可根据酒厂的需要印制贵厂logo增/改包装，利用产品的常用性，强化广告效果。让顾客在日常生活中不知不觉将酒的厂家、品牌、甚至味道铭记于心，进而促进下次购买。

四、价格、款式的多种选择性。

从一块几毛钱的指甲钳到几十元的美容套装，我们公司产品款式繁多，价格有低、中、高三段，全面满足酒厂根据该酒酒的定位选择与之对应的赠品。

## 红酒促销活动推广语言篇三

1。以细分的4个区域为原则，招收4名本地员工进行业务拓展，薪酬结合当地薪酬标准、业绩、所辖市场的概况经与公司协商，进行支付。

2。经销(分销)商的选择；

选择经销商的总体原则应是态度决定合作：适合企业的客户不是看表面上的大与小，在具备了基本条件后，关键是看其对我方品牌的真正态度，即是否理解并认同我们公司的整体战略，企业理念、文化与品牌建设等，看其是否将主要精力和资源用在我方品牌或抽出多少资源对我方品牌进行运作(配合力度)。

基本条件：主要看其是否稳健a有一定的资金实力；财务收

支的平衡与稳定□b□有自己的营销队伍保持一定的素质和稳定性□c□有自己的销售渠道和网点，并保持发展规划布局的稳定性□d□决策者的人格健全。

在公司营销政策不设省级代理商的原则下，虽上面将全省分为两大区四小区，主要目的是为了对业务员的市场区域划分及管理。

- 1) 在全省每个区、市基本上是以设一家经销商为原则；
- 2) 在重点区域市场，如、等若经销商实力或网络有限，经共同协商，再对所属市、县找数家分销商，以达到扩大终端网点的目的。
- 3) 在终端网点建设上，初步以有影响的酒店、饭店、大卖场为主，根据具体市场确定合理的布点数量。
- 4) 在初步布点完成后，再对类烟酒专卖店、中小商超进行铺货。
- 5) 在重点区域市场进行精耕细作，对小饭店、居民住宅区的小食杂店进行适灯袒酢？

广告宣传应以简单、适用为主，应从宣传方式、媒体选择、方案策划、广告创意等方面整合一切资源，以达到以最小的投入获得最大的宣传效应。

- 1) 在广告宣传上应以红酒的市场定位、目标市场为切入点，针对目标消费群进行有效宣传，有的放矢，不至于浪费资源。
- 2) 根据酒市场的一些特征，在宣传上以红酒是精酿的酒，是餐桌上的调养酒；引导的是一种科学、健康、自然、时尚的酒。消费新概念为基本方向。

3) 根据地域、气候特征及当地居民的日常饮食习惯，应在枸杞特性味甘、性平、无毒及红酒喝了不上火，即去火解毒的方面进行宣传。

4) 在市场导入期，为了扩大产品影响，在同经销商协商，选择适应电视媒体，适当时段进行广告宣传。

5) 在报纸宣传上把握两点：a) 先以硬性广告为主，重点宣传红是一种创新的酒，让受众知晓红；b) 随着市场的推进时间，组织一系列软广告文案，以介绍由来传说，酒的特性等酒文化方面知识进行系列宣传。

为了扩大报纸宣传的效果，可举行看报纸广告，回答问题，礼品奉送活动。

四、在电视、报刊媒体上投放广告成本较高，只能进行适当短期的投放。而我们对红酒的宣传应重点放在酒店、大卖场等占据消费量较大份额的人流较多的销售终端。

1) 在终端进行宣传，应以提高注目率为基点，即将在终端光临的顾客的目光先吸引过来，买不买红酒是另外的一回事，先让其看一眼红酒，如在卖场酒类专卖区林林总总的酒产品陈列架前，如何吸引顾客的目光，除了现场促销员的解说外，另外一条途径就是在终端陈列上做文章，我们设计一个精巧的，能体现出红酒品牌形象的陈列架，陈列架不求大，以达列红酒一现，与众不同的展示效应。同样，此展示架在些酒、饭店条件允许的情况下也可运用。

2) 在终端通过其它方式进行宣传吸引注目率，即pop的张贴，饮酒常识小册子的发送，巨无霸形象展示牌的设置，大型喷绘灯箱的设置。

作为一名省级主管，日常的管理主要应是从三方面着手：

1)业务的拓展、管理工作，亲自参予并指导业务员协同经销商作好通路终端工作，扩大红酒在xx市场的知名度，提升其市场销量。

2)业务员的管理工作，作为一名业务主管，在具备一定的业务拓展、管理技能的同时，还应做到为人之君，为人之亲，为人之师的表率作用，组织加强业务员的学习工作，共同学习公司的战略规划、企业文化、品牌建设等方面的知识，组织学习业务知识，从而提高每个人的个人素质及业务能力，充分发挥每个人的主观能动性，并形成一個团结、亲和、互助、上进的团队。

3)充当公司与经销商的沟通桥梁作用，业务员最基本的要求就是要勤。要勤于经销商沟通，要有创新的思维观念，在日常工作、学习中勤于思考，并有敏锐的洞察力，善于发现问题，及时解决问题，不能解决的上报公司，尽早协调处理。

## 红酒促销活动推广语言篇四

一、目的：中秋节前后的大力宣传、渠道压货和终端促销，提高品牌知名度和产品销量。

二、时间：9月10日--9月20日

三、目标客户：终端客户

四、活动产品：红酒

五、活动内容：

1、首单进货6万元活动政策：

专业培训：针对店内所有员工进行培训。

葡萄酒品鉴酒会：免费提供培训，酒会用酒免费提供，酒会讲酒、侍酒免费提供

宣传物料设计提供□x展架，条幅、宣传手册等。 .

活动期间在店内显著位置进行堆头设置，并有专人负责推荐，店内全员销售。

2、针对终端客户：

活动主题：“葡萄美酒中秋献礼有买即赠活动全面开展”活动期间在店内销售的客户，均可以享受有买即赠活动。活动一个月期间。

团购促销：（名庄酒除外）

购葡萄酒满5万元，即赠28支装酒柜一台，并加送ipad2一台，加油卡1000元；立即升为本店铂金卡会员，此后全年购买葡萄酒享受8.8折优惠，全年免费储酒，免费侍酒，免费送货。

购葡萄酒满2万元，即赠12支装酒柜一台，并加送高档酒杯2盒，海马酒刀两把；立即升为本店金卡会员，此后全年购买葡萄酒享受9折优惠，全年免费储酒，免费侍酒，免费送货。

购葡萄酒满5000元，高脚杯一对，海马酒刀两把；立即升为本店vip会员，此后全年购买葡萄酒享受9.5折优惠，以上四种会员卡均可进行积分，每1元为一分，特价商品除外，本店定期进行积分兑换。零售促销：

购买××两支，赠双支礼盒1个；(利润 $(568-288)*2-35=245$ 元)；购买××两支，赠双支礼盒1个；(利润 $(188-80)*2-25=191$ 元)购买××两支，赠双支礼盒1个；(利润 $(168-85)*2-25=141$ 元)购买××两支，赠双支礼盒1个；(利润 $(88-48)*2-25=55$ 元)



购买任意一款产品均可获赠海马酒刀1把或木礼盒1个;(海马酒刀支出为10元,木礼盒支出为10元)

### 3、针对店内营业员

为了促进店内销售人员的对红酒销售的积极性,特举办全市“××葡萄酒销售高手深度培训班成员选拔赛”并且,对前三名的销售员进行奖励,并选取其中10名进行深度培训,并推荐进行品酒师班的学习和证书获取。

六、宣传促销物料:高脚杯20个(300元)、海马酒刀50把(400元)、双支木盒100个(2500元),单只木盒50个(500元),单只皮盒10个(500元),双支皮盒10个(600元),双支手提袋100个□x展架三个、条幅三条、宣传手册100本。

七、促销人员:业务人员、促销人员(店员)

## 红酒促销活动推广语言篇五

每年农历八月十五日,是传统的中秋佳节。这时是一年秋季的中期,所以被称为中秋。在中国的农历里,一年分为四季,每季又分为孟、仲、季三个部分,因而中秋也称仲秋。八月十五的月亮比其他几个月的满月更圆,更明亮,所以又叫做“月夕”,“八月节”。此夜,人们仰望天空如玉如盘的朗朗明月,自然会期盼家人团聚。远在他乡的游子,也借此寄托自己对故乡和亲人的思念之情这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福,希望我们的劳动人民健康、快乐。这样一个含义与我们企业的经营理念“爱国、敬业、优质、争雄”一脉相承。具有多年历史的张裕公司,过我们劳动人民千年来努力,才有今天的张裕红酒系列的的延伸和创新,承载着人类健康的使命!在这样一个具有深刻意义的节日,张裕更渴望表达她的报答之情!彰显我们品牌的价值!

### 二、活动主题

逢佳节倍思亲，张裕不曾离开。

### 三、活动目的

1. 利用节日消费高峰，提高销量
2. 借势推广我们产品，促进认知
3. 回馈广大消费者，建立忠诚度
4. 加强与终端合作，改善彼此客情

### 四、活动时间

20xx年x月x日——20xx年x月x日

### 五、活动产品

主推产品：张裕葡萄酒的三个品牌（黄金令，白玉珠，可雅白兰地）

### 六、活动城市

淄博

### 七、活动规划

#### （一）活动内容

赠送会员卡。在中秋接期间：

购买价值100元以上的红酒即可得到泡芙面包一袋。

购买价值200元以上红酒即可得到白银会员卡一张。

购买价值500元以上红酒即可得到金色会员卡一张。

购买价值1000元以上红酒即可得到至尊会员卡一张。

本次活动的解释权归山东张裕葡萄酒有限公司。

## （二）活动形式

在购买张裕葡萄酒后，可凭消费凭证在任何一个张裕葡萄酒专卖店领取相应奖励。

## （三）奖励设计

1、最高奖励为标志“中秋合家欢”至尊会员卡一张（终身享受9折优惠）

2、二级奖励为标志“中秋团圆”金色会员卡一张。（终身享受9.5折优惠）

3、三级奖励为标志“中秋快乐”银色会员卡一张。（享受9.5折优惠。一年）

4、奖励法式小面包泡芙一袋。（值100元）

## （四）补充说明

1、本活动可以结合终端进行联合促销，例如购买本终端产品满元以上可以直接先进反馈。我们目的是让终端对我们活动有一个很好的配合，同时也为增进彼此的客情，为未来的合作打下基础。

2、本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条。

## 八、促销价格策略

- 1、经销商控制的终端：要求经销商给予活动的配合在供应价经常让利5%—10%或由我们与经销共同让利5%—10%。
- 2、我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%—10%。
- 3、不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%—10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客！

## 九、活动终端要求

1、根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

（1）现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒搭配陈列陈列。

（2）此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名。

（3）此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础。

（4）需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行。

2、网络征文，加大宣传力度。

3、终端的布置设计：

（1）在店门口要有活动的告知。

（2）在店门口要有赠品说明及活动宣传单页发放。

（3）店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气

氛。

(4) 在店内堆头上要放上赠品进行展示，激发消费者购买欲望。

(5) 店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅。

4、在活动开始前三天，需要在目标终端附近的小区进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力。

## 十、宣传物料

1、活动宣传单页。

2、活动海报。

3、各销售终端可以根据自身的`一些宣传资源丰富终端的布置。

## 十一、关键控制点

1、产品进场。

2、促销员招聘、进场、对促销员的培训。

## 十二、效果预估

1、促进现有产品的销售。（估计出销售的数量）

2、提升产品的知晓度。（估计出产品的知名度提升程度）

3、树立彼此的信心。

4、为国庆，春节等以后销售打下基础。

## 红酒促销活动推广语言篇六

1、负责：董事部，企划部，营销部，财务部，餐饮部等部门

2、成员：各部门负责人

xx月11日至xx月30日

庆元旦，迎新年，送大礼！

五、活动口号：我们都是一家人，乡亲相爱的一家人

六、元旦节活动方案——场景布置：

（一）、店外布置：

大门对联：万家团圆迎元旦，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；

外墙悬挂巨幅：宽：高=10x13m□宣传活动内容；

在门上方悬挂大红灯笼8个。

（二）、店内布置：

1、分别在一、二、三、四、五楼电梯两端悬挂宣传指示牌。

2、在一楼大厅设立一个大月饼（由采购部洽谈）；

4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼；宫廷灯笼88个。

5、在各楼层主通道悬挂元旦、国庆节吊旗（各一面）；吊旗100张。

6、楼梯护栏以金黄色绒布围边，同时加强对电梯口布置。

7、前厅中央吊一个大型（1.5米宽）的灯笼（用kt板制做），在大灯笼下方吊方块字样“元旦节快乐”，在从再加上其它的装饰物。

## 七、元旦节活动方案——宣传策略

1、报纸、酒店内刊宣传；

2、电视媒体宣传：

a□宣传内容：特色月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内容；

b□时间□xx月20日26日；

c□费用收取：~~~~~

d□宣传形式：动画图片加文字。

3、店外巨幅、展板宣传；

4、店内播音宣传；

5、周边小区、超市以小条幅宣传，内容：“会宾楼宾馆祝全市人民元旦节快乐；元旦大宗购物热线□xxxxx”

## 八、活动策略：

活动一、各楼层满指定金额留住快乐瞬间

活动时间□xx月11日---xx月30日

活动内容：一次性在一楼消费满660元、二楼满1000以上可凭菜单在酒店入口处xx新娘婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：

一等奖：奖价值288元摄影套餐

二等奖：奖价值198元摄影套餐

三等奖：奖价值98元摄影套餐

详情请到xx新娘婚纱摄影咨询处咨询。

此项活动奖品由xx新娘婚纱摄影赞助

## 红酒促销活动推广语言篇七

一、活动目的：

1、尼爵公司在父亲节来临之际，推出“尼爵男人在父亲节——感恩父亲，

尊享有礼”的促销活动，回馈广大消费者；并以此为契机，提升单店销量，抢占

夏季服装品牌销售份额。

2、通过系列活动加强终端曝光率，进一步提升品牌美誉度和忠诚度。

二、活动时间：6月14日（周五）--6月16日（周日）

三、活动主题：“尼爵男人在父亲节——感恩父亲，尊享有礼”



1、本次活动将由“尼爵男人在父亲节——感恩父亲，尊享有礼”主题贯穿，

父亲节为父亲买尼爵，让父亲有面子，也分享自己儿子的成功。

以拉动实际购买者的购买欲望。

操作“儿子成功，而且孝顺，让老爸在人前有面子，为儿子自豪”

同时也用尼爵表现对自己父亲的感谢。

四、促销内容：（可以任选一或者两种相结合）

1、全场夏装一件8折，两件6.8折

2、买满100元减28元，200元减58元

3、单店买赠促销

4、精选货品买一送一

5、父亲节，为爱点赞。给老爸献礼活动（限微信店客户）

备注□a.单店买赠：活动期间，凡在尼爵专卖店购买满528元以上，赠送皮带一条。凡父亲节当天进店购物者均有精美礼品（袜子）赠送。敬候您的光临！

b.父亲节，为爱点赞。给老爸献礼活动。集满28个赞送精美袜子一双，集

满58个赞送25元优惠券。集满88个赞送50元优惠券。集赞拍照上传，确认客

户自己可以当地店铺领取（限微信店客户）

五、推广物料：

本次促销活动将从海陆空立体打造，采用落地海报、活动宣传折页、横幅、

□kt版）/x展架等立体展示，促进销售。

店门口□kt版）/x展架店内海报（或用单透贴在店内橱窗）。

店外dm单页优惠券10元角标。

短信□qq□微信公众平台推广活动。

参考迎宾服务用语：欢迎光临，尼爵都市休闲男装，父亲节送豪礼！（迎客

用语，将活动内容快速传递给消费者，语速较快，但应保证所表达内容的清晰）

参考vip短信内容：

尊敬尼爵vip客户：岁月有痕，父爱无际。爱父亲吗？就告诉他。大声告诉他，我爱你

爸爸。父亲节，送尼爵给他！愿天下的父母健康快乐。

## 红酒促销活动推广语言篇八

xx商城第一届黄酒展

xx年6月9日——xx年6月19日

利用端午这一传统节日，大力推广和宣传黄酒（北方地区对黄酒不是很了解，一般人的思维里黄酒只是用来做药引子和烹饪用的）

所以利用端午节这一传统节日喝黄酒这一民俗，向广大顾客介绍黄酒的历史，文化以及黄酒的营养价值和黄酒的饮用方法。

1、商品的营销，买一赠一系列，礼盒类买赠活动

2、在享受买赠的同时，享受满500元送50元xx商城卡活动（卡相当于现金使用，没有消费时间及品类限制）

3、6月天气炎热，推出冰镇黄酒赠饮活动。

1、黄酒文化宣传长廊，以“会稽山”1xx年和50年极品年份酒展示为点，制造话题，吸引更多的人前来观看。

2、黄酒文化宣传牌（历史，文化，引用方法，营养价值等）

3、棚顶pop□

销售计划□xxxx万