

2023年饮料活动策划案 饮料促销活动方案 (实用7篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。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

饮料活动策划案篇一

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品的宣传和推广；
- 3、提高饮料在人流内的销量；

活动预热期：11月20号—29号（共计10天）

正式活动期：11月30日

地点：人民广场

- （一）人员安排：请6个工作人员在售点；
- （二）工作人员统一穿着“饮料”的工作服；
- （三）在售点发传单；
- （四）在售点挂横幅及其他宣传物；
- （五）要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

确定部分产品以供试喝，使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买。

1、广场场地租赁费，200元，活动十天，共20xx元；

2、促销人员按每人每天200元计，共6名，促销活动十天，共计1.200元

我们有理由相信，通过此次的促销活动，冰糖雪梨饮料在人群中的地位会有一个更大的提升。此次活动定能取得佳绩！

饮料活动策划案篇二

1. 加强品牌活力、年轻、时尚的形象；

2. 加强对产品校园的宣传和推广；

3. 提高饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

活动预热期□20xx年x月x号—x号（共计10天）

正式活动期□20xx年x月x日—20xx年x月x日（共计3天）

地点：各个高校校园内。

1. 所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

2. 在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

（一）元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在x月x日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间□x月x号活动当天，逾期不给予。

（二）产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程。

（三）抽奖

参与条件：只要购买饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。抽奖规则：

1. 每人只能抽一次。
2. 以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。
3. 中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；
4. 购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：

1. 转到，可以获得250ml红茶一瓶。
2. 转到，可以获得250ml绿茶一瓶。
3. 转到，可以获得250ml蜜茶一瓶。
4. 转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。
5. 转到“健康”与“，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程。

（四）凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程。

（五）走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间□x月x日——x月x日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

（六）公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮

料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

（一）人员安排

请10个工作人员在售点（3天的安排一样）

1. 1人负责元旦传递卡。
2. 2人负责抽奖及换瓶盖环节。
3. 2人负责兑换奖品以及记录信息。
4. 1人负责免费品尝。
5. 2人负责走动销售。
6. 2人负责公益活动

（二）现场安排

1. 在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
 2. 在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
 3. 免费品尝的桌子一张。
-
- 1.x—x日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。
 - 2.x日—x日：工作人员统一穿着“饮料”的工作服。
 3. 在售点发传单。

4. 在售点挂横幅及其他宣传物。

5. 要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

1. 各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2. 促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3. 促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4. 元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5. 传单费用1000元

总计：56000元

我们有理由相信，通过此次的促销活动，饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“饮料”的热潮。对树立品牌也会有很大很好的影响。

饮料活动策划案篇三

关于饮料店促销活动方案，导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，下面由小编为您整理出的相关内容，一起来看看吧。

提高康师傅茶饮料在校园内的销量，开发新顾客。

元旦来临了，康师傅茶饮料给您意外惊喜

20xx年1月1日—3日(元旦假期內)

在学校内的新世界超市门前

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工

他们的经济水平较高，会享受生活。

(一)抽奖

参与条件：只要购买康师傅茶饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以康师傅经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话中什么奖等

4、购物券可以到新世界换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

- 2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。
- 3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。
- 4、转到“购物券”，可以获得价值10元的购物券。
- 5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

(二) 免费品尝

在新世界销售茶饮料地点进行免费品尝，让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

(三) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

(一) 人员安排

- 1、请5个工作人员在售点(3天的安排一样)
- 2、一人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、一人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、一人负责免费品尝。
- 5、两人负责销售。

(二) 现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。

3、免费品尝的桌子一张。

30—31日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计五百份。

1日—3日：

1、工作人员统一穿着“康师傅茶饮料”的工作服。

2、在售点发传单。

3、在售点挂横幅及其他宣传物。

4、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号□

场地费用：约1000元 运输费用：约200元

人员费用：约1000元 传单费用：约1000元

物料费用：约1000元 水餐费用：约200元

总计：4400元

中国软饮料业近年取得了飞速发展，但近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国约有茶饮料生产企业近四十家，其中大中型企业有15家，上市品牌多达一百多个，有近五十个产品种类。而与此同时，中国茶饮料消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料

而名列饮料市场的“探花”，大有赶超碳酸饮料之势。在中国台湾，在日本，茶饮料已超过碳酸饮料成为市场第一大饮料品种。随着茶饮料的出现及市场的繁荣，中国茶产业将迎来更加美好的前景。二十一世纪饮料市场将是茶的世纪，茶饮料将成为“饮料之王”。而作为茶饮料中的佼佼者—康师傅销售前景不言而喻。

我们有理由相信，通过此次的促销活动，康师傅在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。而学生们也将更加喜欢茶饮料，将尤其钟爱康师傅茶饮料，也会对康师傅的营销战略更加满意。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“康师傅茶饮”的热潮。对树立“康师傅”品牌也会有很大横好的影响。

饮料活动策划案篇四

提高康师傅茶饮料在校园内的销量，开发新顾客。

元旦来临了，转，转，转，康师傅茶饮料给您意外惊喜

20xx年1月1日-3日（元旦假期内）

在学校内的新世界超市门前

（1）所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

（2）在校的教职工

他们的经济水平较高，会享受生活。

（一）抽奖

参与条件：只要购买康师傅茶饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以康师傅经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话中什么奖等

4、购物券可以到新世界换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值10元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

（二）免费品尝

在新世界销售茶饮料地点进行免费品尝，让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

（三）凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

（一）人员安排

- 1、请5个工作人员在售点（3天的安排一样）
- 2、一人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、一人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、一人负责免费品尝。
- 5、两人负责销售。

（二）现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计500份。

- 1日-3日：
- 1、工作人员统一穿着“康师傅茶饮料”的工作服。
 - 2、在售点发传单。
 - 3、在售点挂横幅及其他宣传物。
 - 4、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

场地费用：约1000元 运输费用：约200元

人员费用：约1000元 传单费用：约1000元

物料费用：约1000元 水餐费用：约200元

总计：4400元

中国软饮料业近年取得了飞速发展，但近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国约有茶饮料生产企业近40家，其中大中型企业有15家，上市品牌多达100多个，有近50个产品种类。而与此同时，中国茶饮料消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料而名列饮料市场的“探花”，大有赶超碳酸饮料之势。在中国台湾，在日本，茶饮料已超过碳酸饮料成为市场第一大饮料品种。随着茶饮料的出现及市场的繁荣，中国茶产业将迎来更加美好的前景。21世纪饮料市场将是茶的世纪，茶饮料将成为“饮料之王”。而作为茶饮料中的佼佼者-康师傅销售前景不言而喻。

我们有理由相信，通过此次的促销活动，康师傅在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。而学生们也将更加喜欢茶饮料，将尤其钟爱康师傅茶饮料，也会对康师傅的营销战略更加满意。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“康师傅茶饮”的热潮。对树立“康师傅”品牌也会有很大横好的影响。

饮料活动策划案篇五

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传和推广；
- 3、提高××饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

活动预热期：2013年12月20号—29号（共计10天）

（1）所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

（2）在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

（一）元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

（二）产品试喝

（三）抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

（四）凭收集的瓶盖换取奖品

（五）走动促销

时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

（六）公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

（一）人员安排

请10个工作人员在售点（3天的安排一样）

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

（二）现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

- 2、1日—3日：工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。
- 3、在售点发传单。
- 4、在售点挂横幅及其他宣传物。
- 5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“××饮料”的热潮。对树立“××”品牌也会有很大很好的影响。

饮料活动策划案篇六

烈日炎炎似火烧，酒水饮料卖得好。随着高温的来临，饮料品

牌迎来销售旺季,当然也是营销旺季。为饮料营销活动制定策划方案,下面是本站小编整理的饮料营销活动策划方案,欢迎阅读。

一、活动目的

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象;
- 2、加强对产品校园的宣传和推广;
- 3、提高××饮料在校园内的销量,并开发新顾客。

二、活动时间、地点

活动预热期□20xx年12月20号—29号(共计10天)

正式活动期□20xx年12月30日—20xx年1月1日(共计3天)

地点:各个高校校园内

三、活动对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年,有健康意识,追求成就感和自我认同,他们注重生活质量,懂得追求时尚,但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工及家属

他们的经济水平较高,会享受生活。

四、活动主题

“吃、喝、玩”,乐在元旦!

五、活动的内容及安排

(一)元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

(二)产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

(三)抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

(四) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

(五) 走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

(六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

六、现场布置

(一) 人员安排

请10个工作人员在售点(3天的安排一样)

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

(二) 现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

七、宣传计划

- 1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他

们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

2、日一3日：1、工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。

3、在售点发传单。

4、在售点挂横幅及其他宣传物。

5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号□

八、费用预算

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

九、活动效果预测

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

一、促销的目的

提高康师傅茶饮料在校园内的销量，开发新顾客。

二、促销活动的主题

元旦来临了，转，转，转，康师傅茶饮料给您意外惊喜

三、促销活动时间

20xx年1月1日—3日(元旦假期内)

四、促销活动地点

在学校内的新世界超市门前

五、活动的促销对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工

他们的经济水平较高，会享受生活。

六、促销活动内容

(一)抽奖

参与条件：只要购买康师傅茶饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以康师傅经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话中什么奖等

4、购物券可以到新世界换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值10元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

(二) 免费品尝

在新世界销售茶饮料地点进行免费品尝，让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

(三) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

七、现场布置

(一) 人员安排

1、请5个工作人员在售点(3天的安排一样)

- 2、一人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、一人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、一人负责免费品尝。
- 5、两人负责销售。

(二)现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

八、媒介计划

30—31日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计500份。

- 1日—3日：
- 1、工作人员统一穿着“康师傅茶饮料”的工作服。
 - 2、在售点发传单。
 - 3、在售点挂横幅及其他宣传物。
 - 4、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

九、促销活动预算

场地费用：约1000元 运输费用：约200元

人员费用：约1000元 传单费用：约1000元

物料费用：约1000元 水餐费用：约200元

总计：4400元

十、促销效果预测

中国软饮料业近年取得了飞速发展，但近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国约有茶饮料生产企业近40家，其中大中型企业有15家，上市品牌多达100多个，有近50个产品种类。而与此同时，中国茶饮料消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料而名列饮料市场的“探花”，大有赶超碳酸饮料之势。在中国台湾，在日本，茶饮料已超过碳酸饮料成为市场第一大饮料品种。随着茶饮料的出现及市场的繁荣，中国茶产业将迎来更加美好的前景。21世纪饮料市场将是茶的世纪，茶饮料将成为“饮料之王”。而作为茶饮料中的佼佼者—康师傅销售前景不言而喻。

我们有理由相信，通过此次的促销活动，康师傅在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。而学生们也将更加喜欢茶饮料，将尤其钟爱康师傅茶饮料，也会对康师傅的营销战略更加满意。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“康师傅茶饮”的热潮。对树立“康师傅”品牌也会有很大横好的影响。

初夏，饮料类产品的销售旺季已经来到，河南饮料市场上群雄逐鹿：康师傅、娃哈哈、乐百氏、可口可乐等竞争对手纷纷摩拳擦掌、重拳出击，实行新的促销策略。如何在对手有市场动作之前发挥现有优势，抢先发力，抢占市场份额，巩固市场地位成为统一公司的头等大事。夏季也是面类产品销售的淡季，如何让淡季不淡，而不因为淡季而让夏季变成销售的“盲区”，组织一场以部分热销产品带动全线产品的畅销成为了必要之举。

媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，“借势、造势”成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为“大河统一美丽生活”。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

活动安排

1、活动时间为5月31日-6月30日。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等“茶”系列产品为一套系的促销，“鲜橙多、葡萄多”等“多”系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五“买就送”，以买送搭赠(面类产品和饮料的捆绑)的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的“限时、限量惊爆抢购”，打击竞争对手，抢拉客源的“超低特

价，超级好礼”。

3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动——您的爱心我的学业，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势！

活动执行

一、部门协调

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

1、事前责任明确

由于此次“大河统一美丽生活”活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写□pop制作；推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报□pop管理，活动现场管理等；储运部负责检查库存，确保及时补货；销售部负责维持好现场秩序。财务负责帐款的回收。

2、做好各项活动准备

在“大河统一美丽生活”活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。

场地准备：确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。

物料准备：根据活动的规模，提前准备好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、上货、广宣品□pop等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

人员培训

“大河统一美丽生活”人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训；第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

1、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到-全球品牌网-明确活动目的、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

2、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态(推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动)、推销话术(消费者异议回答话术、目标消费者)等的培训。

活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了统一品牌的影响力和在民众中的美誉度，扩大了市场占有率，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的！

饮料活动策划案篇七

夏天到了，又到了饮料大卖的时候。以下是小编整理的饮料开学促销活动方案，欢迎阅读。

初夏，饮料类产品的销售旺季已经来到，河南饮料市场上群雄逐鹿：康师傅、娃哈哈、乐百氏、可口可乐等竞争对手纷纷摩拳擦掌、重拳出击，实行新的促销策略。如何在对手有市场动作之前发挥现有优势，抢先发力，抢占市场份额，巩固市场地位成为统一公司的头等大事。夏季也是面类产品销售的淡季，如何让淡季不淡，而不因为淡季而让夏季变成销售的“盲区”，组织一场以部分热销产品带动全线产品的畅销成为了必要之举。

媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，“借势、造势”

成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为“大河统一美丽生活”。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

活动安排

1、活动时间为5月31日-6月30日。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等“茶”系列产品为一套系的促销，“鲜橙多、葡萄多”等“多”系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五“买就送”，以买送搭赠(面类产品和饮料的捆绑)的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的“限时、限量惊爆抢购”，打击竞争对手，抢拉客源的“超低特价，超级好礼”。

3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动——您的爱心我的学业，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所

包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势！

活动执行

一、部门协调

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

1、事前责任明确

由于此次“大河统一美丽生活”活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写□pop制作；推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报□pop管理，活动现场管理等；储运部负责检查库存，确保及时补货；销售部负责维持好现场秩序。财务负责帐款的回收。

2、做好各项活动准备

在“大河统一美丽生活”活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。

场地准备：确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。

物料准备：根据活动的规模，提前做好好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、

上货、广宣品□pop等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

人员培训

“大河统一美丽生活”人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训；第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

1、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到-全球品牌网-明确活动目的’、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

2、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态(推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动)、推销话术(消费者异议回答话术、目标消费者)等的培训。

活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了统一品牌的影响力和在

民众中的美誉度，扩大了市场占有份额，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的！

一、活动主题

“欢乐进行时，健康每一天”

该主题既可以体现出本次活动中所给消费者带来的直接感受，又体现出xx一直以来向消费者传达“健康向上”的整体形象。整个活动主题朗朗上口，便于消费者记忆。

二、活动目的

展示xx形象。

促进xx产品的推广。

拉动xx短期销售。

加深xx在消费者心中的地位。

三、活动所针对的重度目标受众

1、孩子

他们的年龄段从4岁到18岁不等，他们喜欢玩，喜欢接触新鲜的事物，他们对任何产品的认识大多取决于第一印象。他们对产品虽然没有最终的确定权，但是他们是左右父母购买的引导权，父母对他们所提出的建议大多都是重视，而这也是实施最终购买很重要的一个环节。

而这次活动，我们就是让孩子像知道麦当劳一样记住xx[]让xx留在他们的脑海里。

2、家长

他们极度关心孩子的健康，只要对孩子的健康有好处的产品，家长们都愿意去尝试。他们在购买此类产品时，可能基本处于一种理性的购买状态之中。但是他们在购买前，经常会听取孩子们的建议，然后再通过进一步地分析，决定最终购买。

而这次活动，就要让家长们知道xx是对孩子的成长是非常有利的，同时通过相应有效的促销方案和免费饮用活动，吸引家长完成最终购买。

四、活动形式

在北京2家“家乐福”(建议在方庄店、马连道店和中关村店中选择两家)门口，展开丰富多彩的现场活动。整个活动包括周末的户外主题活动和工作日的室内礼品派发活动。

因北京另几家家乐福门外均无太大场地，无法实施户外主题活动，故建议选其中两家(白石桥店、国展店)，进行全程的礼品派发、促销、青少年与儿童健康展览等活动。

工作日的礼品派发活动基本安排在每周一到周五，可以购买产品后换取或赠送小礼品的形式派发，也可采用促销员在客流较多时段进行产品派发。

派发的小礼品可以选择为纸灯笼、对联、中国结等，之所以选择这样的小礼品，是因为活动期间距离春节不远，选择一些符合春节气氛的小礼物，能够迎合更多人的心理。

另外，我们还建议：

一、也可以赠送一些印有xxlogo的小胸牌，摇摇卡、文具、杯子等小礼品。

二、可以在购买时赠送刮刮卡。刮刮卡现刮现中，中奖率100%，礼品分别为三个层次的奖品(如大奖为三星dv□二等奖为ps 2游戏机，欢乐奖为xx小礼物等，具体形式、奖品设置待沟通)。

促销配送方案：

1、购买一桶xx产品送对联一幅

(杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个)

2、一次性购买二桶xx产品送纸灯笼一个

(杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个)

3、一次性购买三桶以上(含三桶)xx产品送中国结一个

(或文具一套)

周末的主题活动可设计成标准统一的节目和舞台背景；也可根据每家“家乐福”门前场地的面积、形状大小、位置的不同，举行不同的活动。

春节饮料促销活动方案(二)

一、活动目的

1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；

2、加强对产品校园的宣传和推广；

3、提高××饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

二、活动时间、地点

活动预热期□20xx年12月20号—29号(共计10天)

正式活动期□20xx年12月30日—20xx年1月1日(共计3天)

地点：各个高校校园内

三、活动对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

四、活动主题

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

五、活动的内容及安排

(一)元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

(二)产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

(三)抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

(四) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

(五) 走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

(六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

六、现场布置

(一) 人员安排

请10个工作人员在售点(3天的安排一样)

1、1人负责元旦传递卡

- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

(二)现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

七、宣传

- 1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。
- 2、日—3日：1、工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。
- 3、在售点发传单。
- 4、在售点挂横幅及其他宣传物。
- 5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

八、费用预算

- 1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

九、活动效果预测

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“××饮料”的热潮。对树立“××”品牌也会有很大很好的影响。