# 中秋蛋糕店促销活动方案(实用12篇)

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2024-12-23

*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。方案的格式和要求是什么样的呢？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。中秋蛋糕店促销活动方案篇一春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购...*

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。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

**中秋蛋糕店促销活动方案篇一**

春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，以下是“春节”，希望能够帮助的到您！

店庆活动为期三天，为了保证店庆期间的产品供应，蛋糕店根据自身情况分别从产品数量和种类两方面做准备。

店庆期间大力度的优惠活动必然带动销售量的剧增，根据饼干等糕点类食品存储时间长的特征，三味奇提前10天开始下单子，生产此类产品，以保证供应量。

客户多选择经济实惠型产品，根据这个情况，在准备产品时把糕点类、吐司类和现烤类产品的比例各占二分之一，以适应客户的消费需求。

在宣传推广方面，蛋糕店分别从店面海报、吊旗、店面设计、宣传页等方面进行推广宣传，根据此次活动设计了“温暖一冬，只因有你”为主题的.海报，海报详尽介绍了此次活动的优惠内容，并悬挂于店内醒目位置，不仅介绍店庆内容也起到烘托气氛的作用。对于店内的设计，在橱窗位置布置了可爱的毛绒玩具，营造出温馨的氛围；在进店处摆放了优惠活动赠送的礼品，吸引客户了解店内优惠活动。

在宣传页派发这项推广上，也要颇费心思。为了防止派发时间过早人们遗忘，宣传页的派发在活动前的2—3天开始，并遵循由远及近的原则，在派发的最后时间主抓附近客户群，沿街店面等固定人群。

在人员安排之前首先对店内人员进行培训，让其详细熟知本店的活动内容。并能精确运用话术表达。针对人员安排，专人负责专岗。新员工可以负责相对简单的面包岗，业务熟练的老员工负责蛋糕岗、会员卡卡品销售。为了更好的烘托气氛，安排专人负责店内广播宣传，顾客在店面附近即可通过音响了解店内的活动。

此次具体的活动方案主要从买一赠一、代金券、会员充值等方面吸引客户消费。

1.现金消费面包西点满30元返20元代金券，多买多送；

2.生日蛋糕现金购买或预订均可享受买一赠一活动；

3.会员充值优惠，除多送金额以外，更有精致口杯、卡通公仔等礼品赠送。以此稳定客源，增加销售量。

**中秋蛋糕店促销活动方案篇二**

现在的消费者对吃的选择是多样的，大众消费者对生活质量的要求也越来越高，“吃”已不仅仅是为了吃得饱，已经提出了吃得健康、吃得时尚的想法了!开甜品糖水店创业好，就是一个的选择，甜品作为现代休闲美食的代表，正在为越来越多的人所接受和喜欢，可是目前国内甜品行业的现状却远远无法满足人们的消费需要。

那么，甜点店创业计划书应该如何写呢?计划书应该具备哪些要素呢?笔者特为创业的朋友们提供一份创业计划书范本，供各位创业者参考借鉴。

一、定位

一般甜点都是小孩子喜欢吃的，但是我并不想只把甜点的市场目标投放在儿童身上，要让男女老少们都喜欢吃甜点，甜点要全是diy手工现做现卖的，要做到甜而不腻、入口不淡，并且还会搭配上自己调配的果汁，做到营养全面、好吃又美味。

二、投资分析

我要按照自己手头上的资本来策划接下来的事情，最初的资金是有20万，甜品店可承受的租金范围在一个月4000以内，而且环境又要处于闹市，租金是一个月付一次或者是三个月付一次。

三、装璜与设计

既然地处闹市，不管店面大小，一定要精致，因为人的食欲一般与环境有关。我个人比较喜欢在墙上贴一些漫画之类的，我可以借鉴过来在店里的墙壁上贴上一些本店的招牌diy甜点、果汁一类的，并附上详细的介绍，(例如：甜点的做法、口感……)供客人参考。一开始如果因为店里小的缘故而不能供应客人休息下来好好品尝我们甜品，没关系，可以在客人买甜点时赠送一个我们diy亲手制作的可爱小人偶作为补偿，并且向客人解释原因。等后面生意做大了，在慢慢扩大店面，来欢迎更多的新老顾客。

四、经营品种

主营：各种营养甜点、各种不同口味冰淇淋、果汁、奶茶……

五、经营特色

本店的特色就是所有甜点、果汁、奶茶、冰淇淋……全是本店专业员工diy现做现卖。并且甜点是按照国家营养标准来进行制作，象很多女生喜欢吃甜点，可是又非常怕胖，便视甜点为洪水猛兽一般，但是我们卡卡沫diy甜点不一样，我们有自己的品牌，我们每一款甜点都是经过营养师的鉴定，只有具有国家营养标准的甜点，我们才会推销上市。

六、经营方式

(1)在刚开店期间可以先打出广告，告诉广大顾客我们卡卡沫甜品店在做促销活动，凡是购买任何一样甜点都打8折，只有把广告做好了，才会有更多的人知道我们卡卡沫甜点。

(2)实行会员办卡制，在我们店里买满100元或者是积分有达到200分便可免费办一张会员卡，会员在重大节日于活动期间可享受7。5折优惠，买满50元送一款自调果汁或者领取精美小饰品一份。

(3)我们每次制作出新口味甜点不会直接拿出来卖，而是先进行免费试吃活动，让广大顾客品尝，并且让每一位品尝的顾客留下对新款甜点的意见、是否喜欢新款甜点……等一系列问题，等统计出广大顾客的意见之后我们店在决定是否将新款甜点正式上市。

七、销售服务

八、诚信待客

(1)在本店买到过期不新鲜的任何一样产品，我们退双倍钱并且免费赠送10份最新鲜的招牌甜点以示赔偿。

(2)对于顾客的外送甜点一定准时送到，决不拖延时间，保证让顾客吃到最新鲜的甜点，如果中途出现意外或者突发状况，一定第一时间告诉顾客没有将甜点送到的原因，并且事后做双份赔偿。

开甜品糖水店创业，享受最甜蜜的事业这才是现代人创业的选择，用甜品来品味我们的生活，将精致、营养、美味、健康的甜品和甜品的理念不断的发展出去，就是在不断的汇聚财富，选择的正确的创业之路成就你美好的事业吧。

蛋糕产品促销活动方案2

一、品牌产品简介

diy蛋糕并不是新事物，成都第一家diy蛋糕店经营至今已经近5年之久，类似的diy蛋糕店在也相继崛起。顾客不需要任何西点基础，就可以自己亲手制作一款相当于酒店级别的蛋糕。店内可以亲手制作diy蛋糕，巧克力，饼干，果冻布丁，曲奇，派，蛋挞，泡芙(还可以弄夏日冰饮)，等。但主打产品是蛋糕diy,，同时还是要出售成品和定做制品。

该店取名为食乐坊，意为在制作的过程也是一种快乐的享受

二、环境分析

(一)外部环境分析

1、竞争并不激烈，有较大的发展空间。

3、店铺新鲜独特，价格能获得众人信赖的口碑并接受，容易吸引各个阶层消费者，面向的人群广泛，受淡季旺季影响不大。

(二)内部环境分析

提供温馨的环境，融洽的气氛，齐全的设备、安全卫生有保障的材料、专业的老师，有保障的服务。

(三)swot分析

1、优势：

具备一定的专业知识，了解顾客的心理需求，而其他经营者缺少经营意识，不善于了解，分析市场，经营方式僵化。

2、劣势：

蛋糕的口味十分有限，需要不断推陈出新来迎合顾客的口味的变化，还需要靠各种不同的营销手段去吸引回头客。由于缺少经营经验，预期前期投入的成本会比较高，价格稍高，新近入市场得到消费者的认可尚需一段时间。

3、威胁：

4、机会：

投资额又不高，操作简单，占地面积小，非常适合小本经营主义者。在阳光城虽然有多家蛋糕店，但并没有此项目，填补市场空缺，空间大。

三、明确的营销目标

不采取加盟方式，而是以直营方式先把小店做起，然后做成加盟店，打造自己的品牌，树立自己的行业地位。自制与定制相结合将成为我店个性化服务的两条主线。

四、市场策划

(一)市场调研

越来越多的人重视闲暇时间和舒适的环境，因此如蛋糕点心等便利食品将会很受欢迎。开家特别的甜点店，为不爱吃咸而爱吃甜点和爱喝饮料的人提供了一个轻松氛围的港湾。投资不大，风险小。就饮食行业而言，每年并没有淡季可分。在几万人学生中，每天都有学生生日。大而单一的蛋糕房已经满足不了广大学生的需求。(有淡旺季之分，但是可以增加所卖东西，以平衡个季节收支)

(二)市场细分

按照最初标的客户年龄定位为5-70岁消费人群

半主动消费人群为：5-\_\_年龄段人群;其余为被动消费人群。

不仅要走diy路线，也要成品出售和定制。

(三)目标市场选择

目标市场的确定很大程度上由周边环境决定。由于diy蛋糕面向的顾客群是年轻人，所以目标客户就是学生。

(四)市场定位

价格偏高，口味独特，制作过程独特

(五)市场策略

根据市场需求的不同，采用无差异化策略和差异化策略。

五、营销组合分析

(一)产品策略

提供舒适的场地与齐全的材料设备，有专人指导，顾客可以自己的需要选择不同材料做蛋糕，为亲人、为爱人、为孩子、为朋友、为自己，亲手做蛋糕的感觉非同寻常，展示自己的创作才能。也可制作巧克力，饼干，果冻布丁，曲奇，派，蛋挞，泡芙等。同时还是要出售成品和定做制品。巧克力慕斯、冰淇凌水果蛋糕、红豆蛋挞是本店的特色。与普通糕点房不同是顾客diy才是我们的主打。提供产品与服务的双重享受，感受到店员绝佳的微笑服务，且店员要统一着装才能给人正规标准的形象。

(二)价格策略

价格是经济环境中的一个敏感因素。市场价格对竞争力的影响，并不可小看。顾客购买力有限，对价格十分敏感。基本上价格必须得使得大众都能接受。如果价格要调整，在价格提高的同时，也必须在服务质量方面得到提高。顾客diy蛋糕会根据制作的尺寸大小定价在60-200圆内，其他diy成品做适当定价。店内成品与其他糕点房售价差不多。

细分收费方式为一般蛋糕基础材料最低收费为50元，可根据蛋糕尺寸大小再做价格调整。其中包括所需材料、顾客自行配料(称重量)、自行加工，商店提供加工设备、围裙和方法指导，包装，本店提供一条龙式服务。所有的费用都已计入材料中，但一次性的帽子和手套围裙要另收费5元。

在特别节日情人节圣诞七夕节时等好时节可根据市场环境作适当调整，主要是推出各种活动来吸引顾客。

(三)渠道策略

采用传统的店面直销，选址要靠近学校或人流量较大的商业区。店面装修要采用透明玻璃墙，最好能让人看见店内情况，这也比较能吸引顾客。尝试跟不同机构合作，增加订制品的销售量如婚庆公司、酒会策划公司等。当做到一定规模的时候，可以开网店销售定制蛋糕并在两公里以内送货上门，网点与店面两者相结合，能让销售量得到保障。

(四)促销策略

六、营销预算

预计50000元

设备投资：

房租3000元，押金6000元。

门面装修(包括店面装修、灯箱、音响)约10000元。

较忙时可在高校招聘兼职。

机器设备最大的投资：5000元

广告媒介费用：\_\_元.

(巧克力店通过我的分析，房租一年为10000.，装修包括灯，瓷砖，门面，屋内墙3000，桌椅，收银，空调，冰箱)

蛋糕产品促销活动方案3

一、活动背景

母亲节是一个感恩母亲的节日，正与中国人的孝道情感相吻合，非常适合促销活动的开展，同时，五一促销的缩水，正好可以由母亲节促销活动做为后补。

二、活动目的

提高销量，塑造形象。

三、活动策划

加速母亲节的热烈气氛，传递母亲节感恩母亲的情结，提高人们对于母亲节的重视，同时薄利多销的方式来做十全母亲节蛋糕，提高销量及店形象。

四、活动主题

甜蜜母亲的心

五、活动内容

1、价格(薄利多销)。千份十全甜蜜蛋糕，低价甜蜜母亲节，每份母亲节蛋糕以十元的价格销售，并送康乃馨一支。

2、抽奖：凡是在母亲节期间在店内购物的客户都可以抽奖，奖品是\_\_门票一张。

3、制定母亲节套餐蛋糕，赠送全家福照片或红酒一瓶。

六、活动宣传

1、宣传单，dm单，在各大超市、商场、学校、白领聚集区发放。

2、店内吊旗、彩条、展板宣传;店外海报。

3、电台宣传。

七、活动预算

八、活动执行

1、促销礼品的准备要到位。

2、促销人员到岗到位，确保蛋糕促销正常进行。

3、前台接待人员要做好培训，引导解决客户制定蛋糕及促销活动的解答问题。

常见的促销有消费后赠送代金卷，赠送盒装牛奶。但这些是有人气基础的店增加销量的常用方式。你要聚人气的话可以选择：

1、到人流量大的地方派发代金卷;

2、店内推出好吃但低价值的小糕点，制作这个小糕点的免费领用券对外分发赠送。

3、十一限时折扣销售;

4、做区域团购。

蛋糕产品促销活动方案4

一.活动背景

1.随着季节变化蛋糕行业稍微进入淡季.为了不影响蛋糕店的整个销售业绩，也为了更好的打开市场作此活动.

2近的双龙蛋糕店、精工西饼屋、小市场的门脸蛋糕店….对我们多少都有些冲击，尽量把冲击力降到最低.

3.产品的同质化越来越明显.我们要有自己的创新和吸引点证产品质量做到最好达到客人满意度.

二.活动目的

1.打开周围市场扩大本店品牌知名度.

2.提高蛋糕店的销售业绩.

3.提高员工积极性和员工个人收入.使“多劳多得.人人拿奖励’的方针落实.

三.活动主题

积分兑换生日蛋糕

生日蛋糕享受八折优惠

四.活动时间

20\_\_年3月20-没有期限[如有改动另行通知]

五.活动地点

六.活动利益点

1.积分满200赠八寸鲜奶蛋糕一个

2.积分满300赠十寸鲜奶蛋糕一个

3.积分满400赠十二寸鲜奶蛋糕一个

七.销售预测价格

略

**中秋蛋糕店促销活动方案篇三**

1.随着季节变化蛋糕行业稍微进入淡季.为了不影响蛋糕店的整个销售业绩，也为了更好的`打开市场作此活动.

2近的双龙蛋糕店、精工西饼屋、小市场的门脸蛋糕店….对我们多少都有些冲击，尽量把冲击力降到最低.

3.产品的同质化越来越明显.我们要有自己的创新和吸引点证产品质量做到最好达到客人满意度.

1.打开周围市场扩大本店品牌知名度.

2.提高蛋糕店的销售业绩.

3.提高员工积极性和员工个人收入.使“多劳多得.人人拿奖励’的方针落实.

积分兑换生日蛋糕

生日蛋糕享受八折优惠

20xx年3月20-没有期限[如有改动另行通知]

1.积分满200赠八寸鲜奶蛋糕一个

2.积分满300赠十寸鲜奶蛋糕一个

3.积分满400赠十二寸鲜奶蛋糕一个

略

**中秋蛋糕店促销活动方案篇四**

通过父亲节前期和当天的宣传，对用餐的顾客进行温馨提示和礼品赠送，以及给顾客提供其他的超值服务的系列行为，来感动顾客并增加顾客对我们麻辣风芙蓉会馆的情感关注，不断聚焦麻辣风，进而提高我们的营业额和顾客的回头率以及对我们麻辣风芙蓉会馆品牌的忠诚度。

通过我们的情感营销（提供超值服务）不断提高我们麻辣风芙蓉会馆在该廊坊餐饮市场的占有率，不断领先于竞争对手。

xxxx—xxxx

xxxx

1、父亲节当天来我店用餐的顾客都可以免费给父亲打个电话，无论是市话、国内长途。限时15分钟。

3、父亲节当天如有客人请本人父亲来我店用餐，可享有如下优惠：

（1）、免费合影一张；

（2）、送影框一个；

（3）、送纪念父亲节特制菜品1 3份；

（4）、送礼品一份（领带等）。

4、如果是请自己的父亲用餐，除了可享受以上优惠，还可以享受全单8.8折优惠；

5、父亲节当天过生日的父亲，我店免费提供 父亲节家庭套餐 一桌供10人以内用。（父亲的生日必须以二代身份证上的日期为准，年龄达到法定结婚年龄一年以上，有和儿女合影照片）

（一）、对外广告宣传

1、做2期平面媒体广告；

2、电视广告2期；

3、网络广告；

4、高档楼宇广告

（二）、短信群发。

短信内容：6.15父亲节到了，麻辣风全体员工祝福您的\'父亲或身为父亲的您健康快乐！当天（6.15）生日的父亲可享受免费家庭套餐！还有更多惊喜呐！订餐电话：

（三）、通过店内外各种广告（图片和文字）在不同位置的布置，进行全方位立体化的宣传，在店内营造出浓浓的父亲节文化氛围。具体工作布置如下：

1、 店外水牌，第一次提示顾客；

2、 店内广告和氛围营造：

（1）、x展架3个；

（2）、喷绘图片30张；

（3）、特制父亲节菜单；

（4）、免费父亲节家庭套餐；

（5）、台面软文（从 六、一 儿童节到 6.15 父亲节）；

（7）、员工问候语：父亲节快乐！等等对顾客进行第二次第三次父亲节提示，让顾客产生父亲节的情感或由此而想起了家乡的父亲或由此而想起自己做父亲的艰辛与不易。为后面的感动做好铺垫！

3、 现场互动：

（1）、送 父子（女）连心 菜品一份。祝福语：祝愿天下父子父女都永远心连心、幸福快乐！

（3）、为现场的父亲和天下父亲敬上一杯祝福酒，祝酒词：今天是父亲节，祝现场的父亲和远在家乡的父亲节日快乐、身体健康！

（4）、（祝酒词讲完之后）说：各位领导，我和我的助手一起为现场的父亲和客人献上一曲《父亲》，再次祝您和您的父亲节快乐身体健康！（将氛围推向高潮）

1、宣传文稿、词句感情表达要贴切、准确、到位，过则显假，欠缺则无法与顾客产生情感共鸣，就很难感动顾客。

2、对父亲节活动内容要进行全员培训，达到熟知的地步。

3、父亲节优惠活动不能与其它优惠活动同时享有。

4、6.15父亲节那天来我店过生日的 父亲 必须提前预约。

5、当天在我店过生日的 父亲 或在我店里请父亲吃饭时，要组织管理层一起为父亲说句祝福的话语。

6、要保障父亲节特制菜品原材料充足。

**中秋蛋糕店促销活动方案篇五**

现在的消费者对吃的选择是多样的，大众消费者对生活质量的要求也越来越高，“吃”已不仅仅是为了吃得饱，已经提出了吃得健康、吃得时尚的想法了!开甜品糖水店创业好，就是一个的选择，甜品作为现代休闲美食的代表，正在为越来越多的人所接受和喜欢，可是目前国内甜品行业的现状却远远无法满足人们的消费需要。

那么，甜点店创业计划书应该如何写呢?计划书应该具备哪些要素呢?笔者特为创业的朋友们提供一份创业计划书范本，供各位创业者参考借鉴。

一、定位

一般甜点都是小孩子喜欢吃的，但是我并不想只把甜点的市场目标投放在儿童身上，要让男女老少们都喜欢吃甜点，甜点要全是diy手工现做现卖的，要做到甜而不腻、入口不淡，并且还会搭配上自己调配的果汁，做到营养全面、好吃又美味。

二、投资分析

我要按照自己手头上的资本来策划接下来的事情，最初的资金是有20万，甜品店可承受的租金范围在一个月4000以内，而且环境又要处于闹市，租金是一个月付一次或者是三个月付一次。

三、装璜与设计

既然地处闹市，不管店面大小，一定要精致，因为人的食欲一般与环境有关。我个人比较喜欢在墙上贴一些漫画之类的，我可以借鉴过来在店里的墙壁上贴上一些本店的招牌diy甜点、果汁一类的，并附上详细的介绍，(例如：甜点的做法、口感……)供客人参考。一开始如果因为店里小的缘故而不能供应客人休息下来好好品尝我们甜品，没关系，可以在客人买甜点时赠送一个我们diy亲手制作的可爱小人偶作为补偿，并且向客人解释原因。等后面生意做大了，在慢慢扩大店面，来欢迎更多的新老顾客。

四、经营品种

主营：各种营养甜点、各种不同口味冰淇淋、果汁、奶茶……

五、经营特色

本店的特色就是所有甜点、果汁、奶茶、冰淇淋……全是本店专业员工diy现做现卖。并且甜点是按照国家营养标准来进行制作，象很多女生喜欢吃甜点，可是又非常怕胖，便视甜点为洪水猛兽一般，但是我们卡卡沫diy甜点不一样，我们有自己的品牌，我们每一款甜点都是经过营养师的鉴定，只有具有国家营养标准的甜点，我们才会推销上市。

六、经营方式

(1)在刚开店期间可以先打出广告，告诉广大顾客我们卡卡沫甜品店在做促销活动，凡是购买任何一样甜点都打8折，只有把广告做好了，才会有更多的人知道我们卡卡沫甜点。

(2)实行会员办卡制，在我们店里买满100元或者是积分有达到200分便可免费办一张会员卡，会员在重大节日于活动期间可享受7。5折优惠，买满50元送一款自调果汁或者领取精美小饰品一份。

(3)我们每次制作出新口味甜点不会直接拿出来卖，而是先进行免费试吃活动，让广大顾客品尝，并且让每一位品尝的顾客留下对新款甜点的意见、是否喜欢新款甜点……等一系列问题，等统计出广大顾客的意见之后我们店在决定是否将新款甜点正式上市。

七、销售服务

八、诚信待客

(1)在本店买到过期不新鲜的任何一样产品，我们退双倍钱并且免费赠送10份最新鲜的招牌甜点以示赔偿。

(2)对于顾客的外送甜点一定准时送到，决不拖延时间，保证让顾客吃到最新鲜的甜点，如果中途出现意外或者突发状况，一定第一时间告诉顾客没有将甜点送到的原因，并且事后做双份赔偿。

开甜品糖水店创业，享受最甜蜜的事业这才是现代人创业的选择，用甜品来品味我们的生活，将精致、营养、美味、健康的甜品和甜品的理念不断的发展出去，就是在不断的汇聚财富，选择的正确的创业之路成就你美好的事业吧。

一、品牌产品简介

diy蛋糕并不是新事物，成都第一家diy蛋糕店经营至今已经近5年之久，类似的diy蛋糕店在也相继崛起。顾客不需要任何西点基础，就可以自己亲手制作一款相当于酒店级别的蛋糕。店内可以亲手制作diy蛋糕，巧克力，饼干，果冻布丁，曲奇，派，蛋挞，泡芙(还可以弄夏日冰饮)，等。但主打产品是蛋糕diy,，同时还是要出售成品和定做制品。

该店取名为食乐坊，意为在制作的过程也是一种快乐的享受

二、环境分析

(一)外部环境分析

1、竞争并不激烈，有较大的发展空间。

3、店铺新鲜独特，价格能获得众人信赖的口碑并接受，容易吸引各个阶层消费者，面向的人群广泛，受淡季旺季影响不大。

(二)内部环境分析

提供温馨的环境，融洽的气氛，齐全的设备、安全卫生有保障的材料、专业的老师，有保障的服务。

(三)swot分析

1、优势：

具备一定的专业知识，了解顾客的心理需求，而其他经营者缺少经营意识，不善于了解，分析市场，经营方式僵化。

2、劣势：

蛋糕的口味十分有限，需要不断推陈出新来迎合顾客的口味的变化，还需要靠各种不同的营销手段去吸引回头客。由于缺少经营经验，预期前期投入的成本会比较高，价格稍高，新近入市场得到消费者的认可尚需一段时间。

3、威胁：

4、机会：

投资额又不高，操作简单，占地面积小，非常适合小本经营主义者。在阳光城虽然有多家蛋糕店，但并没有此项目，填补市场空缺，空间大。

三、明确的营销目标

不采取加盟方式，而是以直营方式先把小店做起，然后做成加盟店，打造自己的品牌，树立自己的行业地位。自制与定制相结合将成为我店个性化服务的两条主线。

四、市场策划

(一)市场调研

越来越多的人重视闲暇时间和舒适的环境，因此如蛋糕点心等便利食品将会很受欢迎。开家特别的甜点店，为不爱吃咸而爱吃甜点和爱喝饮料的人提供了一个轻松氛围的港湾。投资不大，风险小。就饮食行业而言，每年并没有淡季可分。在几万人学生中，每天都有学生生日。大而单一的蛋糕房已经满足不了广大学生的需求。(有淡旺季之分，但是可以增加所卖东西，以平衡个季节收支)

(二)市场细分

按照最初标的客户年龄定位为5-70岁消费人群

半主动消费人群为：5-\_\_年龄段人群;其余为被动消费人群。

不仅要走diy路线，也要成品出售和定制。

(三)目标市场选择

目标市场的确定很大程度上由周边环境决定。由于diy蛋糕面向的顾客群是年轻人，所以目标客户就是学生。

(四)市场定位

价格偏高，口味独特，制作过程独特

(五)市场策略

根据市场需求的不同，采用无差异化策略和差异化策略。

五、营销组合分析

(一)产品策略

提供舒适的场地与齐全的材料设备，有专人指导，顾客可以自己的需要选择不同材料做蛋糕，为亲人、为爱人、为孩子、为朋友、为自己，亲手做蛋糕的感觉非同寻常，展示自己的创作才能。也可制作巧克力，饼干，果冻布丁，曲奇，派，蛋挞，泡芙等。同时还是要出售成品和定做制品。巧克力慕斯、冰淇凌水果蛋糕、红豆蛋挞是本店的特色。与普通糕点房不同是顾客diy才是我们的主打。提供产品与服务的双重享受，感受到店员绝佳的微笑服务，且店员要统一着装才能给人正规标准的形象。

(二)价格策略

价格是经济环境中的一个敏感因素。市场价格对竞争力的影响，并不可小看。顾客购买力有限，对价格十分敏感。基本上价格必须得使得大众都能接受。如果价格要调整，在价格提高的同时，也必须在服务质量方面得到提高。顾客diy蛋糕会根据制作的尺寸大小定价在60-200圆内，其他diy成品做适当定价。店内成品与其他糕点房售价差不多。

细分收费方式为一般蛋糕基础材料最低收费为50元，可根据蛋糕尺寸大小再做价格调整。其中包括所需材料、顾客自行配料(称重量)、自行加工，商店提供加工设备、围裙和方法指导，包装，本店提供一条龙式服务。所有的费用都已计入材料中，但一次性的帽子和手套围裙要另收费5元。

在特别节日情人节圣诞七夕节时等好时节可根据市场环境作适当调整，主要是推出各种活动来吸引顾客。

(三)渠道策略

采用传统的店面直销，选址要靠近学校或人流量较大的商业区。店面装修要采用透明玻璃墙，最好能让人看见店内情况，这也比较能吸引顾客。尝试跟不同机构合作，增加订制品的销售量如婚庆公司、酒会策划公司等。当做到一定规模的时候，可以开网店销售定制蛋糕并在两公里以内送货上门，网点与店面两者相结合，能让销售量得到保障。

(四)促销策略

六、营销预算

预计50000元

设备投资：

房租3000元，押金6000元。

门面装修(包括店面装修、灯箱、音响)约10000元。

较忙时可在高校招聘兼职。

机器设备最大的投资：5000元

广告媒介费用：\_\_元.

(巧克力店通过我的分析，房租一年为10000.，装修包括灯，瓷砖，门面，屋内墙3000，桌椅，收银，空调，冰箱)

一、活动背景

母亲节是一个感恩母亲的节日，正与中国人的孝道情感相吻合，非常适合促销活动的开展，同时，五一促销的缩水，正好可以由母亲节促销活动做为后补。

二、活动目的

提高销量，塑造形象。

三、活动策划

加速母亲节的热烈气氛，传递母亲节感恩母亲的情结，提高人们对于母亲节的重视，同时薄利多销的方式来做十全母亲节蛋糕，提高销量及店形象。

四、活动主题

甜蜜母亲的心

五、活动内容

1、价格(薄利多销)。千份十全甜蜜蛋糕，低价甜蜜母亲节，每份母亲节蛋糕以十元的价格销售，并送康乃馨一支。

2、抽奖：凡是在母亲节期间在店内购物的客户都可以抽奖，奖品是\_\_门票一张。

3、制定母亲节套餐蛋糕，赠送全家福照片或红酒一瓶。

六、活动宣传

1、宣传单，dm单，在各大超市、商场、学校、白领聚集区发放。

2、店内吊旗、彩条、展板宣传;店外海报。

3、电台宣传。

七、活动预算

八、活动执行

1、促销礼品的准备要到位。

2、促销人员到岗到位，确保蛋糕促销正常进行。

3、前台接待人员要做好培训，引导解决客户制定蛋糕及促销活动的解答问题。

常见的促销有消费后赠送代金卷，赠送盒装牛奶。但这些是有人气基础的店增加销量的常用方式。你要聚人气的话可以选择：

1、到人流量大的地方派发代金卷;

2、店内推出好吃但低价值的小糕点，制作这个小糕点的免费领用券对外分发赠送。

3、十一限时折扣销售;

4、做区域团购。

一.活动背景

1.随着季节变化蛋糕行业稍微进入淡季.为了不影响蛋糕店的整个销售业绩，也为了更好的打开市场作此活动.

2近的双龙蛋糕店、精工西饼屋、小市场的门脸蛋糕店….对我们多少都有些冲击，尽量把冲击力降到最低.

3.产品的同质化越来越明显.我们要有自己的创新和吸引点证产品质量做到最好达到客人满意度.

二.活动目的

1.打开周围市场扩大本店品牌知名度.

2.提高蛋糕店的销售业绩.

3.提高员工积极性和员工个人收入.使“多劳多得.人人拿奖励’的方针落实.

三.活动主题

积分兑换生日蛋糕

生日蛋糕享受八折优惠

四.活动时间

20\_\_年3月20-没有期限[如有改动另行通知]

五.活动地点

六.活动利益点

1.积分满200赠八寸鲜奶蛋糕一个

2.积分满300赠十寸鲜奶蛋糕一个

3.积分满400赠十二寸鲜奶蛋糕一个

七.销售预测价格

略

一、产品准备

店庆活动为期三天，为了保证店庆期间的产品供应，蛋糕店根据自身情况分别从产品数量和种类两方面做准备。

店庆期间大力度的优惠活动必然带动销售量的剧增，根据饼干等糕点类食品存储时间长的特征，三味奇提前10天开始下单子，生产此类产品，以保证供应量。

客户多选择经济实惠型产品，根据这个情况，在准备产品时把糕点类、吐司类和现烤类产品的比例各占二分之一，以适应客户的消费需求。

二、宣传推广

在宣传推广方面，蛋糕店分别从店面海报、吊旗、店面设计、宣传页等方面进行推广宣传。根据此次活动设计了“温暖一冬，只因有你”为主题的海报，海报详尽介绍了此次活动的优惠内容，并悬挂于店内醒目位置，不仅介绍店庆内容也起到烘托气氛的作用。对于店内的设计，在橱窗位置布置了可爱的毛绒玩具，营造出温馨的氛围;在进店处摆放了优惠活动赠送的礼品，吸引客户了解店内优惠活动。

在宣传页派发这项推广上，也要颇费心思。为了防止派发时间过早人们遗忘，宣传页的派发在活动前的2—3天开始，并遵循由远及近的原则，在派发的最后时间主抓附近客户群，沿街店面等固定人群。

三、人员安排

在人员安排之前首先对店内人员进行培训，让其详细熟知本店的活动内容，并能精确运用话术表达。针对人员安排，专人负责专岗。新员工可以负责相对简单的面包岗，业务熟练的老员工负责蛋糕岗、会员卡卡品销售。为了更好的烘托气氛，安排专人负责店内广播宣传，顾客在店面附近即可通过音响了解店内的活动。

四、活动策划

此次具体的活动方案主要从买一赠一、代金券、会员充值等方面吸引客户消费。1.现金消费面包西点满30元返20元代金券，多买多送;2.生日蛋糕现金购买或预订均可享受买一赠一活动;3.会员充值优惠，除多送金额以外，更有精致口杯、卡通公仔等礼品赠送。以此稳定客源，增加销售量。

**中秋蛋糕店促销活动方案篇六**

“幸福很简单，勇敢晒出来”

全新的u鲜酸奶，六种不同的款式和口味。现定义主题：送给家人的爱。大的主题下面分为三个面来诠释分别为：关于亲情、关于友情、关于爱情。

1、关于亲情

在最无助的人生路上，亲情是最持久的动力，给予我们无私的帮助和依靠；在最寂寞的情感路上，亲情是最真诚的陪伴，让我们感受到无比的温馨和安慰；在最无奈的十字路口，亲情是最清晰的路标，指引我们成功到达目标。（定义蛋糕：“感恩”“思念”）

2、关于友情

我深深地理解，耗费了多少时间，战胜了多少困难，你才取得眼前的成绩。请你相信，在你追求、拼搏和苦干的过程中，我将永远面带微笑地站在你的身旁。（定义蛋糕：“友谊天长地久”“其乐融融”）

3、关于爱情

你遇上一个人，你爱他多一点，那么，你始终会失去他。然后，你遇上另一个，他爱你多一点，那么你早晚会离开他。直到有一天，你遇到一个人，你们彼此相爱。终于明白，所有的寻觅，也有一个过程。从前在天崖，而今咫尺。（定义蛋糕：“一网情深”“爱情伊甸园”）

xx

国庆乐翻天，惠诚“幸福很简单，勇敢晒出来”促销活动开始了！

在客户购买u鲜酸奶主题蛋糕的同时，即时上传“幸福照”即可获得xx主题精美餐具一套（所有上传“幸福照”将在店内经行展示）。凡一次性消费xxx元的客户赠送10元代金券一张，代金券使用时限全年。当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“早餐面包”一个。（单独包装，价值约8元）

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“小奶酪”礼盒一份。（价值约20元）

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“胶原蛋白”套装礼盒一份。（价值约80元）

各店按照赠礼价值自行同厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

前期活动的宣传主要采取广告宣传单和宣传折页的派放。

“幸福很简单，勇敢晒出来”

**中秋蛋糕店促销活动方案篇七**

2xxx年8月7号——2xxx年8月19号20：00

走对80步，尽可能快，别掉水里。小伙伴只需要不断踩着图案快快前进即可。很简单吧，谁都可以会玩，但并不是谁都能玩得很好噢，小伙伴，不服来战！

我们通过排行榜的名次给用户发放奖品，并可以设置一定概率的幸运奖，让即便觉得自己速度不快的粉丝也可以拼人品赢得幸运奖。

一等奖：鲜花+情人节专享蛋糕一个+客房一晚

二等奖：鲜花+手工巧克力一盒+西华尚亿观影卷2张

三等奖：鲜花+迷你小缤纷慕斯一盒

幸运奖：xxx官方微信商城20元代金卷一张

一、手机号码为兑奖重要凭证，填写应当真实有效，如若有误，作废处理；

二、代金卷只能在金冠好运来官方微商城购买兑现使用

三、本活动最终解释权归金冠好运来蛋糕店所有。

关注xxx官方微信点击图片或发送关键字“七夕”，到xxx官方微信参与活动！或进入主页菜单点击活动专区“七夕走鹊桥”参与！请中奖的微友凭中奖的手机页面至xxx蛋糕店总店领奖，各奖级礼品不可互换领取，每个微信号限领取一次。

20xx年8月20日—晚上8点前过时作废。

**中秋蛋糕店促销活动方案篇八**

促销的方法是极为重要的。一般蛋糕店较为常见的促销方法有如下几种：

一.体现个性，清晰可见的点面外观

优秀的点面外观设计让人看一眼就能记住，通过其外观可初步估计店的类别、档次，并可引起相应的细分市场的关注。麦当劳餐厅那金色的拱门-“m”已成为快乐的象征。

应该注意的是蛋糕店的外部装潢是否会让顾客误会价格必定很高，以致不敢贸然进入消费。在这种情况下，若在店外显著的位置设立精美的价格牌，这样可消除顾客的顾虑而可安心的进入进行消费。

二.自制店内广告

店内广告(pop广告)，它主要包括店面广告、橱窗陈列及放在桌上、贴在墙上的价格单等。

在制作店内广告时应注意以下两点：

1.选择适当的广告数量。店内广告数量太多将破坏店中固有的特色、气氛，反而会减弱广告的效果，所以重点要放在招牌产品基本产品上。2.注意张贴位置。

三.电视台、电台、报纸等大众传媒

蛋糕店在决定利用媒体做广告之前一定要认真分析各个传媒的覆盖情况，主要观众、听众以及与他们与本企业的细分市场的关系，找出其交叉点，创造最佳促销效果。

四.街头传单的利用

在街头散发传单是一种常见的促销手段。因为其投入成本不高，许多企业都采用这种促销方法，但是若前期工作没做好，通常会收效甚微，为此应考虑以下几点：

1.广告的内容

不易过多，应尽量限于重点内容，如店名、招牌产品、价格、电话、地址、简明地图等。同时在设计时应从接受者的角度来看是否有收藏价值，如附印折扣优惠券或兑换纪念品的传单，最好还要有公章，并规定有效期限。这有利于顾客对该券的.真实性产生肯定的态度。另外可以定做5000-10000只广告气球(印刷上本店广告语或是标志)，要比宣传单更省钱实惠。

2.重视对分发员工的培训

不要见人就发，要针对某种适合消费的顾客群。

五.赠送礼品(小礼品，带面包点标志)。

六.吸引流动顾客的交通广告。

一般来说，新的顾客是不太愿意进入客人稀少，且清淡的店内购买食品的，因此，靠窗的位置特别是落地玻璃墙不要用来安放太多的桌椅。通常情况下可以用来展示产品，以免减少客人从外看到的空旷。优质服务的策略是蛋糕店最重要的营销策略，是现代饼店企业的经营之本，只有在提供优质服务(当然包括本身产品的质量)的前提下，其它几种促销策略才可能生效。

更多

**中秋蛋糕店促销活动方案篇九**

时间：xx年12月23日――12月25日

地点：酒店二楼餐厅

内容：圣诞树上的雪花悄然无声的的飘落，风捎来醉人的醉声，当夜色铺满天空，平安夜的歌声唱起，我们再一次在欢歌笑语的圣诞节相遇。

为培养文化的人气指数，我们特邀五位圣诞亲善大使为在酒店消费的宾客赠予圣诞礼物。同时，在圣诞礼物上标有酒店的主题标语或祝福语。(例：成功沟通始于两岸两岸咖啡祝各界宾鹏圣诞节快乐!)初雪的石家庄到处洋溢着圣诞的色彩，圣诞亲善大使欢快的歌声，为满鹏宾客送来了圣诞祝福，也送来了暖和情怀。

活动寓意：品牌与消费者零距离接触，能够留下过目不忘的印象，起到推动酒店品牌广告效应。

1、将每个礼品都贴上号码，顾客在用餐时，由服务员上前让顾客抽号码，抽到哪个送哪个。

2、进来进餐的顾客都送圣诞帽，最好标有公司标志(可与其他商家合作)。

3、制作宣传单，在圣诞优惠活动的纸张范围内可作裁剪，可相当消费券。

4、由厨房推出圣诞特价菜单，具体可分为：圣诞美餐、情侣套餐、儿童套餐、家庭套餐等等，制作相关的海报传单进行宣传。(点排餐可赠送咖啡特饮券一张)

5、圣诞订位。

6、连锁店所有职员都必须着红色圣诞装，加强节日气氛。

7、在餐厅做简单的布置，加强餐厅的喜气、热闹的活跃气氛，重要的是让顾客有种过节的感觉。

8、各餐厅内播放圣诞颂歌。

圣诞美餐、情侣套餐、儿童套餐、家庭套餐均由厨房提供，公司企划负责海报、传单的制作和印刷，由各连锁店发放。店务部负责礼品、圣诞帽、圣诞装的购买。

**中秋蛋糕店促销活动方案篇十**

春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，以下是春节蛋糕店促销活动方案，希望能够帮助的到您！

一、产品准备

店庆活动为期三天，为了保证店庆期间的产品供应，蛋糕店根据自身情况分别从产品数量和种类两方面做准备。

店庆期间大力度的优惠活动必然带动销售量的剧增，根据饼干等糕点类食品存储时间长的特征，三味奇提前10天开始下单子，生产此类产品，以保证供应量。

客户多选择经济实惠型产品，根据这个情况，在准备产品时把糕点类、吐司类和现烤类产品的比例各占二分之一，以适应客户的消费需求。

二、宣传推广

在宣传推广方面，蛋糕店分别从店面海报、吊旗、店面设计、宣传页等方面进行推广宣传，根据此次活动设计了“温暖一冬，只因有你”为主题的海报，海报详尽介绍了此次活动的优惠内容，并悬挂于店内醒目位置，不仅介绍店庆内容也起到烘托气氛的作用。对于店内的设计，在橱窗位置布置了可爱的毛绒玩具，营造出温馨的`氛围；在进店处摆放了优惠活动赠送的礼品，吸引客户了解店内优惠活动。

在宣传页派发这项推广上，也要颇费心思。为了防止派发时间过早人们遗忘，宣传页的派发在活动前的2—3天开始，并遵循由远及近的原则，在派发的最后时间主抓附近客户群，沿街店面等固定人群。

三、人员安排

在人员安排之前首先对店内人员进行培训，让其详细熟知本店的活动内容。并能精确运用话术表达。针对人员安排，专人负责专岗。新员工可以负责相对简单的面包岗，业务熟练的老员工负责蛋糕岗、会员卡卡品销售。为了更好的烘托气氛，安排专人负责店内广播宣传，顾客在店面附近即可通过音响了解店内的活动。

四、活动策划

此次具体的活动方案主要从买一赠一、代金券、会员充值等方面吸引客户消费。

1.现金消费面包西点满30元返20元代金券，多买多送；

2.生日蛋糕现金购买或预订均可享受买一赠一活动；

3.会员充值优惠，除多送金额以外，更有精致口杯、卡通公仔等礼品赠送。

以此稳定客源，增加销售量。

**中秋蛋糕店促销活动方案篇十一**

一、促销三原则：在市场竞争激烈的今天，对面包店而言，促销不是万能的，但是没有促销却是万万不能，因此正确认识促销的三个基本原则至关重要。

第一：经过周密计划和严谨执行的促销活动，对于促进零售企业的业绩是有积极的贡献的，在一些关键时刻，例如节假日或者销售旺季，有效的促销活动是需要的。

第二：促销活动只能是锦上添花，不能雪中送炭，零售业的根本问题还是商业模式、企业管理、专业水准、商品结构和服务规范等方面，不要对“促销改变命运”有任何期望。

第三：一个促销活动如果能够促进销售，必定是因为吸引了更多客人，或者减少了顾客流失，或者提升了成交单价，三者必居其一或者兼而有之。所以，策划一个促销活动的时候，问一下：“你想干嘛”。

二、经费促销控制的核心

企业追求利润最大化而非规模和市场占有率，即使试图通过做大盘子去搏击资本市场，也必须关注利润。广告促销开支是一个企业非常重要的支出项目，每年年底，回过头去评估当年度的广告经费使用，总会发现一部分的钱被浪费了。这一点，任何一个策划人都不可避免，但是，还是要努力避免！

建议新成立的企业，可以把广告费用放大的年销售收入的5％，一些地理位置较偏但租金低廉，完全依赖广告招揽顾客的企业，可以放大到10％。发展较为稳定的企业，这个费用应当控制在2％。

如果企业采用积分活动来锁住顾客，而积分兑换以现金方式出现，建议这笔开支计入销售折扣而不是广告费用，否则，什么广告都不要做了。为此，总经理或者市场部经理，必须于每年年初提交年度市场营销计划和预算，并在全年度严格控制预算。

三、面包店促销体系四道网

促销并不是一招鲜吃遍天，因此所有的面包零售企业都应该建立适合自己的促销体系，即四道网：

第一道网：长期集客式促销。可以效仿中国移动和银行信用卡的营销方式，用会员积分制来锁定顾客。或者可以发展成为客户关系营销（crm），利用积分、折扣累进、生日礼品、会员专享服务等方式来套住顾客。

这一体系一旦建立，就可以一直运行下去，只需要不断维护和完善。发展到最后，可以取代任何促销活动，只要锁定一定数量的成熟客户，生意就可以生生不息。

编印会员刊物也是一些企业成功的法宝，但是这要挑战客户的企划能力和坚持！

第二道网：节假日促销。针对全年104个双休日和11个国定假日，可以策划一些阶段性的促销活动，其实，一年只要抓住春节、寒假开学、五一、暑假、国庆等几个重要的时间，推出时间短力度大的活动即可。这类活动不需要大肆宣传，因为在这些时候，顾客会知道，零售店一定有活动，你不宣传，他们会自己问上门来。店头广告和人员口头促销是最主要的。 节假日促销活动不需要经常翻新，一些操作简单，收效明显的活动可以重复几次，今天的顾客和昨天的顾客并不是一个人，而且顾客希望看到实惠，倒不在乎你怎么给！

第三道网：走马灯式促销。学习肯德基和麦当劳吧，他们用每年数千万的广告费用买回来的经验是值得我们借鉴的。确定一些特色产品，围绕这些产品设计一些促销活动。当没有任何促销活动在举行的时候，就把他们挂起来。宝岛玩这套最为熟练，每周门口的橱窗都有新花样，给人新鲜感，但是几个月下来，就是那几个活动轮轴转！

第四道网：行销式促销。社区服务、学校服务、学校讲座都可以促进销售，为什么不视为“促销活动”呢？积极联系，在淡季进行尤为适合！大型企业客户成立市场部，由专人负责进行。 对于一个连锁企业，每个分店面对的市场环境、客户类型都不尽相同，所以，除了全公司的统一活动之外，可以针对个别门店做一些特别企划。而即使是全公司范围内的促销活动，每个分店执行起来也可以有侧重！

四、促销执行是关键无论多好的策划，离开了有效的执行，最后都难免差强人意。因此执行对于任何促销活动而言，将直接关系到活动的成败。

第一步：确定这一阶段阻碍销售增长的主要因素是什么，或者可以提升业绩的主要途径是什么。这是指导促销活动方向的主要坐标！比如，周六周日期间，我们不必担心进店人数，你即使什么广告也不做，也不能改变人们走上街头花掉口袋里面多出来的人民币的事实。所以，我们要考虑此时促销活动的操作简单，以及对成交率和客单价的贡献。

第二步：围绕促销的季节特征和促销希望达到的目的（第一步已经明确了这一目的），策划活动主题和主要内容。活动策划书至少应当包括的八项内容：

第三步：将活动构思提交营运部，由店长们参与意见，对活动的可行性和操作细节进行必要的修正与完善。必须经得起门店的考验，并且也能够接受门店的意见对活动进行任何必要的修正，包括推翻重来。门店不要的活动，很难成为成果的活动，一意孤行是拿公司的经费在玩小孩子固执的游戏！

第四步：最后完成活动执行方案，广告设计，礼品道具采购等等。

第五步：经过店长向门店进行宣灌，注意双向沟通，必要时在门店进行演练，制作know how。对于一些投入较大、持续之间较长的活动可以安排个别店做小范围的试点。

第六步：活动执行。

公司营运部门和市场部门在活动执行前期要到各个门店进行实地考察，检查各店促销活动执行情况与计划是否存在偏颇，评估市场反映，针对出现的特殊情况进行处理解决。

第七步：跟踪活动

进行前期的促销效果。即使进行必要的调整。同时，也要观察竞争对手的反映以做出回应。

第八步：在活动结束时，对活动进行全面的评估，总结经验和教训。

五、促销活动执行中常见的五大问题

问题一：追求活动的独特性（或者说创意，或者说从来没人搞过）而忽视活动的实效性和操作可行性。

我的一些客户就是其中的典型，他们一直要找寻“独一无二”或者“惊天动地”的活动。而我认为，这是对促销的作用期望过高而至。在我15年的从业生涯中，的确也见过富有新意，效果显著的促销活动，但所有业绩稳定成长的企业，包括追着我要所谓独一无二的活动的客户，他们自己企业的成长，也不是依靠促销活动而实现的，依靠的是在专业或者服务上的的出色表现。回过头去看星巴克、看肯德基、看麦当劳、看可口可乐，他们会推出一些令人惊叹的广告，会有一些卓有成效的促销，但其实，剥开外表看内在，他们的成功没有一个是靠促销的！

我曾经问一个企业家和他的市场部经理：如果一个促销活动，非常创新，空前绝后，但是，对生意没有任何帮助，你们要操作吗？如果一个促销活动，朴实无华，简简单单，却可以令业绩增长，你们要操作吗？答案是显而易见的，但就在我和他们讲这段话之前，他们却在做着相反的事情。

问题二：没有对活动对销售促进的效果做出充分的评价，而仅仅是看活动本身，包括活动的组织、宣传的画面。在活动策划的过程中，没有与销售一线做充分的沟通。

记得有一年，在一家企业服务。我和他们的老板以及一干中层人员正在为春节促销活动绞尽脑汁，我们设计了很多方案，列举了很多可以选择的活动内容，但最终还不能做出决定，只是初步有了一个草案，内容涉及了面包、慕斯、生日蛋糕镜等几个方面，看起来是热热闹闹。 然后，我和店长们谈起我们的设想，店长一个个面露为难之情，有几个几乎是在央求我们：春节本身就很忙了，不做活动，顾客都接待不过来，你们还要搞活动，我们就是手脚并用也顾不上啊！这让我们清醒过来。

最后这一年，这个门店的促销活动是：春节的15天内，所有销售人员的销售奖金加倍；平时拿2％提成的，按4％计算，以此类推。结果，该企业实现了历史最高的销售记录，至今未被打破！

**中秋蛋糕店促销活动方案篇十二**

母亲节是一个感恩母亲的.节日，正与中国人的孝道情感相吻合，非常适合促销活动的开展，同时，五一促销的缩水，正好可以由母亲节促销活动做为后补。

提高销量，塑造形象。

加速母亲节的热烈气氛，传递母亲节感恩母亲的情结，提高人们对于母亲节的重视，同时薄利多销的方式来做十全母亲节蛋糕，提高销量及店形象。

甜蜜母亲的心

一、价格(薄利多销)。千份十全甜蜜蛋糕，低价甜蜜母亲节，每份母亲节蛋糕以十元的价格销售，并送康乃馨一支。

二、抽奖：凡是在母亲节期间在店内购物的客户都可以抽奖，奖品是xx门票一张。

三、制定母亲节套餐蛋糕，赠送全家福照片或红酒一瓶。

一、宣传单，dm单，在各大超市、商场、学校、白领聚集区发放。

二、店内吊旗、彩条、展板宣传;店外海报。

三、电台宣传。

一、促销礼品的准备要到位。

二、促销人员到岗到位，确保蛋糕促销正常进行。

三、前台接待人员要做好培训，引导解决客户制定蛋糕及促销活动的解答问题。

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