

2023年商店促销海报 商店促销方案计划书 (汇总7篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

商店促销海报篇一

5月17日—19日，凡在店庆三日累计购物满100元、大家电、黄白金累计购物满500元，（餐饮除外）即可凭购物小票到商厦一层共享大厅参加摸球活动，100%中奖。

摸奖设置：

设置四个透明有机玻璃摸奖箱，每个摸奖箱内装摸奖的玻璃球。顾客手背向上，一次性摸出多少玻璃球即赠送相应金额的购物券。（经过实验，一般一次抓出18—23个球，最多能抓出25个玻璃球）。

摸奖方法：

顾客凭购物小票到摸奖处摸奖，每100元为一次；大家电、黄白金累计购物满500元摸一次，每票最多摸10次。奖金以顾客抓出玻璃球的数量确定，每个球1元，抓多少，送多少。并现场制作奖券，经财务登记、盖章后，发给顾客。此奖券可在全场通用。购物券消费不参加此活动。如顾客出现太多抓球机会，如20次以上，可根据情况征得顾客同意后，连抓5次取平均数赠券。

奖券发放：

每组设置4人，一人登记发票，确认抓球次数；一人组织活动的开展；令两人进行监督和配合。每张奖金券的数额为空白，工作人员根据顾客摸出的球数登记，每一球为一元，合计以大写的文字表示。如顾客抓出23个球，工作人员就应在奖金券上登记“贰叁元”，代表23元，并在登记表上注明。

发放部门：

企划部人员组织顾客摸奖；财务部审核小票、发放购物券；商管部登记、监督，三部门配合完成。

预计奖金：

预计店庆三日销售200万元，每笔100元，最多有20000人摸奖。按每人平均20元计算，合计约40万元（实际仅为20万元，费用约为实际销售的10%。

要求：

- 2、企划部负责活动的宣传和组织。
- 3、保卫部负责活动现场的秩序维护。
- 4、财务部负责活动购物券的发放和统计。
- 5、商管部负责店庆日摸奖活动的登记和监督。
- 6、业务部负责对摸球工作人员的培训。
- 7、总务部负责摸球道具和购物券的准备。
- 8、摸球人员要求认真负责，要耐心对顾客讲解。如出现差二元的顾客，应酌情参加活动，并赠送相应的礼券。

商店促销海报篇二

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达合美嘉家具的经营理念，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，家具促销活动方案。

二、活动主题：

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来合美嘉

三、活动思路

充分利用中秋节和国庆节两大契机，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。

四、活动时间：

20__年9月10日—20__年10月5日

五、活动地点：

郑汴路凤凰城合美嘉家居自选商场

六、活动内容：

- 1、合美嘉一元“秒杀”更劲爆！
- 2、合美嘉预订套装家具更惊喜！
- 3、合美嘉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，中寰创世建议与媒体联动，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10月1日、3日、5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、9月10日—10月5日期间，至合美嘉家具自选商场认购秒杀券；
- 4、9月10日—10月5日期间，预订合美嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；

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：

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

媒体合作形式：

2、以“预订合美嘉套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达，规划方案《家具促销活动方案》。

顾客组织：

2、合美嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

3、合美嘉建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

4、活动期间，到合美嘉店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

活动道具：

8秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、

体健貌端的人为宜，需一人；

10颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

活动规则：

8在法律许可的范围内河南合美家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

秒杀活动流程：

1上午8：00——下午5：00

2上午8：00下午3：00

3上午8：00—9：50下午3：00——16：50

4上午9：50下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00下午17：00

6上午10：10下午17：10

请合美嘉领导讲话，介绍合美嘉及合美嘉企业文化、经营理念等；

7上午10：20下午17：20

8上午10：25下午17：25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾

客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；(第一场活动请合美嘉领导抽取第一个顾客)

9上午10：28—10：48下午17：28—17：48

10上午10：50下午17：50

11上午10：55下午17：55

合美嘉员工引导顾客光临合美嘉卖场；

12上午11：00下午18：00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

商店促销海报篇三

20xx年12月25日—20xx年1月10日

春节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。

- 1、利用“春节”黄金周的机会，提升我司终端零售量，加大分销力度；
- 2、通过终端现场演示，提升我司产品知名度、激发犹豫徘徊消费者的购买欲望；
- 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：2000b，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2000b□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，演示完演示员工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)。

演示员工要求：演示员工一定要声音洪亮、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，演示员工还要突出演示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、员工分工与责任

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

各经销商导购管理员工、业务经理/区域经理要对促销活动的内容、终端演示技能等做活动前的培训。本次促销活动除了给顾客介绍我司产品的卖点外，还要从以下方面引导顾客购买本次我司主推的机型：

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。

1、促销时间：今年的春节离传统春节相距较近，春节前后恰是一些打工族回家的高峰期（广州、深圳外来打工员工特别多，这些员工为了躲开春运高峰，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，把公司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、演示员工语言都提前写好，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。

商店促销海报篇四

五一大促销

二、活动内容

(一)深呼吸 海的味道

在_月_日到_月_日期间，凡在某超市各分店购物满__元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖2名

(_个店共_名)各奖海南四日游名额一个

一等奖_名(_个店共_名)各奖美的吸尘器一个

二等奖_名(_个店共__名)各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖___名(_个店共___名)各奖柯达胶卷一卷

(二)服装打折 自己做主

在_月_日到_月_日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

(三)五一惊喜三重奏

一重奏：全城至低(各种商品价格全城至低，便宜至极)

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

_月_日至_月_日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

5月1日至7日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米□500ml食用调和油。

(四)超市“五一”部分特价商品

五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品(本次活动最终解释权归某超市所有)

商店促销海报篇五

商家都会抓住每一个商机去实现自己的目标：培养顾客忠诚、提高销量或者对对手的行为作出相应的反击。六一儿童节就是这样一个不容错过的借口。

儿童是商家重要的消费群体，在儿童身上有很大的消费潜力，父母的很多消费都是围绕儿童展开，因此，商家们完全可以借助六一促销活动，充分的调动起相关的适合产品，吸引刺激消费者，但同时，六一促销活动的目标客户是孩子们，而消费的主体是家长，因此，对于如何吸引孩子，刺激家长消费就需要下点功夫了，这也决定了我们的促销活动要能是家长和孩子们一起参与。

二、促销目标

1、短期目标：提升超市的销售额

2、长期目标：通过该次活动，提升顾客的忠诚度、实现重复购买

三、促销活动安排

活动时间是从6月1日到6月3日。

活动一：六一节买六送一

在超市中选择一批商品进行买六送一活动，比如酸奶、果奶、饮料、果冻、水果、文具等商品，实行买六件送一件的促销活动。由于促销成本为1/7，即让利14%，因此本活动需要厂家支持；其他一些生活日用品(花生油、洗发露等其中的一些牌子)统一打九折。该活动主要是通过让利来吸引顾客的参与，保证活动的圆满完成。

活动二：当天购物满161(包括活动一的消费额)元的顾客，可免费享受由“妈咪宝贝”专业摄影师拍摄亲子合照一张；购物满200元，即可获赠61元摄影现金券一张。并且会在，每一张合照中写明“_超市与父母见证我的成长”几个字，以实现让顾客惊喜，进而提高本超市的知名度。

活动三：该活动凡17岁以下的青少年儿童均可参加。本次活动为超市将设立一个旧玩具捐献区，由商场统一把收集到的玩具捐给福利院儿童，凡捐献的小朋友还可获得一份小礼物，并会将该爱心在、捐赠活动在超市门口公布(礼品主要是文具类的商品，并赠送一个明信片，代表福利院的小朋友感并祝福他们，希望他们健康成长，成为祖国接班人)，与此同时捐赠者可免费享受由“妈咪宝贝”专业摄影师拍摄的亲子照一张。该活动主要是提升超市的形象，提升超市的竞争力。

只承担其中冲洗照片的二十张)；

3、当顾客的消费额在300元以上时，费用全由超市承担(超市承担冲洗照片的三十张)。

四、整合促销

1、广播媒体宣传

2、桂林晚报宣传

在5月25日——6月3日的桂林晚报上，积极推出各类的促销信息；

3、店内广播：

从卖场的上午开业到打烊，每隔两个小时就播一次相关促销信息的广播。

4、卖场布置：

1) 场外：

a) 在免费寄包柜的上方，用万通版制作六一促销宣传：

b) 在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势；

2) 场内：

5、安排3—5名的促销活动导购小姐，引导和讲解活动内容等。

五、促销活动预算

1、与“妈咪宝贝”的合作中，三天费用预计是5万；

2、媒体宣传费用是3万；

3、超市内外的宣传物花去费用3万；

4、设备三天的租赁费用是1万；

六、其他

4、超市经理负责对超市员工的培训和活动的组织控制

5、财务部负责促销预算的核心和监控

商店促销海报篇六

2)活动内容：凡在6月10日—15日促销时间内，在xx各连锁超市一次性购物满18元的顾客，凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动。

3)活动方式

在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽子，让顾客进行粽子品牌及价格竞猜；商品由采购部落实价格一定要相当低，以顾客意想不到的价格出售给顾客，使顾客感受到真下的'实惠，为节子下一步的销售立下口碑打下基础。

2、《五月端午节□xx包粽赛》

1)我司去年已经举行过，顾客反响强烈，效果也不错，实施与否敬请公司领导定夺；

2)操作步骤：采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛；

3)参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。

3、《五月端午射粽赛》

1)活动时间：6月20日—22日

2)活动内容：凡在6月20日—22日促销时间内，在xx各连锁超市一次性购物满38元的顾客，凭电脑小票均可参加《五月端午射粽赛》活动。

3)活动方式：

7) 道具要求：气球、挡板、飞镖；

8) 负责人——由店长安排相关人员。

五、相关宣传

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

2、我司dm快讯宣传(分配数量见附件);dm快讯第一、二期各40000份，第三期单张快讯40000份平均每店1800份(如祖庙丽园、莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量)

3、场外海报和场内广播宣传。

六、相关支持

1、采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送；

2、采购部联系洽谈1000斤粽子材料，举行包粽比赛；

3、采购部联系洽谈2200只粽子，举行射粽比赛；

七、费用预算

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动：靓粽每店限送200只/22店=4400只；

2、《xx猜靓粽，超级价格平》活动：(数量价格由赞助商在各店促销决定)；

3、《五月端午节xx包粽赛》活动：粽子散装米每店30斤/22店=660斤；

4、《五月端午射粽赛》活动：粽子每店100只/22店=2200只。

费用总预算：

1、装饰布置，气球、横幅、主题陈列饰物，平均每店300元，费用约6600元；

2、吊旗费用：10000元

六月份促销总费用：约16600元

商店促销海报篇七

购xx珠宝，送奥运福娃，奖笔记本电脑

购钻石翡翠送金银福娃，购物必抽三轮大奖

通过本次主题促销活动，提升xx首饰的知名度，特别是在当地的影响力，从而切实促进产品的销售业绩。

活动期间，推出购xx珠宝，赠送奥运特许商品——福娃活动。赠送的福娃以珠宝类福娃产品为主。所送福娃有黄金福娃、纯银福娃等。凡购买xx珠宝者，均可参加三轮幸运大抽奖，运气好者可连续获奖。第一轮抽奖之后，抽奖券再次投入抽奖箱，参加下一轮抽奖。

购物赠送与三轮抽奖相结合，贯串整个五月，热潮中串插几个高潮，具有较强的综合影响力，将吸引大量消费者。三轮连环抽奖，可以将活动一步一步推向高潮，并使活动具有延续性与凝聚力，使公众关注度更高，影响力更大，参与积极性更高。

第一轮抽奖选择在“五四”青年节，可吸引更多的青年消费者，带来更多的销量，从而在整个五月形成在“五一”劳动

节购物高潮之后的第二个高潮。

第二轮抽奖选择在母亲节，突出母亲节的卖点，制造新的购物热点，从而形成第三个高潮。

第三轮抽奖选择在“六一”儿童节，再制造一个新的购物热点，从而形成最后一个高潮。在第三轮高潮中，穿插儿童节促销活动，即购儿童饰品，送麦当劳汉堡包1个。为整个五月促销活动划上一个圆满的句号。

20xx年5月1日—31日。

第一轮抽奖：5月4日。

第二轮抽奖：5月11日。

第三轮抽奖：6月1日。

xx珠宝店前。

- 1、凡购买xx珠宝者，不论购买金额，均送价值20以上的福娃公仔1个；
- 2、购xx珠宝满n元，赠送价值n元以上的福娃纯银纪念品；
- 3、购xx珠宝满n元，赠送价值n元以上的福娃黄金纪念品；
- 4、购xx珠宝满n元，赠送价值n元以上的福娃黄金纪念品；
- 5、购xx珠宝满n元，赠送价值n元以上的福娃黄金纪念品。

凡购买xx首饰任何类别的商品，领抽奖券一张，参加三轮抽奖。

第一轮抽奖：数码相机大抽奖。

时间：5月4日（青年节）下午4点。

地点□xx首饰店前。

奖品：价值n元以上□n多万像素的索尼数码相机1部。

方式：从所有奖券中，抽取幸运奖n名，当场兑奖或电话通知领奖。费用：5000元。

第二轮抽奖：母亲系列金耳环大抽奖

时间：5月11日（母亲节）下午4点。

地点□xx首饰店前。

奖品：价值n元左右的母亲系列黄金耳环1对。

方式：从所有奖券中，抽取幸运奖n名，当场兑奖或电话通知领奖。费用：3600元。

第三轮抽奖：笔记本电脑大抽奖

时间：6月1日（儿童节）下午4点。

地点□xx首饰店前。

奖品：价值n元的笔记本电脑1台。

方式：从所有奖券中，抽取幸运奖n名，当场兑奖或电话通知领奖。费用：3000元。

“六一”节穿插活动：购儿童饰品，送价值n元的麦当劳汉堡

包1个，即购即送赠券。预计购童饰人数约20—30人，费用约200—300元。

2、当地交通广播电台或音乐频道投放广告，每周1次，每次n秒，每次约n元。

3、在xx珠宝店所在的商场外投放大型户外广告；

4、在店前投放易拉宝广告2个；

5、在xx珠宝柜台上摆放活动台卡；

6、在xx珠宝柜台上方，悬挂活动吊旗。

1、所有推广口径要高度统一；

2、所有广告平面要高度统一；

3、推广时间要高度统一；

4、不得提前发布活动的任何消费。

1、在4月15日前，要备好所有赠品；

2、在4月18日前，联系好媒体，确定广告与软文投放时间；

3、在4月20日前，要设计好所广告平面及宣传手册；

4、在4月23日前，广播、户外、吊旗、画册等所有广告开始同时投放；

5、广播广告每周投放一次。

所有赠品总值，相当于钻石、翡翠打8.9折。

5000元+3600元+3000元+300元=11900元。

通过连环促销活动，产品销量将在常规经营的基础上至少提高150%以上。