# 最新促销活动方案案例 促销活动方案(汇总9篇)

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2024-04-10

*无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。促销活动方案案例篇一为了更好的开展工作，提高工作效率，规范化，有序...*

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**促销活动方案案例篇一**

为了更好的开展工作，提高工作效率，规范化，有序的开展工作 特制作如下计划书：

（一） 市场区域规划

1）20xx年市场拓展云南周边城市市场“按就近原则”均划为所属片区泛指云南周边广西和贵州相邻市场。

2)20xx年市场调整于镇级市场拓展；产品细分和工程客户细分；特别是地州工程客户细分。

（二）20xx年目标客户的寻找分类

（三）20xx年目标市场信息收集范围

（四）20xx年市场运作基本方案“把对的产品卖给对的人”

1）能创造价值的客户我们都不能放弃收集公司要求客户信息。

2）细分客户建立详细档案长期追踪短信平台和电话回访。

3）多品牌运作满足客户不同种类需求。

5）四大品牌推广方式

（1）在市级市场和公司重点市场推广“菊花漆”和“长颈鹿漆”专柜和专卖店。

（2）当长颈鹿漆和菊花漆都有和有其中一个品牌的地方时推广剩下的品牌。

（3）当客户觉得四个品牌的知名都不高时客户会把长颈鹿漆何菊花花漆当做杂牌时新品牌为主推。

（4）楼梯厂和家具厂推广奥美思漆。

（五）20xx年市场调整计划

1．维护和开发依然是20xx年工作的重点

（1）维护老客户的目标是建议店面升级可以推广店面升级进货有补贴制度，专柜客户木前有45家左右可以谈升级制度。

（2）流失客户的维护主要工作是调查流失原因，如果是价格方面原因可以推广新品牌流失客户32个左右。

（3）驻点市场是新招聘员工的实习基地同时也维护客户的重点市场列出5个重点市场备选市场为客户强烈要求派人的地方可根据实际情况派遣。

（4）20xx年开发的重点是在滇西和昭通，临沧，曲靖，文山等目前曲靖市场也基本空白；思茅市场和玉溪市场需要调整招商的策略和方案离昆明近的地方都需要考虑调整产品线。

（5）工程客户的开发“国家保障房建设”“统建房”“集资房”等等政府工程国家还会加大西部大开发。少数民族地区教育等部门工程的关注。

（6）20xx分销市场推广一下方案 促销将是明年推动销量的一个策略。

**促销活动方案案例篇二**

随着夏季的临近，车主开始频繁使用空调制冷，此时沉积在空调中的霉菌和病原体进入汽车内部，同时由于车内空间的密闭和狭小，是车主很容易能闻到空调口吹出的粉尘味和异味。汽车空调系统清洗作为4s店的深度养护项目之一，在此时能够更好的为车主解决这一系列的问题。同时空调系统清洗也能大幅度提高售后产值和利润。为此我们特地为各4s量身打造名为“健康清凉过夏天”的空调系统清洗产品的促销活动。

1、回馈各4s店长期以来的支持

2、提高进站台次

3、培养车主的空调养护意识

4、培养车主对4s的忠诚度

5、增强4s工作人员对于空调系统养护的销售和操作专业性

6、提高空调系统清洗产品的销量。

7、完成夏季产品的促销，提升售后产值和利润

4月——6月

1、车主

2、售后服务顾问

3、售后维修师傅

1、针对车主

a、汽车空调内部免费ct检测。

活动期间所有到店车主都可享受对汽车空调系统内部内窥镜ct检测，并为客户打印出照片，给出维修养护建议。

b、做汽车空调深度养护赠送汽车内饰杀菌一次

汽车内饰杀菌采用专业机器，药液汽化为雾状在汽车内部翻滚流动，对座垫上和脚垫上附着的烟味，食物味，霉味，甲醛等异味细菌进行中和祛除。

c、每天第一名预约来店客户免费享受汽车内饰桑拿杀菌一次

d、抽奖活动

到店消费空调系统养护的客户均可获得一次抽奖机会，奖品设置为一等奖2名价值200元的礼品，二等奖5名价值100元的礼品，三等奖20名价值50元礼品，参与奖若干名价值20元礼品。整体中奖几率设置为50%。（礼品包括车用吸尘器，打气泵，变速箱系统套餐，转向系统套餐，水箱系统套餐，燃油添加剂，车用恒温水杯，车用安全锤，车用牵引带，汽车装饰公仔，车用反光尾贴，汽车挂饰等一系列车用小装饰）。

2、针对服务顾问

a、按实际销量分阶梯提成

销量达到50瓶以上提成3元/每瓶，到达80瓶以上提成5元/每瓶，达到100瓶以上8元/瓶，达到120瓶以上10元/瓶。

b、评出销量123名进行奖励

按照服务顾问销量确定排名，第一名奖金300元，第二名奖金200元，第三名奖金100元。

c、以一瓶为一个积分，积分换奖品

3、针对工人师傅

a、凡使用一套产品均赠送手套一双

b、工人销售同样可以计算积分

1、活动开始之前由我公司负责人与各站负责人沟通确定活动策划书活动内容，并在活动开始一星期前回执活动策划书于市场部。

2、市场部根据具体4s站活动要求准备活动所需的广告支持和礼品支持。

3、活动期间由我公司提供驻站代表随时跟进活动期间的各个细节。

4、活动结束由驻站代表提供活动期间的销量，进站台次等数据，反应活动效果的活动总结交予各站负责人。

**促销活动方案案例篇三**

x网店活动策划方案

随着互联网的展，网上购物已经成为一件很普遍的事情。x便是如今在线电子商务平台的一位领跑者，在消费群体的消费能力与x销售额的飞速增长的当下，很多人从电商的市场潜力中看到了商机，也被这块公平的创业乐土所吸引，纷纷加入到电商这个行列中来。由此带来的影响是，即便x的消费市场足够大，但是竞争的激烈程度也越来越大。因此，在如今的x环境中，如果没有促销活动的带动，即便是品牌大店，也会很难守得住中小型网店价格战的冲击，销售数据就会很惨淡。即将到来的，无疑又为一场电商大战拉开了帷幕，在这样的情形下，x店主们要开始绷紧神经，细致的做好排兵布阵了。

在电商大促之时，利用各类营销手段、吸引消费者的注意、提高网店的流量、增加店内的销售额，最终使得本店的销售业绩与在消费者心中的印象在期间得到良好的提升。

1、店面的装修与整体感觉：对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

（3）节后：体现“过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。

2、促销方式：

（1）直接打折：原价300元，现价5折150元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的20款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。

（2）买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。

（3）两件包邮：购买了一件宝贝后，现再买一件就可以享受包邮的服务，必然会有再次购买的欲望。虽然这种折扣的力度不大，但是很多消费者还是愿意买单的。

（4）满就送：满100元送10元优惠券，满200元送20元优惠券，满600元送80元店铺优惠券，这种方式就稍微有点讲究了。比如说这款宝贝刚好99元，不符合优惠的条件，那就必须再选择另外一款累计起来才能享受优惠券的折扣了。

（5）搭配套餐：这种方式就有点绑架消费者的意思了。比如购买全场任意一件宝贝，搭配37元就可以加一件100元以下的宝贝，加47元就可以送一件150元以下的宝贝。类似这种方式就是以价格大的带动价格低的宝贝，更能拉动网店的销售量。据相关数据统计，这个方式是消费者欢迎的。

3、客服：

期间消费者的流量一般都会比平时多出很多，在这个时候，就要求客服一定要把握好语句和回复速度，在语言里加上大促的欢快信息，对买家的购买欲望也是一种促进。

4、售后：

当顾客在买过店里的宝贝时出现了问题要退货，要及时、有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下毛病，对物品的问题做出适当的调解，是退货还是协商，不要让顾客找到x网来维权。

**促销活动方案案例篇四**

江苏xx药店连锁有限公司具有里程碑意义的一年，国药控股国大药店有限公司收购xx全部自然人股权，以80、11的股权控股江苏xx药店连锁有限公司，使xx成为国大药店的一个控股子公司，为xx的稳定，快速、健康发展提供了良好的契机。一年来，尽管内部矛盾突显，千头万绪，纷繁复杂，外部医药零售市场竞争激烈，形势严峻，我们能够正确面对困难和挑战，今年重新设置了内部组织架构，出台了多项管理制度，更新了微机程序、统一了国大编码，快速开发了多家连锁直营店，成立了自己的配送中心，取得了经营管理的良好业绩。

今年，公司顺利完成了自然人股权转让，并于6月28日成功召开了第二届第一次股东会、董事会、监事会，企业更名为江苏xx药店连锁有限公司，成为国药控股国大药店有限公司的一个控股子公司。这一具有里程碑意义的重大事件为xx长远、稳定、快速、健康发展提供了良好契机。

按照国药控股“批零分离”的要求，上半年xx与江苏公司整体分离，并重新整合了内部组织架构，组建了营运管理部、综合管理部、财务部、采购部、物流部、门店管理部、门店开发部等。

综合管理部是今年刚组建的部门，是管理服务并重的职能部门，他们在强化内部管理，健全有关规章制度的同时，做好经营的后勤服务工作。

1)狠抓制度建设：今年来制定“20xx年发展目标规划”、“三年(20xx-20xx年)发展目标规划”、“20xx年分配制度及绩效考核办法”，逐步完善内部激励机制，体现“按绩取酬”、“多劳多得”的分配原则。为规范促销费管理，制定了“关于加强厂方终端促销费管理的有关规定”。

2)细抓行政管理：建立健全了各项基础台账，收发文登记、档案保管、工章使用登记等。对固定资产进行彻底的清查核对、登记造册，并建立了电子文档。及时完成新老门店的装修、改造任务。积极配合门店开发部对新增门店的考察、选址、设计、装修及货柜货架等设备的购置工作，保证新开门店的顺利开业。建立了内容全面的电子文档，统一管理房屋租赁合同，配合门店开发部、门店管理部做好门店续租协议等工作。及时完成各类证照变更登记工作，为申报了中华老字号积极收集、整理、申报相关材料，为确保任务按质、按时完成，节假日加班是非常正常的事情。

3)实抓安全工作：连锁门店众多，分布面广，安全工作丝毫不能松懈。一是健全了安全制度，出台了“管理”制度及“安全工作责任制”;二是配齐配全安全器材，如报警器、灭火机等;三是开展经常性的安全检查工作;四是排查安全隐患，发现问题及时解决，从而确保了全年无重大安全事故。

4)狠抓质量管理，巩固gsp成果。我们严格按照gsp规程操作，质检人员严格把关，经常督促检查各环节有无质量管理回潮现象，发现问题及时纠正，确保了台账完整规范，手续完备无缺，巩固了gsp成果。

5)强化。今年综合管理部在优化人力资源，提高人员素质，绩效考核，员工培训等方面做了许多工作：一是及时考核，发放岗薪工资;二是根据企业发展需要适时招聘各类技术人员;三是进行了执业药师、从业药师继续，员工上岗培训;四配合收购高邮、宝应、邗江连锁店做好人力资源统筹安排。五是正常申报各项社会劳动。

今年信息系统进行了三次较大的调整，一是xx批零兼营程序调整，二是部分品种独立采购时程序调整，三是彻底独立后程序调整，三次调整我们信息人员均花费了大量的时间和精力，加班加点，及时完成程序调整，保证了三次调整的顺利进行。

今年新开门店的不断增加，信息人员在不增加的情况下，完成了所有门店的计算机新增、系统安装及维护工作，为门店销售任务的完成提供了保障。同时还为领导及各职能部门及时，准确的提供各类分析数据。

批零分离后，采购部逐步担负起保障各门店货源供应的艰巨任务，并为追求成本最低化作出了艰苦努力。一是新增自行采购品种1500条(个);二是不断更新t类品种，由年初的110个种现已增加到400多个品种;三是进行比对采购，虽然今年国家进行了四次较大范围的降价的情况下，xx的商品毛利率不但没有降低，而由去年的22、5上升到今年的22、9，上升了0、4个百分点。四是积极与供应厂商沟通，多方寻求供商厂商的支持，全年争取到返利100万元，其他收入(如进场费、端架费等)110万元，为提高企业经济效益作出了努力。

财务部在财务管理方面做了大量的基础工作。特别是按照国大药店的新要求，在合理调拨使用资金，严格财务把关等方面起到了一定作用。特别是今年新开门店的会计核算，不仅增加手工帐，还要去所属地税务机关申报纳税，工作量大大增加，财务部基本完成任务。大量、复杂的20xx年经营、财务预算报表也按时完成上报。

按照国大药店长远发展战略，开发新门店的任务很重，门店开发部克服困难，放弃许多休息日频繁奔波在扬泰地区、南通、苏州、镇江地区，进行考察、选址，招聘人员、办理证照，举办开业活动。

一是新选址、考察、开业连锁直营店9家。

二是整体收购加盟店为直营店28家。特别是高邮、宝应等加盟店由于矛盾突出、遗留问题较多，开发部的人员想方设法，认真细致的逐个做有关人员的思想工作，切实解决实际问题，取得明显效果。

三是吸取社会药店为加盟店，对于志愿在xx百分之百进货，并付给一定加盟管理费的证照齐全的合法社会药店，经变更名称、签订协议后发展为加盟店，对于名不符实的原邗江各乡、镇加盟店17家药店按加盟要求，重新签订了加盟协议，对加盟店加强了监督、管理。

门店管理部针对社会药店越来越多，规模越来越大，市场竞争更加激烈的严峻形势，认真研究对策、积极拓展市尝提高应变能力、注重细节管理、强化优质报务、提升品牌形象上做出了应有努力，较好的完成了销售和利润任务。

一是层层动员较早地落实销售、利润任务，并分解到各地区门店;二是正确面对挑战，坚持每周召开一次地区经理会议，分析形势、检查进度、研究对策，及时解决门店遇到的新问题;三是加强品类管理、加大“t”类商品的销售力度，及时实现奖励政策，促进了“t”类产品的销售，其销售比例由上年的2、8上升到今年的10;四是积极开展多种形式的促销活动，利用黄金周、节假日，及“3、15”绿色销费活动、下社区宣传活动，促进了销售任务的完成;五是弘扬，培养知识型员工，对新进员工及厂商联合举办的以营销技巧为主题培训达1100多人，支持和鼓励参加考试，有效地提升了员工素质;六是与扬州晚报社联合举办了“健康与保奖、“安全月”、“我心中的放心药店”，为主题的第二届“xx杯”有奖征文活动，进一步提升了xx的知名品牌形象;七是强化优质服务，增强企业竞争力，积极开展十多项便民服务项目，全年送药上门20xx次，电话预约购药3165次，代客切片8520次，代客煎药12468次，夜间售药12422次(14、5万)，增强了企业竞争力，取得了市民良好的口碑。

**促销活动方案案例篇五**

以父亲节为契机，万昌百货与笔杆子联合举行一系列活动。

万昌作为附近唯一的一家大型超市，市场潜力很大。如果能在此区域内扩大其美誉度，在当地市场内收益极大，并可吸引临近区域的顾客。相反，如果万昌百货没有充分挖掘这部分市场，将导致这部分市场流失。形成假期大家宁可去更远的沃尔玛、好又多、太古等地购物恶性循环。

1、就当天的营业额而言。父亲节当天，市内很多大型超市都有许多促销、现场活动，以吸引人群、提升企业回馈社会的形象。对顾客而言，周末购物当然是选择购物气氛更好的地方。如果万昌举行相应的活动，将有利于参与竞争、争取市场、扩大当天的人流量及其营业量。反之，当天的营业量流失应该很大。

2、就长远利益而言，有利于培养顾客忠诚度。在父亲节开展活动，在顾客心理建立万昌百货关怀顾客、有人情味的形象，提升其文化性与美誉度，形成客户忠诚度，为以后的经营发展创造条件。顾客的忠诚就是发展的一切。

3、通过双方合作，举行形式多样的现场活动，既可扩大万昌万货的影响力，为其树立同时在与万昌联合活动中，笔杆子也达到宣传的目的;同时为两家以后的合作可能奠定基础。对于双方都是双赢状态。对于万昌百货而言，笔杆子义务的为其做一定的宣传方案，提供支持。就笔杆子而言，在与万昌的合作中扩大一定的知名度。

宣传条幅内容：万昌百货与笔杆子提醒您\*\*\*\*年父亲节只有一个、

超市内可张贴若干与父亲节相关的祝福的海报。

在购物袋内放入写有\"今天别忘了打个电话给父亲\"、\"父亲的生日是哪一天?\"\"父亲的节日只有一天。\"、\"为父亲过过生日吗?\"等等温馨话语的纸条。下面印上万昌百货名称及logo。这种宣传方式从消费者的感情需要出发，可谓细微之处见真情。很容易引起在外工作的子女们对父亲的想念，而且这种宣传是公益性的，顾客完全不会有抵触心理。对树立一个有感情、有责任感的万昌百货形象有很好的作用。

1、前期宣传周五、周六开始张贴海报，对\"万昌百货在父亲节所进行的活动内容\"进行宣传。以悬念或者是煽动的方式，将活动内容告知公众。达到吸引人们关注的目的.，以增大活动当天的人流量。

如：父亲节父子一同来万昌购物惊喜不断。

父亲节在万昌购物，免费拿走(后面有相关的活动内容)

父亲节，万昌百货游园惊喜

本周末，来万昌，与父亲一起

2、活动当天(周日即6月15号)

1)父子(女)亲情照活动当天对于一同来购物的父子，如果子女能说清楚父亲的生日，可赠拍父子(女)照片一张，并由笔杆子负责邮寄照片。

2)签名留言写\"最想给父亲的一句话\"可在大红布或是纸张上由顾客写上给父亲的一句话。需要邮寄的可由笔杆子代劳。活动以煽动性海报引发情感上的触动。

3)游戏顾客可凭购物小票参加游戏。如：

a、默契大考验由一同购物的两个人合作，一个作问卷，回答一些喜好的问题。另一个(不许看答卷)由现场主持人员对其提问，如果两人答案相同，便可以领取相应的小礼品或是继续参加其他的活动。

b、二人三足赛跑(这个不用说了)

c、长杆夹乒乓球人站在一米线外，用两根长杆把乒乓球从一个盆里夹到另一个盆里，夹到多少颗有奖或是其他的。

其他的还可以再考虑。

4)赠送汽球商场出口处，由两位营业小姐(最好是能找到两个小朋友来发)对购物出来的顾客，说祝你们父亲节日快乐，并赠送一个汽球。

3、常见促销活动

a)免费包装礼品对当天为父亲买礼物的提供免费的礼品包装。并赠送贺卡一张

b)抽奖购物满多少元的客户提供抽奖机会。奖品内容可形式式样，包括礼品与购物优惠券或凭本次购物小票再打折退还部分购物款。或给出一个特别奖，退回当天购物开销。

c)对部分男性生活用品打折销售。可与厂商联合。

父子亲情照与签名活动可由笔杆子具体负责。

笔杆子可以免费为万昌提供创意或活动策划，但要求在适当地方张贴笔杆子的logo，以及在一些地方分发笔杆子的宣传单。万昌提供场地与相应的礼品及人员。

如万昌需要笔杆子提供海报，宣传单(放在购物袋中的那种)，问卷或其他的宣传材料，笔杆子保证提供最优惠的价格。

其他具体事宜可协商。力争最大程度实现双方利益。

第三部分活动效果预测

通过前期的海报宣传，进行造势。吸引人们活动当天来到购物现场。

通过形式多样的现场活动，不仅可以增加万昌百货当天的销售量，更能扩大万昌万货的影响力，提升其形象，为培养顾客忠诚度打下基础。有利于与周边的超市进行竞争。

笔杆子也在与万昌的合作中提升知名度。

同时为双方以后可能的合作打好良好的基础。

综上所述，此次活动于双方都是有极大的利益。

希望能达成合作!很高兴与你们的接触。

**促销活动方案案例篇六**

走进湖南，实施38妇女节顾客大回馈。

1) 针对目标人群，强化品牌的宣传力度，形成搞品牌知名度。

2) 让广大居民了解卡菲妮迪的.独特魅力，发展更多的客户群体，拥有更多的潜在客户。

3) 开展品牌个性化宣传，寻求女鞋差异化生存。

4) 严格把关产品质量，不断提高产品里，强化目标消费群体对卡菲妮迪女鞋的品牌印象。

5) 用良好的品牌形象，卓越的产品品质，平稳的市场价格，倾力打造“人人买得起的品牌”。

6) 提高卡菲妮迪在女鞋行业的市场占有率，增加其销售量。

时间：20xx年5月7日——20xx年5月9日

地点：卖场、店面、市中心等

1) 主要是为25—45岁之间的成熟女性打造时尚、轻巧、亮丽、性感的女鞋。

2) 刚上市的新产品不打折，如果是vip贵宾可以打折，而打折的产品也可以折上折九折。

3) 降低贵宾门槛，大范围发展贵宾，扩大会员规模，以此促进口碑传播及销售网络。

（1）活动时间：20xx年3月7日

活动内容：在店内推出寻找小水晶鞋活动，发现即可获取购物券，让顾客参加送券在购物的活动。

宣传方式：直邮心寒活动告知；店面pop宣传活动告知。

（2）活动时间：20xx年3月8日

活动内容：借助举办大型评选活动，引起大众的广泛关注，找来十个模特，以不同的风格穿上卡菲妮迪不同风格的鞋子，强化品牌知名度。

宣传方式：全程新闻宣传，之前就得进行广告及新闻宣传；直邮信函告之；店面pop宣传活动告之。

（3）活动时间：20xx3月9日

活动内容：推出各类赠品，在店内设立堆头区，购买画品即可参与“魅力加价送活动”。活动期间购物满500元加28可获赠披肩，购满800远加价38元可获赠皮夹。

**促销活动方案案例篇七**

给面包定义主题，通过促销手段和消费者互动，达到xx面包品牌的推广并带动面包销售。

“幸福很简单，勇敢晒出来”全新的xx酸奶，x种不同的款式和口味。现定义主题：送给家人的爱。大的主题下面分为三个面来诠释分别为：关于亲情、关于友情、关于爱情。

关于亲情

在最无助的人生路上，亲情是最持久的动力，给予我们无私的帮助和依靠；在最寂寞的情感路上，亲情是最真诚的陪伴，让我们感受到无比的温馨和安慰；在最无奈的十字路口，亲情是最清晰的路标，指引我们成功到达目标。（定义面包：“感恩”“思念”）

关于友情

我深深地理解，耗费了多少时间，战胜了多少困难，你才取得眼前的成绩。请你相信，在你追求、拼搏和苦干的过程中，我将永远面带微笑地站在你的身旁。（定义面包：“友谊天长地久”“其乐融融”）

关于爱情

你遇上一个人，你爱他多一点，那么，你始终会失去他。然后，你遇上另一个，他爱你多一点，那么你早晚会离开他。直到有一天，你遇到一个人，你们彼此相爱。终于明白，所有的寻觅，也有一个过程。从前在天崖，而今咫尺。（定义面包：“一网情深”“爱情伊甸园”）

xxxx年x月x日—xxxx年x月x日

国庆乐翻天，xx“幸福很简单，勇敢晒出来”促销活动开始了！

在客户购买xx酸奶主题面包的同时，即时上传“幸福照”即可获得主题精美餐具一套（所有上传“幸福照”将在店内经行展示）。凡一次性消费x元的客户赠送x元代金券一张，代金券使用时限全年。当日现金消费满x元，可凭购物发票或小票再获赠“早餐面包”一个。（单独包装，价值约x元）当日现金消费满x元，可凭购物发票或小票再获赠“小奶酪”礼盒一份。（价值约x元）当日现金消费满x元，可凭购物发票或小票再获赠“胶原蛋白”套装礼盒一份。（价值约x元）

各店按照赠礼价值自行同厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担x%。

前期活动的宣传主要采取广告宣传单和宣传折页的派放。

“幸福很简单，勇敢晒出来”新品xx酸奶主题面包：

活动一：购买xx酸奶主题面包的客户，只要现场上传“幸福照”即可获得精美餐具一套。

活动二：当日现金消费满x元的客户赠送10元代金券一张。

当日现金消费满x元，可凭购物发票或小票再获赠“早餐面包”一个。（单独包装，价值约x元）

当日现金消费满x元，可凭购物发票或小票再获赠“小奶酪”礼盒一份。（价值约x元）

当日现金消费满x元，可凭购物发票或小票再获赠“胶原蛋白”套装礼盒一份。（价值约x元）

凡当日单店购物满x元的顾客，可凭购物发票参加抽奖，有机会获得该票全额和半额消费返还。

操作细则：

各店设置一个抽奖箱，内有x个乒乓球（其中全额返还x个，半额返还x个，x个纪念奖，可选择超市商品），工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“x”章，即时开奖。

**促销活动方案案例篇八**

一、活动目的：

中秋节是中国传统节日，是中国人浓重“家文化”的具体体现，与欧派倡导的“家居文化”理念相匹配，同时，中秋节是本年度仅剩的两次促销时机之一。中秋时机，借助“冠军联盟”品牌影响力及“冠军联盟家居文化节”活动平台，强推欧派衣柜，使“欧派衣柜”得以广泛传播，为大众所认知。并以强势的宣传攻势和创新的市场策略，全面提升销量，为国庆备战奠定坚实的基础。

二、活动时间：促销时间：9月3日-9月12日

（集中团购时间：9月10日-12日间的任一天）

三、活动地点：欧派全国衣柜商场

四、活动主题

“家”好月圆，团聚盛“惠”

----冠军联盟家居文化节中秋团购会

特别说明：团购场地必须是在当地排名前三的建材卖场，如果当地各品牌有大店的（卖场面积1000㎡以上）可选定一家作为主场操作。

五、促销内容

（一）欧派独立促销

【中秋见面礼】进店客户即可免费获赠欧派家居礼品一份；

【衣柜惠赠礼】购买衣柜折后金额满8000元即送价值1588元的高档鞋柜。

【买衣柜送联盟产品代金券】

购买欧派衣柜金额达8000元，可赠送东鹏陶瓷、大自然地板、雷士照明、万和热水器代金券。（具体额度由当地联盟协商决定）

购买欧派衣柜金额每满5000元，可使用衣柜代金券500元。(本条做为经销商执行参考) （此条由经销商与当地联盟品牌经销商共同协商制定）

【特价衣柜】

特价柜身：中纤板，特价158元/平米！

特价趟门：木纹板，黑镜腰线，原价764元/平米，特价468元/平米!

皮纹优雅板,原价1089/平米，特价828元/平米!

【团圆折上礼】

买衣柜并交20xx元定金，可赠送20xx元橱柜现金券（每单橱柜限用一张，有效期至9月19日）。

（二）联盟联合促销

【联盟护照】

（备注：具体使用哪种方式由当地联盟协商确定，亦可在此基础上进行更改）

【联盟大抽奖】

活动期间，凡预订欧派衣柜并缴纳定金者，可参与冠军联盟大抽奖，有机会赢取豪华大奖！每交定金3000元可获抽奖券一张（一次抽奖机会），交6000元两张，以此类推（最多3张抽奖券）。

奖项设置：一等奖：1名 苹果iphone 4

二等奖：1-3名 苹果ipad 2

三等奖：xx名 价值xxxx元的欧派电器套餐

四等奖：xx名 价值xxxx元的欧派厨房挂件

（备注：具体奖品方案由当地冠军联盟协商制定）

六、传播及推广

传播策略：以联盟联合宣传与欧派独立宣传相结合的形式展开宣传。制定广告宣传计划，传播时间应提前至少10天开始。

（一） 联盟联合宣传

必须选择1（平面媒体，必选）+1（电视、电台、网络等形式各选其一）+1（当地新闻传播）方式来宣传团购，其中当地平面媒体、新闻传播必须投放，另外可选择电台、电视台、网络、户外广告牌等其中一个。 具体媒体投放建议：

（二） 欧派独立宣传

1、欧派商场：要求单独投放1-2期报纸广告（欧派独立广告画面）

2、总部新闻传播：欧派总部将统一发一轮“欧派衣柜”通稿

七、终端布置

1、要求所有活动门店必须 冠军联盟活动主题画面宣传；

2、要求所有活动门店必须按要求摆放冠军联盟牌匾、台卡等终端物料。

八、培训话术—（另见附件）

九、活动推广—小区推广

建议于活动开始前半个月选择重点目标小区开展小区广告及推广活动，做为蓄客的主要手段之一。（可使用创新推广方式：商业中心奇装异服、滑轮、天使装派传单等方式。）

**促销活动方案案例篇九**

发挥想象用橡皮泥捏出四种形状(圆形、方形、三角形和心形等)的太阳。

尝试用拉长和捏扁等方法表现各种各样的太阳光芒。

手工区：橡皮泥、泥工板、幼儿用书

益智区：白色纸版、将制作好的纸版分为6块进行拼图。

一、教师出示幼儿用书，引导幼儿观察图片中太阳的不同造型和色彩。

二、引导幼儿讨论、探索不同造型的太阳的泥塑方法。

2、教师请个别幼儿示范三角形、方形太阳的泥塑方法。

3、鼓励幼儿大胆想象不同造型的太阳。

教师：这里还有各种颜色的橡皮泥，试一试，怎样才能使你捏出的太阳更好看?

三、展示幼儿的作品，引导幼儿相互欣赏和交流。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn