# 终端促销创意

来源：网络 作者：星海浩瀚 更新时间：2025-05-31

*第一篇：终端促销创意制造火爆人气——提高终端销售现象观察：苏宁电器和国美电器等一些家电连锁店惯用的一个促销方式就是，每隔一段时间就推出一些特价的产品来吸引顾客，比如：21寸电视彩电99元，手机1元等，通过这样的方式使得消费者活动期间络绎不...*

**第一篇：终端促销创意**

制造火爆人气——提高终端销售

现象观察：

苏宁电器和国美电器等一些家电连锁店惯用的一个促销方式就是，每隔一段时间就推出一些特价的产品来吸引顾客，比如：21寸电视彩电99元，手机1元等，通过这样的方式使得消费者活动期间络绎不绝，甚至为了买到廉价的促销商品，消费者从凌晨就开始排成练长龙。不说这种促销是否有很大的欺骗性，至少它达到了空前的人气。

思考：

电器和汽车消费应该说基本相似，我们是否可以借鉴这种吊胃口的方式，让我们的销售店的人气在短时间提高。从而使得企业品牌和销售店知名度迅速提升，最终带动终端销售。

操作简述：

主要是通过营造紧俏状态，增加销售店人气。

1、每周推出一款优惠车，价格优惠3000；每月推出一款特价车（微车2万，轿车3万）。

2、特价车由企业根据每个经销商销售报表随机公正抽取一辆，并及时公布和办理手续。

3、连续半年实行此方案效果更佳。

以上方案为创意草案。

王健（\*\*\*）

2024-10-7

**第二篇：美容美发院终端促销创意方案集**

美容美发院终端促销创意方案集 出处：美容院 作者：促销 日期:2024-8-15 9:27:00 浏览数:390

方案一：百分百有奖促销

促销对象:各终端顾客

促销特点:

用百分百有奖的形式来刺激顾客的购买欲

当场兑奖，能增强促销的可信度

促销内容

顾客买若干产品可获刮刮卡一张，现场刮奖。可百分百中奖。

进货方式

1、按每10套产品为一组装箱。代理商与美容美发院进货均需一组一组进货。

2、每组产品配送10张刮刮卡，此刮刮卡中包括1个一等奖，2个二等奖，3个三等奖，4个四等奖。同时每组产品均配送相应奖项的礼品。与产品一同装

箱。

3、促销活动宣传资料也按组为单位进行配备，一同装箱

方案二：美容美发师积分促销

促销对象:各加盟店中的美容美发师

促销特点

用用美容美发师有奖销售的形式对美容美发师进行激励

用积分体系来加大赠品的高价值性

促销内容

美容美发师每卖出促销产品均可获积分，凭积分可兑换礼品。

进货方式

按每10套产品为一组装箱。代理商与美容美发院进货均需一组一组进货。

每组产品配送10张刮刮卡，此刮刮卡中包括1个一等奖，2个二等奖，3个三等奖，4个四等奖。同时每组产品均配送相应奖项的礼品。与产品一同装箱。

促销活动宣传资料也按组为单位进行配备，一同装箱

方案三：终端联谊会促销案

促销对象

各加盟院终端顾客

促销特点

用终端顾客联谊会的方式来强化终端顾客对美容美发院的忠诚度

用会场的促销来烘托活动气氛

促销内容

美容美发院进货若干元后可获得主题终端联谊会召开资格，通过促销联谊会的召开来为美容美发院迅速销售产品。

方案四：买产品赠护理促销

促销对象:各终端顾客

促销特点

用高附加值的促销来刺激顾客的购买欲

由客用与护理相结合，从技术方面对皮肤保养起到更好的效果

促销内容

顾客买客装产品赠送美容美发院专业护理

进货方式

1、美容美发院每进货若干客装产品将获得一套院装产品赠送，用于美容美

发院对顾客购产品中所赠出的护理产品价值。

2、以若干客装产品编为一组，要求美容美发院进货均需以组为单位进货，以方便进行院装配送。

方案五：美容美发院广场促销案

促销对象:各终端顾客、各加盟院

促销特点

用形象宣传的形式来对产品推广进行造势

用新的思路来进行促销活动的开展

促销内容：

组织美容美发院在市区大型广场中统一进行产品促销活动，同时进行免费皮肤咨询以及优惠售产品和月卡、年卡等。派发形象宣传资料，通过统一的行动迅

速在当地推广品牌以及美容美发院的形象力，迅速销售产品。

进货方式：

1、本活动需在当地加盟美容美发院较多的市中开展。

2、需按要求进货若干元后可以免费参加本次活动，本次活动费用由厂家与代理商共同负担，美容美发院只需按活动安排参与即可。但在活动中美容美发院

需提供最少一名美容美发师在场地进行咨询以及售卡活动。

方案六：专家驻店促销

促销对象:各终端顾客

促销特点:

1、用专家坐诊咨询的权威性来烘托促销力度

2、用新的思路来进行促销活动的开展

促销内容

采用讲师团的驻店咨询以讲座形式，配合活动当场的促销活动进行，以塑造

权威的形式

进货方式

1、本活动中的专家讲师需为新面孔，不能为美容美发院及顾客均熟悉的讲

师，造成权威性降低。

2、美容美发院需按要求进货若干元后可以免费参加本次活动，由代理商品

牌小组统一编排各美容美发讲师的活动行程日程等。

方案七：美容美发院项目促销

促销对象:各终端顾客各加盟美容美发院

促销特点

1、用项目推广出的形式来提高品牌的技术含量和专业性

2、用配套的促销活动来推动终端顾客的购买欲

促销内容

对美容美发院：

促销期内美容美发院购入促销项目套餐中的产品可获价格优惠；可获得至代理商处参加美容美发师专家培训的机会，提高店内美容美发师的技能；同时为美

容美发院组织终端联谊会，进行项目推广促销。

对终端顾客：

促销期内顾客购买项目套餐将获价格优惠和超值项目赠送，在购买项目套餐的同时购买项目套装配套的客用产品系列时可获精美礼品赠送。

进货方式

1、参与本促销活动的美容美发院均需达到一规定进货量方可有资格参加促

销。

2、代理商负责美容美发院美容美发师培训的费用支出，在促销中的各种让

利及赠品由厂家负责。

方案八：消费返点促销

促销对象:各终端顾客

促销特点

1、用返点的形式来体现活动的优惠性

2、用下计购货返点的方法吸引顾客的重复购买

促销内容

消费者每到美容美发院做一次疗程或购买一次产品，就可在其美容美发护肤卡上做返点的计数，可现返下次消费礼金一张。如不领取可累积，分越高则返点越多，可返现金或产品。或第二年会员卡，并可参与年底春酒或抽奖活动。

进货方式

1、参与本促销活动的美容美发院均需达到一规定进货量方可有资格参加促

销。

方案九：会员促销

促销对象:各终端顾客

促销特点

用会员体系来巩固忠实顾客

用会员专属的促销来体现会员的尊贵性

促销内容

为各加盟院购建会员体系，并设立会员专购区以及配套的会员促销计划，让会员获得购物的实惠；开办各种只对会员开放的讲座及联谊会，来体现会员的尊

贵性。

进货方式

亦可分季节进行会员促销，在促销前要求美容美发院进货若干元。此促销活动的前期是需协助美容美发院开展大规模的会员招募活动，建立全

面的会员资源体系方可进行。

方案十：无标价服务促销

促销对象:各终端顾客

促销特点

可极大地吸引顾客体验美容美发服务的兴趣（比免费美容美发更为有效）

方式新，能满足顾客的猎奇心理

促销内容

在促销过程中，随意让客人做某个项目的沙龙护肤疗程，使用沙龙中现有的品牌，指定的美容美发师，而不明确这项服务的价格，让客人在做完护理之后依照其感觉和满意程度任意付款（但一定要付款）。

**第三篇：美容院终端促销创意方案集**

美容院终端促销创意方案集

方案一：百分百有奖促销

促销对象:各终端顾客

促销特点:

用百分百有奖的形式来刺激顾客的购买欲

当场兑奖，能增强促销的可信度

促销内容

顾客买若干产品可获刮刮卡一张，现场刮奖。可百分百中奖。进货方式

1、按每10套产品为一组装箱。代理商与美容院进货均需一组一组进货。

2、每组产品配送10张刮刮卡，此刮刮卡中包括1个一等奖，2个二等奖，3个三等奖，4个四等奖。同时每组产品均配送相应奖项的礼品。与产品一同装箱。

3、促销活动宣传资料也按组为单位进行配备，一同装箱

方案二：美容师积分促销

促销对象:各加盟店中的美容师

促销特点

用用美容师有奖销售的形式对美容师进行激励

用积分体系来加大赠品的高价值性

促销内容

美容师每卖出促销产品均可获积分，凭积分可兑换礼品。

进货方式

按每10套产品为一组装箱。代理商与美容院进货均需一组一组进货。每组产品配送10张刮刮卡，此刮刮卡中包括1个一等奖，2个二等奖，3个三等奖，4个四等奖。同时每组产品均配送相应奖项的礼品。与产品一同装箱。

促销活动宣传资料也按组为单位进行配备，一同装箱

方案三：终端联谊会促销案

促销对象

各加盟院终端顾客

促销特点

用终端顾客联谊会的方式来强化终端顾客对美容院的忠诚度 用会场的促销来烘托活动气氛

促销内容

美容院进货若干元后可获得主题终端联谊会召开资格，通过促销联谊会的召开来为美容院迅速销售产品。

方案四：买产品赠护理促销

促销对象:各终端顾客

促销特点

用高附加值的促销来刺激顾客的购买欲

由客用与护理相结合，从技术方面对皮肤保养起到更好的效果 促销内容

顾客买客装产品赠送美容院专业护理

进货方式

1、美容院每进货若干客装产品将获得一套院装产品赠送，用于美容院对顾客购产品中所赠出的护理产品价值。

2、以若干客装产品编为一组，要求美容院进货均需以组为单位进货，以方便进行院装配送。

方案五：美容院广场促销案

促销对象:各终端顾客、各加盟院

促销特点

用形象宣传的形式来对产品推广进行造势

用新的思路来进行促销活动的开展

促销内容：

组织美容院在市区大型广场中统一进行产品促销活动，同时进行免费皮肤咨询以及优惠售产品和月卡、年卡等。派发形象宣传资料，通过统一的行动迅速在当地推广品牌以及美容院的形象力，迅速销售产品。进货方式：

1、本活动需在当地加盟美容院较多的市中开展。

2、需按要求进货若干元后可以免费参加本次活动，本次活动费用由厂家与代理商共同负担，美容院只需按活动安排参与即可。但在活动中美容院需提供最少一名美容师在场地进行咨询以及售卡活动。

促销对象:各终端顾客

促销特点:

1、用专家坐诊咨询的权威性来烘托促销力度

2、用新的思路来进行促销活动的开展

促销内容

采用讲师团的驻店咨询以讲座形式，配合活动当场的促销活动进行，以塑造权威的形式

进货方式

1、本活动中的专家讲师需为新面孔，不能为美容院及顾客均熟悉的讲师，造成权威性降低。

2、美容院需按要求进货若干元后可以免费参加本次活动，由代理商品牌小组统一编排各美容讲师的活动行程日程等。

方案七：美容院项目促销

促销对象:各终端顾客各加盟美容院

促销特点

1、用项目推广出的形式来提高品牌的技术含量和专业性

2、用配套的促销活动来推动终端顾客的购买欲

促销内容

对美容院：

促销期内美容院购入促销项目套餐中的产品可获价格优惠；可获得至代理商处参加美容师专家培训的机会，提高店内美容师的技能；同时为美容院组织终端联谊会，进行项目推广促销。

对终端顾客：

促销期内顾客购买项目套餐将获价格优惠和超值项目赠送，在购买项目套餐的同时购买项目套装配套的客用产品系列时可获精美礼品赠送。进货方式

1、参与本促销活动的美容院均需达到一规定进货量方可有资格参加促销。

2、代理商负责美容院美容师培训的费用支出，在促销中的各种让利及赠品由厂家负责。

促销对象:各终端顾客

促销特点

1、用返点的形式来体现活动的优惠性

2、用下计购货返点的方法吸引顾客的重复购买

促销内容

消费者每到美容院做一次疗程或购买一次产品，就可在其美容护肤卡上做返点的计数，可现返下次消费礼金一张。如不领取可累积，分越高则返点越多，可返现金或产品。或第二年会员卡，并可参与年底春酒或抽奖活动。

进货方式

1、参与本促销活动的美容院均需达到一规定进货量方可有资格参加促销。

方案九：会员促销

促销对象:各终端顾客

促销特点

用会员体系来巩固忠实顾客

用会员专属的促销来体现会员的尊贵性

促销内容

为各加盟院购建会员体系，并设立会员专购区以及配套的会员促销计划，让会员获得购物的实惠；开办各种只对会员开放的讲座及联谊会，来体现会员的尊贵性。

进货方式

亦可分季节进行会员促销，在促销前要求美容院进货若干元。

此促销活动的前期是需协助美容院开展大规模的会员招募活动，建立全面的会员资源体系方可进行。

方案十：无标价服务促销

促销对象:各终端顾客

促销特点

可极大地吸引顾客体验美容服务的兴趣（比免费美容更为有效）方式新，能满足顾客的猎奇心理

促销内容

在促销过程中，随意让客人做某个项目的沙龙护肤疗程，使用沙龙中现有的品牌，指定的美容师，而不明确这项服务的价格，让客人在做完护理之后依照其感觉和满意程度任意付款（但一定要付款）。

**第四篇：终端促销方式**

终端促销的几种方式

常规性一般是内衣企业新品上市与新店开张的促销活动，这是个性化的，每个时期企业的促销方式都不同。因此，内衣企业在进行这类活动的促销时，要抓住产品的特征与消费习性，有的放矢地对潜在的消费群体进行有效的促销。节日性的促销是大众化的，如“情人节”“三八妇女节”“国庆节”这些中国传统的节日，因为在这段时期，消费量激增，是内衣销售的黄金时期，所以，每个企业都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性。因此，内衣企业在这段时间，要采取新颖有效的促销手段，在众多的促销活动中脱颖而出，以促销活动打动消费者的心，从而使促销活动达到预期的目的。

促销的方式主要有以下几种：

1、买赠

买赠是一种常规性的促销手段，具体做法是买满多少金额的货品，赠送相应的物品，以达到增加销量的目的。内衣企业在做这方面的促销活动时，要充分考虑到消费群体消费内衣产品的特殊性。一般来说，前来购买内衣产品的都是女性。所以，在策划促销活动，选择赠送的礼品时，要考虑这一消费群体的喜好，送一些女性用品，如丝巾、雨伞、袜子等。在做这类促销活动时，应特别注意，礼品一定要精致。因为，相对来说，赠送礼品的金额不大，如果因此而采购一些质量不好的礼品，对于促销活动、对于企业品牌的伤害都是非常大。

2、打折

在没有更好的促销创意时，打折是最好的促销方式。因为在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不清真伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法。但是，现在终端面临着一种困局，那就是在一些节日，众多厂家都在打折，你打八折，我也打八折，在这样一种雷同的方法中，使许多厂家的促销效果都不明显。因此，在进行打折促销活动时，可以划出特价区，与其他品牌拉开距离，以特价吸引消费者进店，可以带动其他货品的销量。

3、联合促销

联合促销是两家相关联的企业一起做促销。内衣终端可以联合如小饰品企业一起做促销。在活动期间，凡是购买多少钱的内衣，即可以送出精美小饰品。而小饰品企业在做促销时，也可以把内衣做礼品。这样一种互动的促销手段，能有效整合两个企业的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了双方的资金，因此，是一个不错的方式。但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算。

4、主题促销

主题促销，是设定一个创意主题，然后以围绕主题展开促销活动。如某品牌在春节时期，做得一个踩小人的主题活动。踩小人是一个传说故事，就是说在新年钟声敲响的时候一定要换上新袜子,用力跺脚踩小人,那样才能让自己在新的一年不犯小人。所以，某内衣品牌借用这个故事做活动主题，制作一批精美的袜子，作为终端促销的赠品，刚好迎合一群消费者的心理消费需求，使活动取得成功。企业在做这类促销活动时，一定要注意主题新颖，并且与当时的氛围相符合，才能使促销活动取得预期的效果。

5、现场试穿

现场试穿是一种比较新颖的促销手段。某内衣品牌在成都曾举办过此类的活动，就是只要在现场有哪位女性能穿该品牌的内衣，在商场走一圈，就送出试穿的这套内衣。做这类活动，能较快吸引人气，找到促销点。以现场走秀的女性做活动的宣传，能起到意想不外的效果。但在做此类促销活动时，一定要控制好现场氛围。如出现现场无人响应，而导致冷场，那将是一次失败的促销活动。因此，在活动开展前，要调查一下市场，包括消费者的消费态度、风俗习性、社会公众对此类活动的参与热情度等。

6、消费券积分 消费券积分促销活动，不单在节假日可以做，在平时也可以做。一般分：消费卡、消费券，另外，也有一些企业在台历上印刷消费券，一张抵多少钱，一个月一张。它是实行积分制，以赠送相应的赠品，时间较长，因此，赠品一定要有吸引力，不然，没有那个消费者实有如此耐心，来持续购买某一内衣品牌相关货品。实行消费券积分时，终端应当注意，尽量能够留下消费者的资料，以此建立一个相应的资料库，以利于可以追踪服务。

7、返现

返现就是终端店在促销时，规定买满多少金额，现场返还现金多少，这种促销手段，因为是直接用现金返还的，所以，吸引力较大。但是在制订促销时，要注意返现的金额，既不超出商家的限制，又能有吸引力，所以，制定合理的返现金额是十分重要的。

8、商场限时抢购

限时抢购就是消费者在规定的时间内，在终端店抢购货品，或者是免费，或者以几折来购买。这样的促销手段，终端巨头国美就经常做，取得的效果也是非常明显。曾记得国美在前几年，每家新店开业时，都以最低的价格限量抢购来吸引消费者，常引发消费者在终端店开业前，花几个小时去排队，为了就是想抢到最优惠的商品。同样，内衣终端店也可以借鉴这种促销方法。但有一点要切记，做这类活动时，一定要做好安全保卫工作，如果场面失控，后果将不堪设想。

**第五篇：终端促销协议模版**

签约地：

终端促销服务协议

甲方： 华润怡宝饮料（中国）有限公司湖南分公司 乙方：（零售商）

为提高产品形象，促进销量，本着互惠互利的原则，甲、乙双方经友好协商，达成以下终端促销服务协议：

1、乙方门店类型

A、□单店 B、□多店连锁： C、若乙方门店较多本协议未能完全表达，则签订补充协议附加说明，与本协议具有同等效力。

2、合作品项

A、午后奶茶：□500ml原味□500ml蜜瓜□340ml罐□350ml原味□1500ml； B、怡宝纯净水：□350ml □555ml □1555ml □4500ml；

C、FIRE咖啡：□500ml拿铁 □180ml奶浓 □180ml香浓 □280ml倍醇 □350ml拿铁； D、其他：□500ml原味红茶 □500ml柠檬红茶 □500ml魔力氨基酸 □500ml魔力维他命； 合作品项不少于\_\_\_1\_\_个品项。

3、为配合甲方市场营销策略，乙方同意在其店面内为甲方提供以下促销服务：

A.为甲方在店内显眼位置张贴促销海报； B.按甲方要求开展促销活动；

C.协助甲方进行产品洁净、促销物料维护； D.应甲方需求及时收集消费群体需求特征等信息；

E.协助甲方工作人员做好甲方产品拍照、产品清点、填写报表等工作； F.为配合甲方促销，乙方提供以下陈列服务：

（）冻柜/暖箱陈列： 层冰柜/暖柜陈列，其他： ；（）货架陈列：店内主货架 个排面陈列，其他： ；（）店面堆箱陈列：（位置）箱 产品堆箱陈列；（）泡沫架陈列、（）有机玻璃展架陈列；（）其它： ；

4、促销期内，乙方承诺将按照双方约定事宜履行协议，并保证在其经营场所内甲方产品及宣传物品的整洁性。甲方提供的广告宣传物料/设备不得用于与甲方产品无关的其它用途，且所有权归甲方所有；

5、在乙方完全依约履行以上约定事宜之前提下，甲方承诺在活动结束后由甲方委托指定经销商给予支付以下促销服务费用，甲方不直接支付任何费用。如乙方未完全依约履行以上约定事宜，甲方将不予支付任何费用。（）现金：￥ 元（大写： 元）；

（）实物： ML（规格）产品 箱；（）其它：

以上费用为乙方提供本协议中促销服务的全部对价，除此之外，甲方不承担其他费用。协议有效期： 年 月 日至 年 月 日。

6、有下列情形之一者，甲方有权终止本协议：

A.乙方未履行本协议或履行协议未达甲方要求，在甲方人员要求下仍不整改者； B.乙方歇业或者因其他原因不能正常营业。

7、本协议履行过程中产生任何争议，双方协商不成的，应向合同签订地有管辖权的法院提起诉讼。

8、本协议一式两份，甲乙双方各持一份。

9、其他未尽事宜将由双方协商解决或签订补充协议。

甲方：华润怡宝饮料（中国）有限公司湖南分公司 乙方： 电话： 监督电话： 地址： 甲方代表签字： 乙方代表签字： 日期： 日期：

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！