

红酒促销活动推广语言 红酒促销活动方案 (精选5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

红酒促销活动推广语言篇一

每年农历八月十五日，是传统的中秋佳节。这时是一年秋季的中期，所以被称为中秋。在中国的农历里，一年分为四季，每季又分为孟、仲、季三个部分，因而中秋也称仲秋。八月十五的月亮比其他几个月的满月更圆，更明亮，所以又叫做“月夕”，“八月节”。此夜，人们仰望天空如玉如盘的朗朗明月，自然会期盼家人团聚。远在他乡的游子，也借此寄托自己对故乡和亲人的思念之情这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福，希望我们的劳动人民健康、快乐。这样一个含义与我们企业的经营理念“爱国、敬业、优质、争雄”一脉相承。具有多年历史的张裕公司，过我们劳动人民千年来努力，才有今天的张裕红酒系列的的延伸和创新，承载着人类健康的使命！在这样一个具有深刻意义的节日，张裕更渴望表达她的报答之情！彰显我们品牌的价值！

二、活动主题

逢佳节倍思亲，张裕不曾离开。

三、活动目的

1. 利用节日消费高峰，提高销量

2. 借势推广我们产品，促进认知
3. 回馈广大消费者，建立忠诚度
4. 加强与终端合作，改善彼此客情

四、活动时间

20xx年x月x日-----20xx年x月x日

五、活动产品

主推产品：张裕葡萄酒的三个品牌（黄金令，白玉珠，可雅白兰地）

六、活动城市

淄博

七、活动规划

（一）活动内容

赠送会员卡

在中秋接期间，

购买价值100元以上的红酒即可得到泡芙面包一袋。

购买价值200元以上红酒即可得到白银会员卡一张。

购买价值500元以上红酒即可得到金色会员卡一张。

购买价值1000元以上红酒即可得到至尊会员卡一张。

本次活动的解释权归山东张裕葡萄酒有限公司。

（二）活动形式

在购买张裕葡萄酒后，可凭消费凭证在任何一个张裕葡萄酒专卖店领取相应奖励。

（三）奖励设计

- 1、最高奖励为标志“中秋合家欢”至尊会员卡一张（终身享受9折优惠）
- 2、二级奖励为标志“中秋团圆”金色会员卡一张。（终身享受9.5折优惠）
- 3、三级奖励为标志“中秋快乐”银色会员卡一张。（享受9.5折优惠。一年）
- 4、奖励法式小面包泡芙一袋，（值100元）

（四）补充说明

- 2、本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条（具体控制方法各分公司可根据当地情况自行调整）

八、促销价格策略

- 2、我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%
- 3、不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客！

九、活动终端要求

1、根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

（1）现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒搭配陈列

（2）此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名

（3）此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础

（4）需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行

2、网络征文，加大宣传力度。

3、终端的布置设计

（1）在店门口要有活动的告知（比如海报或kt板展示活动内容）

（2）在店门口要有赠品说明及活动宣传单页发放

（3）店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气氛

（4）在店内堆头上要放上赠品进行展示，激发消费者购买欲望

（5）店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅

十、宣传物料

1、活动宣传单页

2、活动海报

（设计由企划部完成，印刷和发放由事业部完成）

3、各销售终端可以根据自身的一些宣传资源丰富终端的布置

十一、关键控制点

1、产品进场

2、促销员招聘、进场、对促销员的培训

十二：效果预估

1、促进现有产品的销售（估计出销售的数量）

2、提升产品的知晓度（估计出产品的知名度提升程度）

3、树立彼此的信心

4、为国庆，春节等以后销售打下基础。

红酒促销活动推广语言篇二

团购形式出来后就一直经久不息，至今仍然火热，适用与中秋促销再好不过。团购和中秋节的团圆寓意相通，凡参与红酒团购者，即可享受超低团购价。

中秋节红酒促销方案二、赠送会员卡

此举用来粘住客户

在中秋接期间，购买价值x元红酒即可得到会员卡（或现金券）一张。中秋以后还有国庆呢，现金券可在国庆用。吸引力多大！

中秋节红酒促销方案三、团圆套餐送礼活动

此举用来提高成交额

套餐也寓意着团圆。凡是购买红酒套餐，可赠送相关礼品。关于中秋节送什么礼品，这点很重要。送月饼吗？性价比不高且无新意。根据不同客户，经销商客户推荐赠送用来储藏红酒的大型恒温红酒柜，家庭客户可赠送家用红酒柜及便携式冷藏袋。绿菱的某个红酒公司客户就是赠送的下面这款红酒柜。

中秋节红酒促销方案四、网络有奖征文活动

此举用来提高品牌知名度

红酒促销活动推广语言篇三

坚持酒吧定期的活动可以起到一个留住老客户发展新客户的良好市场战略。

活动策划：

a□免费赠与——持该卡片参加活动即可免费获得红酒一瓶或者洋酒一杯。

b□定额面值——该卡片有一定面值额度，得到此卡片的方式是向销售人员或店里购买，比如50或100活动面值，活动当日持100面值活动卡片可以购买店内啤酒半打或者可以充当120元——150元的酒水购买现金来使用或者其他优惠。销售的同时尽量留下客人的信息。

(2) 实施方案如是a形式卡片，活动当天客人持卡片前来参加，在进店或者使用卡片兑现啤酒的时候向其赠送下次活动的卡片；如是b卡片，在客人兑换完啤酒，由店内销售人员在

客人即将离店之时，为其推销下次活动的消费卡片，或者上桌为每一桌客人做即时推销此类卡片。

活动期间需要有表演、各种互动游戏、即时促销和抽奖环节，保证每次活动的趣味性和吸引力。

二：日常鸡尾酒推广销售方案

鸡尾酒是一种量少而冰镇，成本低利润高的酒，因为它的制作独特方式及实用吸引了很多朋友们的喜爱。酒吧中在不定时间内搞一些鸡尾酒促销这样会加大我们鸡尾酒销售量，从而提高了我们酒吧的经营效益。

1：每晚在9点30前进场到12点未退场并且在吧台消费达到一定金额的客人，均由调酒师赠送精心调制的鸡尾酒一杯。

（这一鸡尾酒促销方案主要特点是有时间限制，一般在这一时段虽然人比较少，但是都是一些酒吧常客。）

2：酒吧时间，对每一位来本酒吧来举行生日聚会的顾客，赠送由调酒师调制的宴会系列鸡尾酒或者天使半打或者沙滩半打或试管鸡尾酒一套，并点上烟花以示庆祝。3：周日三为女士之夜，女士在当晚9点30—23点59即可品尝免费鸡尾酒。4制定每周一酒方案，在桌台的鸡尾酒推广卡片中注明某款鸡尾酒做本周半价销售。

5：由营销人员定台并消费达到一定高度的顾客，由定台营销经理赠送杯塔鸡尾酒一套，可由调酒师亲自到其座位上制作。

6：对在吧台购买宴会型鸡尾酒或成套子弹型鸡尾酒或试管鸡尾酒的顾客赠送果盘或者小吃。

7：由服务部负责促销鸡尾酒，给予服务员百分之5的提成（或其他待定）。

- 8: 招聘吧丽以对于坐在吧台消费的男性客人更好的沟通。
- 9: 可以让来店消费的客人留下一张交友卡由酒吧保存。
- 10: 在酒吧各处贴上鸡尾酒小图片和信息，如厕所，墙壁等。
- 11: 由调酒师和吧台工作人员对每一位坐在吧台点经典鸡尾酒的顾客讲这种鸡尾酒由来的故事。
- 12: 吧台工作人员须掌握些小魔术和些趣味性游戏和客人互动时来增加气氛和让客人感受不一样的吧台文化。
- 13: 每位客人都可给我们调酒师提供意见和不满，在我们以后的经营中更有效的帮助，和对策改善。

酒水营销活动方案3

一、背景

中国是酒的王国。酒，形态万千，色泽纷呈；品种之多，产量之丰，皆堪称世界之冠。中国又是酒人的乐土，地无分南北，人无分男女老少，族无分汉满蒙回藏，饮酒之风，历经数千年而不衰。更是酒文化的极盛地，饮酒的意义远不止生理性消费，远不止口腹之乐；在许多场合，它都是作为一个文化符号，一种文化消费，用来表示一种礼仪，一种气氛，一种情趣，一种心境；酒与诗，从来就结下了不解之缘。不仅如此，中国众多的名酒不单给人以美的享受，而且给人以美的启示与力的鼓舞。每一种名酒的发展，都包容劳动者一代接一代的探索奋斗，英勇献身，因此名酒精神与民族自豪感息息相通，与大无畏气概紧密相接。

二、营销模式

随着进口葡萄酒市场的增长，关于进口葡萄酒的营销模式的

发展和趋势，大家都在关注和尝试以何种方式去进行市场的营销，目前来看主要是以这几种方式去拓展（针对夜场）：

1、酒吧

2□

是最有消费能力，通过与管理者经济挂钩模式销售，采购产品多数为高档酒，销售价格相对比其它场所略高。

目前很多人看好这个市场，它有充足的市场信息，在葡萄酒选择渠道上，有足够的优势，在消费上kvt场所可以指定客户单一选择，并且可以以酒类形式与包房价格消费。

4、中高档餐饮店

主要消费源来自客桌，需与服务及营业员挂钩销售。但是就将来以何种形式，中国葡萄酒的市场会比较好。

三、营销规划

1、发展期策略

（1）媒体集中投放，选择报纸做促销平面广告、路牌继续增加、电视广告集中在黄金时段、重点城市主要路线车身广告、重点终端做店招广告的组合媒体方式。

（2）在终端建立上加强样板终端的品牌形象包装；

（3）连合夜场举办大型消费者促销系列活动；

2、巩固期策略

3、促销活动：（注：以下推广活动仅为提纲，具体执行方案

以届时方案为准)

(1) 通路促销:

促销方式内容支付方式费用预算作用。

四、营销策略

礼品等方式带动消费重点市场，有效提高本品牌在消费者的知名度。

(3) 公关式

无论是在政治还是在经济方面都需要政治公关策略，但在产品推广方面公关是不可缺少的推广元素。我们在组建销售团队时，首先考虑产品推广人员必须具备社会丰富的资源还必须具备整合和驾驭能力。所谓谈的社会资源整合和社会资源驾驭能力就是公关学。

红酒促销活动推广语言篇四

众所周知，酷热炎炎夏季是白酒的销售淡季，在这个时候，是选择默默等待淡季来临？还是未雨绸缪将促销进行到底，打一场漂亮的淡季冲锋战？相信贵厂一定会明智的选择后者！

没错，淡季促销销量提升并不大，刚刚过完春节这个销售旺季，顾客对于白酒的选择免不了有点“审美疲劳”，于是在这个时候，利用好的促销方式、好的促销品，往往能在市场份额上得到较高幅度的提升。

那么，用什么赠品来吸引顾客的眼球呢？我们认为赠品必须从产品的特征、功能和品牌的属性、内涵等多方面进行斟酌，找出与产品本身、品牌诉求有关联性的赠品来赠。同时更要注重赠品带给顾客的价值感和实用性，只有这样，才能够使

赠品赠的有效，赠的有“理”。化平庸为神奇，创造独特的赠品魅力。

作为白酒的推荐赠品，我们公司的产品有以下优点：

一、产品知名度高。

“日美”品牌在小五金行业里享负盛名，作为行业的领跑者，我们公司以精益求精的产品质量及优质的服务迅速抢占小五金市场，其中指甲钳占到全国市场的70%以上，赠礼赠名牌，顾客自然感觉物超所值！

二、产品兼负实用性和收藏性。

指甲钳、钥匙扣、多功能小刀、军刀、开瓶器、餐具、美甲套装、手电筒，这些产品体积小，实用性强，且设计精致，富有艺术感，顾客对于这些赠品往往爱不释手。

三、广告载体大。

厂家当然不希望赠品“白送”出去，除了促进顾客购买外还要带来一些广告收益，我们公司产品可根据酒厂的需要印制贵厂logo增/改包装，利用产品的常用性，强化广告效果。让顾客在日常生活中不知不觉将酒的厂家、品牌、甚至味道铭记于心，进而促进下次购买。

四、价格、款式的多种选择性。

从一块几毛钱的指甲钳到几十元的美容套装，我们公司产品款式繁多，价格有低、中、高三段，全面满足酒厂根据该酒酒的定位选择与之对应的赠品。

红酒促销活动推广语言篇五

活动时间:xx年6月9日----xx年6月19日

活动目的:利用端午这一传统节日，大力推广和宣传黄酒（北方地区对黄酒不是很了解，一般人的思维里黄酒只是用来做药引子和烹饪用的）

所以利用端午节这一传统节日喝黄酒这一民俗，向广大顾客介绍黄酒的历史，文化以及黄酒的营养价值和黄酒的饮用方法。

具体活动:1:商品的营销，买一赠一系列，礼盒类买赠活动

2, 在享受买赠的同时，享受满500元送50元商城卡活动（卡相当于现金使用，没有消费时间及品类限制）

3, 6月天气炎热，推出冰镇黄酒赠饮活动。

氛围布置:1, 黄酒文化宣传长廊，以“会稽山”1xx年和50年极品年份酒展示为点，制造话题，吸引更多的人前来观看。

2, 黄酒文化宣传牌（历史，文化，引用方法，营养价值等）

3, 棚顶pop,

销售计划:万