

最新书店的促销活动策划(精选5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

书店的促销活动策划篇一

为了全面落实企业全市经理工作会精神，为确保完成企业下达的全年个险期交目标，针对目前我部在“群雄逐鹿”存在的差距，调动和激励全体员工的展业激情，提高团队战斗力，增强团队凝聚力，发扬一部人的顽强拼搏精神，必须确保在10月25日前完成调整后个险期交目标，即差额50万元。

20xx年10月10日至20xx年10月25日止。

1. 10月10日至10月13日为第一阶段，全面动员，全员出击，首战告捷，完成1/4目标任务12.5万元。

2. 10月14日至10月17日为第二阶段，人人破零，全员举绩，完成1/2目标任务25万元。

3. 10月18日至10月21日为第三阶段，坚忍不拔，顽强拼搏，完成3/4目标任务37.5万元。

4. 10月18日至10月25日为第四阶段，决胜全局，庆贺胜利。完成目标任务50万元。

完成个险期交新单保费50万元。

组长：杨晓红

副组长：谢军

竞赛指挥部下设五个执行小组：

1. 追踪督察组：组长杨晓红，成员：各职级主管；负责电话追踪、会务追踪和目标提醒。
2. 宣传布置组：组长钱宇浩，成员：黄兰、熊小云；根据业务竞赛的需要，对大职场及楼道进行布置。通过各种渠道搜集统计业务发展数据，用战报的形式给予报道。
3. 晨会策划组：组长李红（小），成员：谢军、钱宇浩、熊小云、黄兰；根据竞赛活动的相关安排，做好晨会的策划和各环节人员的沟通、安排。
4. 技术支援组：组长谢军，成员：李红、熊小云和各级主管；负责说明会策划和落实，商品组合及话术的开发，建议书制作，大客户的陪访。
5. 后勤保障组：组长李红（大），成员：按照工作规范保证出单速度，保证体检件和生调件及时落实，并根据竞赛活动需要落实24小时出单。其他物资的提供。

（一）团队达标奖励

1. 在竞赛期内达成5万元的团队（现有的6个召开二次早会的团队），奖励团队费用200元。
2. 在竞赛期内达成8万元的团队（现有的6个召开二次早会的团队），奖励团队费用500元。
3. 在竞赛期内达成15万元的团队（现有的6个召开二次早会的团队），奖励团队费用1000元。

（二）个人达标奖励

1. 出单奖

凡在竞赛期内出单的个人，每单奖励一份20xx年精美台历，发完为止。

2. 参与奖

在竞赛期内凡个险期交保费达到3000元以上的个人，奖励白玉玲珑碗一套。

3. 进取奖

在竞赛期内凡个险期交保费达到5000元以上的个人，奖励盒装皮带一套或白玉玲珑碗两套。

4. 精英标兵奖

在竞赛期内凡个险期交保费达到2万元以上的个人，奖励春节团圆餐券300元或同等价值的年货；。

5. 特别贡献奖

在竞赛期内个险期交保费达到4万元以上的个人，奖励海南旅游。

以上奖励1-3项可以重复享受，4-5项不重复享受而且必须是我部的50万元目标达成后才能享受，4-5项如本人不愿享受奖励的，可由本人指定一人更换自己，但必须是身体健康的成年人。也可以按旅行社给企业的标准兑换成现金奖励。每件期交保单必须附加一张卡式保单。所有业绩的统计均以当期cbps系统出单数计算。

1. 加大执行力度，各团队要高度重视此次活动，明确目标，任务到人，号召所有人员行动起来，包括兼职人员。各团队必须按公司10月9日工作会的要求，将完成全年期交目标作为一项生死存亡的任务对待，加大拜访量，确保竞赛目标的完

成。

2. 采取分类指导和宣导，发挥主管和精英的模范带头作用，集中优势兵力，实行重点突破。强化各级主管的责任意识，加强考核力度，专职人员最低目标5000元，兼职人员最低目标3000元，对8、9、10月未破零人员，一律清理代码，决不辜负迁就。

3. 各级主管要切实负起责任，认真召开好富有实效的二次早会，做好陪访、辅导、追踪。坚决杜绝负面、消极的语言和其内耗因素，全体人员时刻只有一个声音，那就是：坚决完成50万的目标任务。

4. 加强对各层面销售人员活动量的追踪。营销部经理每天对分处以上主管进行追踪，讲师、组训负责对组经理进行追踪，经理负责对本部门重点培养的精英和优秀主管进行追踪，各级主管负责对属员进行追踪并建立追踪登记表。通过各级各层面的追踪，使被追踪对象每天保持高昂的斗志和激情，带动全体销售人员的展业积极性。

5. 认真召开好说明会。根据市场需求和客户需求，召开一场鸿禧说明会和一场鸿鑫说明会。也可以根据业务伙伴的要求召开家庭说明会。继续借助开展诚信服务宣传和调查问卷，并对新产品进行宣导。通过举办以上活动，使伙伴有多的准客户及转介绍，使伙伴有目标，促成机率高，增强业务员的拜访自信，提高伙伴激情。

6. 强化落实，增强责任感和使命感，各团队要配合本推动方案，制定本团队的落实措施，将目标分解到各团队及责任人。公司对各团队每4天进行一次考核，分析总结一次，通过强化目标管理，使全体员工都认识到以完成全年目标为荣，完不成全年目标为耻的责任感，人人都行动起来，不达目标，誓不罢休。

书店的促销活动策划篇二

随着新年钟声的渐渐远去，**年春天已悄然来到，一年一度的三八妇女节也日益临近。

一、活动主题：霓裳扮靓半边天漂亮健康天天见

二、活动时间：*****—*****

三、活动地点：一至三层卖场

四、活动内容：

(1) 活动期间内商场各楼层妇女商品专柜特价销售，务求折扣做到最低。商品范围包括：珠宝化妆、服饰饰品、皮鞋皮具等。

(2) 开展“只有他才最爱你”活动。“三·八”节当天，只有男士到商场业务部门指定的数家相关专柜购物才能享受特别优惠或购物到一定金额赠送特别礼品。

(3) 活动期间，在共享大厅组织不少于10辆花车做促销。促销商品建议为服装、鞋帽、饰品等女士购买热情高、售价又相对较低的物品。

(4) 举行“时代女性风采飞扬”内衣展示秀。三八节当天上午和下午各进行一场内衣展示秀。模特所穿内衣由二楼女装部提供。

(5) “做漂亮健康的女人”活动。邀请妇女健康咨询工作者现场解答女性顾客提出的问题。联系多家健身、美容、娱乐、技能培训等单位，为三八节在商场购物到一定金额的女性顾客提供优惠，同时也为他们争取客源。

五、活动宣传：商场入口等明显处设立活动须知；活动期间播音室滚动播出活动内容；3月4日和7日晚报各刊登1/2版套红广告。店内参加活动商品pop特别注明。

书店的促销活动策划篇三

20xx年12月25日—20xx年1月10日

一到放假元旦前后是小家电特别是电热水壶、豆浆机等可以做为礼品的产品的消费旺季，为抢夺市场，各品牌都纷纷有所行动；同时豆浆机、榨汁机等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为了抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我司特策划了本次活动。

3、有效的打击竞争对手，为实现明年我司的销售任务打好第一仗；

4、通过促销机型，带动其他产品的销售；

5、增强经销商操作我司产品的信心，振作导购员的士气。

1、促销对象：终端消费者

2、范围：广州、深圳可控终端(是指有导购员的卖场)

促销主题：小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号：299豆浆机抱回家；366多功能炖盅提回家；

129榨汁机带回家；99电水壶“捡”回家

电水壶老顾客不买也有礼送

过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧

(横幅标语为上面宣传口号或促销主题)

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8.8折优惠和赠品

1、促销机型

电水壶：8901、8902，促销价99元；

电磁炉□3018fb□促销价199元

豆浆机□20xxb□促销价299元；

炖盅：9121，促销价366元；

榨汁机□5002b□促销价129元；

其它机型8.8折优惠

2、赠品形式

所有购买yl产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本(价值25元)，电水壶顾客还赠送价值5元的除垢剂2包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值5元的除垢剂1包。(以上赠品特价除外)

3、现场演示

演示机型：炖盅9121，豆浆机20xxb□榨汁机5002b□5000d;(这四款为必须演示的机型，其它机型商家可根据销售情况增加)

演示地点：商场入口处或楼梯入口处或商场门口

演示要求：炖盅要求炖骨头或鸡肉(禽流感期间可用其它代替)，蒸格内放玉米、馒头、鸡蛋、红薯等并热气腾腾；豆浆机要求不间断打豆浆(豆浆加糖)并让所有前来演示台的顾客品尝；渣汁机要求现场演示榨汁过程并现场演示清洗过程，突出易清洗□5002b演示榨奶汁过程时，原料为香蕉、纯牛奶、冰糖等或青瓜、红萝卜等，演示完演示人员先尝喝表示干净再给顾客尝喝。以上所有演示给顾客尝试的东西必须要求卫生、干净(不仅演示中卫生而且后台操作也要卫生，以防品尝的顾客喝了生病闹肚子而投诉)。

演示人员要求：演示人员一定要声音洪亮、吐字清晰，条件允许尽可能带耳麦，动作自然，说话有亲和力而且幽默风趣，吸引顾客前来观看、咨询。同时，演示人员还要突出演示5002b易清洗的过程，现场准备水桶一蘸即干净的效果；演示过程注意顾客的疑问并边演示边解答。

演示台要求：至少3张以上演示台并齐摆放演示。

现场演示布置要求：一个x展架、二张以上海报、一条以上横幅、产品与赠品分开堆码并在赠品上贴上醒目的“赠品”或“赠品区”字样；通过一些气球、鲜花、彩带、以及导购员自做的蝴蝶结等美化现场，哄动现场促销气氛。

1、产品

业务经理/区域经理提前督促经销商提货(特别是促销机型要备足库存)、网点提货。

2、促销物料准备

市场部在20日前发放演示台□x展架、赠品给经销商；经销商在25日前自行印刷促销信息的黑白单页和促销主题、宣传口

号的横幅及小赠品等物料。

3、人员分工与责任

活动总指挥——张总

活动负责人——李部

方案的撰写、下发、检核——市场部

物料发放——客服部

4、导购培训

豆浆机：用yl全自动豆浆机只需十几分钟就可以做出新鲜浓香的熟豆浆，成本不到三毛钱；一天三毛钱，全家喝上新鲜豆浆，不算不知道，一算还真划算。更为关键的是，放心豆浆自己做，卫生新鲜自己把握；黑心豆浆喝不得，要喝上卫生新鲜的香浓豆浆，最好还是自己做，选豆和用水自己把握，卫生绝对有保障；随时做，随时喝，新鲜没得说。（可以和外面买一杯豆浆一元相比给顾客解说）

榨汁机：家里的胡萝卜、青瓜等那样放着谁想吃它，但如果把它变个做法榨成汁，那就不一样呢；特别是家里来了亲戚朋友的小孩，那感觉就更不一样。

炖盅：隔水蒸炖的最大好处是：一密封性能好，能保住炖品特别是是补品的原气不被挥发；二是热力均匀平衡，能使炖品的营养结构不被破坏；三是炖出的食品不但质地烂酥，原汁原味，而且汤色澄清、鲜味浓郁，别具美食风味。

5、活动执行人

经销商市场负责人、经销商导购管理人、业务经理/区域经理、

朱波等

严格按“yl终端促销活动指引”的要求执行。

本次促销活动如有任何疑问请致电市场部联系！

中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网

1、 促销时间：今年的放假元旦离传统春节相距较近，放假元旦前后恰是一些打工族回家的高峰期(广州、深圳外来打工人员特别多，这些人员为了躲开春运高峰，往往提前回家)，打工族一年打工出头，总想带些东西回家，随着人们生活质量的提高，小巧便于携带的榨汁机、豆浆机成了他们的首选；还有年由于煤气上涨，使得电磁炉也成为他们更青睐的首选。我们在现场促销时，发现确实不少顾客都是带回家用的，也有一些是做为礼品送给亲戚、朋友的。本次促销活动正是基于这一背景而策划的，实际效果不错，目标消费者抓的很准。

2、 促销机型：考虑到这次促销主要针对要回家的打工一族，所以我们选用了体积小、功能简单的机型做为特价机出现。如129元的榨汁机只有单一的榨汁功能，而且体积也很小；199元的电磁炉体积也很小。促销机型的恰当选择对本次促销活动的销量有很大的作用。

3、 宣传口号：采用“抱回家、带回家、提回家、捡回家”等富有煽情味道的宣传语，不仅让打工族有马上回家的情绪，而且还要一定带个什么回家的感觉。“抱”、“带”、“提”、“捡”等字语不仅暗含产品体积小易于携带而且暗含价格极其优惠。“过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧”更是让人产生购买的欲望，不管怎么样，这是给父母的。有意无意中，把企业的产品跟家联系起来，产生了亲切感、认同感。

3、 现场演示：豆浆机、榨汁机等产品，消费者想买但又怕

买回去不会操作或操作复杂而犹豫，通过终端活生生的演示，就能打消消费者的这些念头，产生立即购买的欲望。有些消费者说自己随便看看还没打算购买豆浆机，但你给她演示一遍并给她一杯香喷喷的新鲜豆浆，她就马上都开单了。因此，消费者说随便看看，肯定是有原因的，无事不登三宝殿，我们要找到化解她犹豫的原因，现场演示是最好的方式。本次促销活动的现场演示准备特别充分，就连演示物料、演示人员语言都提前写好，一边演示一边诉求豆浆自做的好处、榨汁机的好处等，这样消费者更易接受。

书店的促销活动策划篇四

a□竞争的激烈，现以留住老顾客，明确并吸引长期消费的客人，以顾客的需求出发，有针对性的开展活动。

b□不断扩大知名度，对于中低端消费的人群制定合理及透明的消费政策、价格，广而告之。

c□针对慢摇吧要求具备客流量及现场气氛。

a□以vip贵宾积分卡吸引具备长期消费的人群;b□联合啤酒厂商开展一定的降价促销活动以积聚人气;c□差异化的销售活动，提升降价带来的利润损耗;d□逢节假日及周末等，开展场内抽奖活动。(起到刺激消费及吸引人气的作用)

a□vip贵宾积分卡要求：使用压膜塑料硬卡制作，双面彩印，手工编号可降低印制成本，要求收银台人员做好积分卡专项记录。

1. 凡持有vip贵宾积分卡的客人为我店最尊贵客人；

2. 本人持有vip贵宾积分卡的客人，凭此卡可享受xx折优惠；

3. 凭此卡消费可获赠积分；

4. 凡持有vip贵宾卡的客人，每年生日时可获赠本店精美礼品一份；

5. 凡持本卡在本店进行生日聚会，可获赠精美生日蛋糕一份。

b□联合厂商进行降价促销活动。与厂商人员进行洽谈，活动时间1个月，以一款小枝啤酒进行特价销售，要求厂商给予一定活动经费赞助。

c□差异化的销售活动，提升降价带来的利润损耗。指除特价酒以外，退出新品种的酒品，要求竞争对手没有的品牌或单品啤酒。主要策略：较高的定价，配送礼品(可以是小吃，果盘，或是酒水)，配合服务员或是厂家指定促销员进行推广，满足高端客人的需求，提升利润额。

d□逢节假日及周末等，开展场内抽奖活动。可根据节假日及周末等，单桌消费临界点为根据，进行抽奖货以吸引人气为目的，每桌消费到较低限额时候即发放抽奖券，在23:00进行抽奖。奖品可设1.2.3名。

竞争对手的开业时间，及其活动方案，策略重点等。单页投放可印制低成本的单色单页。场内人员培训及执行等。

书店的促销活动策划篇五

服装文化以时尚、个性、流行为永恒不变的主题，征对自己的目标受众传达自己的品牌主张，铁丹服饰在佛山特别是张槎有了较大的品牌影响力，但市民铁丹品牌文化了解还不够深入，还有待拓展展示铁丹品牌实力渠道和空间，因此借助1周年的庆祝活动，为品牌注入新鲜血液，独特的服饰文化和品牌文化的时时更新将是本次活动的主题，因此我们为本次活动规划了这样一个主题，围绕品牌的更新和提升著作文章，

强势抢站服饰文化的最前沿，制造流行主题！突出铁丹服饰店文化，一种别人在短时期内无法模仿的企业文化和品牌文化，只有差异化的营销和品牌才能在激烈的市场竞争中保持自己的优势，作为铁丹品牌必须在保持基本的品牌形象不变的基础上不断超越和扬弃自己，才能不怕对手的模仿和克隆，保持自己强大的竞争力，时时创新，给品牌注入新鲜血液，保持强大的生命活力才不会给予消费者一种老态的品牌现状。因此，我们本次活动的主题和目标已经很清晰了，下面我们来规划活动形式。

铁丹张槎店自20xx年4月28日开业以来，在深圳东尼的关怀指导下，在蔡总的正确领导下，经公司全体同仁共同努力，一年来铁丹张槎取得了令人瞩目的成绩，从销售业绩到商业形象都得到了佛山禅城区市民及同行的认可，并取得了令人骄傲的商业地位。铁丹男装名声逐渐变得家喻户晓，“铁丹”的经营理念不断深得人心。“铁丹”的商业道德颇得人们赞赏。在此铁丹张槎店开业周年之际，我们怀着激动的心情，充满信心的姿态为她举行隆重的周年庆典，借周年庆之际，进一步提升品牌文化、提高铁丹张槎店的品位和品牌影响力，同时借此机会感谢客户和本店员工过去一年来对本店的大力支持和关怀。

一、周年庆主题：周年盛庆，感恩回馈

二、促销时间：4月28~5月3日（其中28日为周年庆典活动日）

四、活动形式：主要是搭建小舞台，举行庆典讲话并派发小礼品

五、活动推广宣传：禅城电视台记者、宣传单（5千份）、立柱广告1幅

六、送礼形式及礼品：

1、凡参加4月28日上午10:00周年庆典仪式的可获得现场赠品一份

2、只要28日当天有购买铁丹店产品的即可抽奖，100%中奖，一等奖

5、购买满1000元可获得vip卡一张，次次享受折上折优惠

七、活动现场气氛布置：

2、气柱、横幅

3、店内pp吊旗、价格牌子、周年庆pp标志、气球

4、店侧面一条大横幅：“铁丹张槎店辉煌周年庆，感恩大回馈！”

第一阶段 4月10日~23日 前期宣传工作

1、准备，营造前期气氛

2、立柱广告宣传（与安东尼沟通，借用20天立柱广告位）

3、与相关部门联系好，提前做好活动位审批

第三阶段4月28日庆典活动

准备工作

1、门前布置气球、吊旗或串旗子（基本准备好并完成）

2、两根气柱和横幅两条（准备好）

3、礼炮（手动礼炮）（准备好）

- 5、 魔术表演或组合跳唱（准备好）
- 6、 舞台3.6x4.88米（6块，不用加高脚，与安东尼沟通安装）、20张椅子、舞台红地毯；音响设备、调音台、麦克风4个（待准备，27日晚准备好）
- 7、 礼品派发（有奖问答，简单的大概10道题）（待准备，27日前）
- 8、 路边插彩旗30面（待准备，27日前）
- 9、 最佳店员评奖（如需要则需准备证书、奖品，27日前）

10□

店庆约半小时

背景音乐

- 1、 节目表演
- 2、 主持人简单活动意义及嘉宾
- 3、 介绍铁丹品牌文化及铁丹张槎店基本情况
- 4、 蔡总致辞（礼炮）
- 5、 魔术变脸节目表演
- 6、 给最佳店员颁奖
- 7、 店庆仪式完毕（领导、嘉宾离场）
- 8、 介绍促销活动优惠情况及服装优点

9、 节目表演

10、 现场有奖问答

11、 继续促销， 11： 30结束