# 推广促销方案范文(通用46篇)

来源：网络 作者：夜色温柔 更新时间：2025-05-02

*推广促销方案范文 第一篇>一、活动时间20xx年xx月xx日xxxx月xx日>二、活动主题爱在七夕，有你就好>三、活动门店xxxxxx>四、活动内容(一)\_祝福北京祖国圆梦\_万人签名活动(二)爱在七夕购物送惊喜20xx年xx月xx日当天一次...*

**推广促销方案范文 第一篇**

>一、活动时间

20xx年xx月xx日xxxx月xx日

>二、活动主题

爱在七夕，有你就好

>三、活动门店

xxxxxx

>四、活动内容

(一)\_祝福北京祖国圆梦\_万人签名活动

(二)爱在七夕购物送惊喜

20xx年xx月xx日当天一次性购物满xxxx元赠送价值xx元巧克力一盒，单张小票限赠xx盒，限量赠送，赠完为止。

(三)欢乐购物

20xx年xx月xx日xxxx月xx日期间，活动当天一次性购物满xxxx元(xxxx店、xxxx店、xxxx店满xx元)，凭购物小票报名参加\_欢乐购物赢金奖\_评比活动，赢取金、银、铜奖。活动细节如下：

(1)一次性购物满xx元以上的顾客(xxxx店、xxxx店、xxxx店满xx元)，方可报名参加比赛，参赛资格以单张小票数额为准，购物小票不累计参加活动。

(2)该活动以顾客\_购物金额\_为评比标准，设\_购物奖牌榜\_，随时公布参与评比活动前三名的顾客的购物额信息。商场当晚停止营业时，排名前三的顾客将分别荣获当日\_赢金奖\_活动的金奖、银奖、铜奖。获奖者名单将在第二天公布于\_购物奖牌榜\_并电话通知，领奖时请携带购物小票和身份证。

(3)金奖获得者可获赠价值xxxx元礼品一宗，银奖获得者可获赠价值xxxx元礼品一宗，铜奖获得者将获赠价值xxxx元礼品一宗。

(四)你结婚我送礼

20xx年xx月xx日xxxx月xx日登记结婚的新人，凭结婚证领取价值xxxx元新婚大礼包一个。每天限量xxxx位，送完为止。

(五)商品促效

1、节日礼品类促效：巧克力礼盒、果冻礼盒、饰品礼盒等集中陈列促效。

2、针对暑期学生用品、图书、文具、学生箱包类商品进行折扣销售。

3、夏季鞋服类等部分商品xx折出清促销。

4、情侣装优先陈列。

**推广促销方案范文 第二篇**

借助光棍假日消费，且光棍又正赶春节前销售旺季，推出一系列活动，让消费者有购买越多，实惠越多，只要购物就有惊喜的感觉，从而实现旺季提升销售业绩的目的。

>一、活动主题

xx光棍惊喜多，恭贺新年送大礼

（一）惊喜一：1+1购物，实惠加实惠。

活动期间，如顾客与其亲友（至少两人，最多限三人）在活动期间同一天一起购物，凭两人以上的购物小票，可享受团购优惠，优惠办法是都可享受“满xxxx即送xxx现金”的特大优惠（可两人的购物小票加起来享受团购待遇）。可促使顾客拉亲友来商城购物。

（二）惊喜二：购物喜上喜，香港七日游。

1、在活动期间，顾客在一次性消费xx以上，可以在收银台免费领取抽奖券参加抽奖；

2、领取奖券时，每满xxxx领取一张，超过xxxx部分金额以xxxx的倍数计算（不足倍数部分不予计算，例如：xxxx—xxx可领取两张），以此类推，最多限领5张；

3、抽奖方式为公开抽奖，其奖项设置为：香港七日游（只负担旅游公司正常收取的费用，其他费用自负）；

4、此活动将在活动结束后公布，旅游时间另行安排；

5、最终产生幸运顾客xx名。

（三）惊喜三：以上三个活动消费者可同时参与。

（四）惊喜四：好东西，便宜卖，天天特价送给您！

针对不同人群，不同时间，不同特点进行商品特卖，以小带大。逢星期六、星期天可以将学生服装进行特卖，逢星期一至星期五可以将男装、女装、老年装、内衣及婴儿服装进行轮流特卖。

参加此活动不可参加一至三活动。

>二、场内外布置

场内外要精心布置，做到能烘托出，喜庆、热闹、传统、民俗的节日氛围，充分突显光棍与春节浓烈的节日气氛。

场外搭置古典式门楼，并制作大红对联，门脸上方要制作巨型喷绘，中央有红底黄字“恭贺新年”，左右两侧要有金童玉女恭贺新禧的图样，门内正中央制作一个大型“福”字。

场内制作两个大型菱形的方盒，上边有黑色的“恭贺新年”字样，方盒下边有坠穗。购置大型的卡通狗两只，悬挂于二楼演艺台，另需印刷吊旗，吊旗的颜色字样等与场内外一致，做到从上到下，从里到外，统一形象，整个商城形成一片祥和、繁华的景象。

**推广促销方案范文 第三篇**

>一、活动时间：

12月31日(星期日)——元月3日（星期三）（4天）

>二、活动主题:

缤纷元旦欢乐送礼

活动一：缤纷元旦8折酬宾购穿着及针纺类商品享全场8折。羽绒服、化妆品、照材、数码产品、小家电全场9折火爆酬宾热卖。

注：（超市、手机、名烟酒、黄白金、特价、削价商品不参加打折活动）活动二：元旦灯谜会——猜谜获奖乐翻天活动期间，新世纪推出“元旦灯谜大街”，顾客无需购物即可买免费参加猜谜活动，猜的越多，赢得越多。

领奖办法：猜中5个领奖一份。总服务台领奖(赢元的可口可乐一瓶)采购部负责组织活动赠品500-1000份。

活动三：缤纷元旦庆超市大行动

【超低价买大米】

活动期间，超市大米超低价热卖，每斤元。

【投色子赢鸡蛋】

超市购物单张小票满38元，可凭电脑小票投色子一次，满76元投色子二次，并根据自己所投的点数为准，获得与点数相同的鸡蛋。企划部准备大色子一个，直径800x800（白色红字）超市准备好鸡蛋，在超市出口处参加活动。现场送鸡蛋。

>三、气氛布置及广告宣传：

邮报10000张8开2页4版急定印刷28号发行

2.手机短信100000条。

3.电视台、气象局广告。

4.企划准备灯谜的内容。布置灯谜大街（一楼服务台东走廊、二楼）

5.二楼三楼电梯入口柱子用满100送活动内容写真装饰

广告架支撑活动版面10个（一楼4个，二楼2个，三楼2个，四楼2个）

7.一楼南门装饰元旦氛围,大活动版面2块。

8.临沂发货采购注水旗杆20套，制作布旗，放置楼前营造氛围

9.过大年背景做超市出口、入口及超市内立体版面悬挂。超市出口1个，超市入口1个，超市内写真悬挂40套，（写真、泡沫板、kt板制作）费用20\_元已交。

**推广促销方案范文 第四篇**

>一、活动时间：

20xx年1月1日——20xx年1月16日

>二、活动主题：

百万现金券大放送欢天喜地迎新年

>三、活动内容：

1、喜迎新年，红包免费送

活动期间，凡来xx电子市场购物的顾客，不论购物多少，均可凭市场统一销售票据，在市场服务中心领取红包一扎。

2、畅享新年，赛格送“旺”

活动期间凡来xx电子市场购物的客户，无论消费多少均可凭购物凭证至服务中心参加幸运抽奖，获得1次抽奖机会。

奖品设置：

中奖等级名额奖品设置奖品价值

一等奖5名旺旺大礼盒150元

二等奖10名旺旺大礼包50元

三等奖50名旺仔牛奶5元

纪念奖20\_名旺旺仙贝1元

家居市场：

一、进店就有礼。厨柜、衣柜、电器、厨房用品系列产品，统一最低XX折，进店有礼，送环保购袋(进门必须送，不送处罚！)。

二、交定金500元，即送380元电子砂锅产品1套。

三、订满再送。(折后价为准)

1、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满5001元—10000元者，直送价值500元抵扣券。

2、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满10001—15000元者，直送价值1000元抵扣券。

3、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满15001元—0元者，直送价值1500元抵扣券。

4、手机。

20xx年1月1日-20xx年1月8日，凡购买xx手机，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。

**推广促销方案范文 第五篇**

>一、活动目的：

值销售旺季，以寻找xx老用户为噱头，彰显xx集成灶行业领袖品牌、市场销售量最高的优势，同时巩固老用户的品牌忠诚度，加大口碑宣传，刺激销售大幅提升!

>二、活动主题：

寻找xx老用户，亲情服务送身边——感恩用户，激情好礼，温暖服务!

>三、活动时间：

20xx年3月1日——3月15日

>四、活动内容：

寻亲启示——亲，您在哪里?自从您和xx结缘，我们一直关心您!xx集成灶，xxxx寻亲开始啦!寻找xx老用户，亲情服务送身边!

1、亲情送：“回家”有礼

在活动期间，老用户“回家”亲临xx集成灶专卖店，凭有效购买凭证登记，即赠送精美礼品一份!

2、感恩送：亲情服务

在活动期间，老用户“回家”亲临xx集成灶专卖店，凭有效购买凭证登记后，还可获赠半年内免费亲情保养服务一次!

3、惊喜送：用户大使

在活动期间，老用户“回家”亲临xx集成灶专卖店，根据提供的有效购买凭证，属本店最老的3名用户，还可荣获“用户大使”称号，并赠送荣誉证书和价值388元的xx精美不锈钢果汁机一台!再次购买时，还可尊享“用户大使”特别优惠!

(各经销商可根据当地市场情况，调整奖励名额和幅度)

4、买再送：超值礼包

在活动期间，老用户“回家”亲临xx集成灶专卖店，再次购买或带来朋友购买xx集成灶的，赠送价值199元的xx高级精铁炒锅一个+价值199元的xx高级不锈钢蒸锅一套+价值388元的xx精美不锈钢果汁机一台!

5、幸运送：幸运大抽奖

在活动期间，凡付全款购买xx集成灶的，还可额外参加“幸运大转盘”活动，幸运转转转，更有机会赢取xx集成灶鸿运大奖!

一等奖：鸿运大奖，1名——直接返现金红包20xx元!!二等奖：幸运大奖，2名——奖励xx精致不锈钢双水槽+铜质龙头一套!

三等奖：幸福大奖，3名——奖励xx精美不锈钢果汁机一台!

四等奖：吉祥大奖，10名——奖励xx精致不锈钢蒸锅一只!

**推广促销方案范文 第六篇**

>一、活动目的：

为抓住国庆7天大假的有利时机，以有力度的促销活动来带动客流量，扩大富成百货的知名度及市场占有率，使的旺季销售有一个好的开始，也为全年任务的完成奠定基础，特制定如下计划。

>二、活动主题：

国庆佳节，相约富成，惊喜不断

>三、活动时间

负一层超市、一楼洗化超市特价时间：10月1日———7日

二楼以上穿戴类商品打折时间：9月28日———10月7日

>四、活动内容：

1、超市抢购风

负责人：

每天推出10余种超低价商品，从12点开始限量抢购至售完为止。

每天在商场门前用pop标出超低价商品的品种价格，负一层设有告示牌，告知顾客具体内容。

2、洗化特价潮

负责人：

主要以买赠方式为主，在门前以商品图例展示，标出原价和特价。（费用商户承担）

3、穿戴类商品打折促销：

负责人：各楼层经理

具体内容：

1）、活动时间：（9月28日———10月7日）

2）、凡参加活动的商户结算时扣13个点，不含税。具体商品及折扣幅度：鞋帽类商品5———折，箱包类商品折，二、三楼男装折，三楼休闲装折，4楼女装6折，5楼针织折。

3）、不参加此次活动的商户在原扣点的基础上加扣3个点。

4）、原合同中有1%广告费的商户不另加扣点。

5）、要求各楼层在26日前将具体商户参加此次活动的情况及不参加此次活动的情况报业务部。

4、寻找幸运顾客：你的幸运，我的快乐

负责部门：业务部，礼品提供：洗化超市，负一层超市

礼品发送分为三个时段：11：00———1：00，3：00———5：00，7：00———9：00

顾客凭有效证件在总台登记领取。有限证件包括：身份证、户口、警官证、士官证

如果是10月出生的顾客送价值2元的礼品。

如果是10月1日出生的顾客送价值5元的礼品。

如果是49年出生的顾客送价值30元的代金券。

如果顾客名字中包括“国庆”两个字，送价值50元的代金券。

如果是49年10月1日出生，名字中包括“国庆”两个字的顾客，送价值1000元的代金券。（限每天一位）

>五、门前的活动：

1、26日前各部门上报厂家宣传促销活动的具体情况，以便企划部统一安排，保证商场门前每天都有促销活动，以达到营造气氛，带动人气的效果。

2、建议举办一至二场服装展示会，以秋冬男女装或保暖内衣为主，详细后附节目流程单。

3、10月1日早上举行隆重的升国旗仪式，当天早班的全体员工务必参加，9：30分准时到岗，9：45各部门组织员工方队着工装在门前参加升旗仪式，升旗仪式由保安部具体负责。

>六、开展以“送温馨，献真情”为主题的优服流动红旗评比

主要以站姿，定岗，定位，三声服务为切入点，统一迎声“你好，欢迎光临富成百货！”送声“欢迎下次光临”，具体方案由业务部制定后下发。

>七、媒体投放

9月26日都市报：四分之一黑白版6500元

9月30日晚报头版：二分之一彩版5250元左右

建议投放广告时间跨度相应增加，

>八、卖场装饰布置

1、店外：

巨幅布标20mx10m约1800元

大型喷绘元

门头悬挂灯笼4个，内容为“祖国万岁或庆祝国庆”

布标1条，内容以庆祝国庆为主。

拱门、气球、演出由商户提供。

2、店内：

1）中厅以气球彩链编织为主。费用约：3000元

2）因布局调整，洗化搬至一楼、五楼增加布匹经营项目，一楼购物导示牌现有内容和实际不符，为方便顾客购物，现申请更换一楼导示牌和五楼水牌。费用约：50元

3）“大型超市”牌子更换，因画起泡、变形、布局调整（洗化已搬至一楼）规格：6。6mx1。8m费用约：190元

4）各楼层中厅悬挂相应商品折扣幅度为内容的喷绘。

费用约：4条350元（可长期使用）

>九、费用预算：

1、巨幅布标1800元（含制作和发布费）

2、楼层喷绘350元

3、大型喷绘130元

4、气球彩链3000元

5、时装展示4000元（一场）

6、媒体20xx0元

9月30日晚报二分之一彩版6500元

9月27日都市报1/4黑白版2750元

因考虑到10月1日至10月7日各大报纸休报，为不使广告宣传出现断档，以至影响销售，建议在9月27日至10月7日期间通过广播电台974或929滚动播出，每天20次15天15000元

7、超市广告画：190元

**推广促销方案范文 第七篇**

活动主题：喜庆新开业 百万豪礼大放送!(总计：53800元)

DM档期：1月\_日—————1月\_日

活动一：震憾开张——意外惊喜送!费用预算： 500元\_3天=1500元

活动时间： (开业前3天)

活动形式：活动期间凡晚上6点以后光临百姓超市顾客朋友购物满128元就送5元打车费。每晚限100名

活动二：三十万元购物卡大放送!(1月20日~26 日)费用：15000元

活动内容：活动期间现金购物满128元，凭购物小票+85元现金可换取100元购物卡一张。(只限现金消费，限送3000张，米面油等特殊商品除外，送完即止)

活动三：来就赚 满就送!(1月20日—————1月22日)费用：12600元

活动时间：开业前3天

活动形式：活动期间顾客一次性购物满48元(会员38元)以上，凭当日单张电脑小票可获赠百姓精制购物袋一个。每天限送400个，送完即止。

一次性购物满98(会员88元)元以上，凭当日单张电脑小票可获赠黄豆酱油一桶。每天限送200桶，送完即止。

一次性购物满128(会员118元)元以上，凭当日单张电脑小票可获赠精制大号钢化塑料盆一个。每天限送200个，送完即止。

费用预算：2元\_400名=800元\_3天=2400元

7元\_200桶\_3天=4200元

10元\_200个\_3天=6000元

活动四：整点购物幸运大免单!(开业前3天)费用预算： 10000元

活动形式：活动期间每个整点时段幸运大转盘就会转出一个幸运收银台号，而此时正在此收银台结账顾客朋友就可以获得免单，买多免越多哦!(每次免单金额最多200元)

活动细则：开业前三天，每天12个整点分别是：9点。10点。11点。12点。13点。14点。15点。16点。17点。18点。19点。20点。转盘放在收银线一侧。

注：收银课 财务 防损 等部门共同负责。

活动五：喜庆开业大奖等你拿! 费用：11700元

活动细则：即日起会员购物满48元(顾客购物满58元)即可参加，开业当日晚举行大型抽奖庆典活动。

奖项设置如下：

特等奖一名：奖42寸平板电视一台(3500元)

一等奖一名：奖32寸平板电视一台(20\_\_元)

二等奖2名：奖洗衣机一台(20\_\_元)

三等奖二名：各奖微波炉一台(1000元)

四等奖二十名：各奖5L大豆油一桶(1200元)

纪念奖200名：各奖精美礼品一份(20\_\_元)

活动六：开店送温暖，幸福你我他

盛大开业当晚将进行大型抽奖活动及文艺晚会，敬请期待!舞台音响!费用：(3000元)

**推广促销方案范文 第八篇**

>一、确立目标人群

我们首先要确立我们的邮件是发给什么样的人群的，如果是关于骨科医院的信息，可以把目标客户锁定在中老年或者有老年人的子女身上。不要采用群发的形式向大量的陌生人邮箱地址里投递广告，这种方式不仅收效甚微，而且很容易成为垃圾邮件，损坏公司的形象。在发邮件时要避免无目标投送。

>二、邮件内容要引人入胜

一般我们打开邮件就是大概的扫描一眼就行了，不会很仔细的逐字逐句的慢慢看的，除非是特别重要的邮件。所以邮件的内容一定要简洁、美观大方，最好是采用图片的形式更能吸引人。只有你的邮件内容吸引人，用户才会有看下去的意愿，要是你的邮件内容没有什么可读性，长时间下去的话，用户会嫌烦，可能就会直接退订你的邮件，或者直接让其邮件成为垃圾邮件。所以，我们一定要确保我们邮件的内容充实、丰富、有一定的可读性，能吸引人。在发送前一定要仔细检查邮件内容，语句通顺，没有错别字。同时要附上联系方式，以免消费者需要找人协助时，不知如何联络。

>三、及时回复

在收到邮件的时候，要养成顺手回复的习惯，即使是“谢谢，来信已经收到”也会起到良好的沟通效果。通常邮件应该在一个工作日之内回复客户，如果碰到比较复杂的问题，要一段时间才能准确答复客户，也要简单回复一下，说明情况。实在没有时间回复，可以采用自动回复邮件的方式。

>四、不断开发新的用户

**推广促销方案范文 第九篇**

>一>. >营销环境分析

>(一).需求的性质

1.市场细分能否细分?

(1).几种细分方式:

A根据年级的不同细分:04级本科,05级本科,05级专科,06级专科,07级本科.07级专科.(注:06年本科没有招生)

B根据教育模式的不同细分:普招和自考(注:07级自考生人数众多)

(2)市场细分和目标营销的必要条件:A差异性B可衡量性C可接近性D效益性E可影响性

(3)市场细分:根据不同的教育模式及不同年级的学生的生活方式,个性,价值取向等不同,可以大致细分为以下目标市场:

>(二).需求的范围

1.目前的市场规模(数量或价值)有多大?市场潜力有多大?

**推广促销方案范文 第十篇**

一、活动背景

\_\_由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”。并逐步发展成为零售企业的龙头老大

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。此刻\_\_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：经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经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：\_\_具有很强的规模效应。在必须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、坚持本土化经营。

七、广告宣传：

1、“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客\_\_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\_\_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坚持商品的低价。

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、把握需求特征此刻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。

**推广促销方案范文 第十一篇**

>一、活动背景

xxx商场由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”.并逐步发展成为零售企业的龙头老大。

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xx年在xx开业现已有多家连锁超市也相继开业。现在xx商场入驻xx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。

2、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xxxx金博大等大型商场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：xxx商场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xxx商场在xx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xxx商场的经营理念“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：xxx

广告费用：xxx

营业打折费用：xxx

**推广促销方案范文 第十二篇**

一、活动主题

品味端午传统佳节，体验\_多彩\_新鲜生活

二、活动前言

端午节当天，超市将以全新的活动版块及其资料，为您及家人供给一个温馨的购物场所，让您感受一个难忘的端午佳节。

三、活动时间

20\_年6月14日-6月21日

四、活动目的

①营造节日气氛，从而吸引\_\_\_\_市民；

②提升品牌形象；

③提高占有率，促进销量；

④使经销商、消费者、本超市达成三赢；

⑤直击竞争对手。

活动地点：\_\_\_（店名）超市现场

五、具体活动资料

1、《猜靓粽》

凡在6月14日-6月21日促销时间内，在\_\_超市一次性购物满28元的顾客，凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动。

活动方式：

在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打折价格或不易分辨的厂商粽子，让顾客进行粽子品牌及价格竟猜；

商品由采购部落实价格必须要相当低，以顾客意想不到的价格出售给顾客，使顾客感受到真正的实惠，为节日下一步的销售立下口啤打下基础。

2、《五月端午节，\_\_\_（店名）包粽赛》

1)操作步骤：采购部洽谈粽子材料--材料到位--活动宣传--各店组织比赛;

2)参赛奖品：获得自我所包粽子，多包多得。获得前三名的顾客能够获取超市200-300元不等的购物券。

3、与\_粽\_不一样

1)活动时间：6月14日-6月21日

2)活动资料：凡在6月14日-6月21日促销时间内，在\_\_\_（店名）超市一次性购物满38元的顾客，凭电脑小票均可在付款处获取一对塑料制的小粽子，凭此参加粽内有奖活动。此活动奖品总价值为10000元。

3)奖项设置

一等奖：热水器1台5台、二等奖：自行车1辆15辆、三等奖：精装粽子1盒50盒、四等奖：价值20元的精美礼品80份、五等奖：价值10元的精美礼品120份

4、现场粽子促销

活动方式：卖场堆头陈列、捆绑销售、够买搭赠、免费品尝、现做现卖

1)当天购物金额数每满20元可获赠超市供给的优质粽子一个，依此类推，多买多送。

2)结合端午节特点，粽子、皮蛋、盐蛋、绿豆糕等食品供给特价销售，刺激消费者购买欲望。单品80个左右，其中食品40个，非食品15，生鲜20个。部分商品限时限量抢购。粽子、盐蛋皮蛋礼盒端午节前三天采取\_大甩卖\_销售。

3)由粽子供应商供给相关专业粽子制作人员现场制作现场品尝现场销售。

六、其他相关活动

1、针对特定人群：学生和教师;直接享受必须的购物金额折扣或赠送礼品；

具体资料：凭学生证、教师证购买多彩促销产品能够有8折优惠或送指定的礼品，每张学生证、教师证只能使用一次；

2、针对普通消费者：赠送礼品;具体资料：购买多彩促销产品9折优惠或送指定的礼品；

3、具体方式也可根据不一样区域特点而定；

七、相关宣传

1、两款端午粽子宣传旗卖场悬挂宣传;

2、dm快讯宣传(分配数量见附件)；DM快讯第一、二期各40000份，第三期单张快讯40000份平均每店1800份(距离较近的店从成本角度出发能够适当减少数量)

3、场外海报和场内广播宣传。

八、相关支持

物质支持:

1、采购部联系洽谈1000只粽子做顾客赠送;

2、采购部联系洽谈200斤粽子材料，举行包粽比赛;

3、采购部联系洽谈200只塑料粽模型;

4、pop：风格：喜庆、时尚、年轻、有活力，主体用红色;资料：另外说明;数量：每个经销商柜台、专柜根据具体情景而定;\_架：同pop;包装：采用促销专用装，风格同pop;

人员支持：

人员职责分工：

1：负责人：统筹、领导、计划、实施、监督、协调、评估此次活动;

2：物资采购：负责此次活动所需物资的筹备工作，保证准时交货;

3：业务市场人员：负责协调经销商、培训促销员、做好终端铺货陈列以及pop、\_架、宣传资料的及时准确的到位;

4：设计部门：和业务部商讨设计风格、资料，具体负责pop、货架的设计，准时予以交货

九、费用预算

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动：靓粽每店限送1000只

2、《\_\_\_（店名）猜靓粽，超级价格平》活动：(数量价格由赞助商在各店促销决定);

3、《五月端午节，\_\_\_（店名）包粽赛》活动：粽子散装米每店200斤;

4、《与\_粽\_不一样》活动：塑料粽每店200只，奖品由赞助商供给

5、现场促销活动部分的物资与人员由供货商自我供给

费用总预算：

1、装饰布置，气球、横幅、主题陈列饰物，平均每店500元，

2、吊旗费用：500元

十、事务流程

1、经销商、业务市场人员、其他渠道汇总意见：根据各自情景，供给一份详细的促销计划意见书(6月7日完成);

2、确定此次活动负责部门及负责人以及相关合作部门人员(6月9日前完成)

3、研究讨论对经销商的折扣方式、促销活动的具体方式、主题等事务，正式启动促销，活动实施进程(6月9日前完成);

注：经销商折扣：为提高经销商进货铺货陈列，按经销商的销售促销产品业绩予以销售折扣;

4、物资：pop、货架、包装、其他宣传资料等设计制作于6月5日前到位

5、内部人员培训(业务市场人员、促销员)：就产品知识、促销细节、铺货、货品陈列的具体要求、经销商沟通技巧与细节等做详细说明(6月9日前完成)

6、经销商协商、沟通工作：落实进货、铺货、陈列、pop、货架、宣传资料等细节6月5日前完成，对经销商相关人员培训(6月9日前完成)

此次活动为两条线：一是内部物资筹备、人员协调；二是外部经销商沟通协调。

十一、监督评估

1、对促销的制订、实施、现场、人员、物资等进行有效监督;

2、对经销商执行促销决议效果进行监督;

3、评估促销活动的销售业绩、形象等是否到达预期效果;

4、费用评估;

5、促销礼品发放的细则监督，预防被经销商截留;

6、对促销业绩进行数据分析;

十二、备注

1、包装：采用特定的促销包装，以和其他正常产品区别开来，提议颜色使用红色，以体现喜庆的节日特点，且红色有很强的视觉冲击力;

2、pop、货架、宣传资料：全部使用红色，进一步增强视觉冲击力;促销信息要简单明确

3、所有业务人员、市场人员、经销商业务人员、促销员等要全部进行专题培训，要对进行的促销活动所有细节及相关事项都要掌握;

4、各事务部门须在规定的时间内完成相关事务;

5、完善沟通协调机制。

**推广促销方案范文 第十三篇**

>一、活动背景

凯特购物广场开业一周年，急需扩大商场影响力；中秋节临近，中秋文化节暨中秋食品展销会同期举行。

>二、活动主题

主题：中秋店庆喜临门，千种商品嘉年华，

口号：金秋九月，精彩特惠

思路：借助凯特一周年店庆，中秋节，以及中秋文化节暨食品展销会三大契机，推出特惠酬宾，豪礼派送，一元拍卖等系列促销方法，直接让消费者获利，从而提高凯特广场整体商品销量，展现凯特购物广场商业实力。

>三、活动时间

启动：20xx年8月28日至9月xx日，为期22天。

阶段：8月28日至9月xx日，全场商品特价、买就送。

9月3或4日、9月10日或11日，一元商品拍卖会（含服装）、换客大集

9月12日，进店送好礼、购物办会员卡及赢积分、超值预售

9月13日、9月14日、9月15日，购物抓现金、购物大抽奖、超值预售

>四、活动资料

1、全场特价

各档口特价商品坚持在80%以上，各款商品贴上特价标签，要体现原价和现价两种价格。或者，设置特价商品区，将特价商品集中展示并销售，此项活动则可在下沉广场平台进行。

2、买就送

根据消费额度划分派送档次。一次性购物满200，送；一次性购物满300，送；一次性购物满500，送；一次性购物满800，送；一次性购物满1000，送；一次性购物满1200，送；一次性购物满1500，送。

各档口给消费者出示消费单据，凭单据到广场内的盲点地区领奖。所送礼品实际价值应不超过消费者一次性消费价格的5%，例如，一次性消费满200元，所送礼品的实际价值为不超过10元。

3、一元商品拍卖会（含服装）

设置可参与一元商品拍卖的档口及商品，至少提前一周要确定商品及其基本价格，按照同类商品价格划定拍卖范畴和数量，例如，20元商品拍卖5件，30元商品拍卖5件，以上算是一个范畴。根据这一思路，要提前把拍卖商品图片集中起来，做成喷绘宣传海报，在凯特购物广场主要出入口展示。

一元商品拍卖，底价为一元，起拍价不得低于一元，竞拍价以元为单位，每件商品竞价次数不设限定，竞拍价接近商品基本价格或到达基本价格23，即可喊停，宣布拍卖成功。拍卖会同期进行模特现场走秀，经过走秀方式突出拍卖商品的特色，以增强拍卖效果。

4、进店送好礼

中秋节当天，凡进场的消费者即可得到凯特赠送礼品一份，先到先得，送完为止。在东侧两个出入口各设置一个工作台和一名工作人员，当日凡进场顾客，均可领到一张兑奖券，凭此兑奖券到指定的地点去领取礼品。兑奖券印制数量根据派发礼品实际数量确定。派发兑奖券时要针对年轻人、女性消费群体，或穿着打扮得体的中年女性。

5、现场大抽奖

此为店庆一周年专门设置。从9月13日至9月15日，凡进店消费的顾客，均可送带有摇奖号码的奖券一张（有副券）。消费者凭奖券到摇奖处，将副券交给工作人员。工作人员将副券收进摇奖箱。

摇奖开奖时间定在13日至15日的每一天午时3点左右，由凯特工作人员负责开奖。奖级可设置为一等奖2个，二等奖3个，三等奖5个，幸运奖10个。奖品按奖级数量安排置办。上述抽奖环节需提前一周确定，并经过现场广播、现场海报、DM传单形式对外宣传。

消费者参与的抽奖等级，按其消费额度来划分。例如，一次性购物满200元，可参与幸运奖抽奖；购物满300，参与三等奖抽奖；购物满500，参与二等奖抽奖；购物满800或1000元可参与一等奖抽奖。当然，也可不按此操作，凡购物满200元均可参与统一的抽奖，看谁最幸运。

当日抽奖仅限当日购物，所以抽奖券需印制三种类型的，即按颜色来划分。13日为黄色，14日为红色，15日为绿色。号码从0001至1000。根据档口数量，向档口平均摊派抽奖券数量。

6、购物抓现金

从9月13日至9月15日，凡进店消费的顾客，当日累计购物满500元，即可参与抓现金活动。凭各档口当日收款单据，到指定活动地点，将单据交与工作人员，即可参与抓现金。

规则为，当日累计购物满500元，可抓一次；当日累计消费满800元，可抓两次；当日累计消费满1000元，可抓三次；当日累计消费满1500元，可抓四次。

标准：情侣顾客，让女性抓；家长带孩子的，让孩子抓；抓现金的箱子里，1元硬币和5角硬币混着放，抓取前工作人员使劲晃箱子，让5角的都晃到上头，1元的沉底。

统计：抓出硬币后，由工作人员负责核对，核对后可直接兑取现金，并对抓奖人登记（姓名、地址、电话、购物金额，单据号码，抓现金金额等）

7、购物办会员卡，赢积分、得换购

从9月12日中秋节起，凡进店消费顾客，其消费金额满100元，便可免费办理凯特购物广场会员卡一张，办卡时需登记其姓名、身份证号码、电话、单位，初始消费金额等。就此，需建立顾客会员档案，会员每次来店消费都要出示会员卡，并进行消费统计。

办卡同时获取消费积分，每个顾客初始消费满100元即或10个积分；此后，每消费1元积1分。消费越多，积分越高。积分统计经过会员卡，该卡为IC磁卡，可进行电子统计。所以需上一套终端POS机，以方便刷卡和消费积分输入电脑系统。

根据积分规则，长期实行换购、换领制度。换购商品需标示价格，外加需换购的积分。比如，最新搪瓷杯，标价15元，换购价为10元+5个凯特积分。则消费者可花10元，外加会员卡里的5个积分，便可换购到这件商品。

换领商品仅标示需换领的积分。如一款家用收纳箱，换领需用39个凯特积分。则会员消费者至少需要在凯特消费39元，才可换领到此项商品。

换购相当于长期打特价或打折。可是，每进行一次换购的同时，所涉商家要缴纳商品实际成交价的1%款项，作为凯特实行换购的促销成本回报。

换领则相对复杂点。实际上是经过幕后的一系列等价交换，先期换得商家的商品，然后才能够进行换领。幕后的等价交换可采取形式如下：

促销活动方案，利用凯特购物广场的广播系统发布商家广告，先期不收费用，让商家供给一些小件的商品作为打广告的回报；

B，利用在凯特举办场地活动的机会，让内部商家出去做展销，同时供给凯特方面一些商品作为展位费的实物形式；

C，利用中秋、店庆、国庆三大节日，凡是参与到凯特对外促销活动的商家，均需供给必须量的实物商品作为赠送品、奖品或换领品。

**推广促销方案范文 第十四篇**

促销活动方案一——中秋同欢喜，好礼送不停

>一、活动目的

中秋佳节历来是餐厅酒店做促销的大好时节，也是刺激消费者，拉动消费的最好机会，此次活动一是为了获得更好的利润，另一方面也是为了加强餐厅外在形象，加深餐厅在消费者心目中的印象。

>二、活动主题：

“中秋同欢喜，好礼送不停”

>三、活动对象：

针对高中低不一样的人群进行不一样的中秋促销活动，有效的照应不一样的人群。

>四、活动时间：

9月12日——9月21日

>五、活动形式：

打折；赠送；抽奖

>六、活动具体资料

1、促销期间凡在本店用餐，百元以上均可享受九折优惠。并随桌赠送中秋异常加菜。

2、促销期间凡在本店指定系列套餐，即可获得相应中秋礼盒。

3、活动期间，凡在本店用餐，均能够参加中秋灯迷有奖竞猜活动。同时能够免费得到快照一张。

>七、活动广告宣传

1、人流量集中的地方，火车站，公交车站等，做户外广告。

2、报纸、当地电视台也要进行宣传。

3、并进行传单发放。

>八、其它相关策略

人员调动、酒店布置等都要事前做好分配安排，并起动应急措施，同时要做好相关记录总结，为促销评估做准备

促销活动方案二——周年庆典——美食节

活动时间：xx年9月6日——xx年9月10日

目的：不仅仅能够让消费者花少钱吃百样菜，还能够使消费者明白餐厅的特色。促进该餐厅的消费（增加人气），获得更多的剩余价值（利润）。

要求：要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

活动形式：

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100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200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。

促销活动方案三——中秋佳节——对酒x当歌x赏月

念人生之多少良辰美景莫过于此

地址：饭店、酒店、餐饮临街空地建行门前

场地布置：搭建一个临时舞台背景布幔一个进口音响一套舞台地板上小灯笼16盏其他背景灯光。

活动创意：

1、现场猜谜活动：在活动现场悬挂有谜语的五彩灯（红灯）笼。凡中者皆能获得10元的消费优惠券。塑造中秋的气氛和饭店、酒店、餐饮的江南文化内涵。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》：邀请台下一齐参加，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，唱出最多首和唱功最好者，均有奖励（100元或50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。

（5）饭店、酒店、餐饮特制月饼大派送：由老板、员工及嘉宾共同举行切饼仪式，统一送至顾客手中。

**推广促销方案范文 第十五篇**

>一、促销活动目的

利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

>二、促销活动对象

xxx的目标消费群

>三、促销活动时间

20xx年x月x—x日，根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动量接触消费者。

>四、促销活动城市

>五、促销活动方式

运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

>六、促销活动主题

五一3+1天狂欢购

>七、促销活动产品

xxx各系列特价产品

>八、促销活动策略

为完成年前库存换季清销工作，本次五一促销活动策划以向消费者让利为主要操作手段；为了展示xxx品牌产品线的完整性，向消费者传达一线品牌的全面形象，所以此次促销活动将针对所有终端销售产品进行，根据产品的库存时间安排，库存产品折扣力度放大，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销售量。

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

**推广促销方案范文 第十六篇**

一、活动背景

凯特购物广场开业一周年，急需扩大商场影响力;中秋节临近，中秋文化节暨中秋食品展销会同期举行。

二、活动主题

主题：中秋店庆喜临门，千种商品嘉年华，

口号：金秋九月，精彩特惠

思路：借助凯特一周年店庆，中秋节，以及中秋文化节暨食品展销会三大契机，推出特惠酬宾，豪礼派送，一元拍卖等系列促销方法，直接让消费者获利，从而提高凯特广场整体商品销量，展现凯特购物广场商业实力。

三、活动时间

启动：20\_\_年8月28日至9月18日，为期22天。

阶段：8月28日至9月18日，全场商品特价、买就送。

9月3或4日、9月10日或11日，一元商品拍卖会(含服装)、换客大集

9月12日，进店送好礼、购物办会员卡及赢积分、超值预售

9月13日、9月14日、9月15日，购物抓现金、购物大抽奖、超值预售

四、活动资料

1、全场特价

各档口特价商品坚持在80%以上，各款商品贴上特价标签，要体现原价和现价两种价格。或者，设置特价商品区，将特价商品集中展示并销售，此项活动则可在下沉广场平台进行。

2、买就送

根据消费额度划分派送档次。一次性购物满200，送;一次性购物满300，送;一次性购物满500，送;一次性购物满800，送;一次性购物满1000，送;一次性购物满1200，送;一次性购物满1500，送。

各档口给消费者出示消费单据，凭单据到广场内的盲点地区领奖。所送礼品实际价值应不超过消费者一次性消费价格的5%，例如，一次性消费满200元，所送礼品的实际价值为不超过10元。

3、一元商品拍卖会(含服装)

设置可参与一元商品拍卖的档口及商品，至少提前一周要确定商品及其基本价格，按照同类商品价格划定拍卖范畴和数量，例如，20元商品拍卖5件，30元商品拍卖5件，以上算是一个范畴。根据这一思路，要提前把拍卖商品图片集中起来，做成喷绘宣传海报，在凯特购物广场主要出入口展示。

一元商品拍卖，底价为一元，起拍价不得低于一元，竞拍价以元为单位，每件商品竞价次数不设限定，竞拍价接近商品基本价格或到达基本价格23，即可喊停，宣布拍卖成功。拍卖会同期进行模特现场走秀，经过走秀方式突出拍卖商品的特色，以增强拍卖效果。

4、进店送好礼

中秋节当天，凡进场的消费者即可得到凯特赠送礼品一份，先到先得，送完为止。在东侧两个出入口各设置一个工作台和一名工作人员，当日凡进场顾客，均可领到一张兑奖券，凭此兑奖券到指定的地点去领取礼品。兑奖券印制数量根据派发礼品实际数量确定。派发兑奖券时要针对年轻人、女性消费群体，或穿着打扮得体的中年女性。

5、现场大抽奖

此为店庆一周年专门设置。从9月13日至9月15日，凡进店消费的顾客，均可送带有摇奖号码的奖券一张(有副券)。消费者凭奖券到摇奖处，将副券交给工作人员。工作人员将副券收进摇奖箱。

摇奖开奖时间定在13日至15日的每一天午时3点左右，由凯特工作人员负责开奖。奖级可设置为一等奖2个，二等奖3个，三等奖5个，幸运奖10个。奖品按奖级数量安排置办。上述抽奖环节需提前一周确定，并经过现场广播、现场海报、DM传单形式对外宣传。

消费者参与的抽奖等级，按其消费额度来划分。例如，一次性购物满200元，可参与幸运奖抽奖;购物满300，参与三等奖抽奖;购物满500，参与二等奖抽奖;购物满800或1000元可参与一等奖抽奖。当然，也可不按此操作，凡购物满200元均可参与统一的抽奖，看谁最幸运。

当日抽奖仅限当日购物，所以抽奖券需印制三种类型的，即按颜色来划分。13日为黄色，14日为红色，15日为绿色。号码从0001至1000。根据档口数量，向档口平均摊派抽奖券数量。

6、购物抓现金

从9月13日至9月15日，凡进店消费的顾客，当日累计购物满500元，即可参与抓现金活动。凭各档口当日收款单据，到指定活动地点，将单据交与工作人员，即可参与抓现金。

规则为，当日累计购物满500元，可抓一次;当日累计消费满800元，可抓两次;当日累计消费满1000元，可抓三次;当日累计消费满1500元，可抓四次。

标准：情侣顾客，让女性抓;家长带孩子的，让孩子抓;抓现金的箱子里，1元硬币和5角硬币混着放，抓取前工作人员使劲晃箱子，让5角的都晃到上头，1元的沉底。

统计：抓出硬币后，由工作人员负责核对，核对后可直接兑取现金，并对抓奖人登记(姓名、地址、电话、购物金额，单据号码，抓现金金额等)

7、购物办会员卡，赢积分、得换购

从9月12日中秋节起，凡进店消费顾客，其消费金额满100元，便可免费办理凯特购物广场会员卡一张，办卡时需登记其姓名、身份证号码、电话、单位，初始消费金额等。就此，需建立顾客会员档案，会员每次来店消费都要出示会员卡，并进行消费统计。

办卡同时获取消费积分，每个顾客初始消费满100元即或10个积分;此后，每消费1元积1分。消费越多，积分越高。积分统计经过会员卡，该卡为IC磁卡，可进行电子统计。所以需上一套终端POS机，以方便刷卡和消费积分输入电脑系统。

根据积分规则，长期实行换购、换领制度。换购商品需标示价格，外加需换购的积分。比如，最新搪瓷杯，标价15元，换购价为10元+5个凯特积分。则消费者可花10元，外加会员卡里的5个积分，便可换购到这件商品。

换领商品仅标示需换领的积分。如一款家用收纳箱，换领需用39个凯特积分。则会员消费者至少需要在凯特消费39元，才可换领到此项商品。

换购相当于长期打特价或打折。可是，每进行一次换购的同时，所涉商家要缴纳商品实际成交价的1%款项，作为凯特实行换购的促销成本回报。

换领则相对复杂点。实际上是经过幕后的一系列等价交换，先期换得商家的商品，然后才能够进行换领。幕后的等价交换可采取形式如下：

促销活动方案，利用凯特购物广场的广播系统发布商家广告，先期不收费用，让商家供给一些小件的商品作为打广告的回报;

B，利用在凯特举办场地活动的机会，让内部商家出去做展销，同时供给凯特方面一些商品作为展位费的实物形式;

C，利用中秋、店庆、国庆三大节日，凡是参与到凯特对外促销活动的商家，均需供给必须量的实物商品作为赠送品、奖品或换领品。

**推广促销方案范文 第十七篇**

>一、活动背景

为快速提升自营厅引商入柜手机卖场在全市的知名度，短期内在广大客户中间形成一定影响，为打造形象好、标准高、规模大的终端卖场奠定基础，经公司研究决定在全市范围内同步组织手机卖场的开业活动。

>二、活动目的

通过开业造势宣传，迅速提升移动卖场的影响力。使客户形成“买手机到移动手机卖场”的共识。

>三、活动时间

20xx年1月12日——2月10日

分批次开业：

20xx年1月12日至14日xx区旗舰店、高台中心厅、山丹中心厅、临泽中心厅。

20xx年1月19日至21日xx区联合卖场（海诚、兴盛、盛世、八方通讯）、民乐县中心厅及第一批次已经开业的厅店。

20xx年1月26日至28日全市31个引商入柜的自营厅同步开展。

>四、活动主题

移动手机卖场盛大开业六重豪礼大放送！

宣传口号：移动手机卖场开业啦六重大礼大放送!

全城最低价全场8折起全面大优惠

>五、活动内容

（一）开业同乐进店就有礼

活动期间，凡进店咨询或办理业务的客户均可免费获赠欢乐家庭围裙或无纺布袋一个。（徐cc在1月9日前清点各县区库存情况，并及时进行补给和分配）

（二）配件大放送购机就有份

活动期间，卖场内商家提前准备一定数量的价值30元以下的手机配件用于促销，每个商家每天赠送20个。

（三）开业抽大奖千元手机等您中

各县区在开业卖场门前开展大型现场抽奖活动，每天抽一等奖2名、二等奖5名、三等奖10名。

一等奖天迈i08手机一部（价值1000元）

二等奖联想TD168座机一部（价值500元）

三等奖生物热能毯一个（价值200元）

（四）开业开门红礼上还有礼

活动期间，每天早上每天第一个购买手机成交的客户可获赠价值500元MP5一个；购买手机成交的第2-5名客户可获赠价值100元的厨房七件套。（该活动尽在活动期间的每天上午11:00前开展）

（五）购机送礼包早行动更实惠

活动期间，每天购买手机的前30名客户可获赠购机价格30%的话费包；31至50名客户可获赠购机价格20%的话费包。（杨xx负责配送话费包）

（六）开业低价到底手机买一送一

开业期间，客户购买1000元以上手机再赠送TD座机1部；另外，经销商自采手机价格要比平时销售价格低30到80元。

注：TD座机必须为新开户号码，与手机号码合户。

>六、活动组织

成立活动小组

组长：高xx

总体负责卖场开业活动的协调、指挥，活动准备情况的跟进。

副组长：

负责相应县区公司卖场开业活动开展。

成员：周xx、杨xx、xx、徐cc及相关县区公司人员。

周xx负责活动方案策划及活动宣传物料的设计、制作及布置工作。

杨xx负责xx区旗舰卖场及联合卖场的柜台、手机的布置、卖场内活动组织及与商家的协调工作；在活动结束后进行活动的评估总结。

xx负责促销人员、路演现场管理；在活动开展过程中跟踪活动开展情况并及时反馈给公司领导。

徐cc负责活动所需礼品的供给、分配。

县区公司负责对自有人员及商家人员进行活动内容的宣贯培训、卖场内氛围营造布置、环境保持、秩序维持。

>七、活动流程安排

>八、活动布置

布置的主线围绕“开业、新年”要求场面“喜气”“大气”“人气”“财气”

喜庆：大面积运用红色调，包括吊旗柜台贴、海报、背景喷绘等。大气：卖场内外的布置要有震撼力，卖场外借助路演舞台、拱门等进行衬托。

人气：同步开展活动的卖场要保证足够的现场促销人员，原则上除终端销售人员外现场促销人员不少于10人，如人员不够可招募临时促销人员。1月10日前各县区公司确定促销人员名单，并上报分公司市场部进行核实。

财气：礼品区的布置要足够气派显示财气才能引入顾客的财源。

1、手机布置卖场机型摆放要求丰富、价位比平时有视觉冲击力、标价卡注明开业价、价格数字一定要写大。

2、吊旗布置吊旗要一张连接一张悬吊，呈一条直线。（吊旗悬挂示：移动手机卖场盛大开业六重豪礼大放送！）

3、海报每个卖场粘贴2张以上于显眼位置。

>九、相关要求

1、请县区公司提前联系庆典公司及主持人，并与主持人提前沟通议程及串词。

2、每县区至少包装两辆宣传车在城区巡回游街。

3、各县区提前联系领取活动涉及的促销礼品及终端。

4、分公司市场部1月9日前下发宣传物料模板。

**推广促销方案范文 第十八篇**

>一、活动目的：

中秋节是中国传统节日，是中国人浓重“家文化”的具体体现，与欧派倡导的“家居文化”理念相匹配，同时，中秋节是本年度仅剩的两次促销时机之一。中秋时机，借助“冠军联盟”品牌影响力及“冠军联盟家居文化节”活动平台，强推欧派衣柜，使“欧派衣柜”得以广泛传播，为大众所认知。并以强势的宣传攻势和创新的市场策略，全面提升销量，为国庆备战奠定坚实的基础。

>二、活动时间：

促销时间：9月3日-9月12日

（集中团购时间：9月10日-12日间的任一天）

>三、活动地点：

欧派全国衣柜商场

>四、活动主题

“家”好月圆，团聚盛“惠”

----冠军联盟家居文化节中秋团购会

特别说明：团购场地必须是在当地排名前三的建材卖场，如果当地各品牌有大店的（卖场面积1000㎡以上）可选定一家作为主场操作。

>五、促销内容

（一）欧派独立促销

【中秋见面礼】进店客户即可免费获赠欧派家居礼品一份；

【衣柜惠赠礼】购买衣柜折后金额满8000元即送价值1588元的高档鞋柜。

【买衣柜送联盟产品代金券】

购买欧派衣柜金额达8000元，可赠送东鹏陶瓷、大自然地板、雷士照明、万和热水器代金券。（具体额度由当地联盟协商决定）

购买欧派衣柜金额每满5000元，可使用衣柜代金券500元。(本条做为经销商执行参考) （此条由经销商与当地联盟品牌经销商共同协商制定）

【特价衣柜】

特价柜身：中纤板，特价158元/平米！

特价趟门：木纹板，黑镜腰线，原价764元/平米，特价468元/平米!

皮纹优雅板,原价1089/平米，特价828元/平米!

【团圆折上礼】

买衣柜并交20xx元定金，可赠送20xx元橱柜现金券（每单橱柜限用一张，有效期至9月19日）。

（二）联盟联合促销

【联盟护照】

1、顾客在“冠军联盟”任一品牌指定门店（摊位）交定或购买产品，送“联盟护照”一本（交定或选购单一品牌金额不少于1000元），或以10元/本购买“联盟护照”；

2、活动期间，在“冠军联盟”任一品牌处盖章，凭盖满章的“联盟护照”与活 动当天在指定地点领取精美礼品一份；

3、享受联盟折上折优惠。活动期间，凡订购联盟2个成员品牌产品，在各品牌原有折扣基础上额外享受消费总额97折优惠，定购3个或3个以上成员品牌产品，即可在各品牌原有折扣基础上额外享受消费总额96折优惠（特价类产品除外）；

（备注：具体使用哪种方式由当地联盟协商确定，亦可在此基础上进行更改）

【联盟大抽奖】

活动期间，凡预订欧派衣柜并缴纳定金者，可参与冠军联盟大抽奖，有机会赢取豪华大奖！每交定金3000元可获抽奖券一张（一次抽奖机会），交6000元两张，以此类推（最多3张抽奖券）。

奖项设置：一等奖：1名 苹果iPhone 4

二等奖：1-3名 苹果iPad 2

三等奖：xx名 价值xxxx元的欧派电器套餐

四等奖：xx名 价值xxxx元的欧派厨房挂件

（备注：具体奖品方案由当地冠军联盟协商制定）

>六、传播及推广

传播策略：以联盟联合宣传与欧派独立宣传相结合的形式展开宣传。制定广告宣传计划，传播时间应提前至少10天开始。

（一） 联盟联合宣传

**推广促销方案范文 第十九篇**

>一、肝药市场状况

>（1）市场规模

①市场庞大，20xx年用于肝胆治疗的中成药销售额达亿元，且每年以的速度增长，预计20xx年肝胆用药市场容量有望突破20亿元。

②我国乙肝携带者达亿，约占总人口的10%，目前有症状的慢性乙肝患者约3000万人。

>2）市场特征

①竞争日益激烈，产品同质化，促销活动四处充斥，炒作产品营销模式亦日趋同质化。

②药品管理法规的深入实施，严格限制了炒作产品的自由操作空间，广告宣传受限，大型活动外联吃紧。

③虽然多数患者服药时间较长，说服难度增加，但患者有治愈的强烈的主观愿望，对新产品需求迫切，这一点决定肝药市场仍有很大的操作价值。

>（3）市场发展趋势

①肝药销量持续增长，顺应国家医药经济快速增长趋势。

②在肝病研究领域，短期内不会出现强势替代品，疗效好的产品不可能很快出现。

③消费者日趋理性，促销活动魅力日减，零售终端日趋活跃，但营销模式仍将是竞争制胜的关键。

>二、护肝舒胶囊营销模式说明

肝药市场经过多年的炒做，消费者也由过去的冲动消费，逐步向理性消费转变，不再只是依赖于广告和价格，他们更多关注服务和疗效。

护肝舒胶囊根据消费者的这种需求，如何在市场上开疆拓地，分得一块蛋糕，只有在营销模式上创新，在服务上创新，以区别于同类产品，让消费者在肝药市场看到一个全新的形象，一个值得信赖的形象。

而会议营销，即数据库营销，作为近年来悄然兴起的营销模式，正以其低投入，高产出的优势，让很多先行企业创造了快速增长的奇迹。

>会议营销的特点是什么呢？

1、会议营销根据收集到的目标消费者资料，有针对性的进行推广和促销，这样不但可以很好的控制费用的支出，与传统营销方式相比，产品推广更有效率，而且服务问题也容易解决。

2、传统的营销活动，运用电视、报纸、电台等大众传媒进行大规模推广，而会议营销不显山、不漏水就把产品推广了。它只是在企业和目标消费者之间进行，从而避免与竞品的正面交锋，由于和目标消费者面对面的有效沟通，拉近了双方的距离，增强了目标消费者对产品的忠诚度，同时，也规避了大部分外联风险。

会议营销的这种特点，如果能够和传统的营销模式相结合，互为支撑，取长补短，融合在一起，各司其职，遥相呼应，不但会增强品牌知名度，而又较低调的切入市场，规避了外联、竞品等的正面冲突。

因此，护肝舒胶囊采用以患者名单为中心（名单收集和名单运用），以小型公益活动为手段，以重点零售终端为基点，以跟踪服务为补充的整合营销模式。

>三、护肝舒胶囊的市场推广方案

核心：“2+3工程”

两个基本点：

>1、开展小型活动

通过不间断的社区活动，搜集名单进而会议营销。

>2、重点零售终端拦截

终端分为硬终端和软终端，合理利用硬终端的形象展示和软终端的人际关系，搜集名单，进行会议营销。

>三项工作：

1、培训一批优秀的推广人员；

2、“1+1”贴心服务，即一对一的沟通服务。要做到对目标名单的透彻了解，从情感上入手，进行会前沟通；多为对方着想，进行贴心的售后服务；

3、“1+N”活动，即每个月要举办一次有主题的推广会议，要举办N次小型推广活动；每个推广人员一次活动要能够邀请到N个（5——8）名单。

护肝舒胶囊“2+3工程”的重点是：多渠道宣传，搜集尽量多的名单，运用会议，促成销售。

>（一）宣传途径

>1、通过社区活动

社区活动的重点是居委会、老年活动中心、老年娱乐中心等，同时，社区不仅指居民聚居地，还指所有能聚人的地方。只要利于宣传，能够采集有效数据，能够寻到目标人群，能够产生销量。

如何开展社区活动？是得到有效数据的关键点，同时，也是会议营销能否成功的关键，社区活动做的是会前的沟通，非常重要。

1）通过社区“黑板报工程”，建立护肝舒胶囊的宣传阵地。通过大规模的社区黑板报运做，将会起到传播健康知识，增强健康观念，树立预防意识等，引起社区居民关注，甚至引起媒体关注，进而取得数据。

（说明：很多社区都有黑板报，而黑板报的内容不外乎国家政策、法律法规、计划生育、通知、健康知识等，编报的人有些是退休的，想为社区办点事，闲不住，有些是居委会编报，是任务。把这些资源有效利用起来，效果不可估量。）

2）通过和各种活动中心的合作，可以举行一些小型的公益活动，扩大宣传面。进一步搜集数据。

通过大规模的社区宣传活动，取得第一手数据，树立一定的知名度，给目标消费者一个好印象。

>2、适当运用报纸、电视、电台、信函、海报等

如何运用这些宣传方式，是扩大知名度，在更广、更宽范围内取得数据的有效方式。

>3、做强势终端

终端药店不在于多，而在于精。

什么是强势终端？要做到两点，首先是展面，展示要生动化，这是硬终端；第二是软终端，终端推广促销人员要有专业性，要和店方各级人员搞好合作关系，同时要和各类促销人员搞好关系。这样的终端环境，有利于促进销售，有利于搜集数据，有利于会议营销的前期沟通。

在宣传上能够做到三点联动，形成有机结合，搜集数据，进而甄别数据，分类合理运用。

>（二）关于人力资源

由于肝宁运用整合营销方式，又以会议营销为主线，与目标消费者面对面的沟通较多，这样对人员的素质要求就高，那么培训就显得尤为重要。

>1、人员分类

1）专职

有一定经验，有医学或者销售背景，有一年工作经历，容易沟通，有热情。另外，有文艺特长的适当招聘。

2）兼职

医学和营销专业的应届毕业生为主，他们做事认真，具有可塑性。

>2、人员分工

专职人员的主要工作是组织会议、协调关系，整理数据库名单，分类进行会前沟通，在会议期间调动气氛，处理各类突发事件，保证圆满完成每次会议，并做会后总结，提取经验。

兼职人员的主要工作是会议营销前的宣传、推广，搜集数据。

>3、培训

护肝舒胶囊市场推广成功的关键是有一支训练有素的队伍，要想提高战斗力，培训和学习是提高员工工作成效的有力手段。

>（三）终端及渠道建设

终端要少、要精。渠道要扁平化。

1、终端：硬终端是解决目标人群的信任度问题，展示企业实力，起到宣传作用；软终端是解决卖场的各种人际关系问题，促使形成积极的推广氛围，有效建立数据库。

2、渠道：是解决产品销售通路问题。第一是通过终端、社区宣传推广活动销售；第二是根据掌握的目标人群数据，运用会议营销。

>（四）护肝舒胶囊如何做会议营销

1、掌握足够多的目标消费者资料，并从中筛选出适合条件的人。

2、了解目标消费者的各方面情况，会前沟通一定到位，为正式开展的活动作铺垫。

3、召集目标消费者参加会议，进行现场营销。

会议营销的成功与否，在于各个环节的衔接和气氛的调节，一般要分以下几步：

1）沟通观念。

2）专家讲解相关知识。

3）讲解产品知识。

4）现场活动，鼓动气氛。

5）产品销售。

>（五）跟踪服务

1、“1+1”贴心服务，在潜在消费者没有购药的情况下，进行一对一的跟进。对购药的患者进行全方位的售后服务。

2、根据掌握的名单，在重点终端以及开展的社区活动中，对流失的名单进行再次开发，再次引入会议，促成销售。

**推广促销方案范文 第二十篇**

>一、活动目的`：

1、紧紧抓住本月销售高峰的来临，通过一系列系统性的卖场内外布置宣传，给顾客耳目一新的感觉，充分营造良好购物环境，提升我超市对外整体社会形象。

２、通过一系列企划活动，吸引客流，增加人气，直接提升销售业绩。

>二、活动时间：

12月21日——12月31日

>三、活动宣传计划：

1、海报：根据公司总体安排。

2、场内外广告牌宣传：总体要求：活动公布一定要提前、准确无误，排版美观大方，主题突出。

3、卖场气氛布置：总体要求：节日气氛隆重、浓厚、大气。（单独出台方案，在此略。）

>四、活动组织计划：

分时间段的活动安排：（为使活动具有连续性、衔接性，容易记忆，将活动按周安排，轮番对顾客进行促销，持续刺激消费者的购物欲望，加深顾客对顺百超市的印象，不断实施消费行为。）活动时间：12月21日—12月27日

惊喜第一重：狂欢圣诞节，加一元多一件！

活动时间：12月23日—25日

活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满58元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。（每日限量，先到先得）

购物满58元加1元得顺百超市圣诞帽一顶（限量300顶日用）

购物满118元加1元得顺百超市柚子一个（限量300个自理）

购物满218元加1元得500ml生抽一瓶（限量300瓶食品）

惊喜第二重，圣诞老人来啦！甜蜜礼品大派送

活动时间：12月24日、25日

活动内容一：每天由圣诞老人和圣诞婆婆手提圣诞礼包对来我商场的小朋友进行糖果大派送。（预备：大约每天约30斤糖。）

活动内容二：12月24日活动当天前288名的顾客可获赠送吉祥苹果一个。

惊喜第三重，周

>六、周日活动安排：

目的：根据目前销售情况及本地人消费习惯，周六、周日的客流还具有挖掘的潜力，通过以下活动，旨在拉动周六、周日销售，提高本月整体销售额。

狂欢圣诞节，超低特卖场

时间：逢周六、周日

内容：每天提供两种以上超低价商品，统一摆放于出口处，形成一个超低特卖场，顾客凭当日购物满38元的电脑小票.每人每票限购一份，售完为止。

惊喜第五重，圣诞到，好运来！

活动时间：12月21日—12月27日

活动内容一：圣诞节快乐推出：购物玩骰子，好运自然来！凡在我商场购物满58元的顾客，即有机会凭电脑小票到我商场出口处参加一次“玩骰子”游戏活动，满98元两次，168元以上三次，我们的奖项设置有：

最高幸运奖：掷出六个六点，奖价值100元以上的礼品一份；（1份/天，计6份，600元）家电

玩骰子“高手”奖：掷出六个一点至六个五，奖价值30元以上的礼品一份；（5份/天，计30份，900元）日用

玩骰子“幸运”奖：掷出任何5个以上相同的点，获得价值5元礼品一份；（50份/天，计300份，1500元）食品

玩骰子“参与”奖：掷出3个以上相同的点，奖纪念品一份，每日限量，先到先得，送完即

活动内容二：抽奖转盘<

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！