

# 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，会逐步产生赖药性，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(xxxx)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(xxxx)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.