

初三教师动员会校长发言稿(实用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

手机活动方案篇一

中央人民政府政务院于1949年12月作出决定，将5月1日确定为劳动节。 以下是由本站pq小编为大家推荐的五一手机促销活动方案，欢迎大家学习参考。

手机促销方案题目：长夜短信传祝福写短信比速度(因为是初步的想法，写的是我的思路，并不是完全的方案)

手机促销活动时间：每晚7：30-9：30

手机促销活动地点：每个手机专卖店内

手机促销活动目的：为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量，因为现在天气热，所以白天很少有人去逛商店的，一般是在晚上，和朋友或者和亲人一起逛街的，所以我们利用晚上的时间，进行促销活动，为了吸引路人的眼光，为了提高晚上专卖店里的人气，为了利用活动宣传自己，为了让更多的顾客晚上来浏览专卖店。

手机促销方案内容：手机专卖店，先准备好各种款式和功能以及各个品牌的手机个一部，然后请各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛!在规定的时间内，看谁写的短信最多，并且要发给自己的朋友或者亲人等，专卖店先规定每位顾客写的短信是：亲爱的朋友，夜月清明，我在某某手机专卖店参加短信写速大活动，借此机会，我给你带去一份我的祝福，原

你天天快乐!

比赛时，顾客可以选择自己喜欢的手机或者自己比较熟悉的手机进行比赛，

在每晚上，可以进行多轮的比赛

奖品设置：第一名是?第二名是?第三名是?

活动前期宣传策略：在某某地方性电视台做广告宣传，时间的选择等，或者什么地铁报以及某某娱乐报纸。

第四：充分调动了顾客的积极性，给顾客晚上休闲和娱乐等目的!

如今我国的手机市场则已经接近饱和状态，手机行业是中国目前竞争度最高的行业之一。价格战已大大压缩了手机行业参与者的平均利润，可以说是已经进入白热化阶段。我市的手机销售终端更是不计其数。要想在五一黄金周突出重围，抢占市场份额实可谓难之又难。但随着科技的发展高新技术被逐渐运用到手机上，人们对手机的更换频率越来越快，所以说我们还是由市场的。

2019年5月1日——7日

：爱力通讯手机卖场及门前搭台演出。

实行柜台手机展示、团购优惠与店外路演发放传单相结合的方式。

爱力通讯精彩不断，爱力通讯让你无所不能。

1. 目前手机品牌系列发展宣传已经到达一个品牌成熟期，如果宣传重点不及时调整，将面临广告信息老化，单调重复，受众注意力、关注程度和兴趣点都会改变的困境，同时，广

告有效率下降，造成广告费的浪费。

2. 目前的营销方式基本上停留在战术层面，例如广告战、促销战、产品开发战、渠道战等等。

3. 目前的手机促销活动方式单一，多采用发传单与搭台路演结合的形式，采取发放礼品降低价格的方式吸引消费者。这种方式不利于培养品牌忠诚度和增加市场份额。

本次促销活动的机会点

1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流。

2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱力手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

1、活动开展时逢五一黄金周，人流量大受众人群目标客户多。

2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统性，建立不间断滚动宣传模式。

1、锁定目标消费群体：在校大学生，时尚上班人士，休闲人士等。

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动“关爱?亲情?和谐”的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。

3、强调“沟通连接社会”的情感因素，突出“品牌背后是文

化”以及人性化设置。

1、街道布置：

在光明大街和陵园路上每隔50米，高4米的地方悬挂条幅(相邻条幅的内容不同)，2、2. 舞台布置：

*1米高，长为4米，宽为3米的台子，用红地毯铺上。

*背景长4.5米，宽2米。

上行写：爱听手机五、一火热上市(爱听手机四个字用别的颜色火热用形象的火焰表示，上市旁画音响突出震撼效果)下行写：大奖等你拿(奖字写的大些，并且用另一种字体)

*舞台左右各放两个音响

*舞台前摆上装有不同奖品的纸盒子，摆2米高并用绳子拉好(以免风大，吹倒盒子砸到群众)，在盒子上贴上奖字下面写上奖品名称。

*舞台前在摆个气模

3、店内设置：

*店内布置在平时的基础上进行适当的改装，突出节日氛围。

1、舞台人员选择：

乐队现场配合邀请的河北工程大学飓风艺术团演出，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，学生的演出时尚动感，这样注目率高，能体现手机对目标消费者的适应，能更好的留住消费者。主持人外观端正，语言感染力强，并且有很强的应对现场的能力。

2、柜台销售人员选择：

由店内长期促销员和临时促销员共同组成，但以长期促销员为主。（所招的临促要五官端正，熟悉卖场布局，并且能够跛脚流利的向顾客介绍每款机型的功能、配置和卖点）。

1、舞台人员可以随意，服装颜色的选择要尽量鲜艳，尽量显得有风格的同时不另人反感。

2、柜台人员穿上店内统一服装；

：由飓风艺术团全权安排。

在活动舞台旁聘请2-4名兼职传单发放员进行产品dm单的发放。

项目所需资金 单位：万元

媒体宣传费用3

场地费用0.5

员工津贴 $12*0.01*5+4*0.005*5=0.7$

条幅0.015

宣传单 $0.1元*10000=0.1$

免费派送礼品费用 0.5

演出人员工资 0.2

音响器材租用 0.25

其他费用 0.2

现场布置费用 0.05

所需费用合计：5.515

手机活动方案篇二

一年一度的五一劳动节又要来临了，在手机零售行业整体销量下滑的市场中抓住大型节假日做促销，从而拉动销售提高销量，树立品牌形象，清理前期不良库存！

xx月xx日——xx月xx日

可能形成购买的所有顾客

1、买手机返现金，最高返现xx元(特价机除外)

将资源机、主推机等高利润机器打到单页显著位置。表明原价，返现多少元！相当与多少元。；例如i6原价1798元，现返现金100元，单页突出100元字样。其他机型可根据利润返现金从几十元到上百元不等！商家可根据具体情况自行设置。

2、买手机抽大奖，百分百中奖

只要购买手机的顾客凭销售小票均可参与抽奖，抽奖的形式多种多样，比如准备三个纸箱里面分别放如数字从0到9的十个乒乓球按顺序抽出“1、3、9”数字为一等奖，奖品为。不按顺序抽出“1、3、9”为二等奖，奖品为。抽出“1、3、9”任意一个数字为三等奖，奖品为。其他为纪念奖可赠送手机挂饰，手机贴膜等小礼品！奖品的设置要根据抽奖的概率及预估当天的销售量和销售额来订，抽中概率越低、销售量越大则奖品价值越高！反之越低！

3、买步步高手机送大礼

主推利润机在返现的同时可配送礼品，礼品以厂家礼品为主，各地根据当地的生活习性等自行购买适合自己的礼品赠送。凡持单页进店的顾客凭单页都可以免费领取小纪念品一份！

5、特价机专柜

在店面入口处设立特价机专柜展出一些积压机和处理机等。列出机器详细功能、原价、现价。特价机专柜要有显著的pop标识来引起消费者的关注！特价机专柜可以有销售人员轮流销售比如一个销售人员销售一小时，销售的机器要有奖励提成。卖的越多提的越高。必要时可以制订负激励政策。

在价格战越来越激烈，渠道价格越来越透明的今天怎样才能用价格吸引消费者的眼球？在产品没有绝对优势的情况下通常我们会用“套餐价”和“相当与”来打价格战。

1、套餐价是指在购买一款手机的同时必须要同时购买一款或几款该手机的配件。首先手机的价格打的很低，用配件的利润来平衡手机的利润。这样就能达到手机的. 利润配件赚。做套餐的机器也要根据具体型号来做不同的套餐。2、现在很多商家都在和当地的运营商合作，就可以运用相当与比如三星的c288销售价格269送268的话费那就可以在单页上打1元买手机相当与1元。如果没有和运营商合作的商家可以送配件比如送品牌电池送万能充等。如诺基亚1200卖199送价值68元的品牌电池1块相当与131元。品牌电池的成本一般在10元左右而1200的售价应该在179到189之间，这样打即没有损失利润和销量消费者还感到有了实惠！

不管是“套餐价”和“相当与”都要在宣传的显注位置上标注上价格，从而达到吸引顾客的目的！

3、促销即将活动开始的两三天前，迅速搞好各专卖店店面促销氛围：拱门(充气拱或气球拱)+条幅+x架+标贴+宣传单页，创造出热销的氛围。

4、对销售员进行集中培训，统一促销口径和规范促销用语，如“您好，欢迎光临!现在我们正在开展买手机送现金促销活动，有等优惠措施”等。

手机活动方案篇三

如果说若干年前的手机市场是成功多失败少，而且还造就了许多“奇迹”的话，那么如今的手机市场则已经接近饱和状态，手机行业是中国目前竞争度最高的行业之一。不包括黑手机，正常渠道中销售的手机就有1200多款，价格战已大大压缩了手机行业参与者(包括厂商、渠道商、零售商)的平均利润，投资人士也早已将这一行业列入高风险行业。要想在五一黄金周突出重围，抢占市场份额上演经典之战可谓难之又难。但我们大可不必为手机的营销过度担忧，随着社会的进步科技的发展，通讯产业蓬勃发展十几年的营销培育了广大消费者对手机的需求，有需求就会有市场。

二、活动时间

5月1日——7日

三、活动地点

终端销售店铺及门前搭台演出。

四、活动方式

实行柜台手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单相结合的方式。

五、活动主题

爱怎么听就怎么听，绚出你自己。喜欢她/他就要让她/他听见。爱听也爱做，彩铃创作先锋。

第二部分：活动分析及策略

一、手机促销活动现状评述

目前知名手机促销现主要存在的问题：

1. 目前手机品牌系列发展宣传已经到达一个品牌成熟期，如果宣传重点不及时调整，将面临广告信息老化，单调重复，受众注意力、关注程度和兴趣点都会改变的困境，同时，广告有效率下降，造成广告费的浪费。
2. 目前的营销方式基本上停留在战术层面，例如广告战、促销战、产品开发战、渠道战等等。从目前中国消费者的角度看，战术层面的竞争已经“黔驴技穷”。因此，手机营销必须从战术上的简单粗暴的竞争回归到战略层面的规划上来。
3. 目前的手机促销活动方式单一，多采用发传单与打台路演结合的形式，采取发放礼品降低价格的方式吸引消费者。这种方式不利于培养品牌忠诚度和增加市场份额。

本次促销活动的机会点

- 1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流。
- 2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱听手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

二、本次活动的主要优势

- 1、活动开展时逢5、1黄金周，人流量大受众人群目标客户多。

2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统性，建立不间断滚动宣传模式。

三、本次活动主要策略

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动“关爱?亲情?和谐”的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。（品牌价值是通过对手机品牌内涵的丰满、外延的充实来实现。）

3、强调“沟通连接社会”的情感因素，突出“品牌背后是文化”以及人性化设置。

第三部分：活动设置

一、室外展台布置

1、街道布置：

手机活动方案篇四

金榜题名圆梦喜手机当礼喜上喜

20xx年xx月xx日~xx月xx日

1、用户凭学生证，前往联通指定营业厅购机入网，手机机价最高下降900元。

2、用户免交卡费。

3、需开通gprs_5元包30mwap三个月必选流量套餐及炫铃

4、转兑包名称：“存500次月月转50%(定比购机)” “存800次月转50%”

5、活动转兑包有效期两年

1、限指定营业厅死卡开户；

2、同一办理证明在同一代理商处限办5户之内(含5户)；

3、活动营业厅每月封顶办理100户；

4、如有营业厅现场开户卡出现在批发渠道，将按照200元/户的标准对相关代理商进行经济处罚，同时关联考核相关部门当月绩效5分。

1、金榜题名，手机当礼

2、暑期放“价”，机不可失

3、手机价格直降*元

4、厅内全部手机参加活动

5、新势力和世界风品牌参加活动

1、中考、高考学生

2、毕业生家长

3、毕业生亲朋好友

限指定营业厅，明细附后，另行明确最终参加活动营业厅的(名单)要求：

1、厅内机型不少于15款；

2、活动营业厅7月死卡开户量月环比为正，环比为负的营业厅，每月按差额部分50元/户扣罚。

发展方式：代理商为主，我公司相关部门全力配合

1、厅内宣传

2、在小区内开展现场宣传

代理商携带海报、单页社区现场摆摊促销，要求留下营业厅名片，便于用户上门办理。

3、一期报广宣传

手机活动方案篇五

第一部分：活动概况

一、活动背景分析

如果说若干年前的手机市场是成功多失败少，而且还造就了许多“奇迹”的话，那么如今的手机市场则已经接近饱和状态，手机行业是中国目前竞争度最高的行业之一。不包括黑手机，正常渠道中销售的手机就有1200多款，价格战已大大压缩了手机行业参与者（包括厂商、渠道商、零售商）的平均利润，投资人士也早已将这一行业列入高风险行业。要想在五一黄金周突出重围，抢占市场分额上演经典之战可谓难之又难。但我们大可不必为手机的营销过度担忧，随着社会的进步科技的发展，通讯产业蓬勃发展十几年的营销培育了广大消费者对手机的需求，有需求就会有市场。

二、活动时间

5月1日——7日

三、活动地点

终端销售店铺及门前搭台演出。

四、活动方式

实行柜台手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单相结合的方式。

五、活动主题

爱怎么听就怎么听，绚出你自己。喜欢她/他就要让她/他听见。爱听也爱做，彩铃创作先锋。

第二部分：活动分析及策略

一、手机促销活动现状评述

目前知名手机促销现主要存在的问题：

1. 目前手机品牌系列发展宣传已经到达一个品牌成熟期，如果宣传重点不及时调整，将面临广告信息老化，单调重复，受众注意力、关注程度和兴趣点都会改变的困境，同时，广告有效率下降，造成广告费的浪费。
2. 目前的营销方式基本上停留在战术层面，例如广告战、促销战、产品开发战、渠道战等等。从目前中国消费者的角度看，战术层面的竞争已经“黔驴技穷”。因此，手机营销必须从战术上的简单粗暴的竞争回归到战略层面的规划上来。
3. 目前的手机促销方式单一，多采用发传单与打台路演结合的形式，采取发放礼品降低价格的方式吸引消费者。这种方式不利于培养品牌忠诚度和增加市场份额。

本次促销活动的机会点

1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流。

2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱听手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

二、本次活动的'主要优势

1、活动开展时逢5、1黄金周，人流量大受众人群目标客户多。

2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统性，建立不间断滚动宣传模式。

三、本次活动主要策略

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动“关爱?亲情?和谐”的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。（品牌价值是通过对手机品牌内涵的丰满、外延的充实来实现。）

3、强调“沟通连接社会”的情感因素，突出“品牌背后是文化”以及人性化设置。

第三部分：活动设置

一、室外展台布置

1、街道布置：

在终端商铺临街街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅（每个

条幅的标语都不相同），一共三个条幅。分别为“爱怎么听就怎么听，绚出你自己”，“喜欢她/他就要让她/他听见”，“爱听也爱做，彩铃创作先锋”

2、舞台布置：

*1米高，长为4.5米，宽为2.5米的台子，用红地毯铺上。

*背景长4.5米，宽2米。

上行写：爱听手机五、一火热上市（爱听手机四个字用别的颜色火热用形象的火焰表示，上市旁画音响突出震撼效果）

下行写：大奖等你拿（奖字写的大些，并且用另一种字体）

手机活动方案篇六

一、活动背景分析

二、活动时间

xx年5月1日——7日(暂定)

三、活动地点

终端销售店铺及门前搭台演出。

四、活动方式

实行柜台手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单相结合的方式。

五、活动主题

爱怎么听就怎么听，绚出你自己。喜欢她/他就要让她/他听

见。爱听也爱做，彩铃创作先锋。

第二部分：活动分析及策略

一、手机促销活动现状评述

目前知名手机促销现主要存在的问题：

1. 目前手机品牌系列发展宣传已经到达一个品牌成熟期，如果宣传重点不及时调整，将面临广告信息老化，单调重复，受众注意力、关注程度和兴趣点都会改变的困境，同时，广告有效率下降，造成广告费的浪费。
2. 目前的营销方式基本上停留在战术层面，例如广告战、促销战、产品开发战、渠道战等等。从目前中国消费者的角度看，战术层面的竞争已经“黔驴技穷”。因此，手机营销必须从战术上的简单粗暴的竞争回归到战略层面的规划上来。
3. 目前的手机促销活动方式单一，多采用发传单与打台路演结合的形式，采取发放礼品降低价格的方式吸引消费者。这种方式不利于培养品牌忠诚度和增加市场份额。

本次促销活动的机会点

- 1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流。
- 2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱听手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

二、本次活动的主要优势

1、活动开展时逢5、1黄金周，人流量大受众人群目标客户多。

2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统性，建立不间断滚动宣传模式。

三、本次活动主要策略

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动“关爱?亲情?和谐”的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。(品牌价值是通过对手机品牌内涵的丰满、外延的充实来实现。)

3、强调“沟通连接社会”的情感因素，突出“品牌背后是文化”以及人性化设置。

第三部分：活动设置

一、室外展台布置

1、街道布置：

在终端商铺临街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅(每个条幅的标语都不相同)，一共三个条幅。分别为“爱怎么听就怎么听，绚出你自己”，“喜欢她/他就要让她/他听见”，“爱听也爱做，彩铃创作先锋”

2、舞台布置：

*1米高，长为4.5米，宽为2.5米的台子，用红地毯铺上。

*背景长4.5米，宽2米。

上行写：爱听手机五、一火热上市(爱听手机四个字用别的颜

色火热用形象的火焰表示，上市旁画音响突出震撼效果)

下行写：大奖等你拿(奖字写的大些，并且用另一种字体)

*舞台左右各放两个音响

*舞台前摆上装有不同奖品的纸盒子，摆2米高并用绳子拉好(以免风大，吹倒盒子砸到群众)，在盒子上贴上奖字下面写上奖品名称。

*舞台前在摆个气模

3、柜台设置：

*柜台和舞台距离为8米，用12个玻璃柜台围成一个正方形

*柜台里放个木制三脚架高2.5米，用来贴海报

*真机放在柜台里

*柜台上放模型，模型下放着相应的传单

*柜台的手机应按价格摆放

*每个柜台旁都安装一个太阳伞(防止天气太热晒到机器和影响销售员和消费者)

*每个柜台有两位销售员

二、人员选择

1、舞台人员选择：

舞台的演员选择乐队现场配合一般艺术学校学生演出，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，学生的演出时尚动感，

这样注目率高，能体现手机对目标消费者的适应，能更好的留住消费者。主持人外观，表达能力进行审核，要幽默，并且有很强的应对现场的能力，还要配一个电工(防止出现电力方面的问题，好即时修复，也可以帮助搬运奖品之类的)。

2、柜台销售人员选择：

首先这些人员要有过销售经验，选择的人员外貌也要经过审核，对服务态度也要有一个大概的考核，经过培训让她们了解爱听每款手机的功能和特色，并针对不同人群灵活运用手机展示手机的不同功能，每个柜台占两人，她的销量和她的工资直接联系起来(从而可以提高柜台销售人员的服务态度和销售业绩)。

三、服装的选择

1、舞台人员可以随意，服装颜色的选择要尽量鲜艳，尽量显得有风格的同时不另人反感。

2、柜台人员(女)的服装为公司统一深色短袖衬衣和职业套裙衬衣背面为公司标志，正面写有爱听字样，并佩带柜台销售人员的标志。

四、舞台表演

1、首先进行歌曲选择，选择的歌曲要动感十足，有强劲的节拍性，欢快的，并且也是大众熟知的歌曲。

2、游戏可选择孩子参与(孩子富有吸引一定的吸引力，能吸引消费者的注意)，可根据舞台的大小选择参与者，例如：爱怎么听就怎么听，绚出你自己。根据手机造型摆出自己认为最酷的姿势并说一段话其中包括爱听两个字，在规定时间内谁姿势最多最优美获胜；喜欢她/他就要让她/他听见。在规定时间内给自己的亲人或者朋友打去电话并说出我在爱听手

机专卖店参加活动，希望把我的快乐与你分享，然后说出祝福的四字短语，说得最多且无重复者获胜；爱听也爱做，彩铃创作先锋。现场制作各种铃声，并用爱听手机播放，并让现场观众参与投票，得票最高者获得大奖爱听手机一部，参与投票的观众也将获得爱听手机链一个。活动与舞蹈歌唱表演等穿插进行可以重复进行多次比赛设置不同级别的奖品若干。

3、主持人对爱听最近新研制推出的手机进行介绍，. 大多介绍的手机应是价格高，特色突出的手机(不要介绍时间太长，介绍时要看人数的多少来进行介绍，介绍时要幽默，能使消费者听进去，从而在消费者购买时能起到一定的增加销量的效果)。

4、买手机有赠品同时还可以抽奖一次，抽到奖的.，主持人应进此奖进行发挥，刺激消费者购买。

五、发放传单

在活动舞台旁聘请2-4名兼职传单发放员进行产品dm单的发放。可将传单印上一定的产品特性题目问答，若消费者回答正确全部题目可到特定柜台获得主管签名一张凭此可以特价购买爱听手机一部或者购买限量珍藏版手机一部(这里的特价机为中档机型且特价的售价略低于成本在此主要为带旺人气和提高传单的使用效率而限量版对于手机作为一种体现时尚和品味的产品，更有着巨大的吸引力)。

第四部分：媒宣方案

一、宣传周期

4月20——31日作前期宣传，通过高空媒介如电视等进行市场进入前的强势宣传引起消费者对此商品的强烈好奇心。通过pop等低空方式进行悬念式广告投放，让消费者想知道“爱

听”究竟是什么东西。(电视的广告选择终端销售店铺所在的地方电台，节约成本。也可选择报纸进行故事性连续广告宣传。)

5月1日——7日活动开幕。

5月7日后进行产品推广后提示性的周期广告宣传。

二、宣传地域覆盖面

以活动推广地为中心，覆盖全省及全国范围。

手机活动方案篇七

一年一度的五一劳动节又要来临了，在手机零售行业整体销量下滑的市场中抓住大型节假日做促销，从而拉动销售提高销量，树立品牌形象，清理前期不良库存!

二、促销时间

5月1日——5月3日

三、促销对象

可能形成购买的所有顾客

四、促销活动

1、买手机返现金，最高返现xx元(特价机除外)

将资源机、主推机等高利润机器打到单页显著位置。表明原价，返现多少元!相当与多少元。;例如i6原价1798元，现返现金100元，单页突出100元字样。其他机型可根据利润返现金从几十元到上百元不等!商家可根据具体情况自行设置。

2、买手机抽大奖，百分百中奖

只要购买手机的顾客凭销售小票均可参与抽奖，抽奖的形式多种多样，比如准备三个纸箱里面分别放如数字从0到9的十个乒乓球按顺序抽出“1、3、9”数字为一等奖，奖品为。不按顺序抽出“1、3、9”为二等奖，奖品为。抽出“1、3、9”任意一个数字为三等奖，奖品为。其他为纪念奖可赠送手机挂饰，手机贴膜等小礼品!奖品的设置要根据抽奖的概率及预估当天的销售量和销售额来订，抽中概率越低、销售量越大则奖品价值越高!反之越低!

3、买步步高手机送大礼

主推利润机在返现的同时可配送礼品，礼品以厂家礼品为主，各地根据当地的生活习性等自行购买适合自己的礼品赠送。凡持单页进店的顾客凭单页都可以免费领取小纪念品一份!

5、特价机专柜

在店面入口处设立特价机专柜展出一些积压机和处理机等。列出机器详细功能、原价、现价。特价机专柜要有显著的pop标识来引起消费者的关注!特价机专柜可以有销售人员轮流销售比如一个销售人员销售一小时，销售的机器要有奖励提成。卖的越多提的越高。必要时可以制订负激励政策。

五、价格促销

在价格战越来越激烈，渠道价格越来越透明的今天怎样才能用价格吸引消费者的眼球?在产品没有绝对优势的情况下通常我们会用“套餐价”和“相当与”来打价格战。

1、套餐价是指在购买一款手机的同时必须要同时购买一款或几款该手机的配件。首先手机的价格打的很低，用配件的利润来平衡手机的利润。这样就能达到手机的利润配件赚。

做套餐的机器也要根据具体型号来做不同的套餐。2、现在很多商家都在和当地的运营商合作，就可以运用相当与比如三星的c288销售价格269送268的话费那就可以在单页上打1元买手机相当与1元。如果没有和运营商合作的商家可以送配件比如送品牌电池送万能充等。如诺基亚1200卖199送价值68元的品牌电池1块相当与131元。品牌电池的成本一般在10元左右而1200的售价应该在179到189之间，这样打即没有损失利润和销量消费者还感到有了实惠！

不管是“套餐价”和“相当与”都要在宣传的显注位置上标注上价格，从而达到吸引顾客的目的！

六、宣传渠道

1、发促销短信，向目标客户、潜在客户发布精炼的促销讯息，特点是成本低、经济适用；

3、促销即将活动开始的两三天前，迅速搞好各专卖店店面促销氛围：拱门(充气拱或气球拱)+条幅+x架+标贴+宣传单页，创造出热销的氛围。

4、对销售员进行集中培训，统一促销口径和规范促销用语，如“您好，欢迎光临!现在我们正在开展买手机送现金促销活动，有等优惠措施”等。

手机活动方案篇八

一、促销活动目的：

旺季抢量，同时强化bbg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。圣诞节与元旦节对于bbg品牌来说都是一个彰显品牌实力、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。由于圣诞、元旦两节时间紧靠，节日性质有较为雷同，

所以将圣诞、元旦划为同一个促销阶段有利于活动安排。

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□20xx年12月25日-20xx年1月5日，凡购买bbg音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

三、活动对象：

bbg新老顾客以及bbg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。礼品采用先冲帐后核销的办法。

各卖场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12月15日之前到达各一级仓库。

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□20xx年12月25日——20xx年1月5日

促销地点：南宁市各大手机卖场

六、促销方法

1. 活动期间，凡购买bbg音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。
2. 活动期间bbgvip顾客凭卡到原发卡店领取精美圣诞礼物一份，每卡仅限使用一次。（数量有限，送完即止。）
3. 新客户购满2000元送bbg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bbg公司市场部需在20xx年12月20号之前联系好南宁电视台、南宁市公交公司，以便我们在南宁电视台和南宁公交车上做广告宣传，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

圣诞节的主色调：西方人以红、绿、白三色为圣诞色，圣诞节来临时家家户户都要用圣诞色来装饰。红色的有圣诞花和圣诞蜡烛。绿色的是圣诞树。它是圣诞节的主要装饰品，用砍伐的杉、柏一类呈塔形的常青树装饰而成。上面悬挂着五颜六色的彩灯、礼物和纸花。还点燃着圣诞蜡烛。所以，我们凯撒促销活动现场气氛的渲染围绕以上内容展开。

a. 卖场氛围

整个促销活动期间bbg终端卖场以“圣诞歌”为音乐背景。长期以来，一直流行的圣诞歌主要有四个：《平安夜》
《silentnight》《圣诞之歌》《thechristmassongs》《听，天使报佳音》
《hark!theheraldangelssing》《铃铛儿响叮当》
《jinglebell》还有其他一些，用这些喜庆音乐营造一种圣诞节日的氛围！

b.橱窗布置

以圣诞元素为主，辅以其他元素，使该橱窗能延用至农历新年

2. 礼品开发bbg真皮手套

3. 圣诞新年陈列布置具体做法：

1. 陈列所需的物品：泡沫挂件、白色长毛地毯、雪花、透明背胶喷画、烛光灯箱。

2. 橱窗的布置：用白色长毛地毯铺在地面上，象征雪花飘落地面，泡沫挂件用鱼线错落悬挂在橱窗上，让人感觉季节的到来，产生温馨、浪漫的氛围，让人深切的感受到浪漫的圣诞新年就在身边；促销礼品的摆放及地面的泡沫挂件更好的衬托圣诞新年的主题；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：可用彩条横挂在收银台旁边，让顾客最直接的感受节日的氛围；顶部可悬挂一些雪花，更好的突出氛围。收银台可用果篮放置一些糖果供顾客品尝。

4. 卖场的布置：顶部可悬挂雪花，（雪花每三组每组由两个交叉或上下错落为立体型）为一串，不可挂的太拥挤，以免让人产生太杂的感觉；卖场的重要位置可做一些热闹展示，更好的吸引顾客的眼球。卖场的死角的布置：卖场的死角是通常

不被注意的地方，但对陈列来说也是较重要的地方，死角陈列的失败可以影响整个卖场的氛围。卖场的死角可用圣诞树来把死角激活，这样就可以做到整个卖场氛围的延续性、整体性。

5. 节日期间，店员可以戴上圣诞帽。口号：“圣诞快乐!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2000元，送礼品一份。如顾客对本次活动有任何疑问，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，紧接着就是农历春节与情人节的促销活动。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。也可利用圣诞、元旦较多的顾客人流，宣传情人节与春节的促销活动。

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：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(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。公司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12月15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。在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

注意圣诞节和元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，

以国庆为例，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。各卖场注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

圣诞和元旦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。附：

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。

十三、此次活动效果的评估工作

以王者通讯、鑫辉通讯、盛世通、南宁百货、三明五个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。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

手机活动方案篇九

媒体宣传费用5

场地费用 $0.1*5=0.5$

员工津贴 $12*0.01*5+4*0.005*5=0.7$

条幅 $0.005*3=0.015$

宣传单 $0.1元*10000=0.1$

免费派送礼品费用0.5

演出人员工资0.2

音响器材租用0.5

其他费用0.2

现场布置费用0.05

小计7.865

第六部分：服务支持

一、增值服务

推出适合手机特色的增值服务，实行手机图片彩铃无限量自

由免费下载(通过到指定销售店铺进行)。提高售后服务质量耐心讲解手机功能，提供覆盖面广的手机维修保养美化店铺。

二、团购优惠

团购就是顾客购买多台手机或者是几个顾客联合购买多台手机的时候，给予一定优惠的促销活动。团购的让利可以吸引顾客选择产品，顾客普遍存在一种“买赚”的心理，团购的让利会让他们觉得物超所值。爱听可以通过1-5%的让利达到产品的终端销量的大量提高，而消费者也不会产生产品降价过时的感觉。

第七部分：促销评估

一、社会影响

此次促销是刺激消费者的认知，以品牌认知为目标的表现策略，提高认知度，强化记忆度达到最基本的认知和知晓的目的，运用乐队引起消费者的注意，通过介绍手机，作游戏，无偿领奖的方式引发消费者的兴趣，增强消费者的记忆，良好的服务态度，以及广告宣传让消费者能看过来，停下来，买回来，直到使顾客满意再回来。

二、活动模式的建立与可持续性

本次活动是一个宣传投入小便于各个城市应用的可执行性强，影响力强的可通用模式，便于复制和推广应用。