

2023年药品促销活动方案(大全9篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

药品促销活动方案篇一

- 1、充分借助节假日得促销来提升麦兜药品品牌得知名度。
- 2、便于销售渠道拓展和样板店建立与湖北紫荆医药建立良好合作开端

3、为增强已签约和潜在客户及销售终端得合作信心

如（麦兜，我得茁壮成长）

节假日。（如六一儿童节等）

1具有较强终端展示效果得门店（如：面积在300平方米以上得门店）。2具有很好得销售流水得门店（如：日流水在15000元以上）。3在客流量较大得商业圈内（所在城市得主要商圈内）。

4同类商品销售较好门店。

1、与促销点得沟通

a□药品能够进场并能占据较好陈列位置，具良好排面和终端包装效果。

b□确定活动开展得具体时间、开展范围、活动内容等，在参

与活动得药房摆设展架和张贴海报说明活动内容。

c□活动参与人员和促销点得有关营业员。

2、确定活动时间、地点及相关人员、赠品。

3、邀请部分代理商、区域终端分销商观摩。

1在所属区域内得各大连锁选择符合条件得门店，由区域经理负责收集以上资料，城市经理负责和其总部得门店管理部门洽谈驻店促销、流动促销、固定兼职促销、临时促销和短期宣传活动事宜。

2驻店促销：通过事先准备好得促销方案和对方得现有资源进行交换，而降低促销费用和促销成本。

架）陈列得数量（单品不少于10盒）

4促销方案及费用由城市经理申请，事业部经理审核批准后执行

5流动促销：由城市经理洽谈，区域经理执行，一个店做7天。方案及费用由城市经理申请事业部经理审核批准后执行。

以上条件是满足人员促销得基本条件。

药品促销活动方案篇二

（一）方式：在抽奖箱内摸乒乓球。

（二）奖项设计

1、标写“xx”中文汉字为一等奖。

2、标写“五一”中文汉字为二等奖。

3、标写“健康”中文汉字为三等奖。

4、标写“幸运”中文汉字为幸运奖。

（三）活动奖品（每天100个礼品，发放完为止）

一等奖□xxx物品（奖品比例1%）（销售价：200元左右）

二等奖□xxx物品（奖品比例3%）（销售价：80元以内）

三等奖□xxx物品（奖品比例40%）（销售价：10元以内，含进店前20名新会员礼品。）

幸运奖□xxx物品（奖品比例56%）（如：纸巾等）

药品促销活动方案篇三

一、活动目的：

1. 充分借助节假日得促销来提升麦兜药品品牌得知名度。
2. 便于销售渠道拓展和样板店建立与湖北紫荆医药建立良好合作开端
3. 为增强已签约和潜在客户及销售终端得合作信心

二、活动主题：

如(麦兜，我得茁壮成长)

三、活动时间：

节假日。(如六一儿童节等)

四、活动地点：

1具有较强终端展示效果得门店(如：面积在300平方米以上得门店)。

2具有很好得销售流水得门店(如：日流水在15000元以上)。

3在客流量较大得商业圈内(所在城市得主要商圈内)。

4同类商品销售较好门店。

五、主推品种：

(如麦兜系列药品)。

六、前期准备：

1. 与促销点得沟通

a.药品能够进场并能占据较好陈列位置，具良好排面和终端包装效果。

b.确定活动开展得具体间、开展范围、活动内容等，在参与活动得药房摆设展架和张贴海报说明活动内容。

c.活动参与人员和促销点有关营业员。

2. 确定活动时间、地点及相关人员、赠品。

3. 邀请部分代理商、区终端分销商观摩。

七、操作：

1在所属区域内得各大连锁选择符合条件得门店，由区域经理负责收集以上资料，城市经理负责和其总部得门店管理部门洽谈驻店促销、流动促销、固定兼职促销、临时促销和短期宣传活动事宜。

2驻店促销：通过事先准备好得促销方案和对方得现有资源进行交换，而降低促销费用和促销成本。

3案包括：准备促销得门(具体得门店名称)、促销时间(不少于3个月)、促销品种(儿科系列)、人员得数量(1-2人)、产品陈列得位置(货架第一层或端架)陈列得数量(单品不少于10盒)

4促销方案及费用由城经理申请，事业部经理审核批准后执行。

5流动促销：由城市理洽谈，区域经理执行，一个店做7天。方案及费用由城市经理申请事业部经理审核批准后执行。

以上条件是满足人员促销得基本条件。

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](#)

药品促销活动方案篇四

药品超市是xx医药连锁第一家、也是的药店，人员素质比较优秀；地理位置十分优越，处于xx市最为繁华的闹市区；周边居民以本地居民为主，对价格比较敏感；市场成熟度比较高，对营销手段的刺激度相对比较迟钝。

xx店是xx医药新开的一家药店，刚刚进行了开业大型促销活动和中秋简单促销活动。前期所购买的营养品和保健品应该没有被消化完毕，活动对消费者的刺激性应该不会很强。但鉴于上次活动期间，重复购买性比较强，来客总人数并不多的实际情况，也有一定的市场拓展空间和可能。

为拓展和进一步稳定药品超市和xx店在当地商圈中的市场形象，传递药品超市在经营品类上的变化，同时，根据国庆节走亲访友、外出旅游较多的特点，特制定本活动策划方案。

时间□20xx年10月1日——10月7日，共计7天。

主题：“国庆聚惠，七喜临门”

药品超市□xx店。

1、来就送，百样奖品任你猜！

活动期间，每天前100名进店购物者，购物金额超过8元者，凭小票和号码牌，可参加“百样奖品任你猜”活动。活动规则是准备一百样奖品，主要从现有赠品库中准备，根据奖品情况制成有编号的看板，客人可以根据未揭下号码情况，在小票上写下自己选中的号码，由工作人员撕开该号码位置，背后写的什么奖品就获得什么奖品。总金额控制在1400元（7天、单店），两店合计2800元，仓库不足部分用小包心相映纸巾补足。奖项—1.8l金龙鱼调和油一壶。

在使用时须收回小票和号码牌，不能参加其他活动。

2、满意“溢”送：

满38元送90g高露洁牙膏1支(从现库存中准备，不足部分从超市调配)；

满78元送900ml传化洗洁精或10元现金抵用券；

满128元送1.28升海天金标酱油；

满198元送威猛先生厨房重油污或20元现金抵用券；

满288元送香满园珍珠大米一袋(5kg)或30元现金抵用券。

满398元送金龙鱼调和油一桶(2.5升)或40元现金抵用券。

仅限单张小票，特价□dm商品和医保刷卡除外。所有特价商品均会用惊爆签的形式贴在货架商品上。现金抵用券限面额10元，在活动期间使用完毕，每次购买仅限使用一张现金抵用券；使用现金抵用券时不现金找零；使用现金抵用券不得购买特价□dm商品、处方药。

参加本活动时须收回小票。

3、超值换购

在享受其他优惠的基础上，

每购物满18元，加1元，换雪肤莱面贴膜(海洋冰泉醒肤型)1贴，

每购物满28元，加5元，换500ml美露华植物润肤洗手液1瓶，

每购物满58元，加8元，换400ml沐浴露1瓶，

上述金额可多张小票累计。换购时，不收回小票，仅在小票上进行标识，不影响参加其他活动。

4、超低卖

主要是牛黄解毒片、伤风感冒胶囊等1元之内的药品，准备10种左右，原则上按照1元10盒左右的价格随机性销售，并配合现场广播宣传。每次30分钟；每次间隔30分钟；每次超低卖为10个品种。事先录制好，打印好目录，随时播放，并发放目录，以买单小票时间为准，发放新目录时同时收回上次目录。

心脑血管病等知名常用药品准备20个左右，按照5折左右随机性购买，并配合现场广播宣传。每次30分钟。

超低卖以买单时间为准，首轮抢购以“来就送”活动进行完毕后开始，每次间隔10分钟，每次抢购5种商品。

5、多购多实惠

全场参茸(同仁堂产品不参与)、滋补用品、日化用品多购多实惠，购买第二件一折起惊喜价酬宾。全场家用医疗器械八折起。

6、随机礼品大派送。

根据现场情况，不间断推出附带条件的随机送活动。一般要求购买金额达到188元以上，在享受已有礼品的基础上，在事前10分钟开始公布，确定一个时间段(2分钟内)达到一定金额后，随机送出对应的礼品。主要为现有从药店退回的参茸等。

7、免费测血糖、血压，免费用药咨询。

广告宣传

1、门前横幅和电子显示屏宣传。自即日起，文字为：“国庆聚惠，七喜临门□xx医药10月1日——7日特大优惠风暴席卷xx!”

2□dm宣传单：在9月28、29、30日在周边人流量较集中的市场散发传单。

3、现场广播。广播内容另附。

4、现场便携式广播促销。内容由各片区负责人自主确定。

5、9月29日开始，在门前展牌促销。主要内容同dm单，站立于门口两侧。

6□pop和特价牌宣传。

7、全场气球烘托气氛。

8、市电视台和电台宣传。文字另附。

9、29日起在收银台附近树立换购商品展示墙；在药超店商场内门外建立礼品展示墙，在xx店副收银台橱窗内建立礼品展示墙；并写明换购条件和礼品兑换条件。

活动时间关键点安排

1、9月21日中午12点前，采购人员将所有dm商品及价格给xx;

2、9月21日下午1点前□xxxx将确定后的所有dm商品及价格给xxxx□用于设计dm单。

3、9月21日下班前□xxxxx或者广告公司必须将dm单设计初稿

发给xxxx校对。

5、9月23日下班前，各采购将商品及价格信息核对情况以及补充的产品照片反馈给xxx□

6、9月24日9点前□xxxx将dm单初步意见反馈给xxxx或者广告公司。

7、9月24日下班前，确定dm单正式文稿，开始印刷。

8、9月25日下午2点前□xxxx将电视台和市电台广告稿给xxxx□确保9月29日可以开始播放□xxxx将10元面额的现金抵用券设计样稿给xxxx□现金抵用券须注明使用时间，使用规则，有效条件。有效条件为公司公章、公司负责人签名、门店店长签名。

9、9月26日下午2点前□xxxx将10元面额的现金抵用券正式确定稿给xxxx□并正式进行印刷。总金额按照4000张(药超□xxxx及其他药店共同使用，以店长签名为识别标志)进行准备。

10、9月27日，准备好来就送全部礼品清单。按照7天，700个最小单位为准备标准。责任人□xxxx□xxxx□并负责制作展示看板。共准备七套资料，一个看板。资料包括礼品名称和号码牌。

11、9月28日上午12点前，拿到dm单和现金抵用券。责任人□xxxx□

12、9月28日上午12点前□xxxx将内部广播稿准备完毕，交xxx去进行录音。

13、9月28日，进入最后调整期，主要是确定促销品的摆放位置，关联商品的摆放位置，做好促销商品的数量预计和补充。

责任人□xxxx□

14、9月28日，做好活动礼品的到位准备。责任人□xxxx□

15、9月28日晚起□dm单开始分区、责任人发放。责任人：门店店长□dm共计3000份，21日发放20xx份，活动期间发放1000份。

16、9月29日，开始设立奖品墙和换购墙。

17、9月29日中午下班前□xxxx将内部广播电子版制作完毕交给xxxx□

18、9月30日12点前，完成对所有电脑系统价格、打折权限的调整到位，并进行测试。责任人□xxx□xxxx□

19、9月25、26、27、28、29、30日，分批对店员进行促销前的最后培训。并在下午交班时在门店召开动员会，全体参加人员与会。责任人□xxxx□

20、9月30日，写好爆炸牌和促销pop□并写好参茸贵细的主要功能pop□药品关联销售pop□文字稿由xxxx在9月29日下班前准备好给xxxx□

1、礼品换购区。

主要负责：对来往行人发放dm单；发放活动促销物资。

注意事项：事先财务章会计须清点奖品，发放奖品时由其收取小票，活动结束后与章会计进行二次清点；奖品发放条件和游戏规则用pop纸另行写上。

2、收银区。

主要负责：收银；监督购药者买单，并友情提醒；根据换购条件提醒客户进行换购，并实施换购活动。

注意事项：防止已经买单者二次进场，建议准备订书机，对已经买单人员，连同小票已经订起来，并用红色油性笔进行明显标记。

3、处方药促销区

主要负责处方药的促销。

注意事项：在强调对症用药的基础上，强调长期用药者的家庭备药意识，或者疗程意识，提高单品数量，并做好与保健品和医疗器械区域的关联销售的推荐工作，对有意向的顾客及时与保健品区域责任人郭琼或王鑫怡联系，请其接待。

标准用语：“您这是中老年常见病，只用药，会逐步产生耐药性，建议您平时用点保健品，今天我们保健品优惠酬宾，您可以过去了解一下！”“xxxx(yyyy)药师，这边有一位顾客需要购买……，请接待一下”。

4、otc药品区

主要负责：药品性质的otc的促销；

注意事项：要以季节变化，疾病较多为由，建议在数量上有所增加；以治病不如防病为由，推荐顾客购买保健品或者参茸贵细。

标准用语：“我们很多品种都是负毛利促销，现在季节变化，建议您多买点备在家里！”“您是不是经常感冒(过敏)?建议您服用点保健品(医疗器械)，今天也在优惠酬宾”“xxxx(yyyy)药师，这边有一位顾客需要购买……，请接待一下”。

5、保健功能otc区

注意事项：主要是强化疗程观念，提高单品的销售量。

6、参茸品区

主要负责：参茸中药材的销售；

注意事项：以疗程意识，提高单品销售量。

7、保健品区

主要负责：保健品的`销售

注意事项：以疗程意识，提高单品销售量。

8、化妆品区

主要负责：日用品、化妆品的销售

注意事项：以疗程意识，提高单品销售量。

9、家用器械区

主要负责家用医疗器械的销售。

注意事项：仔细向其介绍各项设备的使用方法，寻找销售商机。

10、免费测量区

主要负责免费测量血压、血糖，根据测量情况向客户提出健康建议。重点是推荐参茸和医疗器械和保健营养品。

各区责任人和主要工作人员另行确定。

所需物资和支持

- 1、车辆一辆。用于运送往来支持人员;紧急补货。责任人□xxxx□
- 2、就餐。建议事先预定盒饭。责任人□xxxx□
- 3、红色油性笔两支。收银组用。责任人□xxxx□
- 4、订书机两个，订书针2盒。收银组用。责任人□xxxx□
- 5、收银备用金、预备收款机。收银组用。责任人□xxxx□
- 6、长条桌。三张。用于放置促销品和换购品。责任人□xxxx□xxxx□
- 7、pop纸和爆炸牌。按照各100个准备。用于促销品的装饰。责任人□xxxx□xxxx□
- 8、便携式麦克风2个。责任人□xxxx□
- 9、气球。1000个。责任人□xxxxxx□
- 10、来就送礼品展示牌。一个展板，七套礼品标示和七套号码牌。
- 11、打印机一部，用于打印每限购时段商品清单给收银台。
- 12、关联销售提示pop和参茸功能pop□xxxx组织文字□xxxx负责撰写。

人员分工

- 1、策划组。负责整个活动的策划工作。主要责任

人□xxxx□xxxx□xxxx协助□xxxx负责抢购和随机礼品大派送的事先文字稿的准备和播音工作。同时负责药超店与收银等岗位的工作衔接□xxxx负责袁花店该项工作的统一协调。

2、后勤保障。负责整个车辆的调度和就餐、安全、考勤和促销纪律的监督。负责人□xxxx(主驻xxxx店)。

3、促销商品和物资保障。负责促销商品、促销品和换购物资的准备和调度，以及厂家额外临时促销政策的协调。责任人□xxxx(xxxx店现场由xxxx统筹后与xxxx联系)。重点是要做好药超店xxxx供应商的谈判，要求进货折扣控制在50扣之内。

4、促销现场管理。主要责任人□xxxx□xxxx□xxxx(xxxxx)□

5、信息、音响设备。保证及时维护，指导使用。责任人□xxxx(主驻xxxx店)

6、促销pop□根据促销需要及时更换促销pop□责任人□xxxx□

总体目标：35万(药超店)、10万(xxxx店)

第一天：7万(药超);2万(xxxx店);

第二天：5万(药超)□1.8(xxxx);

第三天：5万(药超)□1.7(xxxx);

第四天：5万(药超)□1.3(xxxx);

第五天：4.8万(药超)□1.2(xxxx);

第六天：4.5万(药超)□1(xxxx);

第七天：3.7万(药超)□1(XXXX);

各区域占比：处方药区10%;otc药品区10%;otc滋补品区10%;参茸区13%;保健品区45%;化妆品区5%;器械区7%。

1、分区任务为指导性任务。

2、整体完成任务，全体人员聚餐1次。

2、促销纪律。凡促销期间需要离岗的，需在经各区域负责人同意后再报XXXX经理同意，任何人不得擅自批准人员离岗，否则，一律按照全天矿工处理。

3、后续工作。在活动最后一天需要制作出会员宣传广告。制作要求在10月6日前完成，稿件内容在9月28日前由XX通知XXX□XXXX在9月29日完成初稿设计，30日确定正式稿件，为写真材料。10月5日前制作完毕。

药品促销活动方案篇五

1、充分借助节假日促销来提升麦兜药品品牌知名度。

2、便于销售渠道拓展和样板店建立与湖北紫荆医药建立良好合作开端

3、为增强已签约和潜在客户及销售终端合作信心

如（麦兜，我茁壮成长）

节假日。（如六一儿童节等）

1具有较强终端展示效果门店（如：面积在300平方米以上门店）。2具有很好销售流水门店（如：日流水在15000元以上）。3在客流量较大商业圈内（所在城市主要商圈内）。

4同类商品销售较好门店。

1、与促销点沟通

a.药品能够进场并能占据较好陈列位置，具良好排面和终端包装效果。

b.确定活动开展具体时间、开展范围、活动内容等，在参与活动药房摆设展架和张贴海报说明活动内容。

c.活动参与人员和促销点有关营业员。

2、确定活动时间、地点及相关人员、赠品。

3、邀请部分代理商、区域终端分销商观摩。

1在所属区域内各大连锁选择符合条件门店，由区域经理负责收集以上资料，城市经理负责和其总部门店管理部门洽谈驻店促销、流动促销、固定兼职促销、临时促销和短期宣传活动事宜。

2驻店促销：通过事先准备好促销方案和对方现有资源进行交换，而降低促销费用和促销成本。

3案包括：准备促销门店（具体门店名称）、促销时间（不少于3个月）、促销品种（儿科系列）、人员数量（12人）、产品陈列位置（货架第一层或端架）陈列数量（单品不少于10盒）

4促销方案及费用由城市经理申请，事业部经理审核批准后执行

5流动促销：由城市经理洽谈，区域经理执行，一个店做7天。方案及费用由城市经理申请事业部经理审核批准后执行。

以上条件是满足人员促销基本条件。

药品促销活动方案篇六

促销主题

活动主题：重装开业惠动福城。

其他主题：老百姓都说同德堂的药价低。

会员购物可免单，每月一天不要钱。

促销目的

挽回因重装而流失的一部分顾客群。

告知顾客门面重装后全新卖场环境、全新的服务质量的升级。

提升门店销售业绩。

业绩考核：通过为期五天的促销活动，目标达成2.5万元(第一天1.5万、第二天1.0万、第三天0.8万、第四天1.0万、第五天0.8万)。

促销内容

产品促销：

超低价产品(负毛利)□a类广告品种、常规负毛利品种：一元专区。

惊爆价产品(低毛利)□b类品种、较知名品牌品种、高库存品种。

组合价产品(较高毛利): 效益品种、重点新产品、自有品种。

药品促销活动方案篇七

药店多半会在节日里举行促销活动,即给顾客带来好处,又给药店带来利润.纵观成千上万的药店促销活动,发现许多药店不缺少创意,缺少的是执行到位.

一般包括四个执行到位:物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位.物料到位

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品.

店内店外氛围到位,拉拱门、挂横幅、招牌干净、做主题橱窗、做喷绘写真、厂家门口撑伞摆台义诊宣传、店内音响店外音响播放活动录音、重点产品推介录音、企业文化录音、养生录音、店内悬挂相应活动和产品pop等.

一定要确保卖场营销氛围足够,员工满面堆笑,热情服务;商品丰富丰满陈列、重点产品用pop爆炸卡、云彩卡提示;比如陈列阶梯状、圆形、心型、做一个空盒中国结,做一个风铃、来些葵花卡.这些是氛围到位,让顾客进店感觉很美.愿意多停留一会儿,增加与店员互动时间.

宣传到位

以店为中心分小区,分时段,分小组发放宣传单

发单界定统一的话术:您好,我们是xx药店[x月x日-x月x日]举行十万礼品大放送活动,欢迎您来参加.界定动作,界定表情,制作活动录音,买赠录音、抽奖录音、养生录音店外音响播放,拱门、横幅、门口义诊、会员电话、会员短信、电子字幕等.

培训到位

让每个店员对活动方案了如指掌，是关键。一定要让全体店员演练出来，不只是简单培训和背诵。

注重三个统一：统一使命、统一语言、统一动作。

使命就是明确每天销售指标，客单价、交易次数目标、重点产品目标，然后交代每个店员想尽一切办法让每个顾客拿一份礼品走。

语言就是统一从第二档开始说，为了提升客单价。比如说第一档买满48元送两包洗衣粉，第二档买88元送不锈钢盆一个。要求全体员工对顾客说一句话：您好，今天我们做活动，买满88元送不锈钢盆一个！

动作就是要求全体店员在营业时间里全程抬盆，盆内装好既定物品（一张dm单、一包第一档赠品洗衣粉、一个第三档赠品水杯）每一个细节必须到位。如果是连锁总部统一对店长培训，店长统一对店员培训，总部到门店抽查，总部再活动前一天统一对店长培训检查落实，提出考核奖惩，执行不到位，考核分数不及格的店长甚至就地免职。药店做促销活动通常是三分策划，七分执行，可见重要的'是执行到位。若药店在执行促销活动的过程中能够把活动真正的执行到位，那促销活动也就成功了。

药品促销活动方案篇八

- 1、服务礼仪规范。
- 2、中奖人员需在《领取奖品登记表》上登记，即：店员登记，顾客签字。
- 3、活动组织人员、参与人员，需提前20分钟到场。

- 4、店面负责人保障本店活动进行有序，严格按照活动方案执行。
- 5、活动结束后，片区经理需在一周内，统计所管辖店面活动期间新会员数量与销售额。
- 6、凡将礼品私自占有者，一律重罚并辞退。
- 7、抽奖活动，仅限于一次性消费达标顾客。
- 8、本次活动组织部门、协助部门、实施部门，须按要求执行，不配合、不按期完成的部门公司严肃处理。

药品促销活动方案篇九

药店多半会在节日里举行促销活动，即给顾客带来好处，又给药店带来利润。纵观成千上万的药店促销活动，发现许多药店不缺少创意，缺少的是执行到位。

一般包括四个执行到位：物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位。物料到位

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品。

店内店外氛围到位，拉拱门、挂横幅、招牌干净、做主题橱窗、做喷绘写真、厂家门口撑伞摆台义诊宣传、店内音响店外音响播放活动录音、重点产品推介录音、企业文化录音、养生录音、店内悬挂相应活动和产品pop等。

一定要确保卖场营销氛围足够，员工满面堆笑，热情服务；商品丰富丰满陈列、重点产品用pop爆炸卡、云彩卡提示；比如陈列阶梯状、圆形、心型、做一个空盒中国结，做一个风铃、来些葵花卡。这些是氛围到位，让顾客进店感觉很美。愿意多停留一会儿，增加与店员互动时间。

宣传到位

以店为中心分小区，分时段，分小组发放宣传单

发单界定统一的话术：您好，我们是xx药店[x月x日-x月x日]举行十万礼品大放送活动，欢迎您来参加. 界定动作，界定表情，制作活动录音，买赠录音、抽奖录音、养生录音店外音响播放，拱门、横幅、门口义诊、会员电话、会员短信、电子字幕等.

培训到位

让每个店员对活动方案了如指掌，是关键. 一定要让全体店员演练出来，不只是简单培训和背诵.

注重三个统一：统一使命、统一语言、统一动作.

使命就是明确每天销售指标，客单价、交易次数目标、重点产品目标，然后交代每个店员想尽一切办法让每个顾客拿一份礼品走.

语言就是统一从第二档开始说，为了提升客单价. 比如说第一档买满48元送两包洗衣粉，第二档买88元送不锈钢盆一个. 要求全体员工对顾客说一句话：您好，今天我们做活动，买满88元送不锈钢盆一个！

动作就是要求全体店员在营业时间里全程抬盆，盆内装好既定物品（一张dm单、一包第一档赠品洗衣粉、一个第三档赠品水杯）每一个细节必须到位. 如果是连锁总部统一对店长培训，店长统一对店员培训，总部到门店抽查，总部再活动前一天统一对店长培训检查落实，提出考核奖惩，执行不到位，考核分数不及格的店长甚至就地免职. 药店做促销活动通常是三分策划，七分执行，可见重要的是执行到位. 若药店在执行促销活动的过程中能够把活动真正的执行到位，那促销活

动也就成功了.