

促销活动线上推广渠道哪些 线上促销活动方案英语(模板5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

促销活动线上推广渠道哪些篇一

家电企业，一直在消费者心里占据重要的位置。同款价格的彩电，创维在价格上更加优惠，所以海信面临的竞争还是很大的。

促销组合策略

1、广告策略：（1）市场大小的变化情况（2）旧市场占有率的提升（即袭夺其它品牌的市场）（3）使用及购买频度的增加，作为国内最早涉足led液晶电视产业的电视生产商，海信从去年7月就批量推出了中国第一款自主研发的42英寸超薄led液晶电视，同时正式投产中国第一条led背光模组生产线，实现从led背光模组到整机产品的全面自主研发。今年4月，海信led产品线拓展到42英寸、47英寸、55英寸等多种规格，并在led电视研发上取得了40多项专利，这为led液晶电视在中国市场上的快速普及提供了强大的技术和产品支持。

蓝媒led液晶电视应用了自主研发的自适应动态区域背光控制技术，使得色域范围更广，节能高达30%以上。电视外观采用国内首创的大尺寸整机机壳无色透明注塑技术，其高光流线型造型、超薄化、装饰化设计体现出现代家电的流行趋势。据调查，在预期购买平板电视消费者中led预期购买率高

达34%，预计20xx年led液晶电视市场占有率将超过普通lcd电视，led液晶电视成为平板市场主流的时代即将到来。广告主题：海信超薄led液晶电视 更节能 更环保 更纤薄 更绚彩 纤薄极致 唯美体验。更节能：使用寿命可达10万小时，即使每天使用10小时，也可使用27年以上。更环保：没有任何射线产生，不含铅和汞等有毒有害物质，是名副其实的绿色环保产品。更绚彩：动态对比度达到40000:1以上完美呈现大自然的真实色彩。

4、销售促进：在活动期间，公司对促销员进行销售量激励，达到公司的销售目标后，公司会对每个点组长及促销员以销售量的一定百分比进行人员激励，以此激发促销人员的销售激情；同时在各点相应进行适当的产品优惠策略，促进消费者的冲动性购买。

渠道分类的方式是（1）区域代理商：通过和各大卖场的负责人签订合同，在其卖场里进行一定时间的促销活动，把一部分的销售任务交给卖场，增加销售渠道；（2）授权代理商：与公司签订协议，在一定时期内销售海信电视的单位或个人。

渠道设计影响因素为（1）产品因素：体积和重量、单位价值、产品社会化程度、专用程度、季节性；（2）市场因素：市场成熟程度、市场密集程度、经济发展水平、目标消费者的性质、目标消费者的购买习惯；（3）竞争对手因素：联合性竞争、游击型竞争；（4）制造商因素：资源、控制能力、产品组合、管理水平。

促销活动线上推广渠道哪些篇二

一、总体概述：

1. 拉销

2. 推销

3. 链销

传统的促销包括直接促销和间接促销。直接促销有推销员、售货员和销售服务；

综合类促销：（适合线上线下促销）

（实用在： 团购 渠道礼品订单 采购及其他模式的促销）

1. 数量折扣(购买数量越多折扣越大 实用团购礼品单)

一般情况下，是否给予价格折扣，给予程度有多大，应视顾客的购买数量而定。顾客购买的数量越多，给予的价格折扣幅度就越大。如果顾客仅仅是零星购买，不应给折扣。这种形式，意在用批量优惠来激励顾客扩大购买数量，实现“薄利多销”目的。比如在淘宝里，节日搞个活动，买三送一等等。

2. 现付折扣(订金付的越多越快折扣越大 实用团购礼品单)

促销活动线上推广渠道哪些篇三

20_年x月x日开展了_周年大型家电促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对家庭及主妇为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的_周年广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

_周年大型文艺晚会把整个_周年庆推上高一潮，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

在天时人和方面我们也占到了一定的优势，_周年活动开始天气突然转凉使原本快讯计划中的季节性商品热销，人气鼎沸。这和我们分析和组织商品的前瞻性分不开的，最后真的连老天都帮我们，再加上我们的勤奋努力和较好的分析执行能力，还有做不好的事情?但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：在本次_周年活动中，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

- 1、部分促销活动由于找不到供应商，被一迫流产。
- 2、监督表格没执行，是本次_周年的一个遗憾。
- 3、门店的现场执行力度不够。
- 4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。
- 5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。

6、新商品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次周年的遗憾。

7、门店在_周年活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

8、门店在_周年商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。

9、门店在_周年活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意。

10、在_周年活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思!总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的快讯工作作好。我们希望以后能够把整个快讯营销的方案作得更好、落实得更好。

促销活动线上推广渠道哪些篇四

一、活动目的：

充分利用双十一契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次疯狂购物节的促销活动，更好的传达_x家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：双十一买家具就来_x

充分利用活动契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合美

嘉的品牌影响。

20__年11月10日—20__年11月11日

__x家居自选商场

1□__x一元“秒杀”更劲爆!

2□__x预订套装家具更惊喜!

3□__x套装组合家具更超值!

活动一“合美嘉·一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述:

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，____建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间:

20__年11月11日上午10:00和下午17:00。

活动商品:

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格:

持有合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒

杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

- 1、11月10日—11月11日期间，至___家具自选商场认购秒杀券；
- 2、11月10日—11月11日期间，在__x一元秒杀券认领处认购；
- 4、11月10日—11月11日期间，预订__x套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 2、入户推广：__晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；
- 3、小区推广□__x指定小区由__晚报发行人员有针对性的目标客户推广；
- 5、媒体推广：合美嘉报广□dm□大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

__x的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响__的人群，要影响__人群就要选择能够影响__人群的媒体。__晚报主要发行__市区及周边市县区，办报60多年，在__老百姓心目中有着良好的口碑，在__市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与__x客群吻合，选择与__晚报合作更适合。

媒体合作形式：

- 2、以“预订__x套装组合家具，送__晚报和__手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“__晚报·家具惠双十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

顾客组织：

1、__晚报·富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集；

2、__x客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织。

##结束

促销活动线上推广渠道哪些篇五

.别幻想着一次双十一能让你咸鱼翻身或者一飞冲天，除非你是大类目top品牌。否则备货过多，后面一个季度甚至半年，你就等着销售库存积压品了，特别是非爆款。根据自己的流量获取能力，资金周转能力，仓储发货能力，结合销量预估来备货。

但注意：宁可少备，少填库存，不可多备；宁可少赚，也别赚了一堆库存在手里。

1、目标：销售日目标、活动目标、商品目标；

2、人员：排班、占位、分工；

3、商品：快速拿货、后仓管理、搭配套餐补货、两手货品准备；

4、训练：活动话术、竞品话术、库存了解、逼单做快单、重点和赠品商品卖点；

5、机制设置：每个员工可参与的活动激励方式。

6、利用移动互联网进行内容营销(微信的公众号内容、电子优惠券、公司全员转发[vip客户的转发、进店礼等)，这是一个新的增长点，可以作为一个推广渠道，但是不能把宝压在互联网渠道上。

有些店铺直通的给老客户发短信说，亲，我们双十一全场五折封顶了，快来收藏+购物车，还有优惠券了，还有满减了。老客户上个月才买了你的产品，你就发短信告诉他打折了，不气死才怪。

正确的方法是，对老顾客不要提全场打折的信息，虽然他们明明知道，如果你店铺有针对双十一的新品特供，对老会员推新品是最好的，会在一定程度上淡化产品打折的信号。此外，通过crm(会员系统)筛选老客户。推荐他们满多少还可以获取老客户专享礼包，也是比较吸引老客户的点。