# 联想手机促销活动方案

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2025-03-15

*第一篇：联想手机促销活动方案联想乐phone音手机劳动节促销方案一、促销活动目的：旺季抢量，同时强化联想乐phone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。节假日对于联想品牌来说都是一个彰现品牌...*

**第一篇：联想手机促销活动方案**

联想乐phone音手机劳动节促销方案

一、促销活动目的：

旺季抢量，同时强化联想乐phone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。节假日对于联想品牌来说都是一个彰现品牌实力、品牌风格的重要节日！通过本活动刺激消费，促进销售，提高品牌知名度。

二、促销主题和内容：

主题：完美音质，随身畅响，霓光盛彩缤纷献礼

内容：2024年5月1日－2024年5月3日，凡购买联想乐phone音乐手机任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

三、活动对象：

联想新老顾客以及联想乐的VIP客户

四、促销活动的方式

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，公司根据各卖场音乐手机完成率核销各商场礼品货款。

礼品费用核销办法：根据卖场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(最高为100%)×单台礼品价格

赠品配送方式：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。

五、促销活动时间与地点

促销时间：2024年5月1日－2024年5月3日，促销地点：太原市各大手机卖场

六、促销方法

1.活动期间，凡购买想乐phone音乐手机任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

2.活动期间，联想 VIP顾客凭卡到原发卡店领取精美国庆礼物一份，每卡仅限使用一次。（数量有限，送完即止。）

3.新客户购满2024元送联想精美礼品一份。（数量有限，送完即止。）

七、广告配合广告以海报与POP形式配合。终端店铺的海报、POP同样以红、绿、白圣诞色为主色调，装饰整个卖场。联想公司市场部需在2024年5月1号之前联系好太原电视台、太原市公交公司，以便我们在太原电视台和太原公车上做广告宣传，确保本次的促销活动成功进行。

八、早期的准备工作

1． 促销活动现场节日气氛的渲染

店内要有条幅，上面悬挂着五颜六色的彩灯、礼物和纸花。所以，我们凯撒促销活动现场气氛的渲染围绕国庆节内容展开。

a.卖场氛围

整个促销活动期间，联想终端卖场以“劳动光荣”等为音乐背景。

b.橱窗布置

以劳动元素为主，辅以其他元素。2.礼品开发：联想品牌的各种小产品。

3.陈列布置具体做法：

1.陈列所需的物品：透明背胶喷画、烛光灯箱。

2.橱窗的布置：用红色长毛地毯铺在地面上，让人感觉劳动节的到来，产生温馨的氛围，让人深切的感受到劳模就在身边；促销礼品的摆放及地面的红地毯更好的衬托劳动节的主题；加上橱窗上粘上节日主题的透明背胶画，更好的突出了节日的氛围。

3.收银台的布置：可用红条横挂在收银台旁边，让顾客最直接的感受到节日的氛围。4.卖场的布置：和种条幅。

5.节日期间口号：“五一快乐！欢迎光临”

九、活动的中期操作

1.在操作过程中，所有VIP顾客凭VIP卡领取礼品一份，不可多领；新顾客购满2024元，送礼品一份。如顾客对本次活动有任何疑惑，终端销售人员因详细说明。此活动最终解释权在本公司。

2.礼品赠送只在活动期间执行

十、活动后期的延续工作

此次活动结束后，紧接着就是十一与圣诞的促销活动。由于这几个重要的节日相距时间不长，所以可以把此次的促销活动延续到下个活动中来。也可利用较多的顾客人流，宣传十一与圣诞的促销活动。

十一、活动的预算

礼品数量与价格

礼品控制在每份100元左右，需要礼品份量600份左右。礼品所需费用初步统计约为60000元。

十二、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：促销员演示样机配备。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。

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5月1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，估计各品牌的投入

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。在国庆高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。注意国庆节人流特点。

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。

十三、此次活动效果的评估工作

以苏宁、国美、等综合大店为促销活动策划的后期跟踪对象，调查通过本次促销活动，调查各店去年同月销售对比，考核此次促销策划活动的效果。

**第二篇：手机促销活动方案**

活动方案

活动时间：2024年7月12日-14日

主题：\*\*\*\* 开业盛典

活动：1、2、3、4、进店前50名就送康师傅茉莉清茶一瓶2024年7月1日老客户凭购机小票领取充电宝一个购机均可抽奖（CC卡美黄金、平板电脑、充电宝等）再次启用1元配件风暴 或者购1000元价位手机送100元配件，2024元价位手机送200元配件5、6、苹果4 特价1999元限时抢购 每天10台学生购机96折优惠

**第三篇：手机促销活动方案**

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”

2024年9月20日-10月31日,凡购买步步高音乐手机任意一款,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×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:最好能

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;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.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，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

售点名称:填表人:

编号

顾客姓名

联系电话

手机型号

手机ImEI码

赠品名称/数量

赠品库存表

期初库存

实销数量

送出赠品

期间补货

期末库存

备注:是否有其他损耗,请在下面注明原因。

**第四篇：手机促销活动方案**

手机促销活动方案

前言

作为哈尔滨一家有规模和实力的手机销售卖场，东耀电讯店即将开业，进入中山商圈。本次策划案的具体目标是体现出新天天的实 力，在中山商圈取得了一定的知誉度对于在中山街先声夺人并立稳脚跟有着至关重要的影响。既要有轰动的场面，又要有实实在在的营业额，两者兼具，这是本次活动的宗旨。

一 预期目标让东耀电讯店开业的消息得到广泛的传播，通过各种促销活动让更多的目标群体前来；加深新天天手机在哈市消费者心中的形象；通过火热的演出活动，吸引目标消费者光顾新天天手机卖场，无论是从前期策划到后期的执行，都务必使这次活动达到轰动的效果；通过各种媒体配合，要让消费者充分感受到新天天手机卖场的实力；加强员工的责任感和对公司的信心

二 开业活动目的内部效应 通过活动加强公司内部的凝聚力，形成企业文化外部效应 通过此次活动加深新天天在消费者心目中的形象，并通过媒介效应使更多的目标消费受众认知

三 开业活动主题

以中山店为主题，介绍新天天在哈尔滨发展的过程，为了达到轰动的目的，平面媒体在一周左右开始宣传，开业活动以文艺演出为主题，在这一主题下，设计一台高雅时尚的文艺演出，吸引目标消费者的注意，通过文艺演出的间歇举行抽奖活动以及带动情绪的劲爆歌舞，达到让消费者惊喜不断的目的。

四 活动时间选择

开业当天 上午9：30 ~11：30 下午 1：30~4：00

在这一时间段内，中山大街人群密度较大，开展活动能起到极好的宣传作用

对吸引人气有一定的优势

五 活动细则

（1）活动构思剪彩揭幕：把开业活动这条主线打开歌舞表演：以热烈的歌曲表演带动起观众的情绪抽奖活动：在歌舞的间歇时间，举行小礼品抽奖活动，所有观看演出的朋友都有机会参加，主持人提出有关新天天手机卖场的问题，答对 的观众上台抽奖，奖品为各种小型的礼品，起到保证人气的目的媒体宣传：在开业活动一周左右的时间在《新晚报》和《生活报》上进行媒体造势，为了起到足够的效应，可在报纸的一角设优惠券，可 享受一定程度的优惠。

（2）会场布置

（一）中山大街周围

开业前一星期以及开业当天，加大宣传力度，采用宣传单发放的形式，另外组织10人高举东耀电讯店开业的宣传大牌沿着奋斗路、中山大街一线进行宣传。（派一名工作人员随时抽查）和兴店附近（南岗和兴路区域）中山大街附近（南岗花园街、中山大街、奋斗路附近）北方剧场附近（南岗西大直街附近）中央大街附近以及哈一百商圈（道里区附近）通乡商店附近（香坊红旗大街附近）哈西服装城（南岗区学府路区域）沃尔玛附近（南岗区河沟街沿线区域）教化电子大世界（南岗区教化广场附近）建国公园附近（道理区建国街附近区域）会展中心（家乐福以及会展中心区域）

预算：

共10个区域 每个区域两人 共20人 每人每天25元

举牌子20人 每人每天35元

总计预算为（天为单位）1200元/天

（二）店外

找到合适的位置进行开放式搭台

门外陈列企业logo刀旗

门口升氢气球

门外设大型拱门（向厂家索取）

设立大型主题版一块，达到宣传主题的目的 楼体上方悬挂主题横幅一个

门口用蓝色以及白色气球或者花篮装饰

会场周围设置两只大音箱以及相关的调音设备，便于主持和有关人员发言讲话。音像（套）、舞台（套）、背景喷绘、布景喷绘、灯光（套）、办公用品（套）人员模特、歌手、舞蹈演员

演出人员和主持人居于两侧

（三）店内

门口设立明显的企业logo接待处，向过往的顾客发放彩页宣传弹、礼品等

设立迎宾和导购小姐

企业标识绶带、悬牌、地贴

顶端悬挂pop彩旗

相关的区域设立休息处，有相关的工作人员进行奖品以及礼品的赠送

宣传单进行现场发放

（3）整体气氛布置

整个活动将配合剪彩活动，以剪彩揭幕、奠基典礼的热烈喜庆和庄重气氛为基调，通过气球、花篮等装饰，使开业活动显的庄重、喜庆把会场主题和开业庆典主题一致

（4）活动程序设置

作为一个庆典活动，欢庆的气氛应浓烈，我们计划用一部分欢庆活动来起到调动会场情绪的作用。由劲舞表演开始来制造喜庆气氛，也是 为以后的项目打气助兴作准备。由于它费用低、收益大、最容易制造气氛和场面。故而，以劲舞表演活动作为开业仪式上的一个组成部分 最为合理。另外，应当由司仪主持庆典活动全过程，由司仪来穿针引线，才能使会场井然有序。室外部分

由司仪主持，在歌舞活动之间，穿插介绍新天天手机，并进行有奖问答活动，问题围绕司仪主持介绍的新天天的相关知识方面，对答对的 顾客上台进行抽奖，歌手在演唱歌曲的同时向台下扔撒小纪念品，在歌手串场期间，司仪主持可以邀请台下的观众上台参加节目，增强互 动性。另外，在室外还要进行“轮盘转转转，大礼送不断”的活动。凡是有兴趣参加的观众都可以上台免费参加，转动轮盘，指向相对的 位置就有机会重得大奖。

2室内部分

在开业当日，早上6点钟开业，6-8点期间内，所有购买机器的用户都在最低价格的基础上再返现100元，开业当天，所有机器均以最低价格出售，当日还将推出99元、199元、299 元等价格的机器（特价机型不享受返现），另外，老顾客可以凭借以前的购物小票享受以旧换新等优惠措施。通过报纸等综合媒体的宣传，达到抢购的预期轰动效果。另外新店开业正值学生开学和教师节日附近，可以采取学生和教师凭借相关的证件就可以享受购买机器赠送 100 元话费的优惠，刺激潜在的顾客消费。室内开展购买手机和配件参加“轮盘转转”活动，和室外的不同，转动轮盘到指定位置有可能获得 全额返现的大奖，新店开业的第一天，可以采取转轮盘集中的策略，增加人气，在下午4点左右进行集中的转轮盘活动，把开业活动推向高潮。

3具体活动程序设置：

09:00 礼仪小姐请嘉宾以及领导进入主场。

09:10 歌手和司仪亮相，司仪宣布开业庆典开始。并向嘉宾介绍庆典活动简况，逐一介绍到场领导及嘉宾。

09:20 公司领导致

**第五篇：联想新品促销活动方案**

世界杯的激情不需要等待,暑期的畅爽不需要等待,现在起拥有联想idea潮流产品同样也不需要等待!5月起,联想idea家族全面开启“新品新乐潮，购酷购流行”暑期促销活动,面向用户共推出z系列、y系列、u系列和b系列四大系列、数十款产品。

为了提高新产品的市场认知度，联想北京分公司拟在中关村海龙大厦组织一次终端公关促销活动，目的是通过本次终端公关活动向广大消费者、展示全新的联想数码产品，扩大夏季联想新品的知名度，并促进联想铺货的顺利进行和带动联想产品经销商的积极性。

为使本次终端活动办得更加完美和成功，特委托北京知行堂广告公司对本次活动的活动场地设计、施工、活动策划及终端公关活动效果评估等各项工作进行策划，为了保证本次活动顺利进行，特制订该方案。

一、活动主题：“新品新乐潮,购酷购流行”联想数码产品暑期促销活

二、活动时间：5月3日

三、场地设计

（1）场地布展

本次终端促销活动地点位于中关村海龙大厦一层进口处，可利用场地位置总面积约为20平方米，以联想集团的广告牌为背景，通过搭建简单、可移动性展台、展架组成。根据展示产品的设计要求，整个活动区域划分为四个部分：产品展区、活动区、接待区和售卖区。

（2）设计风格与设计理念

展台、展架设计风格以“时尚”、“前卫”为主线，用来体现联想产品酷炫时尚的品牌理念、品质卓越和表现联想高科技公司的形象。

展台、展架设计理念以“潮流”为原则：潮流的品牌代言人、潮流的产品外观，酷炫的颜色组合。

（3）设计描述（略）

（4）展位表现点

突出联想品牌标识

突出酷炫的新品

突出“时尚、前卫”的潮流理念

四、活动安排

根据与联想市场部负责人的初步协商，活动期间将策划和实施现场趣味活动。活动的目的是活跃现场气氛、吸引更多参观者到促销现场参观，从而整体提高活动的宣传效果，达到全面提升企业形象和产品形象的目的。具体的活动类型有：

活动一：“让我们了解联想酷夏新品”

根据对海龙大厦流动人群分析发现：it业内人士、公司白领阶层和普通电脑爱好者将是主要人群。为吸引这些流动人群和宣传公司形象，我们将在展台设立“接待台”，发放礼品袋及宣传资料，并针对宣传资料组织有奖问答，答对者赠送小礼品，在led显示屏上突出最新产品信息，传达潮流概念。

活动之二：“感受青春，舞动青春－今夏我最潮劲舞表演”

针对上述人群我们特别设计了题为“感受青春，感受联想－今夏我最潮劲舞”现场娱乐活动。青春劲舞表演队有青春少女4人组和街头嘻哈少年4人组构成，为消费者带来精彩的街舞表演,展现街头潮人的时尚气息。同时他们还会手持最新手机、数码产品走秀，大放潮人异彩。该活动还会配合有奖问答、资料发放来共同完成。

活动之三：“联想寻宝大行动”

公关活动期间，我们将进行“联想寻宝大行动”活动。其根本目的在于将此联想终端促销活动和联想产品代理商、零售商有机的联系起来，达到进一步宣传联想产品和联想产品代理商、零售商的目的。具体做法如下：

凡来展位参观的消费者只要手持我们的宣传单，找到海龙大厦内我们产品代理商(在产品代理商的店面门口有我们预先设置的和展区灯箱外观一样但规格较小的方柱灯箱)经理签字，就可以到展位来进行登记并领取精美礼品一份。同时将宣传单投入抽奖箱进行下一轮大抽奖活动。

活动之四：“幸运大抽奖活动”

为使本活动前后贯穿、衔接，将收回的产品宣传单放入抽奖箱内进行幸运大抽奖，促使本次活动达到高潮，进一步树立“潮流酷炫”的产品形象。

活动之五：“有买就有送优惠活动”

为酬谢联想的新老用户，在活动当天，凡一次性购买联想新品者，则赠送耳机、迷你小风扇等产品。

五、活动预算：

1.物料费：

2.礼品费：

3.演出酬劳费：

4.工作劳务费：

六、活动评估

为评估活动所取得的效果，促销活动的承办方将对参观者以现场调查、人数统计和问卷的方式进行效果评估。我们将对200名参观者进行调查。调查内容包括展台参观人数的估算，以及对联想产品的认知度、公司形象的认知度及对活动的评价等。评估结果将以调查报告的形式提交。

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！