

# 2023年策划促销方案 促销策划方案(通用8篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 策划促销方案篇一

想在激烈的市场竞争中取得突破性的进展，提高市场竞争力，汽车生产商、经销商经常会绞尽脑汁、想方设法搞一些相关的`汽车促销活动，通过促销活动传播文化、扩大品牌影响力，更重要的是，通过促销拉动市场需求。

### 制定促销活动的步骤

开展活动的目的是处理库存产品?是提高销售?还是宣传推广?只有明确了明的，才能使活动有的放矢。

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：确定人群和确定刺激程度。

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无

法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

前期准备分三块，人员安排，物质准备，试验方案。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传。

## 1、降价这是最常用也最管用的手段。

无论货车还是轿车，降价无疑是汽车促销的最主要方法。目前中国汽车市场消费主体发生了很大变化，轿车需求增长的主要动力来自于私人购车。与公款购车对价格不敏感相反，私人购车的特点是对价格反应敏锐。最近的调查显示，66%的被调查者认为价格是现在影响其购买汽车的最主要因素，并且有47%的被调查者表示，只要汽车生产厂家降价，就会马上形成一个购买高潮。

至于降价方式，汽车的价格在厂家的催动下，在促销期间不断向消费者让利。汽车市场的竞争厂家大都在讳言降价二字，于是就采用折扣、回扣的方式。“你购车、我加油”活动是汽贸和厂家经常用到的促销方式，凡购车客户都将赠送价值xxx元的大礼包。开展“买汽车、游千山”现场抽奖大型促销活动。凡购买新车的用户，均有机会获得千山免费游。

折扣和回扣是在促销期间的一种变相的降价，虽然这种一路下滑的价格走势谁都心知肚明，但如何策动这个过程，如何让消费者顺心顺气地接受，各商家还是下了一定的功夫。折扣和回扣就可以达到这个目的，在短期内能够促进销售量的提高和满足消费者的心理需要。

## 2. 各种表演活动

在适当的时间，适当的地点，进行表演宣传，结合其他促销活动，也是促销活动能否成功的关键。

## 策划促销方案篇二

将心泊在彩云升起的`港湾，偷偷把幸福刻在你的心间，用一缕爱的丝线，将你我绑在岁月变迁的终点，在这温馨浪漫的季节里[haface]送给你一份真实的情意！

情人节源自西方国度，现已被国人所接受和认可并近乎疯狂，通过“情人节”这一主题，紧紧抓住围绕“有情人”这一心理，展开商品促销和活动促销，以吸引客流，提高知名度，达到销售的目的。

大力推出“降价风暴”的降价促销活动，让消费者感到真正的降价优惠。高毛利销售，力争创利润新高目标毛利20000元。新的一年haface会有大量的新品上市，为了各加盟店能够更好的增强本店的流行势力，希望各加盟客户认真做好此次促销活动把店内的产品尽最大能量消化，把库存清场，以最新的姿态迎接20xx

2月8日——2月14日（情人节）

### 三、宣传档期

2月8日——2月19日（14天）

1. 示爱有道 降价有理
2. 备足礼物 让爱情公告全世界

“情人节”是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

### 1、 商品特价

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

### 2、 主题陈列：2月8日——2月14日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用橱窗摆放，如没有橱窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a□情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象

b□各店必须包装至少11份以上的“饰品套系”用于主题陈列

推广时间：2月8日——2月14日

1、以头饰为主，现价按原有价位6-7折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品80元以上的顾客均赠鲜花一支。

2、制作“浓情头饰花束”售价表

名 称 数量 原价 现价

只有你 饰品一个送鲜花一支 元 元

一心一意 套系+送鲜花一支 元 元

提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3、免费送货服务，要求饰品超过100元，送货范围不超过2公里。

1、 情人气球对对碰

费用：0.155元/套。

2、 会员卡赠送

凡购买情人节系列商品（不限金额），即可赠送会员卡一张。  
（时间：2月10—14日）

注意做好会员卡资料登记工作。

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕□dm投递等等。

宣传广告语

色彩跳跃的haface饰品

鲜艳的色彩，精致的做工，来自韩国的设计。情人节期间，这样的饰物会不会再兴起一股流行风？快来看看这些高贵、可爱漂亮的饰品吧！

与众不同的情人节

送什么才是与众不同的，送什么礼物才能博美女一笑？又省钱又体面的礼物，请看haface推荐的宝贝饰品吧.....

1、备足礼物 让爱情公告全世界 门前写真招帖。

a. 店门口美术笔手写招贴（含优惠策略的具体内容）；

b. 彩色横幅一条：内容为“示爱有道！降价有理之降价风暴”；

c. 购买或租用心形气球做店面装饰；

2、柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净，一尘不染。

3、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

## 策划促销方案篇三

艾叶，薰苍术、白芷，喝雄黄酒。据说，吃粽子和赛龙舟，是为了纪念屈原，所以解放后曾把端午节定名为“诗人节”，以纪念屈原。至于挂菖蒲、艾叶，熏苍术、白芷，喝雄黄酒，则据说是为了压邪。

### 一、卖场布置

#### 1. 场外布置

1.1 营销店各制作横幅一条，悬挂于\*\*店店招下。

1.2 门口处用气球进行布置，可选择吊挂式或是拱形悬挂式。

#### 2. 场内布置

2.1商场内主要是对专区进行布置，配合商品合理布置。

2.2对主通道重点布置，可用气球悬挂（见附图）。

2.3专区可用粽子悬挂成形状（如端午节快乐等）

## 二、商品促销

3. 商品要求：

3.1相关促销商品品

项不低于20个（食品生鲜15个，生鲜5个）；

3.2. 商品价格普遍低于市场价；

3.3. 同类商品选择价格较低商品；

3.4. 跟端午节一切有关连的商品，具体品项请参考如下（红色字体为重点推荐商品）：

### 食品类

散装粽子包装粽子包装糯米散装糯米火腿肠花生红豆

绿豆芝麻五香粉花椒白砂糖食盐红枣

食用油麻油虾仁黄酒红酒米酒鸡精

糯米酒甜酒啤酒红心咸蛋松花蛋咸鸭蛋鸡蛋

### 生鲜类

五花肉鸡肉牛肉虾肉豆制品汤料紫菜红枣蜜枣豆沙苏打粉。

### 三、团购业务

1. 端午节期间送礼的顾客比较繁多，对当地的政府部门及工会提前进行拜访，并表明意向，可增加营销店的销售业绩。
2. 端午节前期\*\*科组织对各区域的客户进行短信派送，并提前祝节日快乐。
3. \*\*店均对顾客资料凡端午节及儿童节生日的小朋友（18岁以下）赠送价值10元左右礼品一份。

### 营销活动

#### 活动一

活动主题龙飞凤舞粽行天下

活动时间：\*\*\*\*

活动内容：

购物满38元送粽子2个，依次类推，最多限送15个，即需要购物满51元方可赠送15个粽子。

操作事项：

1. 本次活动前5天营销店将所有有关活动物资准备到位，并在门口处放置海报进行宣传。
2. 活动安排在场外进行操作，顾客凭收银小票进行兑换，兑换负责人将顾客换取后的小票进行回收，并将台帐表登记好。
3. 粽子分两种，一种是煮熟的，一种是未熟的，顾客可自行选择。



4. 活动结束后营销店如果采用的是商品即可到总部进行报销处理，（收银小票及顾客登记表）。

费用小计：（略）

活动二

活动主题：\*\*吃（包）

## 策划促销方案篇四

9月8日—9月10日

超音波通信城(紫金店和西街店)

为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量，手机促销策划方案。因现在的手机行业竞争比较激烈，故各手机商家必须提高自己的销售量。所以，本次促销活动可借用“9.10”教师节为主题，以“9.10”为策划原点做出相应的促销方案。

1、卖场内需准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；

3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；

4、广告媒介：宣传单页(a4)□店面外展版(尺寸待定)，报媒(待定)；

1、投入相当一部分资金购买礼品，从礼品上吸引路过的潜在消费者；

2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；

5、从9月8日起至9月10日截止，在上党晚报做原创短信大赛，以“教师节”主题为评选出一、二、三等奖和入围奖；（待定）

6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者（含1500）即可参加抽奖；

9月9日上午：

1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；

2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目；

3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；

4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；

5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；

6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；

7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动内容；

9月9日下午：

1、15：00分开始，由公司安排出演节目；

2、15：30分开始现场编短信比赛，并给予奖现场编短信比赛，选获胜者并颁发奖品；

3、15：40分由公司安排出演节目；

4、16：00分开始购机抽奖；

5、16：20分由公司安排出演节目；

6、17：30分活动结束

1、场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

2、人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与礼仪公司的良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3、奖品的确定：待定

4、经费预算：略

1、活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2、活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3、活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销(如八月十五，国庆等)。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

## 策划促销方案篇五

3月,春天的脚步声悄悄已接近人们的身边,××××店通过3.8妇女节和3.15消费者权益保护日,以及植树节,特别企划以商品特价,买赠促销活动,社会公益活动等来回报顾客,让顾客

真正感觉到××××店新的实惠,新的感觉。并通过各种各样的促销活动,营造热点,推动商场销售。

## 缤纷女人节、诚信权益日

1) 卖场主要以暖色调为主,如果有需要,××××店可自行购买相关物资进行布置,在专区做重点布置。

2) 3.8妇女节及3.15消费权益日营销店制作横幅各一条。(放心购物在××××天天都是3.15)。

3) 商场内可自制小吊旗,主要以企业的形象标语为主.人人关心商品安全家家享受幸福生活。

4) 主通道:悬挂节日专用吊旗(由××××部统一设计制作),对于两侧可沿灯管的空隙间悬挂汽球或其它装饰物。

1) 妇女节到3.15整个活动时间也只隔8天的时间,所以能否给顾客留下深刻的印象,在商品陈列及结合商品促销起了相当大的作用.3.8妇女节各营销店有专区陈列,主要以保健品、计生用品、家具用品为主,3.15主要选择低价商品如:洗衣粉(量贩装)、洗洁精、洗发水、沐浴露、袜子、内衣、衬衫、吹风机、牛奶、饮料、饼干(量贩装)、油、方便面、奶粉、春季拖鞋、饼干、大米、纸巾等。

2) 专区的陈列主要以地堆的形式为主,地堆必需有pop标注,商品建议全部用枪纸标价。

1) 3.8妇女节当天,凡进入××××商场的女顾客必须祝她节日快乐,尤其是商场服务台的工作人员。

2) 其他时间均可采用通用的欢迎光临用语。

1) 短信息的派送,坚持顾客永远是对的的原则,妥善处理顾客意

见。

2)对周边的家庭住户进行团购拜访,并做好企业形象宣传工作。

3)各××××店的大客户老客户进行回访,并提前在3.15来临时做好对工商局的拜访工作,得到相关信息,并有利开展好工作。

1)妇女节期间各××××店各挂横幅一条,关爱女人你的美丽你做主。

2)植树节主要采用的方式是街道宣传方式进行,由××××科统一制作广告旗,××××店上报需求,广告旗只要内容是爱护树木的宣言,放置位置可考虑在街道旁边的树上。

3)3.15的到来,又是一个对于我们商业重大的考验节日,需要我们全城戒备,各××××店客制作横幅一条,并有海报进行本次的主题宣传。

4)3.15期间××××店各制作喷绘海报一张,主要以超低价商品为主。

5)制作迎宾条幅,主要用于厂外人员的佩戴工作。

## 策划促销方案篇六

商场的.主要组成要素就是各品牌各产品的业主,作为商品的主要经营者、促销活动一线管理者,他们对本次活动的态度和了解至关重要。再好的方案,如果不能获得业主的赞同和协同实施,都不可能转化成功。这一点一定要放在开头来写,因为很多商场物业与业务之间都存在各种矛盾,包括业主与业主之间也有矛盾,如果策划人只偏重与促销活动的发起方(大部分是商场物业)进行沟通,而忽略了与各个业主之间的沟通,整体促销活动失败的可能性非常高。我认为在促销

活动实施之前，策划人最好要有一周的时间是专门与各业主进行沟通了解，包括讲解促销方案，同时也需要对业主进行一些激励的工作，各个业主对参与促销的意愿也千差万别，不能想当然的认为他们会100%参与其中。

发起方在与策划人沟通的时候，也包括其他项目方，都普遍存在一个问题就是要么片面夸大项目成绩，要么片面放大存在问题。甲方都是主观的，从甲方采集到的情况一般只具备30%-50%的参考价值，更多的信息需要策划人向同行业其他经营者、业主和消费者多方进行沟通，做到心中有数，制定方案的时候才能对症下药，解决关键问题。

简单就是力量。策划人要有将纷繁复杂的问题一刀而解的能力，为了加强促销效果而实行多重优惠反复加码的形式基本会把消费者搞晕，从而降低吸引力，策划方案中亮点要绝对亮，辅助性的方案要简单扼要，不能与主题分庭抗礼。在这一点上还有一个问题就是业主和商场的意愿，如果业主意愿不高，投资力度不大，确实很难形成较为有力的主题亮点，这就需要策划人跟业主和甲方进行沟通，在目前市场竞争激烈态势下，消费者或许盲目但并不傻，只有把促销的核心价值呈现出来，才能打动大部分的目标消费者。

“我播下的是龙种，收获的却是跳蚤。”德国诗人海涅的一句话恐怕也是很多策划人的心声，很多时候甲方为了成本控制，会将一个完整促销方案分成几个部分分包给不同的公司和个人还实施，包括方案、庆典、人员、道具和广告推广等，这就造成策划主体需要对各个部分进行监管控制，随时进行纠正，不仅让工作量大大提升，而且由于甲方的干涉，往往最后其他单位负责的部分都与策划初衷大相径庭，导致整个活动向着预料之外倾斜，最后不了了之。

商场促销一般都有一个明确的实施时间，不容更改。从一个项目初步沟通产生意向开始，策划人应该将时间利用阶段化、规范化、文本化，节省时间尽早完成各项工作。保证这一点

的除了策划人严格的时间观念外，人员准备尤其重要，作为全包项目的实施方，沟通、设计、制作、促销员培训等等工作都需要有一批熟悉方案的人来负责执行，而且最好专人专项，分工清晰责任明确，切忌一人多工和权责混乱。

## 策划促销方案篇七

一、活动背景：相对于母亲，父亲羞于表达自己的.爱。他们常把爱放在心底。母爱有声，父爱无声。中华民族作为礼仪之邦向来重视孝敬父母回报感恩，因此我们要充分利用这一机会开展互动的亲情文化营销。

二、活动主题：礼赞父亲，孝行天下

三、活动时间□20xx年6月21日

四、活动内容：

1、赠送生日蛋糕：

凡6月20日出生的父亲凭有效证件可在xxx店享受购生日蛋糕6折优惠。

2、喝啤酒的比赛

在大厦店换购处持本商场当日单张50元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛。

活动细则：每场次分两组，每组5人。由主持人下令，能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听啤酒。

3、五颜六色闯关中大奖：

父亲节活动期间，商品全场88折，购买商品折后单票满128元

以上者，可凭电脑小票参加“五颜六色闯关中大奖，为父亲抽个父亲节礼物”活动，为父亲献上精美的父亲节礼物。

(1) 奖品设置：

特等奖：任选服饰一件；

一等奖：送指定商品一个

二等奖：购买商品在打8折；

三等奖：购买商品在打7折；

(2) 活动细则：

a)在商场收银台出入口处放一促销长桌，并铺上红布；于桌上放置两个抽奖箱，每个箱上都装着5种颜色的乒乓球共11，分别是白色4个、兰色3个、绿色2个、黄色、红色各1个[] b)只要顾客连续两次从箱子里抓出来的乒乓球的颜色是一样的，即可获得相应的中奖奖品；红色球代表特等奖；黄色球代表一等奖；绿色球代表二等奖；兰色球代表三等奖；白色球代表四等奖。

#### 4、为父亲父亲赢奖

在商场门前搭建舞台，举行“为父亲父亲赢奖”趣味游戏，即让孩子戴上眼罩，去找找谁是自己的父亲父亲。口号：为父亲父亲赢奖！

(1) 活动细则：

a)从现场围观的观众当中选择5—7对父子，小孩子的年龄应该在4—7岁之间。父亲父亲们套上商场提供的一模一样的衣罩站在一边，衣罩上应该有编号牌，号码与自己的孩子身



上的号码相对应。

b)将孩子们蒙上眼睛，由主持人一个一个轮流引着

他们去找自己的父亲，可以采取摸、闻方法，但不能说话和做其它暗示性动作。违反者取消资格。孩子找到自己的父亲父亲后就站在其背后，但不能摘下眼罩。接着完成下面几个孩子的找父亲父亲的游戏。

c)当所有的人都找到自己的父亲父亲后，就摘下眼罩看结果。

d)如果能准确找到自己父亲父亲，孩子将获得一份肯德基或麦当劳餐饮券，父亲将得到衬衣一件。其他没有成功找到自己的父亲父亲的孩子也将获得精美食品或饮品一份（5元左右）。

五、广告宣传及预算：

3、纸质宣传单5000份。预算金额：500元

## 策划促销方案篇八

活动背景：临近装修的淡季，整个市场上80%的装饰公司签单情况都不容乐观，但如何做到淡季不淡，这就促使公司推出新颖新奇活动方案去吸引客户，在所谓的`淡季去占领更多的市场份额。

活动主旨：为提升公司形象和名气，更好的留住业主，所以阡陌装饰“透明化装修报价”风暴来袭，钜惠漯河广大业主的活动选在咖啡厅举办。

活动分析：长久以来客户的受邀模式固化，让业主来公司的想法不是很强，去不去都不会太大的收获。一种新的模式会让客户有一种新奇的感觉，忍不住到现场去了解一下，在咖

啡厅安静舒适的环境中，人们的心情会放松，对外在事物的接受会比较大，签单可能就大。活动邀约客户人群定在中高端，在咖啡厅举办活动不仅对公司整体形象的提升，还让业主有一种和身份向般配的感觉，如果活动持续一定时间客户会以口碑的形式让公司的名气得到质的提升。

活动内容：选择三个小区的客户做重点邀约（挪威森林、塞纳春天、兰乔圣菲三期），其他有意向客户，到咖啡厅做户型解析会。“高品位不等于高价位”以本地家装价格，感受海派家装魅力。

设计师须全体到场自备笔记本电脑（全套户型图、布置图、相应效果图）

市场部负责客户登记、接待、引导。（周一至周五电话短信邀约，统计人数进行安排）

策划部x展架形象展示引导

采购部小礼品的准备（如抽纸、围裙等）

另需样板房一套，有工程部人员负责解读工艺，接待车辆2部。活动须在咖啡厅准备卡座6---8个，（茶水免费，餐点自费）加上人员午餐，礼品，展架所需费用大概3000元。

活动时间：在装修圈中所谓的淡季6---8月举行，每月两次，定在周六周日举办

活动目标：每次活动定金4个，签单2个。

注：在活动举办的过程中找2个有房的自己人，暗箱操作一下，在别的业主有意向时，交定金，签定合同都可，起到一个连锁反应。