# 最新新产品促销方案策划书(优秀14篇)

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2024-05-02

*方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。新产品促销方案策划书篇一12月21日—元月3日《华丽圣诞狂响曲，喜迎新春献贺礼...*

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**新产品促销方案策划书篇一**

12月21日—元月3日

《华丽圣诞狂响曲，喜迎新春献贺礼》

第一曲：《您许愿，我送礼》

第二曲：《圣诞节，送欢喜》

第三曲：《迎新春，献贺礼》

1、圣诞、元旦商机加强门店气氛布置，大力提倡创意气氛布置及关联性商品陈列。并以气氛评比的形式，激发门店布置的积极性。

2、各连锁分店全力执行＂华丽圣诞狂响曲，喜迎新春献贺礼＂促销活动计划，发挥促销的真正作用，创造气氛、吸引人流、提升销售。

1、冬至（12月22日）当天推出较多火锅料、汤料、水饺、汤圆等特价销售，可关联性陈列，并快讯推介相关的调味系列商品及火锅用品。

2、圣诞节前期推出圣诞贺卡、圣诞礼品、圣诞装饰品、圣诞帽、散装糖果、朱古力等应季商品。

3、元旦促销期建议加强会员价的覆盖面及特价幅度。在新的一年里，给会员顾客留下一个良好的印象；（元旦节日销售，建议各大分类销售排名前几位的商品不妨拉大零售价与会员价的距离，做超低会员价销售，并做快讯主题推介。）

4、元旦快讯促销品干货以清洁用品为主，烟、酒、礼品、保健品等开始推介。

6、生鲜商品建议做1-2个超低价，上快讯的水果、蔬菜需要全部订出价格。

第一曲：《您许愿，我送礼》

时间：12月21日—12月24日

地点：各连锁分店

内容：凡于活动时间内，顾客在各连锁分店一次性购物满38元，即可将自己所喜欢的商品（需本商场有售，只能选一件）名称和本人姓名、联系电话、身份证号码填写到电脑小票背后，投入到各店指定的抽奖箱内，12月25日圣诞节各店公开抽出若干名（名额可由各门店根据抽奖情况而定，商品总价值不超过2024元）幸运顾客，部分幸运的顾客即可在圣诞节来临的时候实现自己美好的心愿；所抽出的商品费用计入各门店，详细运作待定。

第二曲：《圣诞节，送欢喜》

时间：12月20日—12月25日，每晚6点-8点

地点：各连锁分店

内容：

4、其他赠品、小礼物，活动所需照相机及胶卷费用由各门店自行解决。

1、门店12月10日前按照市场部指定标准，完成圣诞节气氛布置；

2、门店以创意圣诞装饰和商品关联陈列为主。另加销售增长分；

3、市场部制定圣诞节气氛布置评比标准和方案；

4、营运部、市场部共同进行本次评比活动；

5、奖金总额3000元；

6、门店和总部圣诞气氛布置费用预计，2024元；

7、装饰品由门店上报，市场部统一购买，费用总额不超过10000元；

费用：

1、第一曲：《您许愿，我送礼》每店2024元/20店=40000元

2、第二曲：《圣诞节，送欢喜》糖果每店10公斤/20店/5元=1000元

3、《卖场气氛评比》费用：3000元

**新产品促销方案策划书篇二**

(一)数码相机“一元购”

活动目标：通过此活动，刺激消费需求、促成消费动机，提升商场的买气。人员安排：现场工作人员2名。

活动内容：活动当天，凡购物满88元，凭购物单据及保修卡，即可“一元”抢购数码相机、mp5、u盘、鼠标等!(每天数码相机限前2名、mp5限前4名、u盘限前10名、鼠标、小风扇限前30名)操作方式：

1、活动当天，购物满88元的顾客即可参与此活动(商家及员工不准参与)。

2、在服务台旁设一处抽奖台，并准备四个抽奖箱。

3、抽奖箱按顺序放置1—4等奖奖球，再按比例混入一定数量的空白球。

4、顾客决定自己要抽的奖品，然后选择相应的奖箱抽奖。

5、抽中奖球即获奖品，抽中空白球则获纪念品一份，奖项越高，机率越低。

活动流程：

1、工作人员检查顾客的购物单据与保修卡，确认是否具备抽奖资格。

2、工作人员按表单详细登记顾客的资料信息。

3、顾客决定所抽的奖品，开始抽奖。

4、抽奖结束，工作人员发放奖品，登记奖品信息，并在购物单据与保修卡上加盖活动印章。

(二)“半价”疯狂购

活动目标：通过此活动，提升商场的人气，为商家营造浓厚的经营氛围。人员安排：现场工作人员2名。

活动内容：活动当天，凡至商场三楼服务台排队，无需消费，即可“半价”抢购mp3、4g优盘、梦洁空调被、金龙鱼油!限时限量，先到先得!(限量400份，抢购时间：每周六周日上午10：30—11：30，下午4：00—5：00)

操作方式：

1、所有进入商场的顾客，无论消费，都可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、服务台旁设抽奖转盘一个，顾客决定自己要抽的奖品，然后拨动转盘。

4、转盘上设置一个中奖区域，当指针与中奖区吻合，则中奖，反之则未中奖。

5、中奖即发放相应的奖品，未中奖则发放纪念品一份。

6、mp3每天限7台、4g优盘限7个、梦洁空调被限5床、5l金龙鱼调和油限5桶。

活动流程：

1、活动开始前20分钟，工作人员开始组织顾客进行排对，并发放号码牌。

2、顾客凭号码牌，按先后顺序轮流抽奖。

3、顾客选择想要的奖品，再进行抽奖，中奖的顾客，按半价缴纳奖品费用。

4、工作人员发放奖品，并按表单登记顾客信息资料，未中奖的顾客无需登记。

(三)搜“宝”大奇兵

活动目标：通过此活动，刺激消费，提升商场的\'人气，将顾客分流引入到商场较偏的区域。

人员安排：现场工作人员1名。活动时间：10月1日-30日

活动地点：华美广场三楼服务台五楼室内活动，

活动内容：活动期间，只要您找到分布在商场内的10面小红旗，并收集相应的红色卡片，即可到三楼服务台兑换“200元”以内的返金券一张和纪念品一份!(搜宝提示：1楼有6面红旗、2楼有4面;返金券可购物返还现金)

操作方式：

1、所有进入商场的顾客，无论消费与否，都可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、在商场一楼选择3家品牌电脑店、3家大小数码店、二楼选择4家diy装机店来参与此活动。

4、在每个店铺的隔断板上插上一面小红旗，并放置100张红色卡片，卡片上标注序列号。

5、顾客只要找到这10加店铺，并按序列收集10张不同的卡片，就可到三楼服务台领取返金券一张。

6、返金券只限在这10家店铺购物使用，消费满500元返现30元，消费满1000元返现50元、消费满1888元返100元、消费满2888元以上返现200元。

活动流程：

顾客凭一套完整的卡片上来兑换。

1、顾客凭一套完整的卡片上来兑换。

2、工作人员检查卡片是否完整，再发放返金券一张，同时收回并保管此卡片。

(四)移动宽带有惊喜!

活动内容：活动期间，凡在商场购物满1000元即送“移动宽带优惠卡”一张，凭此卡可一律享受550元/年、1000元/2年、1400元/3年的2m宽带优惠!

操作方式：

1、凡在商场购物满1000元的顾客即可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、顾客凭购物单据到三楼服务台领取优惠卡一张。

3、凭此优惠卡，顾客可到移动公司优惠办理宽带业务。

活动流程：

1、工作人员检查顾客的购物单据与保修卡，确认是否具备领卡资格。

2、工作人员按表单详细登记顾客的资料信息。

3、工作人员发放优惠卡后，需在顾客的购物单据上用笔注明“礼品已发”的字样。预算支出：无实际费用支出。

(四)整合全商场的超低特价资源和商家自己的促销活动，纳入本次活动宣传。

宣传主题：激情四月，畅想数码——华美好礼疯狂送!

宣传形式：

1、城市媒体：

a)供求信息：供求信息

要求：广告设计需做到新颖美观、主题突出、内容详尽;终端投放需做到按时、按质、按量。

方向：

10月15号发布活动信息。

要求：图文并茂，内容详尽，活动期间一些获奖顾客名单需及时公布在网上。

方向：

2、短信媒体：总发行500条，公务员卡100条、普通vip卡100条、大众卡100条、学生卡200条。活动期间内分不同时段进行投放。

要求：内容精炼，简明扼要，突出主题。终端用户数据准确无误，确保投放质量。

方向：

3、平面媒体：雁信生活指南，报眼广告位，10月14日、10月21日、10月28日投放至全市各街道、社区、企事业单位以及周边县城。要求：广告设计新颖美观、主题突出、简明扼要。

方向：

4、校园媒体：师院校广播站，10月16日—10月30日周一至周五每天中午11：40至12:30，时长1分钟。要求：广播内容设计简明扼要、突出活动主题。

方向：

5、氛围布置：

a)、x展架写真：正门口四个、一楼电梯旁一个、二楼电梯旁一个，10月16日—10月30日。

b)、丝印横幅：正门口一条，10月16日—10月30日。

c)、高精喷绘：正门口左侧广告位一块，10月16日—10月30日。

d)、商场广播：分时段广播促销活动信息，10月1日—10月30日。

e)、led电子屏：全天滚动播放促销活动信息，10月1日—10月30日。

**新产品促销方案策划书篇三**

提高区域的家用医疗器械产品的销售知名度，建立口碑，促进医疗器械产品的销售

店内会员客户，附近小区居民

主题：家用健康器械产品免费体验方式：

1.免费测量、家用器械产品体验

2.店内产品特价促销

3.小区做活动及单页发放

待定

购买就有“送”（特价商品除外）礼品以实物为准）

1、凡购物满99元者（医用耗材及特价商品除外）赠送品牌压缩毛巾一块

2、凡购买欧姆龙血压计，赠送精美保温杯一个

3、购买鱼跃电子血压计。赠送价值60元电源一个

4、购买九阳系列任意一款，赠精美太阳伞一把

5、购买怡成7型血糖仪，惊爆价280.00，六年保修，内送40条试纸，再送10条，惊喜多多！

（一）活动造势：

活动前夕社区外围活动开展。

依次到摆台量血压、测血糖、办理会员，发放促销单页

（二）dm单

1、店内爆炸贴书写（活动卖点突出）、橱窗张贴特价产品pop，氛围营造。

2、dm单的制作、发放，必须发放到每个客户家门口。

人员及物资配合：

厂家支持：江苏鱼跃、欧姆龙、康达五洲、九阳、东方神、拜耳等，包括活动帐篷、赠品支持。

药店：主要负责影印单页，提供拱门及横幅。

**新产品促销方案策划书篇四**

新一代，新选择

借助特殊的日子，进一步把握销售旺季，同时也为了更进一步提高该蜡笔小新果冻知名度，让更多的顾客加深对您的品牌有进一步的\'了解。

通过大场面现场促销展示及大力度宣传，以强烈的商业气氛冲击顾客的视觉、刺激他们的购买欲望，以达到销售目的。

1、邀请大型歌舞团现场助兴、拉动人气，增加现场气氛，蜡笔小新果冻品牌现场展台促销，配备圣诞节礼品等买赠活动。

2、凭宣传单到本超市均发试用装礼品一份（限xx份），属当天生日的顾客凭身份证免费领取圣诞礼品一份。

3、通过现场有奖问答及相关游戏提高蜡笔小新果冻知名度。

4、活动当天在本超市购物可享受xx折优惠。

5、活动当天晚上，圣诞老人免费派发500—1000份礼品（超市提供）。

1、过街悬挂横幅宣传；

2、印发宣传单大幅度派发；

3、邀请电视台新闻报道；

4、电视广告三天；

5、现场大幅pop提前宣传。

1、邀请歌舞团：700元/天

2、租音响200元/天，租车拉音响来回车费200元；

3、演员来回车费：160元/8人

4、吃食：180元/天

5、印横幅：6条x40元/条=240元

6、印发宣传单：5000份x0。035=175元

7、电视广告：3天x100元/天=300元

8、大幅pop：3张x20元=60元

9、临时经费：100元

10、喷舞台背景：200元

**新产品促销方案策划书篇五**

本次自助餐会活动，既区别于第一次的人海行动（人气阶段），又不同于当前正在进行的快乐星期六活动（运行阶段）。要着重突出\"节\"的成份；营造\"节\"的氛围；体现\"节\"的欢快。人员基本控制在400人左右，达到能坐下，不拥挤，使顾客感到不是来酒店用餐，而是来陇鑫过节。给顾客的总体印象是：华贵、优雅、热闹、祥和、温馨、轻松。把整个自助餐会办成类似春节团拜、联欢的形式，为春节再次举办活动打下良好的基础。宣传、扩大星级酒店影响力和知名度。充分发挥餐饮服务行业龙头作用，想方设法拉动酒店经济，占领消费市场，力争创造一定的经济效益和社会效益，是本次\"两节\"活动的目的所在。

1、到陇鑫，过圣诞

品美食，迎新年

2、激情圣诞夜，狂欢在陇鑫

平安幸福年，相约在酒店

3、火树银花贺圣诞，

灯红酒绿迎新年。

20xx年12月25日17：00—20：00

地点：陇鑫国际大酒店2f宴会厅

1、酒店大厅（内、外待定）摆放大型圣诞树、圣诞老人各一对。

2、酒店大厅内摆放大型花坛一个。

3、2f宴会厅右侧摆放圣诞树8棵，树上悬挂用酒店广告内容包装的苹果若干枚，亲情祝福卡若干条。

4、宴会厅左侧悬挂红灯笼8个，附加有奖灯谜若干条。灯谜以陇鑫大酒店特制的精美贺年卡形式出现，正面为陇鑫祝福，背面为灯谜内容。

5、宴会厅舞台上方拉电丝若干条，电丝上悬挂装满雪花纸屑和彩色纸条的气球。

6、舞台两侧摆放香槟塔及大型烛台。

7、选2名男服务员扮\"圣诞老人\"，选一男一女服务员扮\"散财童子\"。以上特制服装均有\"陇鑫标志\"。

为使本次自助餐会活动取得圆满成功，达到预期的效果。2f宴会厅led大屏两边循环打出本次活动的三组主题宣传词（对联式竖排），大屏中间反复播放《圣诞故事》、《新年祝福》等内容，并穿插播放酒店宣传短片。同时选择有关圣诞、新年的典型曲目，作为背景音乐一直循环播放。

整个现场气氛调控，具体操作可按\"三个乐章\"进行，也是三个高潮。

第一乐章：同度\"两节\"，共享美食

客人基本到齐后，led电子屏打出第一乐章的内容，此时主持人及两名\"圣诞老人\"，两名\"散财童子\"同时登场亮相，在主持人致欢迎词、祝酒词期间，\"圣诞老人\"和\"散财童子\"有欢迎、祝福动作，此时分两组分别完成倒香槟酒和点蜡烛的环节。当主持人祝酒词结束后，工程人员推动电丝闸刀，引爆舞台上方的气球，让气球内的纸屑和彩条洒落，形成雪花飘飘和天女散花之仙境，从而形成活动的第一个高潮。

第二乐章：惊喜回报，抽取大奖

当自助餐会进行到一定阶段，选择合适时间推出第二乐章。本乐章是本次活动高潮中的高潮，既实惠，又热闹。主持人在不停的宣布灯谜竞猜结果的同时，穿插宣布各项大、中、小中奖信息。在此时间段，酒店摄像师可免费为中奖人员同\"圣诞老人\"、 \"散财童子\"免费拍照合影，形成第二个高潮。

第三乐章：激情狂欢，采摘\"平安\"

这个时间段部分客人已经陆续离开，大厅内已有较多空间。此时主持人宣布采摘\"平安\"活动开始，同时宣布采摘苹果的寓意和简要注意事项。为切实形成第三个高潮，不至于使整个活动出现虎头蛇尾现象，酒店可事先安排一定数量擅长歌舞的服务人员，登上舞台进行歌舞表演，有目的的同客人进行互动。但时间不宜过长，气氛把握要适度。

借鉴酒店历次举办营销活动的经验，本次\"两节\"活动仍按《榆中电视台》、《生活导报》等传播形式进行为期三至七天的广告宣传。

本次活动设

一等奖：个，实物为：价值约：元

二等奖：个，实物为：价值约：元

三等奖：个，实物为：价值约：元

制作精美贺年卡个，背面分别标有代金卷、生日蛋糕、北京烤鸭等赠送内容，定做生日蛋糕、北京烤鸭可补找差价，县城内免费送货。

按以往惯例，组织相当数量的营销人员走街巷、进单位，广泛宣传。有目的的推销，此次活动预计销票张。

人资部：制定细案，广告、餐票设计，配合场地布置，配合现场检票。

责任人：张富华、刘国雄

餐饮部：全程服务，菜品制订，用餐场地布置。

责任人：姜丽、王双成、杨玉兰、许银斌

客房部、前厅：现场组织指挥，引领、疏散客人。

责任人：王凤霞、陆娟、杨霞、李成伟

婚庆公司：现场气氛布置，书写欢迎词、祝酒词、灯谜内容，\"圣诞老人\"、\"散财童子\"服装制作及人员挑选，led大屏内容策划，背景音乐选制，主持串台，奖项宣布等。

责任人：王锴

园艺部：配合现场布置

责任人：杨淑珍

工程部：自制舞台电丝气球悬挂简单设施并掌握推闸引爆时间，保证活动用电及安全工作。

责任人：曹宏宝

网络信息部：舞美灯光，led大屏操作，音响设备调控。

责任人：裴怀龙、王艳波

康体部：奖品保存及发放，配合引导、疏散客人。

责任人：魏熙林、张富泰

礼警部：场外车辆指挥与停放，现场保安及人员疏散。

责任人：张正岳

财务部：售票、检票、钱票总控

责任人：赵黎明

各部门：营销宣传、销售餐卷

责任人：王凤霞、张富华

活动结束后，由总经理安排合适时间，进行全面、细致工作小结，总结经验，找出不足，发现问题，以便整改。

**新产品促销方案策划书篇六**

本次元旦节活动目标:以圣诞、元旦两节为契机，以提高家具大市场知名度、销售额为目标。

活动主题:迎元旦，家居感恩大回馈

活动时间:12月28日——1月3日

活动地点:家居大市场

一、活动内容:

活动一、迎新年感恩大优惠

活动二、欢乐购物返利大派送(在20xx年12月28日至20xx年1月3日购买者均可参加)。活动期间，凡在本市场购买家具满20xx元者即可现金返利100元，满4000元者即可获得现金返利200元，以此类推。多买多送。

活动三、购物中大奖

凡在本市场购买家具满20xx元者即可获赠一张抽奖劵，满4000元者即可获赠两张抽奖劵，以此类推，多买多送。每张抽奖劵只限一次抽奖机会，奖品如下:

一等奖:20xx元现金(1名)

二等奖:oppo手机一台(3名)

三等奖:电饭煲(5名)

感谢奖:洗衣粉一袋

二、促销活动费用预算:

2、喷绘和横幅:2150元

3、短信群发:20xx元

4、单页及海报费用:3000元

5、夹报费用:500元

6、奖品发放费用:5900元(1、现金奖:20xx元;2、手机800元/每台，共2400元;3、电饭煲200元/台，共1000元;;4、纪念奖:100名，5元/件，共500元。)

7、城市管理费用:400元

8、摸奖箱费用:50元

预计活动费用:30000元

一、总体思路目标

本次自助餐会活动，既区别于第一次的人海行动(人气阶段)，又不同于当前正在进行的快乐星期六活动(运行阶段)。要着重突出\"节\"的成份;营造\"节\"的氛围;体现\"节\"的欢快。人员基本控制在400人左右，达到能坐下，不拥挤，使顾客感到不是来酒店用餐，而是来陇鑫过节。给顾客的总体印象是:华贵、优雅、热闹、祥和、温馨、轻松。把整个自助餐会办成类似春节团拜、联欢的形式，为春节再次举办活动打下良好的基础。宣传、扩大酒店影响力和知名度。充分发挥餐饮服务行业龙头作用，想方设法拉动酒店经济，占领消费市场，力争创造一定的经济效益和社会效益，是本次\"两节\"活动的目的所在。

二、活动主题宣传词

1、到陇鑫，过圣诞

品美食，迎新年

2、\*圣诞夜，狂欢在陇鑫

平安幸福年，相约在酒店

3、火树银花贺圣诞，

灯红酒绿迎新年。

地点:陇鑫国际大酒店2f宴会厅

四、场地布置

1、酒店大厅(内、外待定)摆放大型圣诞树、圣诞老人各一对。

2、酒店大厅内摆放大型花坛一个。

3、2f宴会厅右侧摆放圣诞树8棵，树上悬挂用酒店广告内容包装的苹果若干枚，亲情祝福卡若干条。

4、宴会厅左侧悬挂红灯笼8个，附加有奖灯谜若干条。灯谜以陇鑫大酒店特制的精美贺年卡形式出现，正面为陇鑫祝福，背面为灯谜内容。

5、宴会厅舞台上方拉电丝若干条，电丝上悬挂装满雪花纸屑和彩色纸条的气球。

6、舞台两侧摆放香槟塔及大型烛台。

7、选2名男服务员扮\"圣诞老人\"，选一男一女服务员扮\"散财童子\"。以上特\*装均有\"陇鑫标志\"。

五、气氛渲染

为使本次自助餐会活动取得\*成功，达到预期的效果。2f宴会厅led大屏两边循环打出本次活动的三组主题宣传词(

对联

式竖排)，大屏中间反复播放《圣诞故事》、《新年祝福》等内容，并穿插播放酒店宣传短片。同时选择有关圣诞、新年的典型曲目，作为背景音乐一直循环播放。

整个现场气氛调控，具体操作可按\"三个乐章\"进行，也是三个\*。

第一乐章:同度\"两节\"，共享美食

客人基本到齐后，led电子屏打出第一乐章的内容，此时主持人及两名\"圣诞老人\"，两名\"散财童子\"同时登场亮相，在主持人致

欢迎词

、

祝酒词

期间，\"圣诞老人\"和\"散财童子\"有欢迎、祝福动作，此时分两组分别完成倒香槟酒和点蜡烛的环节。当主持人祝酒词结束后，工程人员推动电丝闸刀，引爆舞台上方的气球，让气球内的纸屑和彩条洒落，形成雪花飘飘和天女散花之仙境，从而形成活动的第一个\*。

第二乐章:惊喜回报，抽取大奖

当自助餐会进行到一定阶段，选择合适时间推出第二乐章。本乐章是本次活动\*中的\*，既实惠，又热闹。主持人在不停的宣布灯谜竞猜结果的同时，穿插宣布各项大、中、小中奖信息。在此时间段，酒店摄像师可免费为中奖人员同\"圣诞老人\"、\"散财童子\"免费拍照合影，形成第二个\*。

第三乐章:\*狂欢，采摘\"平安\"

这个时间段部分客人已经陆续离开，大厅内已有较多空间。此时主持人宣布采摘\"平安\"活动开始，同时宣布采摘苹果的寓意和简要注意事项。为切实形成第三个\*，不至于使整个活动出现\*蛇尾现象，酒店可事先安排一定数量擅长歌舞的服务人员，登上舞台进行歌舞表演，有目的的同客人进行互动。但时间不宜过长，气氛把握要适度。

六、广告宣传

借鉴酒店历次举办营销活动的经验，本次\"两节\"活动仍按《榆中电视台》、《生活导报》等传播形式进行为期三至七天的广告宣传。

七、抽奖配合

本次活动设

一等奖:个，实物为:价值约:元

二等奖:个，实物为:价值约:元

三等奖:个，实物为:价值约:元

制作精美贺年卡个，背面分别标有代金卷、生日蛋糕、北京烤鸭等赠送内容，定做生日蛋糕、北京烤鸭可补找差价，县城内免费送货。

八、营销人员宣传、销票

按以往惯例，组织相当数量的营销人员走街巷、进单位，广泛宣传。有目的的推销，此次活动预计销票张。

九、部门配合，明确分工，责任到人

人资部:制定细案，广告、餐票设计，配合场地布置，配合现场检票。

责任人:张富华、刘国雄

餐饮部:全程服务，菜品制订，用餐场地布置。

责任人:姜丽、王双成、杨玉兰、许银斌

客房部、前厅:现场组织指挥，引领、疏散客人。

责任人:王凤霞、陆娟、杨霞、李成伟

婚庆公司:现场气氛布置，书写欢迎词、祝酒词、灯谜内容，\"圣诞老人\"、\"散财童子\"服装制作及人员挑选，led大屏内容策划，背景音乐选制，主持串台，奖项宣布等。

责任人:王锴

园艺部:配合现场布置

责任人:杨淑珍

工程部:自制舞台电丝气球悬挂简单设施并掌握推闸引爆时间，保证活动用电及安全工作。

责任人:曹宏宝

网络信息部:舞美灯光，led大屏操作，音响设备调控。

责任人:裴怀龙、王艳波

康体部:奖品保存及发放，配合引导、疏散客人。

责任人:魏熙林、张富泰

礼警部:场外车辆指挥与停放，现场保安及人员疏散。

责任人:张正岳

财务部:售票、检票、钱票总控

责任人:赵黎明

各部门:营销宣传、销售餐卷

责任人:王凤霞、张富华

十、\"两节\"活动小结

活动结束后，由总经理安排合适时间，进行全面、细致工作小结，总结经验，找出不足，发现问题，以便整改。

**新产品促销方案策划书篇七**

新一代，新选择

借助特殊的`日子，进一步把握销售旺季，同时也为了更进一步提高该蜡笔小新果冻知名度，让更多的顾客加深对您的品牌有进一步的了解。

通过大场面现场促销展示及大力度宣传，以强烈的商业气氛冲击顾客的视觉、刺激他们的购买欲望，以达到销售目的。

1、邀请大型歌舞团现场助兴、拉动人气，增加现场气氛，蜡笔小新果冻品牌现场展台促销，配备圣诞节礼品等买赠活动。

2、凭宣传单到本超市均发试用装礼品一份（限份），属当天生日的顾客凭身份证免费领取圣诞礼品一份。

3、通过现场有奖问答及相关游戏提高蜡笔小新果冻知名度。

4、活动当天在本超市购物可享受折优惠。

5、活动当天晚上，圣诞老人免费派发500—1000份礼品（超市提供）。

1、过街悬挂横幅宣传；

2、②印发宣传单大幅度派发；

3、邀请电视台新闻报道；

4、电视广告三天；

5、现场大幅pop提前宣传。

1、邀请歌舞团：700元/天

2、租音响200元/天，租车拉音响来回车费200元；

3、演员来回车费：160元/8人

4、吃食：180元/天

5、印横幅：6条×40元/条=240元

6、印发宣传单：5000份×0。035=175元

7、电视广告：3天×100元/天=300元

8、大幅pop：3张×20元=60元

9、临时经费：100元

10、喷舞台背景：200元

**新产品促销方案策划书篇八**

8月份正进入了酷暑阶段，此阶段天气炎热，人们的购物行为主要集中在早、晚2个阶段，所购商品也主要集中在日常生活用品为主，配以一定的消暑商品为辅，如：西瓜、碳酸饮料、果汁饮料、防晒霜等。7月份岳阳店由于卖场格局的调整，销售有了一定的下降，为更好的加强品类促销，加强夏日商品的销售，特做出夏季商品品类促销。

1、更好加强并稳定会员顾客群，通过每档的会员专享商品及一定的会员抽奖等形式拉拢并稳定好周遍顾客群。

2、通过夏季商品的品类促销，并做出一定的关联性促销，充分挖掘市场份额，在迅速提升一大类别商品销售的同时，提升门店整体销售额。

年8月3日——年8月30日

冰爽底价吓一跳

拉动并稳定周遍顾客群，以一定的惊爆价商品做为主流商品，吸引一定的家庭主妇、中低档消费群，并迅速锁定周遍目标顾客群，提升客流量，最终实现销售的回升。

促销商品品类选择：此品类促销主要以hr（高清晰度、高敏感度）类商品（价格弹性比比较高的商品为主，顾客购买率较高的商品），如鸡蛋、大米、肉类、油类等。

具体数量分配：

生鲜类：10支左右。

蔬果类：（2-3支）如：西瓜、绿豆、大米、应季蔬菜。要求在尽量不做负毛利的情况下，可采取平进平出的形式。

肉类：（1-2支）如：前腿肉（肉类现今市场比较火热，价格有明显的上涨，可允许做1支惊爆价商品）。

熟食类：（2-3支）熟食类商品多属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，那么可以列出1支左右的惊爆价商品。如烤鸡、卤菜等。

面包类：（2-3支）面包类商品同属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，顾客购买率较为稳定的商品，建议做1支惊爆价商品、1—2支特价商品。

食品类：5支左右。

粮油类：（2-3支）粮油类商品，尤其是大米、食用油都属于毛利较低，价格弹性比较高的商品，顾客购买率较高的日常生活用品，建议做1支惊爆价商品，1—2支特价商品，如现在油在市场上价格统一都上涨，如能做一支特价油，定能形成一定的抢购潮。

品类促销：跟酷暑抗衡夏xxx肤100%

商品（如：防晒霜、防晒伞等）、去油类的洗面奶等作为主打的促销商品，一定能创造一定的销售高峰。

具体促销商品品项选择如下：

食品类；（主打商品选择）50支

个人护理类：防晒霜、洗面奶、面膜等。

个人清洁类：如：洗发水、沐浴露、香皂、纸巾等。

家庭抗蚊类：杀虫水、蚊香、电蚊片等。

非食品类（关联商品选择）10支

床上用品类：空调被、蚊帐等

家电类：风扇、空调、凉席等

百货类：防晒伞

鞋类：凉鞋、凉拖

会员专享商品

主旨：为了更好稳定会员顾客群，特作出8支左右的会员专享惊爆价商品。促销商品选择：主要选择品项为mr（无清晰度、无敏感度）商品，如：方便面、高压锅、熟食、饮料等。

附：去年同期销售（xx年8月3日——8月12日）

含税收入

毛利额

毛利率

食品区

774728

58804

非食品区

28520637030

生鲜区

383209

44417

全店

**新产品促销方案策划书篇九**

自古以来，中秋节不仅是小家团圆的日子，更是举国欢庆的时刻。从时令上看，中秋是“秋收节”。

本酒店的顾客主要是xx和xx人员，这要求酒店在提高档次的基础上必须兼顾消费者的个人利益。

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折（建议使用这种办法）或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

3、中秋节的套餐的价格不要偏高，人均消费控制在x—x元（不含酒水）。

4、其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到（但要针对酒店的纯利润来制定）。

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼（价格不需要太高）。

2、如果一家人里有一个人的生日是8月15日，可凭借有效的证件（户口本和身份证），在酒店聚餐可享受5—6折（根据酒店的实际决定）的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是815（xx地区以内），可凭借有效的证件（户口本和身份证），在酒店聚餐可享受5—6折（根据酒店的实际决定）的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

4、由于本酒店暂时没有住宿服务，可和其他的以住宿为主的大型宾馆联合行动，相互介绍客户，这样可以增加客户群，减少一些相关的费用。对这部分客户可用专车接送，同时也建议给他们推荐中秋节套餐。

5、在饭后赠送一些和中秋节相关的小礼物（上面要印上酒店的名称、电话、地址、网址）。

6、活动的时间定于农历x月x日—x日。

**新产品促销方案策划书篇十**

20xx年9月8日—20xx年9月10日

二、活动地点

xx城（xx店和xx店）

三、活动目的

为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量。因现在的手机行业竞争比较激烈，故各手机同家必须提高自己的销售量。所以，本次促销活动可借用“”教师节为主题，以“”为策划原点做出相应的促销方案。

四、准备工作

1、卖场内需准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；

3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；

4、广告媒介：宣传单页(a4)，店面外展版（尺寸待定），报媒（待定）；

五、活动内容

1、投入相当一部分资金购买礼品，从礼品上吸引路过的潜在消费者；

2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；

5、从9月8日起至9月10日截止，在xx晚报做原创短信大赛，以“教师节”主题为评选出一、二、三等奖和入围奖；（待定）

6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者（含1500）即可参加抽奖；

7、推出团购机型：xxx等（机型待定），团购条件需十人以上；

六、活动流程

9月9日上午：

1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；

2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目

3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；

4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；

5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；

6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；

7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动内容；

9月9日下午：

1、15：00分开始，由公司安排出演节目；

2、15：30分开始现场编短信比赛，并给予奖现场编短信比赛，选获胜者并颁发奖品；

3、15：40分由公司安排出演节目；

4、16：00分开始购机抽奖；

5、16：20分由公司安排出演节目；

6、17：30分活动结束。

七、活动现场安排

1、场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

2、人员的`安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与礼仪公司的良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3、奖品的确定：待定。

4、经费预算：略。

八、对活动的事前事中事后分三部分来控制，各部分应考虑到的问题

1、活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2、活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3、活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

**新产品促销方案策划书篇十一**

针对中秋节餐饮消费市场的这一需求，餐厅有必要策划一个中秋节促销活动方案，以吸引更多的中秋节聚餐消费人群前来餐厅就餐，拉动餐厅中秋节经营收入的同时，为中秋节节日欢庆营造良好的喜庆氛围。

x月x日——x月x日。

xx餐饮店。

月满中秋夜，天涯共此时。

1、宣传公司形象、品牌形象，影响主要目标消费群的消费心理，在目标消费群中塑造一个美好的形象。

2、通过活动的概念引导，在消费者中留下较好的印象，增强消费者和企业员工的信心，提高品牌知名度和美誉度，影响消费者品牌忠诚。

3、改变消费者认知，形成良性认识。

4、培养潜在消费者，加深目标消费群对饭店、酒店、餐饮的了解。

5、庆典意图让人们加深对饭店、酒店、餐饮的认识，接受并愿意到饭店、酒店、餐饮来消费，而中秋则是让大众亲身体验饭店、酒店、餐饮的特色与服务，同喜同乐，进而直接提高利润。

1、餐饮的消费对象属中、高档阶级，他们一般都有良好的文化背景或经济背景，与饭店、酒店、餐饮浓厚的文化气氛相契合。

2、餐饮菜肴主要以中式菜为主，不存在口味差异的问题，但是美食当前，圣人也会流涎的。

1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等。

2、打折消费。

3、赠送优惠券，凡消费满x元以上的消费者均能获得优惠券。

4、免费赠送饭菜，凡消费满x元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。

1、现场猜谜活动：

在活动现场悬挂有谜语的五彩灯（红灯）笼。专设一个谜底台。

2、演艺活动策划：

（1）有奖征答问题：关于饭店、酒店、餐饮的发展史等问题。

（2）载歌载舞：觅歌舞团演出，另外，主持1—2名。

（3）穿插一些让观众参加的《中秋赞歌》：邀请台下一起参加，凡唱的歌都带有“月”字或是咏“秋”的。最少二句，无需整首演唱，歌曲不能重复，唱出最多首和唱功好者，均有奖励（x元或x元消费券）。

（4）拉啤酒商做冠名赞助，从而减少费用的开支，进而促进利润的增加。

1、庆典的活动内容。

2、美食节优惠信息。

3、中秋晚会与其他信息。

**新产品促销方案策划书篇十二**

地点：城市主要中心公园内草坪

主题：赶快参加，呼吸一下xx品牌鞋游园狂欢节

活动形式：综艺互动游戏+现场赠品派送

活动目标对象：家长及其小孩、情侣

活动策划目的：通过近距离的互动，增加xx品牌鞋对市民的亲和力，提升传播宣传力度。

1、现场扬声设备播放活动内容，吸引游客前来参与，告知游客参与有奖。

3、公园赠品派送：派送员设在公园进口、人流集中区等地方。这个环节可以是单纯的派发，也可以结合活动宣传，派发后邀请参与。分配要适当，要保持现场有1-2名可以辅助主持人完成游戏活动。

4、进行现场邀请，邀请可以在通往活动区的路途上，也可以在活动区域周围。邀请方式文明礼貌、不可强求，建议可以准备一些小礼品，如气球之类，先送给过往游客，既而再邀请。

1、活动道具及礼品摆放：礼品摆放尽量摆放在游客不易接触到的地方。

2、扩音设备的连接：如果有条件的允许，可以在公园内接电的话，建议使用音响设备，接电线路尽量做到安全隐蔽，切勿妨碍游客行走；如无条件允许，也需要使用扩音设备，如喇叭、有源收录机等，目的在于扩大影响范围。

3、组装拉网展架，拉网展架面向人流量较多的方向

4、现场区域的划分：利用伸缩围栏将活动区域围拢起来，目的在于区分活动区和非活动区。

利用宣传物料、人员、音响设备招募游客需要累计达到一定数目，例如现场有二组或者更多组参加。

活动游戏如下：

1、踢毽子。参与人员数目在2人以上，实行淘汰制，可以进行花样的比赛，也可以进行规定时间里面数量的比赛，最后产生一名胜利者，其余参加选手获得纪念小礼品。

2、双人合脚行走。参与人员分成2—4组，每组甲乙2人，将甲的左脚和乙的右脚用红绳绑在一起，脚连着脚，肩并肩共同向目标终点行走，哪组先到为获胜，此游戏需要参与游客双方的相互协调，冠军获得大奖，参加选手获得纪念小礼品。

3、跳大绳。参与人员数目在7人以上，2名舞绳者，5名跳绳者一起在同一大绳下跳.在规定时间1分钟内没有间断即获得胜利，颁发奖品，失利者颁发纪念小礼品，可以给出2-3次机会试跳。此游戏为团队游戏。游戏循环进行，让更多的游客参与，达到互动；游戏比赛以互动娱乐为主，礼品的发放尽量涉及更多的游客。每位参加游戏的游客都必须填写登记个人信息，一方面是用来衡量活动效果，一方面是搜集潜在用户。

**新产品促销方案策划书篇十三**

其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评.从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业.现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下：

二、活动目的：

1.基本目标：为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客.扩散商场知名度树立良好的企业形象.

3.营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润.

3.长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一.

三、目前营销状况：

1.市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者.

2.产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全.

3.宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大.

四、swot问题分析：

优势：沃尔玛具有很强的规模效应.在一定程度上具有很大的竞争力.而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营销具有特色培训体系健全化等显著特点.

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多.

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮.

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多.

五、价格策略：

1.以成本为基础以同类产品价格为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品.

2.给予适当数量折扣鼓励多购.

六、促销策略：

1.综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得最佳的经济效益.

2.保持本土化经营.

七、广告宣传：

1.“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客沃尔玛在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售.

2.并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“天天低价”原则.

3.在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价.

4.注重卖点的广告宣传即pop广告.

八、公共关系：

1.建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系.

2.企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转.

3.设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系.

4.赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象.

5.邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式.

九：营业推广：

1.实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务.

2.对消费者促销：赠送样品减价推销.

3.把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额.

十、物流配送：在物流管理上采用配送中心在营业区域内最合适的地点保障促销期间商品的正常运转.

十一、策划方案各项费用预算：

促销总费用：

广告费用：

**新产品促销方案策划书篇十四**

活动主题：改善李宁公司营销策略，加强企业营销管理，制定营销计划，打造李宁品牌效应，提升李宁品牌的品质，塑造良好的企业形象。

活动目的：扩大市场份额，提升企业业绩，增加企业连锁店数量，把企业做大做强，使企业向多元化发展。把握秋季和新生入学的消费时期，针对秋季时期制定相应的营销策略。

（一）宏观环境分析

1.行业分析：

众所周知，运动品牌这一个领域竞争是相当激烈的，除去本国的产品不谈，单就外国品牌就占据了相当一部分市场。要想在众多的产品中脱颖而出无疑是困难的。而且大多数运动品牌的促销方式都大多相似，这就更给品牌发展增加了难度。

2.市场分析：

在运动品牌市场上，李宁较其他同类产品还是有其优势的。首先，它是我们中国人自己的品牌。中国人向来推崇爱国爱民族，对于自己的品牌总是会有一种莫名的亲切感。其次，李宁的产品质量过硬，而且价格也比较合理。最后，运动品牌市场发展前景可观，李宁品牌有潜力在其中占据一席之地。

（二）消费者分析

1.现有消费群体的构成：

（1）现有消费者的总量：达到上十万人。

（2）.现有消费者的年龄:主要是在16到28岁之间的青少年消费群体。

（3）现有消费者的职业：学生、工薪阶级。

（4）现有消费者的分布：附近的居民和各大高等院校。

2.现有消费者的消费行为：

（1）购买的频率：每两个月一次。

（2）购买的数量：主要是以个人购买为主。

（3）购买的地点：专卖店。

3.潜在消费者:

(1)潜在消费者的特性:

年龄:中老年人

职业:工薪阶级

受教育程度：高中以上

(2)潜在消费者被本品牌吸引的可能性：

潜在消费者对本品牌的态度:仅仅是了解，对李宁品牌没有深入的认识。潜在消费者需求的满足程度：一般，可以接受。

（三）产品分析

1.产品特征分析:

（1）产品种类：李宁产品包括运动鞋、服饰、帽子、背包、运动用品及其配件等。

（2）产品性能：产品主要以运动系列为主，性能好，舒适度高，适应运动穿着。

（3）产品质量：质量满意度过半，但任需要提高产品质量。

2.产品定价：nike、adidas在国内运动品牌市场的老大地位短期内不可动摇。可是作为国产运动品牌的领先者，比起安踏、匹克、康威是有一定的优势，并且和reebok，converse等国际二线品牌差距不是很大，所以在产品定价上，应采取比其它国产品牌高、比nike、adidas低的策略。并且把市场定位在中端市场，产品价格多为300到550元之间，少数高端产品定价位于800到900元之间。

3.产品的外观与包装：加强对产品外观的设计和包装，使产品在货架上比同类产品要更醒目，产品的外观和包装要与产品的质量、价格和形象相称，产品的外观和包装要对消费者产生巨大的吸引力。

4.产品的品牌形象分析：李宁要向大家表达的产品形象为李宁品牌是青春、时尚、运动，与时俱进的代名词，让体育文化、品牌文化与产品推广三者和谐统一，融入到企业运作的各个环节共同发展，从而形成一种独有的企业文化，达到一种企业与消费者的共鸣状态。

5.产品专业化：“要做中国的李宁”，就必须全方位的进入体育运动装备领域，制造篮球、足球、羽毛球、兵乓球等专业运动装备，塑造李宁品牌的专业化形象。

6.产品创新：

（1）环境状况分析：在国内外的各大体育品牌很少做中老年的秋装，经过奥运会洗礼的中国人都知道了李宁，尤其是中老年人对他的印象非常好。但是李宁对中老年消费群体一直没有重视或者是还没有开始涉足，所以在这种背景下出击并占据中老年体育服装市场是最好不过的。

（2）创新策略：“秋季攻略”：

a.李宁公司将会在今年秋天研发一套适合中老年在秋季穿戴的服饰。价廉物美，美而不薄，薄而不冷。

b.按照中国的观念，如果把一年四季分为人的四个不同阶段的话，而秋季正是人的中老年，而我们的营销策划目标也正是中老年人。相信凭借李宁的品牌优势，再加上高质量产品，亲情化服务，定会在这个时期出其不意，取得很好的效益并加强李宁的品牌效应。

c.在“中式情人节”七夕那天退出情侣纪念款版本的运动鞋和运动服饰。

（四）企业和竞争对手的竞争状况分析

1.企业在竞争中的地位：nike、adidas在国内运动品牌市场的老大地位短期内不可动摇。同时国产运动品牌的领先者，比起安踏、匹克、康威是有一定的优势，并且和reebok，converse等国际二线品牌差距不是很大，所以李宁处在比国产运动品牌之上和国际运动品牌之下之间的位置。

（1）消费者认识：作为最为成功民族运动品牌，代表着民族运动品牌的崛起和形象。

（2）企业自身的资源：人力资源充足，设计、营销、管理、策划团队力量壮大。

2．企业的竞争对手：

（1）主要的竞争对手：以nike、adidas引导的国外知名运动品牌和晋江系国产运动品牌（如安踏、特步）。

（2）竞争对手的基本情况：nike等国外知名运动品牌占据了大部分国内市场份额，以安踏为代表的晋江系国产运动品牌也占据一席之地。

3.企业与竞争对手的比较：

（1）机会：所在地区竞争对手少。

（2）威胁：竞争对手数量多且压力大，可能会进驻北京西路，占据市场份额。

（3）优势：作为民族品牌成功的先驱者，拥有很好的消费群体基础，加之民族情节等民族情感因素，消费市场广大。

（4）劣势：企业处在不上不下的尴尬阶段，发展思路不够明确，战略计划不够完善，领导团队的领导决策能力羸弱。

随着社会经济的发展和人民生活水平的不断提高，人民大众都在追求高品位的精神享受，但物质享受仍必不可少，人们都在追求着健康，环保，千里之行始于足下，一双好的鞋子，不仅要穿着美观，时间长，更讲究的是他对我们脚的保护，和整个身体的保护，这是远远高于鞋子本身的价值的。

据有关统计结果显示：80%的青少年买过运动鞋，说明“李宁”的重点市场应该放在青年人和运动员身上；68.3%的青少年买过名牌运动鞋，51.2%的青少年买过“李宁”运动鞋，说明运动是一种现代潮流，不少人愿意为这种潮流而花钱买双能在运动场上享受时代气息的鞋；在调查报告中显示，“李宁”运动鞋的质量和售后服务是非常令人满意的，满意百分比分别为96%和94%。这说明在运动鞋市场上“李宁”占有很大一部分市场和影响力。

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