# 2024年促销活动方案策划书(精选8篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-05-06

*无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。促销活动方案策划书篇一...*

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**促销活动方案策划书篇一**

xxx装修建材店是固镇县的`零售商，从事装修建材经营已经20年了，现代理20多个品牌的商品，在当地比较有实力。今年正值该店开业20周年，因此准备在20周年店庆之际开展促销活动，一方面树立品牌形象，提升美誉度，同时加大销售力度，提升销售量。

本次促销活动针对固镇全县。

目标消费者分为两类：

1、新购置房屋的家庭

2、老房改建的家庭

目标消费者分析：对于新房的装修，消费者注重环境、品质的提升，往往愿意花大价钱，显得体面、华丽，体现居住者的身份、品味。

对于老房的改建，消费者注重便捷、舒适、实惠，自己用着舒心就行，不讲求奢华。

由头：闪耀二十年，感恩超低价

主题：暑期建材大放价

口号：xxx建材6.8折大优惠

活动期间凡进店购家装建材均享受6.8折优惠，20年庆典活动当天还有现场签单大酬宾，大品牌联盟折上折，文艺演出等活动。

（一） 现场签单大酬宾

签单最终结算金额（享受6.8折优惠后的价格）在一万元以上的（含一万元），送价值1000元厨房三件套（微波炉、电磁炉、电饭煲）+100元电器购物代金券一张；（固镇当地电器售卖店代金券,与当地电器售卖店联合）

签单最终结算金额在八万元以上的，送价值8000元的家庭影院一套+800元电器购物代金券一张。

（二） 品牌联盟折上折

消费者在享受进店购家居建材6.8折优惠的基础上，还可以享受如下优惠：

1、享受联盟连环折上折

2、折上折上折：

3、买了我就送

同时订购“大品牌联盟”中六个品牌商品，购买价最低的商品，本店予以买单。（由于该家装建材现代理20多个品牌的商品，选择其中十个品牌作为大品牌联盟中的品牌。）

（三） 文艺演出

1、演出部分

20年庆典当天在门店前搭设舞台，遮阳网。邀请表演人员进行文艺演出，表演项目有歌曲、小品、舞蹈，也可邀请大学城武术协会、话剧社等进行武术、话剧表演。

2、活动部分

表演中间为互动时间，奖品有喷头，洗手槽，化妆镜，吊灯，以价格为比例制作幸运大转盘。共有“价格有奖猜”“幸运吹气球”“品牌名称说说说”“勇敢我表演”四个活动，奖品当场发放。

绍给出首次出价，主持人会依次告诉观众首次出价是低了还是高了。主持人再介绍产品的特性，观众给出修改过的价格，主持人公布产品价格，观众给出价最接近产品价格的胜出，获得旋转幸运大转盘的机会一次。幸运观众旋转幸运大转盘获得相应的奖品。次活动可以增强顾客对产品的认知，拉近产品与顾客的距离。

（2）幸运吹气球：主持人先说明活动规则，然后邀请台下观众（3-5人）上台来吹气球，每人三只规格相同的气球，主持人说开始台上观众开始吹气球，率先吹完的人获得旋转运大转盘的机会一次。幸运观众旋转幸运大转盘获得相应的奖品。

（3）品牌名称说说说：主持人邀请台下观众（3-5人）上台来，告诉观众本店代理20多个品牌的建材商品，只要台上观众说出或写出超过六个品牌的名称即可旋转幸运大转盘，获得相应奖品。此节目结束后由主持人向在场观众介绍本店概况、经营产品、经营理念等，着重介绍本次推介产品，提升消费者的品牌认知，产品认知。

（4）勇敢我表演：主持人邀请台下观众上台表演节目，只要观众上台并表演节目（唱歌、跳舞、小品不限）即可旋转幸运大转盘，获得相应奖品。

文艺演出时间：20年庆典当天上午8：08

促销活动时间：20xx年7月-8月

活动地点：xxx建材店

（一） 电视台广告

在固镇电视台18：30播出的《固镇新闻+固镇天气预报》，在电视屏幕底部飞播广告。广告语“浓情七月，魅力xx日，xxx建材20周年店庆感恩超低价，6.8折大优惠！还有现场签单大酬宾，品牌联盟折上折等更多优惠您来哟。机会难得，不要错过，赶快行动吧。热线电话：0552-xxxxxxxx”，每次时间为十五秒。

（二） 车体广告

**促销活动方案策划书篇二**

x月x日—x月x日

xxx购物广场xxx人民商场

活动一：欢度六一到xxx

一年一次的六一儿童节，家长陪孩子到哪里去买礼物？在x县当然xxx，六一儿童节期间，xxx特别推出儿童玩具、学习用品、童装、童鞋、文体运动商品、精品儿童玩具等优惠价出售！

活动期间，穿着类、百货类、儿童用品类商品全场88折，化妆品类、照材类全场9折，大家电、交通类商品推出特价、超低价及厂家系列促销活动。（明示商品不参加，详情见店内海报）

活动二：非常六一进门送礼

六一儿童节当日，进店前xxx名小朋友免费领取精美礼品一份，送完即止。

活动三、快乐六一超市有礼

六一儿童节活动期间，商场推出购物买赠活动；凡在超市购物单票满xx元的顾客，可以获赠薯片一包，单票满xx元的顾客，可以获赠xxx毫升饮料一瓶，单票满xx元的顾客，可以获赠盼盼法式小面包一袋，小票当日使用有效，每天各限量xxx份，送完为止。（奖品在一楼服务台领取）

活动四、七彩六一——-儿童画展

六一儿童节活动期间，为传承弘扬中华文化，促进少儿全面成长，x月x日至x月x日，xxx联合卓越学校在xxx购物广场一楼举行“六一儿童节儿童书画展”活动，百幅灿烂童真、多姿的画卷作品将栩栩如生在这里展现。

活动五、飞翔六一——-儿童文艺晚会

七彩六一，欢乐童年，阳光下，幼苗茁壮成长；舞台上，孩子们欢歌笑语。x月x日晚，庆祝“六一”国际儿童节少儿文艺演出，在新世纪人民商场店举行，欢快的孩子们用歌声舞蹈庆祝他们的节日，也奉献给大家精彩的文化盛宴。

**促销活动方案策划书篇三**

\*\*白酒自1998年导入市场以来，市场表现十分突出，得到广大消费者的一直认可，在\*\*集团目前的产品线中占有很重要的位置。但是由于产品入市已近x年，目前存在一些比较突出的问题，主要表现在：

1)产品包装过于陈旧，对消费者没有吸引力，消费者更多的是考虑产品本身的品质;

4)假货冲击严重，由于\*\*白酒得到广大消费者的一致认可和好评，已经成为消费者心目中大众消费品，所以不少非法厂家纷纷造假，严重影响\*\*白酒的市场销售。

由于以上这些原因，所以建议对\*\*白酒进行重新包装上市推广。

推广地区：

c地区，包括c包含四县一市。

推广时间：

20xx年x月——20xx年x月，为期一年，但先期做三个月的推广方案，以后方案将根据该方案做滚动计划。

1、渠道合作模式的选择;

2、价格体系的设计;

3、销售政策;

4、销售奖励和市场管理;

5、促销宣传。

包装改进建议：

由于\*\*白酒目前在市场上仍有很好的销量，所以不可以对包装做过大的改动，应在原包装总体风格不变的前提下简化原有的包装元素，使其更加简洁大方，主体颜色更加鲜艳醒目，易于陈列，包装材质也更加优良。

1)产品规格：1\*6

2)产品净量：500ml

3)产品度数：48度

渠道模式选择：

分销渠道模式：

目前\*\*白酒在分销渠道上处于比较混乱的局面，各区域的经销商在分销过程中渠道不清晰，关系不明确，很容易造成乱价和窜货，所以新包装\*\*白酒的渠道模式应该是：

3)总经销在分销的同时对于分销商实施协助销售，即派专人协销;

4)各区域总经销同时对该区域内的重点商超渠道进行直供，保证分销的密集度。注：分销商数量应根据实际区域情况而定，不要过于局限。

这种分销模式的优点：

1)保持目前\*\*白酒的销售网路的完整性和分销密集性，又可以对渠道实施深耕细作;

2)分销商限量和分销区域明确性可以有效的防止窜货、乱价，有利于市场管理和维护;

3)协销制既可以有利于总经销销售深度，又可以对分销商进行有效的监督和管理。价格体系的设计：

单位：元/件

开票价给二批价二批分销价终端零售价

37 37 37 42

开票价直供重点商超价终端零售价

37 37 42

设计说明：

1)由于\*\*白酒进行重新包装，所以建议开票价上调1元;

2)产品在整个渠道层级中保持价格统一，防止价格倒挂和窜货现象的出现;

3)总经销和分销商之间不留空隙，有效防止总经销窜货;

4)控制二批的分销价格，在二批进价和出价之间不留空间，可以有效的稳定价格体系;

5)重点商超直供价和二批分销价保持一致对于整个价格体系稳定会起到很重要的作用;

6)终端零售价比老包装上调0.5元，易于被消费者接受;

7) \*\*白酒整体价格空间结构为“3+2”，既3元作为渠道空间进行分配，2元作为市场促销宣传费用。

销售政策：

渠道返利(单位：元/件)结算方式备注

\*\*集团—总经销3元该费用包括给分销商的1.5元返利。总经销的1.5元返利分成两部分“基本利润”+“协销费用”，即1+0.5，年终根据总经销销量和政策执行状况一并返还;总经销和\*\*集团现款现货。 “协销制度”内容详见“销售政策和市场管理”

详细内容见“销售奖励和市场管理”

总经销—终端平价销售现款现货或其它

分销商—终端一律按开票价销售和总经销直供价保持一致现款现货或其它

销量任务分解(03年4月—04年3月)：

以20xx年c地区小普皖全年销售数据为依据

单位：件

4月5月6月7月8月9月10月11月12月04年1月2月3月合计

销量23000 15000 14000 4900 5000 32000 27000 2700 42000 50000 50000 4000 269600销售奖励和市场管理：

1、销售奖励

1)总经销奖励(销量以月为标准)

保证基本利润1元/件;在全年的销售过程中，总经销认真执行协销制度，销售网点和销量都达到预期标准，通过办事处考核合格，年终将给予0.5元/件的协销奖励。

注：该总销量为基数，办事处应结合四县一市的实际销售情况将销量进行分解，为每个销售区域的总经销设定销售目标;总经销实行协销制度时，办事处应有专人进行监督负责。

2)分销商奖励(销量以月为标准)

保证基本利润0.7元/件;全年累计销量达到3000件，奖励0.4元/件;销量累计达到3000—4000件，奖励0.8元/件;基本利润每半年由总经销发放一次，奖励则由经销商根据二批实际销量年终一次性发放。

注：为了防止价格透明，建议给分销商奖励部分以同价值的实物形式发放。

2、市场管理

1)总经销管理

在全年销售过程中，如果出现区域总经销进行跨区销售行为，一次性窜货达到20件则扣除全年返利;如果出现两次跨区销售行为，则取缔销售权。

协销制度：总经销在全年销售过程中，对分销商实施协销，派专人协助分销商进行铺货工作和销售工作，对分销商的分销情况进行监督管理;该协销员需要和办事处相关人员进行工作对接，定期向办事处汇报铺货和销售情况，并提供相应的资料报表；办事处人员将根据汇报和报表对协销员工作进行监督检查。

注：

总经销与\*\*集团签订明确的销售合同，制定销量目标和任务。

办事处有权利对总经销的产品流向进行管理监控。

办事处派专人负责总经销管理，对协销员进行监督。

2)分销商管理

在全年的销售过程中，如果出现分销商进行跨区销售或降价销售，一次性销售达5件则扣除全年销售奖励;出现两次跨区行为或降价行为，则扣除全年所有的费用和返利直至取消分销权。

注：

办事处要协助总经销加强区域内分销商管理，建立分销商档案，对分销商销售情况实施监控，如总经销和办事处有权要求分销商提供有关销售流向的资料等。

推广前期召开分销商会议，与分销商签订全年的分销协议书。

促销政策(此政策为4、5、6三个月)：

以预计销量50000件为标准，共计100000元促销宣传费用。

促销主题：\*\*白酒换新装，开瓶见喜，步步高。

促销计划：

第一部分：促销对象为消费者和零售终端，促销预算为70000元;

1)消费者促销：

主题：\*\*白酒换新装，开瓶有惊喜;

活动时间：铺货的4、5、6三个月;

活动内容：在\*\*白酒包装内放入促销卡片(内容为介绍具体的促销活动细则)，卡片印有“再来一瓶”和“感谢您品尝”两种字样。凡是消费者摸到“再来一瓶”字样即可凭该促销卡片到终端零售点再领取一瓶新包装\*\*白酒。

活动结算方式：终端零售网点每三个月凭回收的印有“再来一瓶”的促销卡片与分销商结算(以相同数量的产品结算);分销商凭回收的“再来一瓶”的促销卡片每半年与总经销结算(以相同数量的产品结算);总经销年终凭回收的“再来一瓶”的促销卡片与\*\*集团结算(以相同数量的产品结算)。

促销空间设置和投奖比例设置：每件拿出0.5元作为此次消费者促销活动的空间，每12件投放一个“再来一瓶”的促销卡。

促销宣传：

零售网点终端张贴pop促销海报，告知消费者新包装上市信息和促销信息;

零售网点悬挂吊旗，宣传上市信息;

零售终端搭建堆箱，展示新包装形象。

2)零售终端促销：

主题：旧貌换新颜，与您步步高升;

活动时间：铺货的2个星期;

活动目的：鼓励终端零售进货积极性和销售积极性;

活动内容：凡第一次铺货期间，一次性进货达5件者奖励1.25l大可乐一瓶;

凡第一次铺货期间，一次性进货达10件者奖励“贵宾迎客松”一包;

活动结算：进货奖励在零售商进货同时给予，铺货结束后由分销商提供奖励零售户名单，由总经销的协销员和办事处人员核实后给予分销商结算。

促销空间：每件拿出1元作为零售终端促销空间。

活动监督：总经销的协销员和办事处人员全权负责此次促销活动的监督和管理，要求分销商提供相应的铺货资料和奖励客户资料。

其它：可以不定期的选择重点社区进行双休日宣传活动，费用根据实际费用使用状况灵活安排。

3)促销宣传配合：

宣传工具宣传内容宣传标准和规格数量单价合计执行人

堆头陈列展示新包装形象，传达上市信息，促进终端购买15—20件搭建一个堆头陈列在零售网点门口醒目处，为期两个月；市区设立80个堆头;四县各设立40个堆头240个40元/个/月(以酒的形式) 19200元由总经销负责各网点堆头的搭建并支付相关的堆头费用，总经销必须向集团办事处提供堆头搭建的详细资料(具体的时间地点和店主资料)，由办事处核实后根据实际情况向集团统一申报后将相关费用返还给经销商。

费用总计：33280

**促销活动方案策划书篇四**

xx年x月x日-x日

xx年元宵节促销策划

浓情元宵(相会在元宵、又到元宵佳节时、共度元宵良辰美景、大红灯笼高高挂、红红火火过元宵)

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此商家的促销可重点围绕跟元宵有关的食品、商品展开促销。同时借助烟花爆竹、舞师舞龙、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛。

2、春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

一、团团圆圆过元宵

美味汤圆大联展

1、开辟汤圆食品专柜，包括各种品牌汤圆：如龙凤汤圆系列、思念汤圆系列、三全凌系列、佑康系列。口味有八宝果仁、黑芝麻、麻蓉花生、玫瑰豆沙、山楂、五仁、花生芝麻、无糖、清真、米酒等。

2、超市购物满88元，即赠送汤圆一袋(迎新晚会策划书)，或小灯笼一个，价值5元左右。

二、元宵小吃一条街

在大商场和大型超市门口开设小吃一条街，开设十个左右摊位，包括汤圆冰糖葫芦臭豆腐炸香肠羊肉串里脊肉等，现场制作，购物满100元赠即送价值10元小吃券，满200元送20元，以此类推，多买多送，超市限单张小票。

1、元宵节除了逛街赏灯玩乐外，吃喝也是必不可缺少的，在购物之余，吃上一些香喷喷的小吃对顾客来说必定是一个极大的诱惑。

2、在现场设立一服务处，顾客凭购物小票到服务处领取小吃券，顾客凭小吃券即可到摊位上购买小吃。

3、小吃券不可兑换现金，也不设找兑。

4、小吃制作必须注意卫生，要采取一定措施避免油烟污染及灰尘影响，同时要预防自然风雨的影响。

5、小吃摊位设置：除了把一些商家已经有的小吃搬到现场外，还可以邀请一些地方名小吃店到现场制作售卖。

6、除了用小吃券消费外，顾客也可用现金购买，必须在现场明码标出小吃价格，让顾客一目了然。

三、良辰美景共赏

元宵游园齐乐(惊梦)

开辟一元宵游乐区，搭成葡萄架形式，悬挂各式灯笼，内含各种字谜，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美小礼物或购物券，价值根据各字谜难易程度确定，奖品可直接标在灯笼上，一般奖品价值为10元以下。同时游乐区内可增设套圈、一些民间杂技表演等活动。

一般而言，物品价值不可过高，一是防止高价值物品损坏，二是满多少定额降低是相对提高顾客参与人数。顾客也可自己出钱套圈。

民间杂技表演：邀请一些民间团体表演舞师舞龙、耍猴等杂技表演，增加元宵节热闹气氛。

注：游园布置必须精美，注意维持活动现场秩序。游园活动的开始和结束可以以爆竹鸣号。

**促销活动方案策划书篇五**

本次活动主要依托”闽北日报”主办的官方平台，”倚天传媒”专业策划。 结合”大武夷电商”的线上服务平台优势及”闽北互动论坛”的网络人气。 共同打造一个以”轻轻动指间，年货送到家”为主题的线上线下活动。 活 动以现场实物展销，和线上商品购买为主。

标语：闽北日报旗下最具实力的电子商务平台

1、以宣传”xx购”网为主，将最初的品牌印象植入大众心中。

2、增加关注人数、注册人数及购买人数。

3、有效的吸引现场商家及潜在的商家加盟电商。(商家可现场与电商进行意向签约)

4、现场带动性的促使百姓习惯使用该平台。(如扫微信关注、赠与书签似的操作卡、现场工作人员细心指导操作)

5、利用本次活动从新树立”闽北互动论坛”的功能性。

6、农商银行的储卡办理。

南平各年货消费群体;

农商银行的信用储户、闽北互动论坛的新老网友; 南平各产品经销商;

20xx年2月7日至8日。

南平市体育公园广场

1、年货商品及周边产品展示;

在活动中划出一块产品展示区，展示主办方及其他加盟商的周边产品。(该活动主要由闽北日报、倚天传媒具体落地执行)

2、电商购买体验;设立电商专区，专区位置醒目，主要向往来人流发放电商宣传册页。引导消费者进行注册、购买，对需要办理加盟的商家进行登记。 内容设计：

1、电商年货概念相对还比较新颖，所以线下活动主要还是引导为主。设计出商城操作流程卡(以书签为图样)，设计出线上活动宣传单，配合流程卡一起发放。

2、现场可设置1至2名农商银行工作人员，现场办理信用卡(或设立农商行专区) 3、现场注册或扫微信关注人员可得到电商送出的新年礼物(建议送印制有电商logo的对联套装)

4、针对现场招商，设计招商方案。设立填写加盟商合作意向表，留下相关讯息后期联络。(条件允许，可允诺商家加盟优惠政策：如商家再介绍其它商家加盟可享受xx广告时段等) 5、针对闽北互动论坛的新老用户，在当天可以给予一定的活动优惠，并可以为下一次即将展开的”网友节”提前聚集人气。

(一)推广时间

1、活动开展前的一周20xx年2月1日至2月8日

(二)宣传方式;

1、闽北日报

2、信息群发，(手机短信、微信)

3、互动论坛(其它网络平台)

4、宣传单(在宣传单上进行内容印制)

5、南平电视台今晚九点半。

(三)宣传内容：

1、时间、地点、联系方式及活动内容。

2、折扣的对象及折扣的内容。

3、主流加盟商家的讯息。

1、3\*6规格广告帐篷一顶

2、展区内设电脑2台(能力范围内多多益善)，网线，三项电源接口。

3、现场桌2张、椅10张，台布。

4、x展架宣传海报，背景喷绘，现场横幅。

附加条件：工作人员统一制服(有条件可佩戴统一徽章或商标)考虑到夜间活动继续应配置灯光(普通灯光或艺术灯光)电商的视频宣传，语音宣传音响，(须要提前制作完成)现场小丑表演(更有力度的吸引人流)

工作安排：

一、现场传单发售

二、前台资讯解答人员

三、线上操作人员

四、加盟商家意向签署

**促销活动方案策划书篇六**

主办：##酒##总代理

承办：##策划

策划组织：##策划

时间：20xx年12月20日至20xx年2月10日

地点：26家宾馆和餐饮场所(消费终端)

1) 活动期间在全城26家中高档宾馆和餐饮场所联合推出元旦春节\"##酒特卖及特惠酬宾活动\"为主要内容，外销买赠为主要形式，穿插免费品尝、有奖参与等形式。

2) 在活动期间购买不同系列##酒，均可享受买二赠一优惠，并赠送终生贵宾卡一张(在日后消费中可以销售8.5折优惠)。

3) 活动期间的所有奖品、场地及相关市政协调费用由主办方承担。

1) 制作专题广告带，门店及活动现场播放。

2) 播出时段：全天候播放/活动现场 。

3) 网络媒体互动推广(\"##传媒\"弹窗广告，参与有奖)。

4) 市区内重要口岸6个月户外布幅形象宣传。

1)推出dm\"##酒\"火爆特卖专版广告，展现##酒的内在品质和全新形象，并将##酒连续的活动与促销安排详尽告之。

2) dm需体现##酒--五粮液系列精品中高档白酒全新形象(品质、实惠)的策略发行一万份进行广泛宣传 (印刷精美，纸张不小于128g铜版纸，可以用于终端卖场的张贴宣传) 。

1)卖场内外整体气氛布置，渲染特惠火爆的购物氛围 (彩虹门、横幅等)。

2)挂大量横幅和竖幅;设置一套音响和彩电，循环播放宣传专题片，营造卖场气氛;促销小姐在活动现场介绍##酒系列产品，并负责活动咨询和现场产品推销。

买赠促销

1、在活动期间任意活动场所开展\"##酒\"免费品尝活动。

2、凡活动期间购买\"##酒\"系列白酒的客户，均可享受买\"二赠一\"优惠。

3、凡活动期间购买\"##酒\"超过200元的客户，均可获得广元总代理统一印制的终身贵宾卡一张(在除举办促销活动之外的任意时候，购买本公司的##酒系列产品，均可享受8.5折优惠)，同时可参与20xx年2月10日下午3:00-4:00广元总代理在门市部举行的抽奖活动。

4、 奖项设置：一等奖1名(获名牌摄像头手机一部) 二等奖2名(获名牌1p 空调一台) 三等奖3名(获\"##酒\"两瓶) 幸运奖10名 (获特色礼品一个)。抽奖活动必须在客观公正的情况下在抽奖现场当众凭票抽出，中奖即刻送出奖品。

**促销活动方案策划书篇七**

(一)产品介绍

脉动”饮料定位在维生素功能性饮料，口味清淡爽口。“脉动”有青柠和橘子两种口味，尤其是青柠口味的产品格外受到欢迎。经销商告诉我们，消费者喜欢脉动，是因为它既解渴，拥有水饮料的特质，又比水更有味，更爽口，更健康。经销商分析，“脉动”之所以卖得好是因为“目前没有比这更好的水了”。它的功能在运功后迅速解渴幵且补充运动后体内流失的矿物质和维生素，迅速帮劣运功后的人们恢复体力和活力。

(二)消费者状况及特征

个性化的需求是在大众日用消费品日趋高度同质化的今天经常被人们强调的话题，饮料亦然。青少年群体有着显著的追求新颖时尚、追求个性化、注重感情和直觉，冲动性购买色彩强烈。一旦直觉感觉良好，他们就会产生积极的贩买情绪，从而迅速的做出购买决策。大学生通常是饮料企业推广新产品的最初选择目标。哈尔滨师范大学运动会期间，广大师生剧烈运动后需要大量水分以及维生素来调节人体内体液平衡。

(三)竞争者状况

目前市场上销售的软饮料主要分为碳酸饮料、乳品饮料、果汁饮料、茶饮料和功能饮料五大类。

功能饮料市场大显身手。功能饮料市场的竞争者主要集中在红牛、佳得乐、娃哈哈、这几个饮料巨头身上，激活、启力、汇源、他+她、红牛， 这些饮料巨头都无一例外地宣称，功能饮料除了解渴，还能给人体提供养分及活力。饮料市场竞争激烈，运动饮料和功能饮料成为今夏的流行主角，运动饮料的销售更为火爆。眼看饮料销售旺季就要来临，各大饮料巨头明里暗里厉兵秣马，意欲在功能饮料市场大显一把身手，以强化其品牌形象。乐百氏名下的“脉动”作为运动饮料的先行者，面对这“山雨欲来风满楼”的景象，自然也不甘落后。

二、 促销活动目的

(一)宣传脉动这一功能性饮料的营养价值与特点

(二)扩大脉动在师生中的知名度与影响力

三、促销活动的主题

以“脉向成功，心随我动---脉动让您更轻松”为主题，意在向受众群体传输脉动这一产品的功效。

四、促销活动地点

哈尔滨师范大学体育场、哈尔滨师范大学二食堂

五、促销活动时间

时期：20\_\_年5月23日至5月24日

时间：6:00至18:00

六、促销活动准备

(一)公关活动

与哈尔滨师范大学相关领导会晤谈判，乐百氏独家赞助哈尔滨师范大学运动会，买断运动会期间会场内饮料经营权相关事宜双方谈判协定。

(二)征稿活动

与哈尔滨师范大学校团委共同举办征稿活动。活动宣传口号：珍惜瞬间、感动心田，把回忆洒入文字，用文字记载美好——“脉动”杯哈尔滨师范大学大学生运动会校园征文大赛。设置一等奖一名、二等奖二名、三等奖三名，截稿日期为20\_\_年5月25日。

(三)广告宣传

1.利用哈尔滨师范大学广播电台宣传活动内容

2.在食堂、教学楼、宿舍进行海报宣传

七、现场促销活动流程细则

1.5月23日(24日)早6:00在哈尔滨师范大学体育场各个入口以及哈尔滨师范大学二食堂西门前提前搭设的简易棚下，成列脉动系列运动型功能性饮料。

2.打出横幅“脉向成功，心随我动----脉动让您更轻松”活动主题。为广大师生擂鼓助威，渲染运动气氛。

3.简易棚下设有产品销售区、医疗服务区、抽奖活动区三大块。

4.以学院为单位，一次性购买1000元以上者，有机会抽取代金卷200元，中奖率为6.6%。

**促销活动方案策划书篇八**

试用多彩业务，沟通从心开始

1、全球通品牌大汇展

以统一形式对各品牌进行全方位展示和介绍，视觉设计上形成系列化，主题鲜明，优势突出(内容可包括当前的优惠措施)应用“顺口溜”做系列主题展示。

多彩数据业务的现场演示、试用。

2、“个性化配餐咨询服务区”

目前的众多资费套餐，加之各种各样的临时优惠，无不让消费者，尤其是潜在消费者产生模糊难以选择，该服务区可以根据消费者不同年龄阶层，不同的消费需要提供套餐选择咨询和参考，该服务区的潜在意义还在于：

(1)体现a市移动公司的个性化服务;

(2)由建议促成顾客产生购买

3、5.17真情馈赠(锁定2万潜在用户)

a、凡“5.17”生日的全球通签约用户予以一定话费或其他礼品的馈赠，以表a市移动公司对客户支持的谢意。

b、凡“5.17”入网满周年的全球通签约用户或新开户予以话费馈赠。

c、为巩固客户在网率，可采取“捆绑式”销售策略。例如：“5.17”生日的新开户可获赠240元话费，该话费分12个月划扣，即每月获赠20元。或新增某式套餐。新开户预存话费一定额，即可享受某项特殊服务。预存的话费额同样分12个月划扣。

5.17真情馈赠评估：

4、电台专题节目互动参与

(是活动也是宣传，低端市场一种较好的媒体)开展一至二周的电台专题节目，开设热线有奖游戏或问答，内容主要为5.17活动信息的传播、全球通业务品牌的推介、最新优惠信息等…(最好将获奖者领取奖品锁定为5.17活动当日地点或各服务厅)，奖品可提供充值卡或优惠开户、免费赠送神州行或动感地带sim卡等。

5、“一分钱慈善拍卖”

其中包括“新sf卡”靓号拍卖，彩信手机拍卖,拍卖所得捐献给a市慈善基金会,以往的竟价拍卖，起价有一元的，但“一分钱”的拍卖可能会让人有新感觉。广告口号:“一分钱一份爱心”。

6、“彩信”摄影大赛、“彩信”精彩人物show

设置专用邮箱，参赛者可通过“彩信”手机拍摄的.照片发送到指定邮箱并公布，由读者点击或观众公开评定,“彩信”人物show则除了在彩信手机上摄之外，还可由“彩信”模仿手机上拍摄参赛，彩信摄影大赛评选所有优秀作品“精彩人物show”则专门评选彩信拍摄的精彩人物镜头。

7、推出应时礼品

8、其他优惠措施

——主要目的在于刺激低端潜在用户的入网

——应对“小灵通”及联通低端品牌的促销对策：强调网络信号好等质量、性价比：“一分钱一分货”

——(其他优惠措施由贵公司另行制定，最好具有捆绑性……)

9、“为了全人类沟通”——精彩路演

上述种种无不为了人类的沟通，至少为了促成a市大众更轻松进入无限沟通的境界，精彩的路演将群众(目标受众)汇聚起来，为移动通信与受众的“沟通”架起桥梁。

延续精彩、巡回路演：众电信运营商都占据了a市中心城区，而属下各镇区都被忽略，“为了全人类的沟通”应该是无所不在的，同时也是我们抢占周边市场的好机会，将精彩延续到属下各主要镇区，相信会带来不错的效益。

延续精彩、巡回演出活动排期表(略)

10、“沟通无界限，服务零距离”

将活动的信息尤其是优惠措施，做到每一个角落。连接到a市的每一个自建服务厅，以及各联营店、加盟店，让消费者到处都可感受到“为了全人类沟通”——a市移动公司贴心关怀的气息。

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