# 最新商品促销策划方案(精选10篇)

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2024-08-16

*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。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。商品促销策划方案篇一2、内容：3月15日只须花18元就...*

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。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**商品促销策划方案篇一**

2、内容：3月15日只须花18元就可以购买价值49元的×减肥胶囊。

3、活动前媒体宣传

(1)3月12日、14日分别在当地《×日报》作促销活动宣传。

(2)在当地人民广播电台，从3月10日?15日开始发布促销活动广告。时间从早8：00?晚9：00每天25次滚动播放。

(3)在仁寿堂门口挂跨街横幅一条，内容为活动通知，时间为3月8日?15日(一周)。

4、活动经过

(1)现场促销员6名，由于报酬高，加上临时做了培训，积极性很高，一开始就基本进入状态。

(2)为了增加活动气氛，让咨询顾客对活动及产品能快速清晰明了，现场设大展板两块。一块介绍产品，一块介绍活动内容。顾客来咨询时，促销员一边发dm单，一边介绍活动及产品。

5、活动结果

现场只来了50名咨询的顾客，其中32人当场购买产品，合计销售八十盒。据事后统计70%买三盒，15%买四盒，10%买二盒。

**商品促销策划方案篇二**

自\*\*年\*\*月\*\*日起至\*\*年\*\*月\*\*日止，为期3个月。

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销\*\*公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购\*\*产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a、b、c三地举行，借此活动将\*\*进口家电，重点引向\*\*国市场。

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买\*\*公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点： 1.性能诉求： 真正世界第一! \*\*家电! 2.s.p.诉求： 买\*\*产品，现在买! 赶上年货接力大搬家!

(一)为配合年度公司“\*\*家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以\*\*公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15〃广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

(一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1.圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。

2.圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻;交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区 在\*\*国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1.“接力大搬家”幸运奖额

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3)每户10分钟，以接力方式进行。

2.“猜猜看”活动奖额

(1)完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2)附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠\*\*品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四)活动内容说明

收件期间：自\*\*年\*\*月\*\*日至\*\*年\*\*月\*\*日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于\*\*月\*\*日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

**商品促销策划方案篇三**

比亚迪汽车五一大放“价”f6最高优惠25000元，f3最高优惠10000元!

20\_年4月29日——5月7日

大部分意向客户等到五一期间购车，为了最大化的消化f3豪华型、f6库存，利用此次促销活动，刺激消费者的购买欲望，从而提高终端销量。

1、f6尊贵型最高优惠25000元，活动价84800元

2、f6舒适型最高优惠13000元，活动价76800元

3、f3豪华型最高优惠9000元，活动价61800元

4、f3标准型最高优惠7000元，活动价53800元

5、f3豪华型dvd版最高优惠10000元，活动价65800

【范例】

4s店五一促销方案一：降价、折扣，以价格取胜

降价、折扣，以价格取胜的促销方案是最有效并且是最受欢迎的方案。据大部分4s店经销商表示，众多的消费者面对一些促销送礼活动都很清醒，保持更加理智，他们更看重现金的优惠力度上，所以一般都会采用这个最有效直接的促销方案。

一般来说，4s店在五一前都会打出：购买某品牌的任意车型，车价方面达千元或者是万元优惠。并且有现车可提!

4s店五一促销方案二、价格+礼包双重优惠

如果在价格上有所优惠，又加上赠送大礼包，这种不仅在宣传方面有大气势，更能吸引一些“贪小礼品”的准车主。一般来说，采用双重礼包的商家会在某一方有所偏重，例如，如果礼包足够吸引人，可以重点宣传礼包的内容。例如：购买\_系任意一款车型，可获得价值8000元礼包，其中包括前后下护板，车身侧踏板，后尾翼等。除此之外，车价方面也有3000元以上的让利。

4s店五一促销方案三、以活动吸引购车者

五一是旅游的黄金周，采用活动的形式促销既满足了准车主试驾的心理，也满足了出游的需要。如果条件允许，可以组织准车主进行五一行程的试驾活动。由4s店设计好路线，安排好住宿，并且备好试驾的车型等。来回路线，由专门的人员跟随，指导。

此外，说到组织活动的时候，也可以赠送活动，例如，购车任意一款车型，可以获赠某某著名景点的`门票多少张，让您驾驶着新车带着亲人去旅游!

4s店促销方案四、五一购车赠送售后服务

凡是在5月1日——5月10号期间到店购买新车的车主，都可以获得售后2年的免费服务，主要包括：免费检查方向、制动有无异常。免费检查轮胎气压。(无氮气)免费检查各种液位，清洁空气滤芯、空调空气滤芯。免费冷凝器、水箱外观除尘。免费检查空调开关、控制机构是否完好。加装空调滤芯免工时费。免费检查调整点火正时。免费检查蓄电池。免费检测发电机电压。免费检查调整各种皮带(正时皮带除外)。

4s店五一促销方案五、亲情感恩促销方案

五一活动期间来店看车及入厂客户均赠送温馨礼物，并且有机会获得亲情优惠卡，留下亲人联系方式，凡是到店维修或者看车，皆可获得优惠。

此外，也有商家逢节日赠送感恩大礼。这些主要适用在感恩节、父亲节、母亲节的促销方案上。

**商品促销策划方案篇四**

在竞争对手、新加入者的威胁、供应商和顾客的讨价还价能力及替代品的威胁之中，这些影响行业竞争的主要力量在于争取有利位置。

1、在市场竞争中处于优势地位

目前在电视机市场众多企业都积极展开战略上的转型或是想方设法使产品

被销售的更多，企业之间的竞争也达到了异常激烈的程度。此行业内主要的竞争对手有：索尼、三星、长虹、海尔、tcl等。现在电视企业众多，而企业之间的排名则变化莫测，以上几个企业是一定时期之内海信的主要竞争对手，除了这些尚有许多竞争力特强的企业，如松下、东芝、日立、lg、飞利浦、创维、厦华、康佳等电视机制造企业，在此仅以上面几家企业做分析。三星、夏普、索尼是电视机行业当中价格最昂贵的三款品牌。除了自身品牌价值以外，更主要的是液晶面板材料都是原装进口，三星更是包括了背光源。 我们的主要竞争对手是lg在外资品牌当中，松下主要做等离子电视，液晶智能电视市场份额很少，东芝、先锋电视所佩戴的功能和外观和我们相差很大，lg的主要优势在于外观，电视做成无边框，十分的时尚，而且一般配有不闪式3d，相对来说外观是属于窄边框的。3d网络智能电视一应俱全。

如今，电视机已经是一种很平常的家用电器，尽管它已经是一种平常的消费品但是中国国内尚有不可忽视的市场，在未来一段时期内中国国内及一些发展中国家对其的需求会持续下去，而发达国家则是对高档电视机的需求会继续下去。 索尼、三星代表的是相对高档的电子产品，所以到目前为止高端市场仍是被这些企业所垄断，国内电视机厂商只是在中低市场占据优势。

和中国的企业相比，日本和韩国的企业（高端电视机企业主要是日本和韩国的）通常是高技术的代表，它们基本都掌握核心技术，因而它们的产品大多是最先进的也是成本较低的，但同时它们又都能获得高额利润— —品牌价值高是一，技术先进更是必不可少的。

在国内这些企业都会建一些合资企业或是独资企业来生产电视机，而最关键的芯片则是在国外完成制造之后送往中国装进电视机内。通过这些措施它们更加进一步降低了成本从而获得了更多的利润——在中国国内建厂以来可以避开关税，二来可以降低付给工人的成本。

2、新加入者的威胁

在如今竞争异常的电视机市场中，新加入者大致可以分为两种：一种是规模小竞争力不强的企业，它们往往只会存在于发展中国家的小区域内，针对的市场也很有限；另一类则是规模较大相当有竞争力的大企业，它们往往是跨国公司或是国内排名前列的大企业。

3、供应商的讨价还价能力

电视机制造中的原材料以及关键零部件供应也都越来越广泛，各企业与原料及零部件供应企业都保持了较好的合作关系。

日本和韩国的电视机制造企业在供应商的选择上都有较大主动权，毕竟他们都是原材料和关键零部件供应企业的最大也最有实力的买家。

中国的家电企业在和本国原材料的供应商的协商中有较大的主动权，但是在电视机关键零部件（一般是视频解码芯片）的供应中总是比日韩企业落后——这也是一个短期内难以改变的事实，在零部件供应企业看来向中国企业交付稍微落后的零件似乎是可以理解的但其实是一种歧视的态度。

海信电视机在此方面有较强的竞争力：在原材料供应上海信有具有较大的话语权，而关键的视频解码芯片则完全实现了自主知识产权，这在国内同行中是最独特的。

4、客户的讨价还价能力

电视机市场趋于饱和，各生产企业都出现了产能过剩的情况，每年的生产量也远远高于需求量，各企业的存货也成为了它们不小的负担，竞争达到了空前的激烈程度。

各电视机企业为了吸引更多消费者的注意，实现较大的销售量，它们纷纷以降价的竞争手段来获取更大的销售量。

目前销售企业在和电视机企业的销售协议中有很大的话语权，销售巨头因其垄断性的地位而在交易中占据优势地位，制造企业的利润在很大程度上被销售企业分享掉很多。

5、替代产品的威胁

就目前及未来很长一段时间来说电视机还会存在于人们的视线当中，也会发挥很大的传播作用。在发达国家以外的国家电视机普遍是最重要的传播媒介。 现在威胁到它的产品主要是电脑——由于互联网的普及电脑的巨大作用早已被人们所接受，电视的功能只是电脑功能的一部分，所以电脑是它的一个很大的威胁。

其它各种形式“电视机”也对传统的电视机构成了一定的威胁，如现在手机中普遍嵌入了电视软件，而即将启用的“3g”则更像是一场革命。

以下是海信、索尼、三星、海尔、tcl等六家电视机企业的竞争

**商品促销策划方案篇五**

上网逛三湘，得奖游湖南

11月5日――11月4日

湖南省旅游局

本次活动是全国首次运用数化呈现技术，并有公众互动参与的大规模旅游营销活动。活动以互联网为主要平台，大量运用视频、音频、动画等手段，使游客达到身临其境的感受，从而提高对旅游目的地的感性认识。同时为增强活动的趣味性和互动性，活动设置趣味游戏及抽奖环节，吸引公众参与，有效提高旅游目的地营销效果。活动共分为4个阶段，三个月为一个阶段，每个阶段将设置不同主题，步步推进，不断拓宽活动受众面，并配合大规模媒体宣传报道，提高活动知名度及影响力。

整个抽奖活动分为四个季度进行，每个季度的抽奖规则提前一个月在湖南旅游网上公布。

第一季度抽奖规则是：

1、每月从本月有抽奖资格的游客中由电脑随机抽取40名幸运游客，颁发“好客湖南”幸运奖。

2、从本季度有抽奖资格的游客中由电脑随机抽取30名幸运游客，颁发“好客湖南”奖。

3、游客可以重复参加抽奖，重复获奖。

1、每月抽取40名幸运游客，颁发“好客湖南”幸运奖。奖品是湖南景区(三a级以上)门票、宾馆餐馆优惠券或联通湖南旅游信息服务卡。(合计：全年480名，奖品27000元)

2、每季度抽取30名幸运游客，颁发“好客湖南”奖。奖品是价值1000元的二人湖南三日游或旅游代币券。(合计：全年120名，奖品10元)

3、全年抽取12名幸运游客，颁发“好客湖南”贵宾奖。奖品是价值4000元的二人湖南全线七日游或旅游代币券。(合计：全年12名，奖品48000元)

奖品总计：价值195000元

奖品有效期一年，可以转让，不可以兑换现金。

游客登陆湖南旅游网，网上湖南美景后，只要完成以下任何一项任务，就拥有了一个抽奖资格：

1、完成一个简单的以旅游城市或景区为主题的网络游戏。

2、将网站分发给自己的5个朋友。

3、将自己的手机彩铃设置为“好客湖南”音乐。

同时填写联系方式，之后定期抽出幸运游客赢取奖项。

抽奖日后第三天在湖南旅游网上公布获奖名单，并通过手机、邮件方式联系获奖者。

承办旅行社定期组织湖南旅游线路真实，获奖游客预约参加。其他奖品邮寄。

**商品促销策划方案篇六**

双xx大促在即，商家们除了紧锣密鼓地开始筹划整体活动外，还需要注意前后端部门任务的衔接，活动前、中、后期运营活动的整体配合等环节，更好地做好活动先期预热，取得更好地效果。

项目越大越复杂，进度表就越显的重要。对于像双11这样的大项目而言，团队之间各个部分的相互依赖程度就越高，决策和时间对其他人的冲击可能也就越高。当品牌团队有几十或上百个人，项目进程落后一天会很快连锁反应下去，问题会以各种意想不到的方式出现，团队想赶进度也很难。从这个角度来说，项目进程表非常重要，当然这些依然只是一些文字和数字的表格，最重要的还是有人善于利用它们作为管理和驱动项目的工具。

接下来我们看看双十一项目进程表由哪些维度信息组成，为什么会有这些维护信息的存在。

双十一项目进程表由品牌logo、序号、部门、主要内容、责任人、备注、日期、各时间节点相对应的工作内容等几部分组成。接下来我们把进程表中各项内容进行解读讲解。

品牌logo：logo是企业标志重要功能之一。所在在企业外部和内部合作场合、合作文件都会加上企业品牌logo。

部门：在双十一期间，整合各种资源，组建成立项目部，项目部下设多个职能部门。整个双十一促前、促中、促后过程中的团队人员安排，工作分工与进度的确认跟进，通常情况下会按照以下架构进行项目团队架构组建和工作职责的划分：

商品部：负责货品结构，备货深度，商品属性，商品定价，卖点包装，搭配，品控等;

策划部：负责营销方案，预热方案，页面方案，视觉，风险管理，其他预案等 ;

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等;

客服部：自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理、客服培训等 ;

物流部：库存清点，仓库布局，订单分拣，提前打包，发货模拟等;

后勤部：生活后勤服务，硬件后勤服务，活动现场摄影等;

成立双十一活动运营指挥部,由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，组成几个执行部门，各个部门可以按照自己企业文化或者电商团队的江湖文化进行取名，比如香影的双十一团队就是按照海陆空作战部队进行命名。当然，每个部门还会设立多个执行小组，比如像物流部，除了与发货相关的小组之外，还会增设一个网络信息安全小组，负责双十一活动期间erp系统和网络的安全和稳定等方面的工作。

运营部

1.双十一活动报名及活动商品申报

2.制定双十一活动方案

3.完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。

4.双十一专题页制定日收藏数据指标

5.跟进双十一专题的访客量及收藏量，根据需求做出适时流量或页面调整(持续)

6.双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求。

7.优惠劵派发入口、文案说明

8.要求商品选主推款;对推广提出数据指标

9.跟进爆款销售情况，每天确定流量指标

10.通过cim区分出会员情况，针对每一个会员区域作出相对应的动作方案

11.催付、发货短信、签收短信预热前优化方案

12.制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案

13.活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)

14.商品标题优化，增加实时热索关键词，如：商品词及双十一关键词

15.制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案

16.类目小二现场考察，双十一相关了解

17.双11当天类目对接相关(会场位置更替，临时素材对接，营销时时反馈)

18.倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知

19.11月12日短信播报销售战况，感谢活动支持

商品部

2.根据确定的主推款进行文案优化

3.活动款文案撰写和优化，以及产品定价

4.确定双十一主推商品及价格，拟定商品申报表

5.规划和淘宝后台设置活动安全库存

6.主推款及常规款关联销售方案

7.新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)

8.双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案

9.跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

美编部

1.产品详情页设计、制作、分批次优化

2.主推款的详情页制作、制作、优化上线

3.预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4.活动报名素材制作与优化

5.首页(预热、双11当天{有可能几套方案}、11月12日)页面制作

6.双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作

7.预热前、双11当天、11月12日活动、单品详情页、直通车推广款页面定稿

8.钻展，直通车素材制作

9.店铺自定义页面及商品列表页优化

10.制订大促进行中页面banner轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)

11.双十一自主购物攻略页面制作

12.无线端手机专修

13.o2o素材制作

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

客服部

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

物流部

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

**商品促销策划方案篇七**

五月初五端午节。每一年的这一天，许多人家都会包裹粽子，涌现许多不同味道不同种类的粽子。关于端午节的由来，其实向来都说法不一。有些人都将它视为是纪念于五月初五投汨罗江的爱国诗人屈原。有人说，这一个节日在古代，是一个消毒避疫的日子。根据文献上的记载，以及历代相传流行下来的许多端午习俗，五月被视为“毒月”、“恶月”，五月初五是九毒之首，所以这一天便流传了许多驱邪、消毒和避疫的特殊习俗如插蒲子艾叶、喝雄黄酒、祭五瘟使者等。

后来端午节的意义起了变化。人们为了纪念爱国诗人屈原的爱国精神及崇高的人格，把一些原先未必是纪念屈原的划龙船及包粽子等习俗，联系到他的身上。关于端午节赛龙舟，其实现在不是端午节的到来赛龙舟的比赛项目也是处处有。

从驱邪避疫，到纪念屈原，端午节的意义起了很大的变化。今天，这个节日变成了一个中国人美食的节日。从旧有的角黍，粽子制作到今天的各式各样多姿多彩的包粽。许多的地方都融入自己的地方美食特点在粽子中。

端午节的主要习俗是赛龙舟。关于龙舟的竞渡，文字的记载始于公元五百年前梁代吴均的的《续齐谐记》。较后，许多的记载中都可以找到有关赛龙舟的文字记载。现存中国各地的数千种方志中，共有227种方志有龙舟竞渡的记载。端午划龙舟，龙舟竞渡的说法，包括有“大众舟齐出发，赶往丞救屈原。”及“一呐喊鼓乐吓退蛟龙。”。这些都让人联想到屈原。每年的端午，在中国大江南北以及南洋一带的华族，都还会举办龙舟竞渡，提倡端午龙舟赛。

今年的五月初五端午节是x月x日，让我们一同来期待在x端午的浓浓风情吧!

小引端午名诗:

七律。端午

(唐)殷尧藩

少年佳节倍多情，老去谁知感慨生;

不效艾符趋习俗，但祈蒲酒话升平。

鬓丝日日添白头，榴锦年年照眼明;

千载贤愚同瞬息，几人湮没几垂名。

20xx年6月8日(星期三20xx年6月17日(星期五)，为期10天!

又是一年端午情!

为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的;并回馈顾客，希望能提高乌海x超市知名度，吸引人潮，以及提高活动日的营业额。

1、超市新华店

2、超市大庆店

1商品特价(定特价商品80~100种)

本期创意以”又是一年端午情”为活动主题，但是本期活动的商品趋向分为两大主体群来进行特价商品的准备，共分为两个时间段来着手准备特价商品:

第一时间段为6月8日~6月11日(端午节)共计五天的时间，此五天主要以传统端午节为主体思想，准备特价商品。商品重点为节日商品，粽子及包粽子所用物料和用品等!可适当考虑主题商品质外延，因端午属中国传统的特色节日之一，我超市所售特殊商品皆可作为特价商品的定位选择!(生鲜干散部门为重点)

商品小分类见如下:

另:联系供应商开展一期联商促销，作系列宣传(思念可考虑)开展有影响力的联合促销形式!

其它系列:生肉，熟食品，主食，水果蔬菜等!!

第一时间段商品占比为总商品数的30%，约30种左右!降价力度要求惊爆(低与原售价30%~50%)

第二时间段为6月12日~6月17日，此时间段为本期营销活动的下一部分，为使我活动的始终保持良好的销售人气及良好的现在气氛，本重点商品的大向为夏季应季商品展卖，价格下调力度在15~20%左右，本地应季商品为主，外采商品可作花样补充。

商品小分类见如下:

休闲部门:山楂糕，冰糖，棉花糖，果汁系列，红绿茶系列，鲜橙多系列，奶制品系列等(10种)

调味部门:方便食品，油类，肉罐头系列，粉丝，面条类，即食火腿等(10种)

针织部门:半袖t恤，凉席，季节套装，季节鞋类，内衣凉被类等(10种)

**商品促销策划方案篇八**

活动主题：三八妇女节，浪漫不浪漫

活动时间：即日起----3月20日结束

活动内容：

三月，春意浓浓的日子，三月，属于女人的日子。乍暖还寒中阳光一天天明媚起来，忙碌辛劳中，女人也一天天成熟明媚起来。紧紧跟随着时代的步伐，现代女性与旧时代女性有了许多不同之处：思想的解放，观念的更新，视野的开阔，给在生活注入了新主张新概念。在这个属于世界妇女的节日里，我们要不要让自己放松一下，妩媚一下，野蛮一下，奢侈一下….浪漫不浪漫全由你自己!请姐妹们拿起手中的笔，在我们的节日里，抒发自己的心绪和情怀吧。

所有参与活动的文章都将加精收藏，视文章质量给与推荐;所有的网友为评委，以投票的方式选出最优秀的文章。

一等奖一名：奖励礼物香水一瓶+浓情玫瑰一朵;

二等奖三名：各奖励礼物抱枕一个+浓情玫瑰一朵;

三等奖五名：各奖励环保购物袋一个+浓情玫瑰一朵;

鼓励奖若干名：各奖励礼物浓情玫瑰一朵;

费用预算与效益

提供奖品：150元

效益：无法评估，可以保证点击率的提高。

2、5月10日母亲节

活动主题：爱妈绝招--网络故事征集。

活动时间：xx年5月1日—5月15日

活动内容：

在门户网站先发制人，提前预热，利用门户网站、搜索引擎在网上牵头搞互动目标传达。诱发两端消费人群同步关注，同时又宣传了网站，一举三得。活动的注意事项：

1、强调网站的合理安排，广告支持整个“快乐母亲，健康妈妈”主题的贯穿。

2、站布置的设计、统一的风格、标语的出现等。使活动之间加强互相的配合，做到整合传播。

3、妈妈，您辛苦了!在这属于您的节日里，我衷心祝愿您身体健康，平安快乐!

母亲节当天网上购物的`母亲赠送康乃馨一支，所有商品9.5折并上门送货。

4、所有的征集到的故事都在网站栏目上发表由网友选取一个最优秀的故事。

奖品设置：

一名特等奖，奖品是电饭煲一台。

费用预算与效益

提供奖品：150元

效益：成单金额1000元，可以保证点击率的提高。

3、5月28日端午节

活动主题：万水千山“粽”是情

活动时间：xx年5月24日—31日(端午节)

活动内容：粽香飘千里，情系千万家网络宣传活动

1、期间于网上商城一次性购物满100元，即可赠送粽子一个(每天限20个);

3、凡于活动期间于网上商城一次性购物满500元，即可赠送精品粽子一盒(每天限5个);赠品数量有限，送完为止。

费用预算与效益

提供奖品：300元

效益：成单金额1500，可以保证点击率的提高。

4、6月1日儿童节

活动主题：盛夏激情庆六一，欢乐童年聚海悦

活动时间：xx年6月1日

活动内容：

1、在网上商城内一次性购物满30元的儿童用品，可参加抽奖活动一次，满60元可参加二次。单笔交易最多二次。

2、限16岁以下儿童参加，当日设抽奖名额100个，抽完为止。

3、新奇礼品欢乐送，当日内所有购买儿童商品者赠送小礼品。

**商品促销策划方案篇九**

如今，在休闲食品这个行业，想要取得良好的市场效益就必须在网络宣传方面做足功夫，知名网络推广平台x一向认为企业进行网络推广，必须要做到兼顾到位，全方面考虑，这使得在推广之前，一份成功的营销策划方案成为重中之重。

休闲食品的主要卖点是其独特美味或者给予消费者美好休闲享受而不是补充营养，这决定其主要消费特征为风味型、享受型和特产型，消费者涵盖全部人群：儿童零食、青少年享受、成年及老年人暇趣等。作为一个大且快速膨胀的市场，中国休闲食品市场有如下几个特点，也是休闲食品的几个主流方向：

(一)越来越贴近人的饮食习惯和心理，要适口

1.便于咀嚼、利于下咽和消化。如将薯片与矿泉水捆绑销售;

2.满足求新、求变心态。人的味蕾要不断地以新的滋味或口感来刺激;

3.健康。尽管消费者对这一点并不不十分明确，但在其购买决策的诸影响因素中却很重要，消费者会对食品的功能性存在一定需求，基于不同的功能成为市场细分的前提。

(二)满足消费习惯与心理，要赏心、悦目、满足支配心。

1.方便性，卖点要近，购买过程要体现休闲的概念;

2.时效性，满足其心血来潮的非理性需求;

3.可观性，休闲是一个全面的概念，不但要好吃还要好看;

4.参与性，每个人都有支配欲，好吃好看再好玩就更酷了。

1、休闲食品行业环境现状

从上个世纪90年代开始，洋休闲大举进入国门，历经20多年，休闲食品市场发生了翻天覆地的变化。仅饼干一类x年就达到150万吨，全年销售收入在150亿以上，年环比增长18.25%。近几年，我国休闲食品行业发展速度较快，受益于休闲食品行业生产技术的不断提高以及下游需求市场不断扩大，休闲食品行业在国内和国际市场上发展形势都被十分看好。

2、网络消费者分析

(一)网络用户分析

随着互联网的普及，越来越多的人加入到网民行列。网民中18-24岁的年轻人所占比例最高，达到37.3%，其次是18岁以下(17.6%)和25-30岁(17.0%)，网民在年龄结构上仍然呈现低龄化的特点。网民中学生所占比例最多，达到了28%。

(二)网络购物消费的迅速传播

时下，网上购物逐渐成为人们主要的消费方式之一。网上购物有安全、方便、快捷的特点，是未来发展的趋势。

(三)、休闲食品特征分析

1、年轻消费群体崛起;

2、健康食品居于主导地位;

3、休闲食品的种类不同，受欢迎的程度有很大的不同;

4、高收入家庭成为休闲食品消费主流;

5、产品更新速度快。

少年儿童和年轻女性是目前休闲食品的主流消费人群。调查显示，18岁—24岁的年轻女性是引导时尚食品消费的主流群体，她们在购买食品时喜欢购买更为时尚的品牌。

2、新的洐生盈利模式：软文营销，微博微信推广，与大型的团购网站合作等等。

(一)、针对产品方面：树立休闲食品的健康品牌，积极推广绿色有机零食。

(二)、针对渠道方面：

1、在各销售平台开设网络商店;

2、建立微信公众服务号，推出并介绍对应的商品;

3、建立微博，推广有益可口的休闲零食;

4、与大型的团购网站合作，开展低价团购活动。

(三)、针对价格方面

1、限时折扣活动;

2、定时定量竞拍;

3、积分兑换活动。

(四)、针对促销方面

1、免费试吃活动;

2、微信大转盘抽奖活动;

3、微信休闲食品知识问答。

**商品促销策划方案篇十**

通过“x红酒-神秘之旅”迎中秋大型抽奖酬宾活动，来拉动红酒销量，提高品牌知名度。

2、活动时间：

9月初至9月26号

3、活动地点：

各大商超卖场以及娱乐夜场

4、活动内容：

买任意一款x红酒产品，即可参加“x红酒-神秘之旅”迎五一大型抽奖酬宾活动，一等奖为免费获得全免“x红酒-神秘之旅”(双人游)优惠卡一张;二等奖为享受三折“x红酒-神秘之旅”(双人游)优惠卡一张;三等奖为享受五折“x红酒-神秘之旅”(双人游)优惠卡;四等奖为享受七折“x红酒-神秘之旅”(双人游)优惠卡;五等奖为享受九折“x红酒-神秘之旅”(多人游)优惠卡。采取分批抽奖的方式，五天抽取一次。

5、活动构思：

五一节期间，七天长假正是旅游消费的黄金时节。对于处于淡季中的红酒销售来说，这可能是一个销售的高潮。为此，我们把市场推广活动同黄金周旅游结合在一起，推出“x红酒-神秘之旅”迎五一大型抽奖酬宾活动，来刺激消费者购买x红酒。此方法还可以用于四月份对k/a终端服务员的销售促进奖励。

6、活动策略：

实际上“x红酒-神秘之旅”活动，由我们自己来组团，利用公司总部在云南的优势，这样一来，成本费用便大大降低，可以让更多的人参加进来，扩大活动轰动效果。旅游路线为长沙-----x红酒酒庄。弥勒县(参观x红酒种植园及生产线)------昆明---长沙，共计三天两晚。通过与某旅行社挂靠(名义上是该旅行社和我们联合促销，)开辟这条旅游线路，然后从某大学招聘两名旅游专业的学生做我们的兼职导游即可。

7、宣传策略

云南引人入胜的风土人情对旅游者来说有着相当大的吸引力，我们的前期宣传工作中，故意不告之具体的出行线路。调足消费者的胃口(神秘之旅之神秘所在)。宣传中特别强调此次活动中奖面大，甚至优惠卡不限本人使用，凡中奖者可以免费获得九折优惠的增补名额，极大的刺激消费者的博、彩心理。

媒体投放：tv、fm、报纸、卖场pop等

8、实施要点

有效控制中奖面，确定旅游团的大约人数。

获得总公司/弥勒县旅游局的支持，(新兴的农业生态旅游和红酒文化旅游有可能成为弥勒县新的经济增长点)

预定招待所/酒店及火车票。

一路上举行相应的小型活动，让团员们心情愉悦。如果他们旅游愉快满意，那么他们将是x红酒重要的口碑传播者。(因为他们是x红酒酒庄的亲历者)

商品促销策划方案汇总最新

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