# 手机促销活动方案策划5篇范文

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-02-01

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密的计划。而为了更好的促销手机，很多手机专卖店都会策划相关的活动方案来举行一场活动。你是否在找正准备撰写“手机促销活动方案”，下面小编收集了相关的素材，供大家写文参考！1手机促销活动方案母...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密的计划。而为了更好的促销手机，很多手机专卖店都会策划相关的活动方案来举行一场活动。你是否在找正准备撰写“手机促销活动方案”，下面小编收集了相关的素材，供大家写文参考！

**1手机促销活动方案**

母亲节手机促销，本质就是在母亲节，找到目标的消费人群，推出目标产品，采取针对性的促销手段，达到促销目的。对于手机母亲节促销，大部分商家采取了市场细分的策略，我们看一下：

针对年老的母亲：依据老年人的生活习惯及本身的特点，推出方便宜操作的机型，特点大部分如下：功能配置实用、超大字体显示;性价比不错，花销不大，有档次;手写、智能系统、做工精湛;具有专业扬声器等。

针对年轻的母亲：针对年轻母亲对于新事物的接受能力，以及本身女性特征，商家推出了几款不同性格的手机机型，比如说针对爱美母亲，推出购机赠美容物品，时尚母亲，推出高科技产品特价等等。

今年的五月对于商家来说是一个繁花似锦的月份，商家们忙着一个接一个的节日促销，为商家带来了不小的市场效果，但同时存在着促销疲劳的问题，因此，要想在母亲节再次吸引消费者，在促销手段的选择上就需要下一番心思了。

下面是一些常见的促销手段，供大家参考：

1、送礼品，顾名思义就是在购买产品时赠送物品。

2、抽奖，抽奖也是常见的促销活动形式，主要就是购买产品时可以参加厂家举办的抽奖活动，赢取奖品。

3、形象展示，有终端展柜形象宣传，有户外形象宣传，有活动logo堆放、张贴。

4、户外展示，户外展示包括路演和路展，主要是指在售场外面和人口密集的活动场所进行的促销活动。展示主要是吸引顾客的注意，向顾客宣传产品和促销活动。一般来说，展示活动在顾客的眼里代表着企业的实力。

5、降价宣传，降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。

6、人员促销，利用促销人员的能动性进行人员促销。

**2手机促销活动方案**

手机促销活动时间：每晚7：30---9：30

手机促销活动地点：每个手机专卖店内

手机促销活动目的：为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量，因为现在天气热，所以白天很少有人去逛商店的，一般是在晚上，和朋友或者和亲人一起逛街的，所以我们利用晚上的时间，进行促销活动，为了吸引路人的眼光，为了提高晚上专卖店里的人气，为了利用活动宣传自己，为了让更多的顾客晚上来浏览专卖店。

手机促销方案内容：手机专卖店，先准备好各种款式和功能以及各个品牌的手机个一部，然后请各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛!在规定的时间里，看谁写的短信最多，并且要发给自己的朋友或者亲人等，专卖店先规定每位顾客写的短信是：亲爱的朋友，夜月清明，我在某某手机专卖店参加短信写速大活动，借此机会，我给你带去一份我的祝福，原你天天快乐!

比赛时，顾客可以选择自己喜欢的手机或者自己比较熟悉的手机进行比赛，

在每晚上，可以进行多轮的比赛

奖品设置：第一名是?第二名是?第三名是?

活动前期宣传策略：在某某地方性电视台做广告宣传，时间的选择等，或者什么地铁报以及某某娱乐报纸。

点评：第一：吸引了路人的眼光!使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流

第二：通过这个活动，可以让顾客了解到商店里一些手机的性能，满足一些顾客自己心爱的手机，和虚荣心，因为有些手机价格贵，顾客只能梦想拥有

第三：通过这个活动，让更多的顾客利用商店的手机，给自己的亲人和朋友发了一份祝福，并且无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传

第四：充分调动了顾客的积极性，给顾客晚上休闲和娱乐等目的!

**3手机促销活动方案**

手机已经成为人们必备的用品，也成为通讯市场的竞争力。那么如何促销自己的手机品牌呢?接下来我们看看一些手机促销方案和活动。

手机促销手段直接影响着手机促销活动的好坏，影响着人们对于手机促销活动的注意程度，因此，如何选择合适的手机促销手段成了手机促销活动前商家们最重要的一件事性。

1、降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但一定要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

2、送赠品或者抽奖。在购买产品时赠送物品和购买产品时可以参加厂家举办的抽奖活动，赢取奖品。

3、特价机就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的作用。特价机都是限量的，这是特价机和降价这两种促销方式的区别所在。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮助清理库存，三是帮助经销商完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。有些经销商为了扰乱竞品市场，就选择先进一批竞争品牌的畅销产品，然后以特价销售，打乱对手的市场价格，乘虚而入。

4、展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

5、人员促销。利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的积极性。

当然促销的活动还有很多种，只要用心去做，一定会做好，如果你想了解更多的手机促销方案，不妨在一品威客网发任务让更多的人帮助自己寻找最适合自己的产品的推广方案。

**4手机促销活动方案**

促销活动目的:

旺季抢量,同时强化\"步步高音乐手机,完美音质\"的形象定位,通过主推音乐手机,提高中高端机型的比重达到40%以上.

促销主题和内容:

主题:\"完美音质,随身畅响\"

--年9月20日-10月31日,凡购买步步高音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款,均有便携式旅行小音箱赠送.

赠品介绍:该赠品为便携式旅行小音箱,主要的用户利益点在于手机音乐的共享,可以在郊游,聚会等时刻,随时随地播放手机中存储的音乐.

促销活动的开展方式:

此次促销活动,全国统一开展,赠品全部由工厂采购,公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款.礼品采用先冲帐后核销的办法.

礼品费用核销办法:根据各地促销活动其间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定,原则上是针对消费者的促销,不考虑补通路库存.

配合本次促销活动,公司将专门制作陈列,形象展示,现场活动用pop物料.

除不可抗力影响外,本次促销的所有赠品,户外促销活动以及形象布置的宣传物料,须在9月10日之前到达各一级仓库.

终端的赠品配送方式:

派驻促销员的铺货型的卖场:赠品必须由促销员控制,赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应.

无派驻促销员的铺货售点:能借助促销活动转成现金进货;否则,不必在此类售点开展促销活动.

现金进货的售点:由于促销礼品主要是对于实销活动的促销,原则上不补通路库存.建议根据促销开始之前的零售商音乐手机库

存的实际情况,按照1/3或者1/4(比例可自定)的数量补部分赠品,后续发货则按一比一配发;而且,这种补库存的情况,必须来自于该售点有新的订单下达.

促销活动注意事项:

从全国来看,音乐手机80%以上的销售来自于促销员;另外,还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推.因此,我们的促销活动重点在此类售点开展.

招聘临促.旺季临促是拦截客流,留驻顾客的最重要力量,并且能加大活动范围,加大成交面.各地要从暑假开始招募培养临促队伍,才能在旺季产生巨大作用.明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客,协助试机以及替顾客排队交款.

促销员演示样机配备.k098,k028,k128必须配真机.

陈列和形象更新.为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象,在促销开展之前,各地务必在大卖场,核心售点,专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列.工厂届时有专门的陈列示意图,各地务必按照示意图执行.

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点.尤其是人流量大的核心售点.

本次促销赠品,很好地和音乐手机\"完美音质\"的卖点相切合,可以在销售时加以演示,进一步突出\"完美音质\"的概念.因此,促销品的备货和补货非常关键.

抢占销售卖场的关键陈列位置.陈列位置越好,越多,越大,销量就会成倍提升.因此,各地在9月15日前,要设法拿下关键陈列位(人流大,留驻率高).

注意资源的投放和集中优势兵力.旺季的时候,其他品牌也是重兵投入,参照五一联想在长沙市投放的的临促数量(300名临促),估计十一各品牌的投入力度会更大.因此,各地要注意借力打力和集中优势兵力,必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节.

业务团队销售竞赛和短信互动.在国庆三天高频度互动.其余时间每天短信通报省内各地销售.

10,注意国庆七天的人流特点.对历次节假日旺季的观察表明,第1,2天,省会城市,二级地市的人流量会大,第1天的销量会达到平时7-10倍,第2天达到平时的3—4倍;第3,4,5天,人流回落到地市,县城,乡镇,销量为平时的1.5—2倍;第6,7天,一级城市又有所上市,但总量增长不大,和平时周末类似.各地注意根据此人流特点,安排促销活动开展和资源调配.

11,国庆当天要准备低价格机器冲量.比如:k218等.

预防问题:

赠品的流失问题,必须有严格的流程控制,促销员必须填写《赠品发放登记表》.每发放一个赠品,都必须在表上做相应填写.

活动效果延续性的问题.要设定促销目标,开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推.

终端赠品发放登记表

**5手机促销活动方案**

一、活动时间：

20--年9月8日—20--年9月10日

二、活动地点：

超音波通信城(紫金店和西街店)

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“9.10”教师节为主题，以“9.10”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;

2、详细了解各厂家是否有促销活动，这样可以借用厂家促销的机型做为亮点，可以有效的降低成本;

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;

3、准备一些很简单的关于教师的问题及游戏，使消费者看到获得奖品的希望，从而调动顾客参与积极性;

4、针对消费者心理及习惯，设计一档简单好玩的游戏：请活动现场的各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛，编写“老师，你辛苦了。”发送至指定号码。以最短时间编写者为胜，并设置其奖品;

5、从9月8日起至9月10日截止，在上党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：诺基亚、三星、索尼爱立信、联想等(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、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(如八月十五，国庆等)。

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。

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！