# 最新促销活动方案(优秀9篇)

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2024-04-10

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**促销活动方案篇一**

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xx月xx日，让我们一同来期待在华联端午的浓浓风情吧！

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。

xx年6月8日（星期三~xx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，希望能提高乌海华联超市知名度，吸引人潮，以及提高活动日的营业额。

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%） 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）

百货部门：透气凳，运动水壶，水杯，凉水壶，扇子，季节厨具，保鲜膜等（10种）

日化部门：沐浴露，防晒护肤类，杀虫驱蚊类，纸品卫生类，清洁洗衣类等（10种）

本期特价商品的准备要”高要求，严标准”，禁止再次出现”特价不特”的情况发生，请各部门负责人认真负责对待本活动！

2营销活动形式：

（1） 又是一年端午情之”我在华联寻屈原！”

凡在五月初五端午节当日，华联超市卖场内xx年6月11日上午9：00~11：00分别贴出10组”五月五，我在华联寻屈原”分体字样，顾客可参与收集。一次性集齐者赠送精美节日礼品！！（本公司员工不得参加本活动）

（2） 又是一年端午情之”亲子陆地龙舟赛”

为突出端午节日特色，并加强亲子关系，以促进社会之和偕与美好，特举办此活动，希望各家庭的成员能抽空儿参加！

凡在五月初五端午节当日，在华联超市购物的顾客（无论金额多少）即可能加本活动！

a：报名时间：xx年6月8日~10日（限100名）[大庆店限30名，新华店限70名] c：活动办法：

将两人捆在一起（两人关系为亲子关系），比比那个家庭组合最先到达彼岸即为获胜！

每轮合由两个家庭单位进行比赛！（要求比赛成员必须为家庭亲子关系）

1m快讯5000份

2：店内广播：

内容：亲爱的顾客朋友， 又是一年端午情！在这个温馨的节日里，我代表华联超市所有员工祝你合家欢乐，平安幸福！于xx年xx月xx日~xx年xx月xx日华联超市的端午精彩促销又揭开了它欢乐的面纱，盛情欢迎您的光临！华联的真情不会变，华联人的热情不会变，请您关注本期特价商品信息！

特价商品信息：

本期促销活动介绍：

穿插广播内容：

1五月初五端午节介绍）

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。

**促销活动方案篇二**

针对高端产品(零售价格200元/瓶以上的`产品)、中档产品(零售价格30--199元/瓶的产品)和低档产品(零售价格29元/瓶以内的产品)进行买酒赠酒或者赠送其他礼物，每个等级促销活动不同，“买一赠一”、“买一赠三”、“买酒送月饼”等活动，以增加品牌的暴光率，刺激消费者的购买欲望，促使消费者采取购买行动，提升销售量。

一提到中秋节促销活动，大多数的营销人员都会马上联想到中秋节卖场促销，是的，有很多的企业早早的就安排了人员去和各大卖场接触，洽谈堆头或端架等陈列，忙得不亦乐乎，搞得红红火火。白酒节日销售量特别大，因此又被称作是节日酒，各大商超、卖场就是它主要的销售场所之一，它所采取的销售方式：购买堆头，用人员讲解，开展买赠的促销活动，以促使消费者采取购买行动。

堆头主题要结合节日及特定推广的产品，主题要鲜明易懂，且意义表达直观;效果色彩要鲜明，要具有视觉冲击力。堆头包装既要美也要方便，酒类产品可做成梯形形状，保证顾客可以从三四个方向同时取货。包装赠品应该最少拿出一个，打开包装，将赠品悬挂或者放在堆头顶部，使顾客一目了然。在堆头上进行瓶型陈列，能提高视觉冲击力，增加消费者的购买欲望。

**促销活动方案篇三**

12月24日(周五)――26日(周日)(共3天)

xx圣诞礼欢乐健康送

xx购物广场、xx北园店

1、圣诞“欢乐健康送”

内容：活动期间，在xx购买服装类、床品、箱包满200元以上，均可获赠：价值元欢乐健康券+圣诞大礼包一份。(欢乐健康券含价值元保龄球票、价值元沙狐球票、价值元动感影票、价值元票。)

满500元以上，可获赠：价值元欢乐健康券+价值元英派斯健身券+圣诞超值大礼包一份。

具作：活动用礼券由保龄球馆为各分店提供，保龄球、影票、台球、沙弧球、成本价每张元，英派斯健身券每张元，由各店与保龄球馆分别结算。圣诞大礼包成本约元，圣诞超值大礼包成本约元。圣诞礼包由各店自行购买包装纸，根据成本价包装休闲食品、玩具等。

2、圣诞“缤纷玩具节”

地点：各店中厅或其他公共区域

内容：各店进行玩具展销，展示不同类别、各种款式的玩具。另外可展销部分圣诞礼品，如圣诞帽、圣诞树、圣诞雪花、袜子等。各店联系厂家，给与顾客一定幅度的优惠。

环境布置：由策划部统一制作背板，各店拷图制作。各店专柜摆放装饰精美的圣诞树，12月10日前布置到位。

3、限时抢购：活动期间，每天下午17：00―21：00，部分穿着类、床品5―6折限时抢购，限时抢购品牌由各店自行确定。各店于12月17日前确定品牌。参加限时抢购活动的品牌不再参加赠券、赠礼活动。

4、圣诞狂欢夜

时间：12月25日晚18：00――21：00

地点：xx商城地下一层中厅

演出：拟邀请10名大学生或由xx情

12月24、25日两天，由2名化妆的圣诞老人(由各商场指定，统一着圣诞老人服装)在商场为小朋友派发礼品。礼品费用约元。

6、圣诞寄语板

各店在总服务台设，“圣诞寄语留言板”由顾客填写对亲人朋友的祝福，并由化妆的圣诞老人现场派发礼品。“圣诞寄语留言板”由策划部统一设计，各店拷图制作。

12月24日xx商城、xx八一店、xx晚报d1版通栏 元

xx商报头版通栏 元

费用共计 元。

6.某商城圣诞节及元旦促销活动策划方案

圣诞节与元旦相隔时间比较近，为抓住节日销售契机，聚集人气，吸引客流，创造良好的销售业绩，拟在圣诞节期间推出以气氛衬托为主的赠券等促销活动，元旦期间则以打折促销为主。

**促销活动方案篇四**

目前雪花啤酒已经占有较高的市场占有率，区域市场占有率前三甲，品牌影响力大，经营较好，现在夏天处于啤酒销售高峰期，为了更好的利用这次机会，来处理库存，提升销量，更好的提升品牌认知度。

目前，目标区域啤酒市场主流渠道包括：

1.餐饮渠道

2.商超渠道

3.零售店再批发流通渠道

4.经销商自身

目标市场现有啤酒渠道：超市，便利店，餐饮店，夜场，酒楼。 这次活动我们主要针对，各大超市，大中型便利店店，百货，餐饮店，夜市的消费人群。

1，活动主题名称：这个夏天，雪花让你爽一夏!

2，活动主题的展开方法：采用路演促销，特价促销，买赠促销，免费品尝。

活动时间:20xx年7月10号到20xx年七月15号

活动地点：开封各大超市，大中型便利店店，百货，鼓楼夜市。

雪花清爽啤酒 600ml\*12 26元/件

雪花冰爽啤酒 600ml\*12 34元/件

雪花啤酒勇闯 500mpl\*12 42元/件

对象：各大超市，大中型便利店，百货，夜市的消费人群。

范围：开封市所辖区域

一、路演促销

通过临时搭建舞台，吸引消费者眼球，与消费者互动增进对雪花啤酒的了解。

二、特价促销

针对雪花清爽啤酒 600ml\*12 原价36元现价26元/件进行大型促销。以展卖商品的方式，做到雪花品牌的啤酒各一个堆头，扩大其商品的形象片面，雪花品牌的啤酒要保证货源充足以及价格优势的明显，每个堆头安排一个促销人员在促销。

三、买赠促销 啤酒在商场促销可以以买赠的促销方式，主要宣传多买多赠，在每个卖出的赠品区设置赠品台，如顾客一次性购买三件就送一件等，强化买得多送得多的量贩装概念。

四、免费品尝

在售卖的啤酒柜台旁边设置有免费尝试的小台，现场准备促销所用的啤酒免费品尝品，吸引消费者的购买欲望。让消费者品尝到雪花啤酒的清爽。

1， 所辖活动范围内用pop海报，售点广告，dm，横幅，墙体广告和柜体广告来进行宣传，更好的扩大视觉冲击力，充分进行市场预热，以便活动的顺利展开。

2， 促销单页：在开封市所有辖区个大夜市发放。 促销墙报：在大型社区用墙报的形式进行宣传。

时间：20xx年6月1日至6月10日

车辆：宣传车一辆、货车一辆。

啤酒：雪花清爽啤酒 600ml\*12 240件

雪花冰爽啤酒 600ml\*12 200件

雪花啤酒勇闯 500mpl\*12 160件

人员：宣传人员6名，司机2名，销售代表2名

物料准备：促销单页，墙报，气球，拱门，条幅等都有雪花啤酒企业提供。

实施促销方案下发：由雪花啤酒内部人员。

产品准备：雪花啤酒提供。

卖场准备：店内布置和各种陈列由公司去各大卖场准备，卖场配合。

店外布置：拱门，条幅。

活动组织：促销活动正实开始销售。由所有的工作人员全程配合。

20万元

**促销活动方案篇五**

(一)活动主题：

新店、新礼、新时尚

新店添时尚

时尚新店、好礼相见

(二)活动时间：国庆期间

活动周期：开业之日起十天(关键是前5天)

选择周六或周日、最好是节假日开业。

(三)活动对象：

本次活动也会通过促销礼品的选择来吸引一些男性性消费。

1、专卖店全体员工深入熟悉本次活动的主题、形式等;

2、活动期间，导购、促销员工、执行担负人等均应提早到岗，确认各项准备工作到位;

3、每天营业前摆放主题海报，检查其他宣传物料、促销礼品等是否齐备;

4、dm或其他宣传单置于店内供顾客自取(企业内刊);

5、专设开业促销活动区域及业务宣传台，并有专人担负;

6、专人担负物资准备：横幅、海报、报纸、促销礼品;

7、每天营业结束后收好主题海报及其他形象画面;

8、注意整理并及时把持有贵宾卡的消费者的资料输入电脑做备案资料。

公司总部提供：

a. 担负本次促销活动的所有宣传广告画面、海报、易拉宝、横幅、礼品包装的设计等;

d. 督导担负促销方案执行、促销礼品、贵宾卡，开业地毯、画册、企业报纸等的确定;

e. 片区经理对终端礼品、活动物料督促落实情况，跟踪、促销活动指导、监督、促销效果评估等。

(一)营造气氛的原则

1、紧密结合主题，形成主题表现;

2、突出隆重感及视觉效果;

3、所有宣传物出现品牌logo，突出表现“时尚”的以及“企业”文化;

4、用统一的品牌视觉形象出现，体现品牌运作的规范。

(二)、造势规划

1、周边街区

a专卖店邻近街和市区主干道布标宣传;

b专卖店邻近街口指示牌宣传;

c商业集中区、重点街区dm发放;

2、专卖店外

a门前设置升空气球;

b楼体悬挂巨型彩色竖标;

c门口用气球及花束装饰;

d专卖店前设立大型主题海报(开业专用)一块，发布开业惊喜活动。

3、店内

a店内设立迎宾和导购小姐。

b专设开业促销活动区域，摆设活动宣传品、礼品及纪念品。

c顶端悬挂pop挂旗。

d店内主题海报(新品专用)宣传。

e现场宣传单的发放。

(一)进门有礼

进门后随机发放笔、打火机、笔记本、钥匙扣等小礼品。

(二)试穿有礼

试穿店内的服装的顾客可送一双价值29元的棉袜

(三)会员制度

轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

(四)积分兑换礼品

另一类是“贵宾卡”，其积分方式为顾客每消费1元时，贵宾卡内积1分。积分年内累计，将于20xx年11月根据各贵宾卡内积分的额度进行相应比例金额的购物卡回馈。

回馈方式：年底我店会员消费积分达5000分以上时，我店根据其具体消费金额计分进行回馈。积分回馈最低门槛为5000分起，每1000分兑换10元赠券，换领的“赠券”可于我店全场购买商品(本回馈赠券限我店一层使用/特例专柜及商品除外)。同时会员积分达到相应标准也可赠券与护肤化妆品指定商品二选一。具体回馈方法为会员积分达6000分可回馈60元赠券或与护肤化妆品二选一;达8000分可回馈80元赠券或精品腰带/护肤化妆品，护肤化妆品赠完即止。领奖后会员卡内相应积分即刻扣除。

**促销活动方案篇六**

“买一送一”即购买某种商品免费加送多一件同样商品或买某种商品赠送另一件(或几件)商品，是一种较为常用的商品促销。赠送的商品通常以主卖品的关联商品为佳。

例如：顾客买婷美洗发水200ml送(同类型)婷美沐浴露60ml。

优点：促进顾客的购买欲望。

缺点：本活动针对的产品通常是新品或需处理商品，所以选择的赠送产品一定要具有吸引力，赠送的产品最好和主卖品具有互补性的关联商品或时下流行品。

“换购”是将名牌商品或季节性敏感商品以大力度低于市场价吸引顾客换购，换购需满足一定条件，常见的有两种，一是购买指定产品可优惠价换购另一产品，二是购满一定金额可优惠价换购指定产品。

例如：顾客购物满50元，就可以以9.9元换购指定商品(该商品市场价14.8元)

优点：有效提高购买客单价，刺激顾客消费。“换购”顾客的接受力很高，还可博得“价格便宜”的口碑。

缺点：换购的产品要有吸引力，是顾客确实需要的东西。力度越大，效果越明显。若换购产品顾客不感兴趣则活动失败。

“加一元多一件”购买指定商品加1元送多一件同一商品或多一件不同商品。

例如：买5元纱曼婷面膜加多一元就可以免费送(同类型)纱曼婷面膜一片。

优点：刺激顾客购买产品。加一元多一件，加1元送的东西对顾客要有吸引力，所以产品选择很重要。

“现金抵用券”是一种变相的买赠活动，在活动中顾客一次性购物满指定金额，或者购指定商品可使用现金抵用券。该券可以当场低用或第二次购物抵用，该券不兑换现金不设找赎。

优点：刺激顾客消费，提升销售额，能够提高客单价，能增加顾客购物的额外惊喜，可使用顾客重复购买。

缺点：影响正常毛利。券的使用一般设有限制，会导致部分顾客不满，同时操作上容易出现漏洞，比如收银员的舞弊，要有优良的监督。

“抽奖/摇奖”购物满指定金额就可以免费抽奖或摇奖，通常设置四至五个等级的奖项，特等奖或一等奖奖品设置比较诱人，能够调动顾客参与兴趣，奖项吸引力越大，活动越成功。可以现场抽奖或集中在某时刻一起抽奖等方法。

例如：凡在娇兰佳人门店一次性购物满30元就可以免费抽奖一次，60元两次，最多限5次。奖项：一等奖、二等奖、三等奖、纪念奖(欢喜奖)。

优点：增加购物的乐趣，满足顾客“博大”的欲望，一般是规定买满多少才可以抽奖，提高客单价。活动成功的关键环节是：奖品设置要有吸引力。

缺点：抽奖活动各行各业都在搞，比较泛滥，顾客的信任度不高。同时操作上需要有抽奖箱、摇奖转盘、奖券等很多道具物料。

“刮奖”购物满指定金额就可以免费刮奖，和抽奖有异曲同工之妙。该刮奖设置苦干个奖项。现开现奖，刮中什么奖，现场就奖励。

例如：购物满30元就可以免费刮奖一次

奖项：一等奖、二等奖、三等奖、安慰奖。

优点：现开现奖，顾客信任度高，增加顾客的购物乐趣。且操作简单，这种形式顾客乐意接受。

缺点：大奖送出，其消息扩散范围不大，影响力不大。

“捆绑销售”将一种商品捆绑在另一种商品一起，再重新定价或按照以前某一商品价进行销售。这也是常见的商品促销手段，和“买一送一”形式差不多。主要是针对商品单品的销售。例如：沐浴露与沐浴球捆绑一起销售。

优点：能够刺激商品销售，提高客单价。

“限时抢购”指在指定时间以特别优惠价钱售卖商品。目的是拿名牌商品或敏感商品来吸引人气，显著的特点是：抢购的商品是大众化知名度高的商品，差价优惠力度要大，要根据店自身的情况选择时间段。

优点：极大地吸引人气，并能够博得低价的口碑。

缺点：抢购商品数量有限，不能满足顾客需求，可能导致顾客不满。由于让利比较大，对利润的损害比较大。

“买满就送”指顾客消费满一定金额可送(商品/现金券)，是各行各业最普遍的一种促销方法，赠送的东西可根据当地实情制定，也是顾客比较喜欢的一种促销方法。

例如：买满30元送10元现金券;买满30元送护手霜一支。

优点：提高客单价，刺激消费，如果送现金券还可以刺激顾客二次购买。

缺点：送的东西如果没有吸引力会导致活动失败，赠送现金券如果不是现场抵扣，会导致部分顾客不满。

“免费送”也是一种常用的促销手段，多用于新店开业、节假日促销或者新品的推广等。免费送通常设定一个指定时间、指定数据来吸引人气，免费派送。

例如：每天开店前1小时到店顾客可以免费获得由门店派发礼品一份。

优点：吸引人气，带给大家免费获得赠品的惊喜心情。

缺点：赠送的东西一般价值较小，对顾客吸引不大。

“凭剪角换取”这是一种常用的在dm单或宣传品上剪取指定位置一角可以获得奖品(赠品/礼券)。

优点：能够让dm单或其它宣传品变得更有价值，特别是借助报纸或杂志，会传播较远，对扩大知名度或美誉度有较好的效果。

缺点：报纸剪角实效可能较差，较远的目标群来的可能性较小，剪角的覆盖率较小，广告的传播力就较小。

“价随量变”是一种常用的商品价格促销，旨在刺激商品单品的销售，价格随购买数量的增加而逐级递减。

例如：买某种商品1元1件，1.5元2件，2元3件。

优点：价格促销，能够刺激顾客多购买同样的产品，单品促销力度较好。

缺点：让利力度越大效果越明显，操作环节复杂，很多计算机没有这个活动操作的设定，所以需要计算机软件的相应支持。否则容易出现漏洞，比如收银员的舞弊，手工操作要有优良的监督。

**促销活动方案篇七**

凡一次性购币20元、送恶搞道具一份，随机送。每人每天限领一份。

一等奖（1名）

奖品：大号公仔一个代币券一套

二等奖（2名）

奖品：中号公仔一个代币券一套

三等奖（3名）

奖品：小号公仔一个代币券一套

获奖号码将于4月1日21时公布在店内、活动后一周内均可领奖。（收银员将副券撕下放入抽奖箱内）

备注：于进店时分发愚人节秘籍（自行整理）

在收银台前空旷处放置临时促销台。

1）活动人员：两名，要求性格开朗，能说会道，能积极推销售卖的礼品和推销场内活动吸引顾客。

2）售卖人员装扮：小丑妆

3）售卖物品：恶搞道具：与购币赠送的道具一致。（并在现场举行恶搞道具制作活动，凭币参与）

恶搞道具制作活动内容：恶搞香烟4币每根（自制卷烟，把辣椒末放入烟丝中并将烟丝整理好。）

舞台嘉年华开展玩家互动挑战型小游戏：正话反做、隔着面粉吹球、奶油大作战、爆破音大比拼。

具体流程及介绍：

挑战成功的玩家均可获得环游动漫送出的兑币券和小号公仔，未成功的玩家可获得精美钥匙扣一个。

游戏玩家在规定的区域范围内将游戏币投入舞台上一号小丑装饰嘴中可获得小号公仔一个、分别投入一号二号小丑装饰嘴中可获得中号公仔一个、个别投入一号二号三号小丑装饰嘴中即可获得大号公仔一个。

**促销活动方案篇八**

第一，避免洗车质量同质化。如果是免费洗车，那就一定不能让你的洗车质量、价格、工艺，和竞争对手没有区别。否则，除了免费之外，还能给车主留下什么呢？当你开始收费以后，别人自然就不来了！

第二，避免出现“物超所值”的洗车。既然大家都愿意在开业的时候动洗车的主意，那咱们就说洗车。有的店认为，我在免费洗车之后，开始办卡。别人100元10次，我100元12次，还送一次打蜡。但是，这样的促销无异于饮鸩止渴。因为，这样吸引来的顾客，都是“淘便宜”的低端消费群体。而汽车美容，恰恰又是一个“嫌贫爱富”的行业。这么一来，促销帮我们带来了无效顾客，即使有有效顾客也被淹没其中！一般来说，我们的资源是有限的，每天洗车的数量也是有上限的。如果不能得有有效控制，而被低端顾客充斥，那美容项目自然不好做，营业额做不上去，利润也低。

第三，避免没有终点的全场8折。在没有终点的全场促销下，车主无法因为缺乏知识无从选择，咱们因为精力不够，无法顾及到所有车主的需求。另外，汽车用品因为价格透明度低，全场折扣并没有什么太大的意义，最后就成了为了促销而促销！

以下，我提我的个人观点，其实以前也说过，老生重谈！

一般手工洗车（/辆）：2个人20分钟，也就是40分钟的工时，收费15元。

一般打蜡手工（/辆）：1个人30分钟，也就是30分钟的工时，收费20元，除去蜡的成本2元（低端蜡30元一盒，可以打15次），实际收费18元。

通过这个比较，我们知道洗车是40分钟挣15元，合计每分钟3毛7分5；打蜡是30分钟18元，合计每分钟6毛。但从效益上来说，打蜡就比洗车合算。另外，就是打蜡的车肯定比仅洗车漂亮，这样的车更容易吸引其他顾客！这才是真正的汽车“美容”店。

让车主算出打蜡更实惠，比让他们算出来洗车更实惠，绝对是两个概念。前者，你是一个美容店，后者你是一个澡堂子！执行起来也比较方便，以前要发的宣传资料，在资料里加一句话，“凡来店消费任意金额，均可凭此单领取\*\*牌车蜡一盒，详情请到店咨询”。坚持3个月，必然有门庭若市的打蜡氛围！

第二，保持门口每天5台打蜡车。蜡不是送出去就完事了，还需要有一个档案，记录有领蜡的车主！以后每次来，需要有人提醒其需要打蜡了，有赠蜡在店里寄存着。因为，实践证明，很多车主领了蜡是会忘记的。毕竟不在自己手上，忘掉也是自然，但是店里不提醒，送的蜡就没有意义了！

总体说来，汽车美容店如何开业促销，最终要看的是留下了多少有效顾客。我们用的方法，是通过赠送蜡，仅收手工费的方法，让车主不仅知道“有个店开业了”，更知道“而且还不错”！这样一来，留下来的是打蜡的车主。咱们开店的人都知道，一个在店里打蜡的车主，远比一个仅洗车的车主对你的忠实度高。这个时候，你向车主推销任何产品和服务项目，成功率将会大大高于免费洗车为你挣来的低端会员！

**促销活动方案篇九**

12月24日（周五）——26日（周日）（共3天）

××圣诞礼，欢乐健康送

××商城、××购物广场、××八一店、××北园店

1、圣诞“欢乐健康送”

内容：活动期间，在××购买服装类、床品、箱包满200元以上，均可获赠：价值x元欢乐健康券+圣诞大礼包一份。（欢乐健康券含价值x元保龄球票、价值x元沙狐球票、价值x元动感影票、价值x元台球票。）

满500元以上，可获赠：价值x元欢乐健康券+价值x元英派斯健身券+圣诞超值大礼包一份。

具体操作：活动用礼券由保龄球馆为各分店提供，保龄球、影票、台球、沙弧球、成本价每张元，英派斯健身券每张元，由各店与保龄球馆分别结算。圣诞大礼包成本约x元,圣诞超值大礼包成本约x元。圣诞礼包由各店自行购买包装纸，根据成本价包装休闲食品、玩具等。

2、圣诞“缤纷玩具节”

地点：各店中厅或其他公共区域

内容：各店进行玩具展销，展示不同类别、各种款式的玩具。另外可展销部分圣诞礼品，如圣诞帽、圣诞树、圣诞雪花、袜子等。各店联系厂家，给与顾客一定幅度的优惠。

环境布置：由策划部统一制作背板，各店拷图制作。各店专柜摆放装饰精美的圣诞树，12月10日前布置到位。

3、限时抢购：活动期间，每天下午17：00—21：00，部分穿着类、床品5—6折限时抢购，限时抢购品牌由各店自行确定。各店于12月17日前确定品牌。参加限时抢购活动的品牌不再参加赠券、赠礼活动。

4、圣诞狂欢夜

时间：12月25日晚18：00——21：00

地点：××商城地下一层中厅

演出：拟邀请10名大学留学生或由××艺术团演员现场表演节目，中间穿插互动有奖问答（国外品牌知识）。主持：xxx。

5、圣诞礼、××情

12月24、25日两天，由2名化妆的圣诞老人（由各商场指定，统一着圣诞老人服装）在商场为小朋友派发礼品。礼品费用约元。

6、圣诞寄语板

各店在总服务台设，“圣诞寄语留言板”由顾客填写对亲人朋友的祝福，并由化妆的圣诞老人现场派发礼品。“圣诞寄语留言板”由策划部统一设计，各店拷图制作。

12月24日 ××晚报 d1版通栏元

××商报头版通栏x元

费用共计：x元。

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