# 饮料销售策划方案设计范文

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2024-01-08

*饮料是供人或者牲畜饮用的液体，它是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量(质量分量)不超过0.5%的制品，饮料也可分为饮料浓浆或固体形态，它的作用是解渴、补充能量等功能。今天小编在这给大家整理了一些饮料销售策划...*

饮料是供人或者牲畜饮用的液体，它是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量(质量分量)不超过0.5%的制品，饮料也可分为饮料浓浆或固体形态，它的作用是解渴、补充能量等功能。今天小编在这给大家整理了一些饮料销售策划方案设计，我们一起来看看吧!

**饮料销售策划方案设计1**

一、促销方案说明

金方商业广场作为安宁市规模效应的大型商品零售量贩，近半年来因第三方供货渠道和我公司推广力度等诸多问题，康师傅饮品在销量、产品陈列，以及促销推广等方面已逐渐衰弱。我公司对贵公司有绝对的诚意和信心，欲借助新一轮促销推广契机逐步挽回公司产品在贵商场的市场份额，同时建立康师傅饮品在安宁市的示范基地，以求双方之互利共赢。

二、促销方式及安排

(一)促销方式

1.卖场促销。针对五一黄金周，我公司提供为期五天的临时促销活动(4月27日至5月1日)，之后一年内将每逢周末安排连续两天的促销推广，推广品项根据公司企划部安排而定，促销活动亦由我公司企划MO对接负责。请贵公司提供场地，具体情况可根据贵公司提供的场地而议，卖场与外场皆可。

2.冰柜陈列。因饮品销售旺季来临，经咨询贵公司亦可提供冰柜陈列的位置，加之主要竞品厂家已向卖场提供冰柜，我方愿在五月份之内向贵方提供一台双开门型号的主题展示柜，其冰柜的促销管理费用可依据贵方要求的壹仟伍佰元而定，请贵公司向我公司业务提供一份冰箱投放申请资料(营业执照复印件及法人代表的身份证复印件)，以办理冰柜投放手续。投放冰柜之后的具体陈列标准由我方业务负责服务。

3.堆头及端架。除贵方可提供的正常货架之外，我方愿向贵方申请陈列效应比较好的陈列点。公司提供每季度的促销陈列费用，四月至六月我方重点推广康师傅经典奶茶，请领导批准向我方提供一个促销堆头(落地起底打堆)或者主货架端架，若能批准，我方可在五月中旬开始打堆次月提供陈列费用，具体陈列收费事宜望与领导细谈。

4.附加促销方式。在上述基础之上，我们可提供产品推广的堆头美化、特价促销、免费赠饮、捆绑销售等促销方式，其费用由我方支持。

(二)促销服务安排

1.冰柜投放。冰柜可提供长期的产品和品牌展示及定点销售，请领导核准预备冰箱投放资料(康师傅双开门展示柜体积：120cm乘86cm乘230cm)，我方将以最快的手续向贵方投放双开门展示柜，预计五月中旬之内可到位，冰柜投放手续争取在四月内完成。

2.假期临促。五一假期临促及日后每逢星期六、星期天的长期促销推广。促销人员及相关道具、广宣、试饮等物资由公司企划全面负责，贵方提供促销推广产品即可。

3.堆头捆赠。五月中旬开始可提供堆头或端架陈列产品的特价及捆赠的费用支持。

三、康师傅经典奶茶促销

(一)促销时间：五一劳动节期间(4月27日至5月1日)。

五月起每逢周末择时连续两天。

(二)促销地点：金方总店外场(外场不行卖场内也可)。

(三)推广产品：500ML康师傅经典奶茶香浓味、炼乳味。

(四)促销主题：经典奶茶，经典有理!白色炼乳，奶香浓醇、口感丝滑;红色香浓，滑糯在口、甜润于心。

(五)活动目的：欲改变统一、哇哈哈PET奶茶二分市场之格局。目前，康师傅经典奶茶在安宁市场尚未得到消费者的普遍认可，在金方总店及各分店的销售状况也不容乐观。我方欲与贵公司合作，通过逐步的预热、加热式卖场促销构建康师傅经典奶茶的产品形象，提高消费者对产品的认知度，扩大经典奶茶在金方的销售份额。

(六)活动内容：

1.特价及捆赠——3.2元/瓶，买两瓶送一个经典奶茶陶瓷杯(特价处理，目前售价为3.5元/瓶)。

2.开盖有奖加送一瓶550ml康师傅矿物质水。即日起至20\_年7月1日，康师傅经典奶茶推出中奖率高达20%的“畅饮一瓶”促销活动，借此契机，对于现场买康师傅经典奶茶的消费者，只要当场开盖中奖，除可现场兑换一瓶600ml的即饮茶，还可赠送一瓶550ml康师傅矿物质水。其赠品由我方提供(先由贵方垫付，后期由我方业务收集现场开盖有奖的数量，具体数量会由我方企划人员清点回报给业务)。

3.广告宣传——促销台、展板、广宣、主题POP、促销叫卖等。

(七)准备工作进度

4月20日之前达成五一假期临促协议。

4月24日之前由我方通知贵方活动的相关事宜。

4月26日之前由恒德益备好货，并由我方企划人员完成相关物资的投放。

(八)经费预算

此活动费用由我公司安宁营业组和公司企划部协调支持，具体费用详议，促销推广费用由我方全权负责。

四、后期延续

如上所述，除商场临促之外我们将在卖场正常销售中借助冰柜、堆头及端架等媒介实施特价、捆赠、等多种促销手段持续点燃康师傅经典奶茶的销售爆量。根据实际情况，负责业务将持续追踪，进一步改进和完善促销活动的.宣传方法及销售方式。

**饮料销售策划方案设计2**

一、促销的目的

提高康师傅茶饮料在校园内的销量，开发新顾客。

二、促销活动的主题

元旦来临了，康师傅茶饮料给您意外惊喜

三、促销活动时间

20\_年1月1日—3日(元旦假期内)

四、促销活动地点

在学校内的新世界超市门前

五、活动的促销对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工

他们的经济水平较高，会享受生活。

六、促销活动内容

(一)抽奖

参与条件：只要购买康师傅茶饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以康师傅经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话中什么奖等

4、购物券可以到新世界换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值10元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

(二)免费品尝

在新世界销售茶饮料地点进行免费品尝，让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

(三)凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

七、现场布置

(一)人员安排

1、请5个工作人员在售点(3天的安排一样)

2、一人负责抽奖及换瓶盖环节。

3、一人负责兑换奖品以及记录信息。

4、一人负责免费品尝。

5、两人负责销售。

(二)现场安排

1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。

2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的\_架。

3、免费品尝的桌子一张。

八、媒介计划

30—31日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计五百份。

1日—3日：

1、工作人员统一穿着“康师傅茶饮料”的工作服。

2、在售点发传单。

3、在售点挂横幅及其他宣传物。

4、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

九、促销活动预算

场地费用：约1000元运输费用：约200元

人员费用：约1000元传单费用：约1000元

物料费用：约1000元水餐费用：约200元

总计：4400元

十、促销效果预测

中国软饮料业近年取得了飞速发展，但近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国约有茶饮料生产企业近四十家，其中大中型企业有15家，上市品牌多达一百多个，有近五十个产品种类。而与此同时，中国茶饮料消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料而名列饮料市场的“探花”，大有赶超碳酸饮料之势。在中国台湾，在日本，茶饮料已超过碳酸饮料成为市场第一大饮料品种。随着茶饮料的出现及市场的繁荣，中国茶产业将迎来更加美好的前景。二十一世纪饮料市场将是茶的世纪，茶饮料将成为“饮料”。而作为茶饮料中的佼佼者—康师傅销售前景不言而喻。

我们有理由相信，通过此次的促销活动，康师傅在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。而学生们也将更加喜欢茶饮料，将尤其钟爱康师傅茶饮料，也会对康师傅的营销战略更加满意。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“康师傅茶饮”的热潮。对树立“康师傅”品牌也会有很大横好的影响。

**饮料销售策划方案设计3**

一、20\_\_情人节活动目的

1、把握214情人节促销奶茶店策划商机，让顾客有新鲜感，刺激其消费欲望;

2、提升奶茶店人流量，吸纳新客源;

3、打造奶茶店的信誉度，提升顾客忠诚度;

二、20\_\_情人节活动时间

20\_\_年-月-日(提前十天)——20\_\_年-月-日(2.14日24：00结束)

三、20\_\_情人节活动主题

我爱你，丝丝心动

四、20\_\_情人节活动对象

针对20到30岁的女性客户。

五、20\_\_情人节活动内容

“我爱你，丝丝心动”特惠活动

买家真人秀，分享美丽赢好礼!

1分享即有奖：\_\_。(人人有奖)

2幸运降临奖(每月1名)

3忠诚客户奖(年终1名)

六、20\_\_情人节活动宣传

1、宣传重点时间：活动前-天;\_\_后-天;

2、宣传手段：目标对象确定了，再用通过合适的途径传播，比如\_\_等等。

七、20\_\_情人节活动促销前工作

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品要采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障。

2、做好售后服务工作：订单量的上升，随之带来的就是大量的售后服务方面的问题，充分与顾客沟通协调，力保每一为客户的满意

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案。

**饮料销售策划方案设计4**

一、概要

现代人忧心大鱼大肉会造成胆固醇过高，带来高血压、中风等疾病，因此，对自然健康、方便易得的食品有迫切的需求，新鲜的瓶装水果原汁就是其中之一，虽然目前市场上的果汁大多数浓度只有10%一30%，但仍有很大的市场。

二、策划目的

冰糖雪梨符合现代人崇尚自然、绿色的消费追求。而当前中老年人也喜欢果汁健康饮料，果汁饮料行业产品竞争非常激烈，就康师傅对饮料产品也先后推出了酸梅汤、酸枣汁、茉莉花茶，等等。但此次推出的冰糖雪梨果汁饮料具有清热驱燥，润肺滋养等效果，适用于夏天，因此抓住此特点为重点来推广冰糖雪梨产品，推广品牌形象。避开其他竞争，利用传世新饮的概念，进行一系列的促销推广，以提升销售业绩和品牌知名度。

三、分析当前的营销环境状况

1、政治环境

食品饮料行业是“十二五”规划发展的重点行业之一， 国家相关政策的支持 将为食品饮料行业的发展带来巨大的机遇。

2、社会经济环境

随着国内生产总值GDP不断的增长，人均的收入水平也不断提高，消费者的购买力相应的也提升了。

3、文化环境

高素质的教育人才越来越多，果汁市场的迅速崛起与消费者的健康意识增强密不可分，因此，健康美味成为果汁吸引消费者的主因。

4、技术环境

康师傅是一线的饮料品牌，口味丰富，具有自己的品牌特色，拥有很好的技术，不断研发出新的饮料产品。

5、行业背景

果汁市场近年的竞争日趋激烈，果汁产品也呈现差异化走向.

果汁饮料已经成为最受欢迎的饮料品种，其市场增长速度超过瓶装水饮料、碳酸饮料和茶饮料的增长速度。广阔的市场前景，吸引了中外企业竞相加入到果汁饮料的生产行列中来。

6、竞争者状况

综观目前中国果汁饮料市场，一支是台湾背景的企业统一，以包装的创新和口味取胜;一支是包括汇源、娃哈哈等国内知名企业;还有一支是跨国公司如可口可乐、百事可乐等

四、对产品市场影响因素进行分析

在中国国内市场中，冰糖雪梨同类产品还存在着一个相当大的市场空白。从康师傅冰糖雪梨20\_年九月份上市以来一直受到消费者的青睐.

目标市场细分为常州市居民及高校学生：常州工程职业技术学院、常州机电学院、常州纺织职业技术学院、常州轻工学院、常州信息学院、常州电大、常州大学等常州地区高校。

产品相关信息

1.核心产品： 冰糖雪梨

(1)作用功效:清热驱燥，润肺滋养。

(2)价格：冰糖雪梨果汁饮料/3元/瓶/500ml/2.5元/450ml

2.形式产品：

(1)材料：纯净水、白砂糖、浓缩果汁、冰糖、食品添加剂

(2)包装：瓶装

3.产品分析：

(1)卖点：可滋补养颜、润肺清热、生津止渴，既美味又健康!夏季防暑降温之佳品

(2)市场生命周期：

开发期、引进期、成长期、成熟期、衰退期

(3)所处销售阶段：成长期

六、SWOT

七、营销目标

1、销量达到50千箱

2、品牌目标：通过加强宣传使和康师傅果汁饮料的消费者约占果汁行业的60%。

八、营销战略

定价策略

1.目的：

争取市场占有率，一年内达30%

2.其他厂牌：

(l)义美小宝吉：

(2)统一水果原汁：

(3)波蜜水果园：

3.定价：

目标为争取冰糖雪梨的市场占有率，定价为2.5元/450ml

通路策略

·超级市场

·速食店

·便利商店、平价中心

·百货公司中的美食广场

·西点面包店

·咖啡厅

·饭盒承包商

·pub

·餐厅、饭店

·disco

·车站，机场

·机关营区福利站

·学校福利社

·小吃店

·路边摊

广告：

1.电台：icrt、中广流行网、青春网、音乐网

2.电视：三台晚上六点到九点时段

3.报纸：中国时报、工商时报、联合报、经济日报、民生报

4.杂志：依依、薇薇、黛、风尚、天下、卓越

5.车厢内、外

6。海报、dm

7.气球：做成水果形状

促销：

1.广告语：传世新饮，清热驱燥，润肺滋养。

2.免费品尝 在促销地点可以进行免费品尝， 让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

买二送一促销活动,并送圈圈3个，如果套中瓶子就拿走。

3.凭收集的瓶盖换取奖品 只要收6个康师傅冰糖雪梨瓶盖，均可再来一瓶，并获得一次抽奖的机会，每人只限一次 。

4.配合电视节目赠品：强棒出击、好彩头、百战百胜、欢乐传真、来电五十

5.赞助公益活动

6. 拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。

给予适当数量折扣，鼓励多购。

在学校具体方案

人员安排

( 1)两人负责销售。

(2)一人负责抽奖及换瓶盖环节。

( 3)一人负责兑换奖品以及记录信息。

( 4)一人负责免费品尝。

场地布置

(1)现场安排在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。

(2)在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的 \_ 架。

( 3)免费品尝的桌子一张。

媒介

在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发 传单，每幢大概200 份。 在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计 100份

宣传报道：

所有促销活动都可写成新闻稿，提供新闻媒体作

九、策划方案各项费用预算

1、场地费用：约0.5万 元

2、人员费用：约 1万元

3、物料费用：约1万元

4、运输费用：约 0.5万 元

5、传单费用：约 0.5万元

总计：35000 元

十、效果预测

中国软饮料业近年取得了飞速发展近年来以健康饮料为代表的低糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。

冰糖雪梨产品符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。而学生们也将更加喜欢果汁饮料，相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“康师傅果汁饮料”
的热潮。对树立“康师傅”品牌也会有很大的影响。

**饮料销售策划方案设计5**

饮料类产品的销售旺季已经来到，河南饮料市场上群雄逐鹿：康师傅、娃哈哈、乐百氏、可口可乐等竞争对手纷纷摩拳擦掌、重拳出击，实行新的促销策略。如何在对手有市场动作之前发挥现有优势，抢先发力，抢占市场份额，巩固市场地位成为统一公司的头等大事。夏季也是面类产品销售的淡季，如何让淡季不淡，而不因为淡季而让夏季变成销售的\"盲区\"，组织一场以部分热销产品带动全线产品的畅销成为了必要之举。

媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，\"借势、造势\"成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为\"大河统一美丽生活\"。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

活动安排

1、活动时间为5月31日-6月30日。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等\"茶\"系列产品为一套系的促销，\"鲜橙多、葡萄多\"等\"多\"系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五\"买就送\"，以买送搭赠(面类产品和饮料的捆绑)的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的\"、限量惊爆抢购\"，打击竞争对手，抢拉客源的\"超低特价，超级好礼\"。

3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动――您的爱心我的学业，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势!

活动执行

一、部门协调

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

1、事前责任明确

由于此次\"大河统一美丽生活\"活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写、pop制作;推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报、pop管理，活动现场管理等;储运部负责检查库存，确保及时补货;销售部负责维持好现场秩序。财务负责帐款的回收。

2、做好各项活动准备

在\"大河统一美丽生活\"活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。

场地准备：确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。

物料准备：根据活动的规模，提前准备好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、上货、广宣品、pop等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

二、人员培训

\"大河统一美丽生活\"人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训;第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

1、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到-全球品牌网-明确活动目的、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

2、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的\'核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态(推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动)、推销话术(消费者异议回答话术、目标消费者)等的培训。

活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了统一品牌的影响力和在民众中的美誉度，扩大了市场占有份额，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的![\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！