# 最新促销方案案例(优秀13篇)

来源：网络 作者：前尘往事 更新时间：2024-06-25

*方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。促销方案案例篇一第一段：引言和背景（200字...*

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**促销方案案例篇一**

第一段：引言和背景（200字）

在现代商业竞争激烈的市场环境中，各类企业都高度重视促销方案的制定和执行。为了吸引顾客，并提高销量和市场份额，企业需要制定切实可行的促销方案。我在过去的一段时间里参与了一个促销方案的制定和执行项目，并从中获得了许多宝贵的经验和体会。

第二段：促销方案的制定（250字）

制定一个成功的促销方案需要综合考虑产品特性、目标市场、竞争环境和顾客需求等因素。首先，我们对产品进行了全面的市场调研，了解了竞争对手的促销策略和市场需求。其次，根据市场调研的结果，我们制定了明确的促销目标，例如提高销售额、增加市场份额或改善品牌形象。最后，我们选择了适合产品特性和目标市场的促销手段和渠道，包括广告、促销活动、线上线下推广等。通过深入的市场分析和对顾客需求的准确把握，我们制定了一个具有竞争力且切实可行的促销方案。

第三段：促销方案的执行（250字）

促销方案的制定只是一个开始，如何有效地执行才是关键。在执行过程中，我们首先确保了整个团队对促销方案的理解和支持。每个成员都明确了自己的具体任务和责任，并积极配合。其次，我们在执行期间进行了全程跟踪和监控，及时发现和解决问题，确保整个执行过程的顺利进行。最后，我们根据执行结果进行了总结和分析，用于进一步的改进和优化。

第四段：促销方案的效果评估（250字）

一个好的促销方案应该能够给企业带来明显的效果和回报。在评估过程中，我们通过对实际销售额、市场份额、顾客反馈等数据的分析，对促销方案的效果进行了客观评估。同时，我们也向顾客进行了调查和访谈，了解他们对促销活动的态度和满意度。通过全面的评估，我们得出了促销方案的优点和不足之处，并提出了进一步改进的建议。

第五段：总结和启示（250字）

通过参与促销方案的制定和执行，我体会到了促销工作的重要性和挑战。一个成功的促销方案需要综合考虑多个因素，并进行全面的市场分析和顾客调研。同时，执行过程中的团队合作和协调也至关重要。此外，及时的反馈和评估对于方案的优化和改进也起到了重要的作用。我相信通过不断地实践和总结，我们能够不断提高自己的促销能力，并为企业的发展做出更大的贡献。

**促销方案案例篇二**

促销主题：xx店圣诞(元旦〉欢乐美发节，让你美个够。

促销目的

(1)当活动定位为美发节，一下子就把自己店的档次提高到了一个新的平台。

(2)此活动最好由美发连锁店来实施，这样效果会更好。

(3)利用商品换购优惠拓展新客源;

(4)提升顾客消费金额(客单价)

促进美发店销售业绩：

(5)加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度。

促销时间12月23日一1月6日

促销形式换购+抽奖+情感+送大头贴

促销内容

1、打折：

〉

5、送发型图或大头：很多客人都想到一些自己没有过的发型，如果能采用一些发型设计软件给他们设计几个发型，或几个大头贴，作他们做完头发时送给他们，或发qq给他们，客户一定会很高兴。

注意事项

1、关容院美发店店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望.

2、活动宣传可通过店门悬挂横幅(或x展架)派发活动单张,电话告知老顾客等形式进行传播.

3、制定活动销俜目标，并分解给各美容师(发型师)相应任务,活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、采用美发店会员管理系统给顾客建立好档案

5、此种方式就比单纯的打折促销效果好的多，顾客既可以换购，又可以抽奖，还可以获得贺卡,挂在圣诞树上，把节日的气氛推向高潮。多元化的活动，陪顾客一同共度过佳节，你说好不好。

阅读此文章还关注：

20圣诞节活动主题方案

圣诞节活动策划方案

年大学圣诞节活动方案

圣诞节活动策划

圣诞节活动方案2024年最新

商场圣诞节活动方案

餐厅圣诞活动策划

幼儿园圣诞活动策划方案

2024年圣诞节活动方案集锦

**促销方案案例篇三**

促销是商家吸引消费者的重要手段，是推动市场经济发展和企业盈利的有效途径之一。在我工作多年的经验中，我不断总结和积累了一些促销方案心得体会，希望通过这篇文章与大家分享。

首先，我认为制定有效的促销方案是成功的关键。针对不同的产品和服务，我们需要根据目标市场的需求和特点来制定相应的促销策略。例如，对于新产品的推广，可以考虑打折、赠品或者团购等方式来吸引消费者的注意。而对于老商品，可以通过增值服务、商品捆绑、会员优惠等方式来提升其价值，促使消费者继续购买。制定好促销方案是基础，只有在这个基础上才能更好地执行和落地。

其次，在执行促销方案的过程中，我们需要注重细节和创新。细节决定成败，而创新是卓越的源泉。通过提供舒适的购物环境、优质的售后服务和个性化的商品推荐等，可以提升消费者的购物体验，增加他们的满意度和忠诚度。在促销方案的创新上，可以考虑与其他行业合作，推出跨界合作的促销活动，以此吸引不同消费群体的关注。比如，与餐厅合作推出折扣套餐、与健身房合作推出会员福利等。

第三，我认为数据的收集和分析对于促销方案的调整和优化至关重要。通过统计分析消费者的购买行为和偏好，我们能够更好地了解他们的需求和动机，进而针对性地制定更加精准的促销方案。通过对促销方案的效果进行跟踪和评估，我们还可以及时发现问题和不足，及时进行调整和改进。因此，建立健全的数据收集和分析机制是非常必要的。

第四，团队合作是落实促销方案的关键。一个成功的促销活动需要多个部门的密切配合和协调，以确保各个环节的顺利进行。例如，市场部门需要提供有效的促销方案，销售部门需要精心培训销售人员，物流部门需要及时配送商品等。只有通过团队合作，才能让促销方案真正发挥出其效果。

最后，我想强调的是，时间和地点也是影响促销成功的重要因素。在选择促销的时间上，我们需要结合消费者的购买习惯和市场的需求来决定。例如，在重要节假日或者消费旺季进行促销活动，能够更好地吸引消费者。而在选择促销地点上，我们可以考虑选择繁华商圈、购物中心或者网上平台等，以确保产品能够得到更多人的关注和接触。

综上所述，促销方案的成功需要制定有效的方案、注重细节和创新、收集和分析数据、团队合作以及考虑时间和地点等多个因素的综合考量。只有在对市场做出准确研判的前提下，我们才能够制定出具有竞争优势并能够满足消费者需求的促销方案。希望通过我的这些心得体会，能够为大家在促销实践中提供一些有益的参考和指导。

**促销方案案例篇四**

九月是个缤纷的季节，大朋友小朋友都要面临开学季;中秋节和教师节也扎堆在了九月;趁着这个热闹的月份，快乐星为各位热爱西式快餐的小伙伴们准备了一系列的优惠活动，除了美食，还有各式适合学霸使用的礼品，快来门店吃汉堡，拿礼品吧!

1.活动阐述：

九月，恰逢开学、教师节、中秋节相聚。就三个关键消费节点，发布学霸征集令，摒弃短期活动只能吸引一时的缺点，分阶段发布连续活动，并用整套礼品伴随整月活动。

2.活动亮点：

分阶段活动(按时间顺序，开学、中秋、教师节)+递增式礼品(文件夹、文件袋、笔记本)

3.目的达成步骤：

消费者在重复或在一定的时间内多次数次光顾快乐星之后，才得到收集成套的学霸礼品，获得此商品成套促销品并达到一定数量后，则可兑换超值礼品。由于其形式的连续性和行为的重复性的价值积累，促销时间较长，且消费者必须买够一定限额的商品才符合兑换赠送品的条件，一旦积累完成，可以立即获得不同于其他消费者的区别回报，因此有利于再度巩固忠诚度。

4.时间规划：

5.渐进式活动思路

step1、创意主题&礼品吸引眼球

step2、分阶段、价值递增式礼品赠送，激发持续消费

step3、成套礼品搜集，吸引重复光顾

step4、礼品搜集目标达成再送赠品，让消费者获得差别回报，巩固消费习惯。

step5、长时间促销有礼，养成消费者持续光顾习惯，大大增强忠诚度，减少顾客流失。

6.活动目的达成方式：

活动主题：学霸征集令，九月礼不停!

活动1：豪礼开学季——8月25-8月31号

礼品：初级学霸文件夹

进店任意消费加38元即可加2元换购新品芒果冰沙一杯。

开学套餐：快乐鸡腿堡+香辣鸡翅+薯条(小)+可乐(小)仅需套餐价格88.88元(自行填写)，即送学霸文件夹一个。

花淇淋特价每份只需88.88元!

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动2：中秋惠团圆——9月1号-9月8号

礼品：中级学霸文件袋

惠团圆：全家桶套餐特价88.88元。

除全家桶，中秋当天进店消费全场8折

身份证尾号为8、1、5的人可免费领取甜筒一个

**促销方案案例篇五**

１、营销活动收入是速递物流收入的一个重要补充。作为速递物流收入，全年进度情况有一个前轻后重的规律，但今年我们的收入缺口很大，这个缺口怎么补，只能靠阶段性营销活动来补，靠平时一点一滴的积累。端午节营销活动就是阶段性营销活动，在这个平台上创造收入。反之，如果没有这个平台，发展就没有压力，所以要把压力转化为动力，借这个平台发展业务。

２、与今年不同。去年的活动是举全局之力在做，全市邮政的资源多，相对容易。今年是我们一个专业在做，掌握的资源少，困难就大。所以，形势是严峻的，任务是刻不容缓的。在座的各位大多没有直接做过一把手，今年就更是一个挑战。反观今年的母亲节活动，大家做的就很不好，除市礼仪公司、沁水外，其它都未完成收入计划。但全省的一些地市，如阳泉、晋中、忻州，就做的不错。所以，今年要解决母亲节期间营销工作不深不细的问题，把功夫用在理解方案，寻找客户，开发市场上，确保完成目标任务。

３、存量与增量的关系。日常的每月按计划进度完成的收入是存量，是基础，而节日营销活动是增量，是超额；两者是互补关系，不是互换关系。

１、睛向外，寻找客户。去年的营销活动，计划小，各单位一发职工福利，就完成计划。今年情况变了，发不了那么多，只能眼睛向外，寻找客户。

２、产品多样化，以满足客户需求为主。这次活动，有寄递收入，有分销收入，不管什么收入，只要是有收入就行。产品可以多样化，可以用省里的，可以用市里的，也可以自己组织产品。一切以满足拥护需求为主，但有一点，不要自己哄自己，最终还要看你的整体收入计划。如果弄虚作假，吃亏的只能是自己。

３、宜早不宜迟。工作往前赶，提前找客户，为自己争取主动。先定客户，再推产品。往前干也是干，往后干也是干，但大家一般关注的前期多，因为到了后期，都要完成计划。

１、组织供货，选择产品，让大家对产品有一个清晰的认识。

２、市场部、计财部做好营销活动过程的支撑。

３、抓好过程控制，关注全省排名。

总之，要通过节日营销活动，通过一个个项目，把收入赶上去，日积月累，最终实现全年目标，我相信，只要大家坚定信心，迎难而上，就一定能够完成任务，也一定能够实现全年的目标。

**促销方案案例篇六**

重要的节假日一般都是美发店做促销活动的重要时候。中秋节，美发店如何将促销活动做大呢?中国美容人才网认为，进行路演促销活动很有效。一方面可以尽可能吸引客源，另一方面也是对美发店品牌的宣传。

一、美发店中秋节路演促销活动的准备

前期的预备：

1.促销活动为谁服务，要达到什么目的。.

2.明确为什么要搞促销活动。

3.活动的地点、时间、开展什么样的活动。

4.对活动地点进行了解和对小区相关部门进行沟通。

物料的准备：

1、圆形或方形玻璃桌一张，桌中心应贴上发廊标志(可以用丝印或贴不干贴)，椅子3、4把。

2、需配备拉网展架或x展架针对活动做出形象展示，展架拉开时应注意天气的风向、大小，及时作好展架的固定工作。

3、路演促销中如果摆放了大型拱门，那么活动前应对活动地点进行查看，确定摆放地点，电源情况，检查拱门的好坏，鼓风机情况等等。

4、路演促销中有电视机及相关音影设备的话，应该在活动前对设备进行试用和调试，以确保活动的顺利进行。

5、路演促销针对客户群众须准备产品样品、演示道具、宣传资料、宣传单片、其各种展示板。

6、路演促销活动针对直接客户群，需准备好笔、纸、赠品、饮用水等小物品。

人员的准备：

1、一至两名商务人员(商务人员必须对产品和活动有一定的经验)，加带2~4名促销小姐(a：一般为年轻女性，身高一般在162cm以上青春亲民为佳)。

2、商务人员一律得统一着装(一般是深色的西服，白色衬衣，深色皮鞋，胸卡);促销小姐穿着由发廊统一的促销服(注意：鞋须穿深色高跟皮鞋，一定要带公司统一的天使帽)。

3、活动前必须针对促销人员进行岗前培训(培训内容包括：促销目的、促销人员站位、促销相关礼仪、资料发送、美发知识讲解、顾客沟通、活动结束清场事宜)。

二、活动的`申报。

这是必经程序，区域活动应得到公司的批准后才能开展。

内容即方案和费用报批。

1.活动方案：背景分析;活动目的;活动时间、地点、活动人、主持形式、内容;活动操作控制;应急措施等。

2.费用：活动所需的，预算以内的费用。

3.小区活动。

产品陈列、如何吸引路人和固定居民参加、产品演示与咨询、预约登记。

说明：活动为了让发廊周边潜在消费群体在选择发廊消费时，认识发廊品牌，了解美发产品;活动传播重点是让观众了解美发知识和美发特点。

三、活动的开展

1、活动开展时，首先应该注意人气的涨动及观众与促销人员之间的互动性。

2、注意资料发送的对象(有部分可能是对手发廊情报人员)及其重点对象。

3、注意控制场面的有序性及规范性，在发廊项目讲解宣传的过程中注意有兴趣和意向观众联系方式的收集。

四、活动结束

当活动结束后，首先须进行场地的清场，这时应把宣传物资进行收拾、整理、包装以便下次利用。其次活动后着重进行活动的总结，分析及重点对意向客户的回访、跟踪服务。

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

**促销方案案例篇七**

1、推广新服务项目

2、提高销量

3、提高美容会所外在形象。

礼爆圣元旦欢乐无限多

1、店内外装修进行节日特色的装饰，营造圣诞元旦喜庆的节日气氛，为消费者提供一个节庆消费的环境。

2、部门：设计好圣诞元旦促销海报、x展架、宣传单张，并做好企业网站与购物网站相关文件的上传工作。准备好所需的产品、礼品等物资，安排发货，确认客户的货能及时到达。

3、制定活动销售目标，并分解给各美容师（美容顾问）相应任务，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、心态调整：美容会所召开活动前会议，提要求，熟悉整个会议流程。

1、要有目的性，要用最小的成本取得最好的效果。不要遍地撒网，选择适合自己的方式，通过促销提成影响力，提成营业额。

2、要有针对性，要对什么产品或是服务进行促销，因为促销不仅针对的是消费者，更主要的应该是美容会所的产品和项目。

3、要做好市场调研，包括竞争对手，消费者的消费心理等，不打无握之战，这样才能完成用最少的成本取得最大的效果。

a、新服务项目

针对本院服务范围白领人士居多，全新推出白领美容服务项目。

套餐一：

价格1000

赠送护理

1、划卡消费8折；

2、送4次经典护理或400元产品。

后期优惠

1、续卡送积50分；

2、送亲情卡一张（价值200元）。

套餐二：

价格1500元

赠送护理

1、划卡消费7折；

2、送7次经典护理或360元产品。

后期优惠

1、续卡送积分100分；

2、送亲情卡一张（价值380元）。

vip套餐：

价格3880元年卡（限时卡）

赠送护理：

1、全年面部、肩、颈部经典护理；

2、全年身体护理包括：舒筋活络、背部刮痧排毒、健胸、肾保养、卵巢保养等；

3、自选计50次，限一年内使用。

后期优惠

1、赠送精油全身10次（价值1500元）；

2、赠手、足护理20次（价值800元）；

3、赠送牛奶香体贵妃浴20次（价值1000元）；

4、全年光波浴；

5、送亲情卡一张（价值380元）。

b、美容会所形象促销

**促销方案案例篇八**

1. 营造鲜明、独特、良好的企业形象，增强大众印象。

2. 树立准确、有效、超凡的诉求理念，实现占位意图。

开展本次活动，将以延续往年宣传攻势、尽量保持以往宣传特色为原则，在创意构思上独辟蹊径，立足于建立清晰准确理念、占领业内应有地位以及顺应社会公众导向等方面，给人以耳目一新、更为求实之感。（文案及创意、设计稿件等待方案通过后具体提出）。

1. 主体：市区景线“十一”外游的所有家庭（旨在借娱乐的时间针对所有能娱乐的家庭）。

2. 《××晚报》读者群（关心社会、重视信息的大众）。

3. 《××电视台》“晚间新闻”、“精彩时刻”收视观众；《××卫视》“连续剧”的收视观众。（关心××变化，乐于娱乐的居民家庭）。

4. 《××交通广播电台》《××人民广播电台》的听众（白天能乘专车进行郊游的高消费家庭）。

基于对此次公关活动形式的新颖性和影响范围的广泛性相结合、活动效果的轰动性和活动投入的低廉性相结合等方面的考虑，本次活动以“立意新颖”为立足点，选择的媒体既能共同形成室外大媒体的冲击效果，又能被接受，因而具有相当大的亲和性，易于与目标对象进行情感沟通。

另外，主要媒体虽限于在一定区域发放，但由于媒体的随身性特点，活动结束后媒体影响面将渗透到市内各个区域，从而形成较强的持续效果。

（一）媒体选择

1．红色中型带把娱乐用气球2万个（印有本企业标志或娱乐项目名称，持有家庭波及总人数约10万人左右）。

2．印有企业标志或娱乐项目种类的红色马夹背心和太阳帽约300套。

3．扎有红色绸带的小型面包车4～5辆。

4．沿海景线公共车站防雨厅广告牌。

5．《××晚报》：通栏两次。

6．《××电视台》、卫视频道（电视广告片以活动表现为主线，逐一介绍本企业的综合娱乐项目）。

7．《××交通广播电台》、《××人民广播电台》（广播广告抒发情感，让人与活动相呼应）。

（二）计划实施安排

广告宣传计划实施如表8-6所示。

表8-6 ××公关活动广告宣传计划实施表

9月30日

《××晚报》

重新营造企业形象，提示明天××园活动，但不注明具体活动内容

10月1日上午10点

广告马夹

气球

10月1日上午11点

广告车

广播广告

10月1日中午12点

剪辑30秒电视广告至电视台

10月1日下午2点

《××晚报》

发布活动系列广告

10月1日晚

6：00～9：00

电视广告

××电视台、××卫视新闻等栏目相继播放电视广告

本次活动预计总费用合计五万元人民币，具体费用项目包括：

1．两万个气球的成本及印刷费；

2．两百个广告背心的设计制作费；

3．报纸广告，晚报二次通栏的发布费；

4．电视广告摄制、编辑、发布（三次）费；

5．广播广告录制、发布费（时间跟活动进行，约2～3小时）；

6．整个活动的企划、推动及人员组织、劳务等其他费用。

**促销方案案例篇九**

＊＊建材市场十一团购黄金周

活动期间天天都有不同类别的产品开展团购活动，家装消费者参加完团购 黄金周，即可将一套住房的装修主材购买完毕，从而在家装材料方面节省 10% — 20% 的 费用。 让消费者真实的感到\*\*建材批发市场真心的为他们着想， 同时拉动各经营区域的产品 销售。

第十届“寻找正在装修的家庭”免费抽奖活动

＊＊广场＊＊花展 （造型设计，现场布置）

＊＊国际汇展中心人居展的介入

注：建材是土木工程和建筑工程中使用的材料的统称。可分为结构材料、装饰材料和某些专用材料。

**促销方案案例篇十**

内容:

凡在本店个人总消费达100元以上，可享受一张价值50元足浴代金券一张。(可凭本券在指定总店或分店享受40钟足浴保健项目)

宣传:1、在店门口做喷绘或写真的广告牌。

2、在吃饭(客人)前，将此次活动的宣传资料在饭店、闹市区、酒吧、小区等场所发放。

3、所有宣传广告上须有“一次消费，两次享受”的主题，并写明活动内容、时间和地点以及电话。

凡来店消费顾客小孩或老人均可享受免费足疗保健项目服务一套

宣传:1、在店门口做喷绘或写真的广告牌，把卡的图片附上。

2、在报纸上登载广告或在超市门口发宣传页。

3、所有宣传叶上须有“尊老爱幼，孝先行”的主题，并写明活动内容、时间和地点以及电话。

内容:

凡携女士来店消费男士，均可选取一只精美鲜花花，献给日夜操劳的她。

宣传:1、在店门口做喷绘或写真的广告牌，摆上一大束鲜花。

2、将宣传页在5.1日之前邮寄消费群体。

3、所有宣传叶上须有“把爱送给你最爱的人”的主题，并写明活动内容、时间和地点以及电话。

注意事项:

1、店内所做活动，须提前向员工详细说明。

2、活动前，须给员工做服务礼仪和技术的加强。

3、发放资料需由经理带领，选择适当人群发放。

4、活动期间员工不许请假。

5、对活动效果做评估，总结活动的经验与过失。

奖品设置为保健项目代金券，旅游景点门票或餐饮代金券等作为活动奖品。

宣传:

适合户外作秀活动。

**促销方案案例篇十一**

“圣诞、元旦，相约德庄，欢乐优惠与您同在！”

每年的12月25日，是基督教徒纪念耶稣诞生的日子，称为圣诞节，是西方国家一年中最盛大的节日，可以和新年相提并论，类似我国过春节。

而元旦则是庆贺新年的开始，欢度元旦可说是世界各国、各地区的一种习俗。在我国，元旦节已列入了法定假日，各店如果借此契机推出相应的促销活动，必定能起到事半功倍的宣传效果，对于建立品牌知名度有很好的效果。

店内外布置富有人情味，服务周到，能提升目标消费者对德庄火锅的忠诚度；

通过此次活动建立良好的客户关系

a.门口：一服务员妆扮成圣诞老人站在门口迎侯宾客，迎候语必须是‘merrychristmas!’遇上大约10岁以下的小客人则发一粒水果糖。

b.大堂：中央摆上圣诞树，圣诞树要大，要与大堂的空间协调一致，树上必须有闪烁的彩灯吸引客人的注意陈列各种圣诞礼品(空箱子用礼品袋包装就可以），放在圣诞树下排成一排，配以各种彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来渲染圣诞氛围，将饭店变成圣诞晚会的天堂。

e.玻璃门窗：贴上圣诞画如：雪景，圣诞老人等(精品批发市场有现成的出售)

d.服务员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。同时，服务员可以头戴圣诞红帽，给每桌客人先上一盘别致的圣诞点心，点心主要有蛋糕、饼干，周围摆上各式各样的糖果。

12月20日-12月30日，满百100元抽奖一次（200元抽奖2次，以此类推）。

注：奖品可以是代金券、菜品、德庄酒圣诞礼品等。

12月20日-12月30日，提前预定，赠德庄礼品一份。

３、活动期间1月1日-1月10日，指定“牛羊肉吃一送一”

“每桌赠送精美特色小吃一份”

媒体宣传

制作宣传单，通过夹报、员工发放等方式对此次活动进行宣传

出租车椅套、车顶led广告对此次活动进行推广

当地美食报、电台进行宣传

店内推广

店外门头悬挂条幅进行宣传

酒店入口处进行水牌宣传

酒店玻璃墙外张贴大幅“促销活动”海报

餐桌上用旋转菜单夹进行宣传

1、条幅、pop制作费用：300元

2、对外媒体宣传宣传费用：20xx元

3、圣诞环境布置费用：20xx

4、礼品费用：3000元

此次活动整体费用控制在8000元左右为宜。

**促销方案案例篇十二**

二月的南通，春风如期而至。新世纪的第一个春天已经来临，春天是万物复苏的季节，一年之计在于春。xxxx年是我商场的开拓发展年，对我店而言，在取得元旦、春节两大节日旺季市场首战告捷的基础上，如何围绕“外塑形象力，内增凝聚力”这一主线，通过全体员工扎实有效的满意服务去实现完美的塑造，进一步抢占市场份额；如何研究消费者的购物需求，根椐季节的变化，及时推出换季商品；如何根椐春季消费市场的消费特点，开展丰富多彩的主题营销活动是摆在我们面前必须回答和解决的问题。为此根椐总经理室xxxx年的总体工作思路，策划了春系列营销活动，注重于商品营销与商业文化的创新和整合。

二、活动时间

xxxx年3月3日—4月22日

三、活动内容

1．春天您好 走进春天（序曲）

——庆“三八”系列活动（xxxx年3月3日—11日）

2．又到3.15 感激春天（天时）

—— 3.15大型咨询服务活动(xxxx年3月13日—15日)

3．春风拂面 感受春天（地利）

——春季美容化妆演示会（xxxx年3月22日—26日）

4．春光明媚 拥抱春天（人和）

——春季新款男女鞋展示会（xxxx年3月30日—4月3日）

5．春色满园 享受春天 （尾声）

——春季服饰文化节（xxxx年4月6日—4月22日）

四、活动说明

1、 鉴于春系列活动时间跨度长、活动内容多，请各相关部门务必给予积极配合，确保活动的顺利进行；在实施的过程中可能会对方案进行微调，请予谅解。

2、 各分店可根据当地实际情况，参照本案实施。

五、活动内容及文案

文峰大世界春系列活动宣传牌文案：写意春天

花开四季，花开青春，百花绽放是我们对太阳的表白；

花满大地，花映笑靥，意气风发是春天正向我们走来。

文峰大世界以“滋润新世纪的春天”为主题，推出历时近两个月的春系列活动。活动分序曲——春天您好（走进春天）、天时——又到3.15（感激春天）、地利——春风拂面（感受春天）、人和——春光明媚（拥抱春天）、尾声——春色满园（享受春天）五大乐章。其间，每一音符，都将奏响春天的旋律；每一乐章，都将演绎动人的故事。唯美的您，多姿的您，不妨细细留意我们在每一活动推出前的店堂告示。

因为，那里有阳光和春天的交响，有激情和跃动的心音，更有不竭的情愫和信念自心底訇然升涌。

**促销方案案例篇十三**

近年节日经济所蕴藏的商机引起了大家的取视，美发店如何根据自身的情况和资源，突破原有促销模式，充分利用节日消费特点来达到提升销售业绩，巩固顾客忠诚度，幵拓新客源呢?很多美发店都会采用打折的方式。虽然这个是必然的方式，但是美发店要学会如何巧妙利用打折营销玩出新意。下面小编为大家提供范文提供参考，以下的(美发店元旦促销方案)

(1)当活动定位为美发节，一下子就把自己店的档次提高到了一个新的平台。

(2)此活动最好由美发连锁店来实施，这样效果会更好。

(3)利用商品换购优惠拓展新客源;

(4)提升顾客消费金额(客单价)

促进美发店销售业绩：

(5)加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度。

促销时间20xx年12月23日一20xx年1月6日

促销形式换购+抽奖+情感+送大头贴

1、打折：

5、送发型图或大头：很多客人都想到一些自己没有过的发型，如果能采用一些发型设计软件给他们设计几个发型，或几个大头贴，作他们做完头发时送给他们，或发qq给他们，客户一定会很高兴。

1、关容院美发店店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望.

2、活动宣传可通过店门悬挂横幅(或x展架)派发活动单张,电话告知老顾客等形式进行传播.

3、制定活动销俜目标，并分解给各美容师(发型师)相应任务,活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、采用美发店会员管理系统给顾客建立好档案

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