

2023年促销活动宣传标语 家电宣传促销活动方案(优质7篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

促销活动宣传标语篇一

好券好礼大fun送

- 1、有力提升本货“五一”期间的销售
- 3、有力抢占五一长假期间的节日市场份额

20xx年4月26日—5月11日

主力营业推广

- 1、有礼有券刮刮乐活动办法[]20xx年4月26日—5月11日期间，当日至本百货现金部分购物累计满200元即可获赠刮刮卡一张，累计满400元即送两张，依次类推，买多送多。刮刮卡为即开即中型，中奖率100%。

活动注意事项

活动人员配备：发奖处人员配备2人，每班一人

活动物品预备：刮刮卡、领奖登记表、计算器、抵用券领用章、印泥等文具

现场活动海报：内容为活动参加须知，抵用券使用须知，收银台公告

奖品设立：礼券和礼品的比例为4：6

礼券设置：礼券20元、礼券30元、礼券50元

礼品

多用杯组（花色：太阳）500份

多用碗组（花色：月亮）1400份

使用马克杯（花色：地球）500份

纪念品：（花色：百货名称）2400份

（矿泉水、鼠标垫、钥匙扣、电话本、牙刷等）

2、现场活动部分：

a□30秒速递投篮：（主题现场活动）

活动办法□20xx年5月1日—7日期间，凡当日至本百货动地带现金部分购物累计满200元即可至中心篮球场参加30秒投篮活动一次，本百货将于每日活动结束后进行统计，次日以电话形式通知进球数最多的消费者至本百货服务台领取品牌运动鞋一双。5月1日—5月6日每日送出品牌运动鞋一双。5月7日下午举行30秒速递投篮总冠军争霸赛，决出总冠军并于当日下午领取由阿迪达斯价值600元的运动鞋一双。

b□vip主顾客特别企划

活动办法□vip卡主顾客凭xx百货vip卡也可至服务台参加娱乐

活动并可用于参加活动后在服务台领取第可口可乐一瓶。每张vip卡限领一瓶。

互动活动类

(1)、足球射门入洞赛

活动办法：5月1日—7日期间，在本百货太空广场上将举行间断性足球射门活动，球门设有1.2.3.4.等不同数字，射中不同的球洞即可领取相对应的礼品。

(2)、精彩好礼套套乐

促销活动宣传标语篇二

菊品为尚，情浓重阳；礼敬老人，温馨健康。

xx年10月19至xx年10月22日

3、在餐厅内悬挂张贴重阳节主题旗帜、画册等；

4、在餐厅各楼层显眼位置摆放不同品种的'名贵菊花，供餐厅顾客观赏。

活动一

餐厅在重阳节营销活动期间，推出适合老年人口味的菜点，时逢秋季养生的好时机，餐厅推出了养生佳品及各色重阳套餐。

活动二

1、重阳节当天向60岁以上用餐的老人赠送养身滋补汤一份。

2、当天过生日的宾客凭生日蛋糕或本人有效证件可获赠长寿面一份。

活动三

举办“百叟宴”。凡年满60岁以上(凭有效证件)的老年人可享受每位99元的“九九重阳优惠套餐”(仅限100人)，额满为止。席间，有民乐、变脸、舞狮子等表演助兴。

活动四

重阳节特价酬宾

保健酒类、保健品类

保健食品类

其它老年用品等

1、报纸广告：在重阳节前的周四《xx晚报》发表重阳节营销活动内容，以彩板见报。

2、网络广告：在餐饮网络平台上发布重阳节营销活动信息。

促销活动宣传标语篇三

全方位的推广活动势在必行。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金(无论是在电视广告、报纸、单张上)全力反搏；国美电器欲于国庆前后在新塘开业；大环境上，国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场，家电行业激战越演越烈。

3、为了减少家家乐电器有限公司挂绿店的搬迁造成的负面影

响，强势宣传博罗店的成功签约。

4、中国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。综上所述，我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

二、活动主题及思路

1、活动主题

司庆期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到；（具体时间：9月24日——9月30日）国庆期间活动口号：贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。（具体时间：9月28日——10月9日）

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现家家乐辉煌历史。

3、活动时间：9月24——10月9日

三、活动地点：家家乐各连锁店（包括河源店）

四、活动组织：总监督： 总负责部门：销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人：各分店店长（监督人：销售管理部、采购部）

五、活动内容及安排：

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a□库存量较大、急需处理商品

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型

c□我司主推商品

d□厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送(司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮)

活动主要针对司庆期间光临家家乐电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送(购物送麦当劳券)

活动主要针对国庆期间在家家乐电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由____负责联系券，新塘店由____负责联系，河源店由____负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、9日(星期六、日)开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。(具体内容根据采购部提供的资源再来安排)

6、一元超低价活动

a□活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b□超低价商品明细表(仅供参考，具体由采购部确定)

| 价位 | 商品 | 数量 | 单价 | 合计 | 亏损 |
|----|----|----|----|----|----|
|----|----|----|----|----|----|

| | | | | | |
|----|----|----|-----|------|-----|
| 1元 | 风筒 | 5台 | 20元 | 100元 | 95元 |
|----|----|----|-----|------|-----|

| | | | | | |
|----|----|----|-----|------|------|
| 1元 | 烫斗 | 5台 | 30元 | 150元 | 145元 |
|----|----|----|-----|------|------|

| | | | | | |
|----|-----|----|-----|------|------|
| 1元 | 电话机 | 5台 | 30元 | 150元 | 145元 |
|----|-----|----|-----|------|------|

| | | | | | |
|----|----|----|-----|------|------|
| 1元 | 风扇 | 5台 | 40元 | 200元 | 195元 |
|----|----|----|-----|------|------|

| | | | | | |
|----|-----|----|------|------|------|
| 1元 | 微波炉 | 1台 | 280元 | 280元 | 279元 |
|----|-----|----|------|------|------|

| | | | | | |
|----|-----|----|------|------|------|
| 1元 | dvd | 1台 | 280元 | 280元 | 279元 |
|----|-----|----|------|------|------|

| | | | | | |
|----|----|----|------|------|------|
| 1元 | 彩电 | 1台 | 600元 | 600元 | 599元 |
|----|----|----|------|------|------|

总计 1760元 1737元

3店共 5280元 5202元

两天共 10560元 10404元

c□超低价抽号券2种领取途径：

(a)□每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。（凭单张排队）

d□方法：9月24日—26日；10月1日—3日各分店每天上午9:30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“__商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序(廖总事先安排)，派发人员：文员、财务人员。

品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h□当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i□活动开始的前一天晚上(营业结束时)，各店把超低特价海

报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j□在派发超低价购物券前由现场负责人通过咪头或大声公讲解超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由售后中心安排维修师傅(4人)维持现场秩序。

7、购物抓现金活动

a□活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b□活动地点：家家乐各连锁店

c□活动方式：购物抓现金

d□方法规则：

(a)□活动期间凭本公司购物满1000元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次；购物满10000元以上可抓三次，最多三次。

(b)□抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样□(c)□顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。(须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等)

e□美工在活动前书写抓现奖明细海报(活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f□各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的

一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾

a□活动时间：9月24日—25日、10月1日—2日、10月8日——9日
(活动期间星期六、日，具体情况也调整)

b□活动地点：家家乐各连锁店店门外

c□活动形式：根据厂家提供的文艺资

源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系列活动。

d□场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响(调试)、产品展示为主。

e□采购部根据厂家回复情况与市场部做统一调整和安排表演具体时间、内容、具体厂家。

f□司仪、文艺节目、互动游戏、现场赠送礼品(糖果火为主)要提前由市场部审核，尽量做到最好最有影响力。

9、放心服务全方位体验

a□活动目的：目的是在消费者心中提升我司的服务形象，本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

b□活动时间：9月24日——10月9日(如消费者反应强烈可继续

实施)

c□活动主题：家家乐电器放心服务全方位体验；

d□活动内容□(a)□售前服务体验□(b)□售中服务体验□(c)□售后服务体验。

e□活动详解及分：

a□售前服务：主要是指免费接送消费者，目前在家电零售行业免费接送在广州还未曾见过，在超市行业已早实施，推出此项业务主要基于：创造增城首家，制造舆论效果，从侧面提升家家乐的影响力；费用不是很大；突出家家乐的服务质量；为以后的服务提供借鉴依据。

实施措施：

(a)时间：9月24日—10月9日，24日前通过广告宣传，渐渐把顾客注意力注意到家家乐，国庆前再通过广告宣传活动内容以此把活动推向高潮。

(b)是以打电话预约形式完成(未形成惯性，避免无目的性)，我司通过广告形式向顾客说明预约电话号码，一般情况下是提前1天预约，次日根据顾客的购买时间定时到顾客家中接人。

(c)各片区、分店接电话负责人：各分店文员，分店文员接电话后登记顾客的姓名、电话号码、地址、及接送时间，如顾客需当天来店内购买，文员电话至接送司机，司机负责到顾客家中接人，每天下班前文员负责登记需接顾客名单并交班给车队长。

(d)接顾客车安排：增城区安排面包车接顾客，新塘安排售后面包车接顾客，河源安排长安面包车接顾客，由车队长负责安排接顾客司机(原则上一个司机负责一天接顾客的工作)。

如司机把顾客接到店内后又到其它地方接顾客首先到仓库询问是否有到该地方的货物并顺代送货。

促销活动宣传标语篇四

双12这个千载难逢的日子，比如：结婚、新房入住、家具安装等，家具购物、家庭装饰、庆典活动。因此，这是难得的一次购物狂欢月，也是今年最后一次大型活动。

12.12

双12宣传活动策划目前按照店内折扣、海报宣传以及付费推广（直通车、淘宝客），免费推广（自然搜索以及站外双12主会场）尽可能引入更多有效的站内外流量，从而达到促进销售额（12-15万）的目标。

1、进店有礼！

凡是进入本店铺，收藏店铺、收藏宝贝，凭截图向客服领取无门槛优惠券（5元12.12使用），先到先得，限量100张，送完即止！

2、双12店铺促销优惠券

满599领取30元优惠券、满799领取优惠券50元、满1299领取100元优惠券（优惠券上标明特供品不参加其它优惠使用）

3、双12特供品

12.8-12.12预热特供产品[7245l]单品优惠券优惠(50元12.12使用)

12.8-12.12预热特供产品[160gb]单品优惠券优惠(30元12.12使用)

（首页给这两款特供产品做两张广告图引流测试、并做直通车测款）

4、活动短信

促销活动宣传标语篇五

活动内容：

以中国传统的中秋赏月赏花灯灯谜猜想

活动方式：

泛当日在嘉年华ktv消费顾客不论消费多少均赠送中秋月饼一份以顾客人数进行计算。

当日所有每个包房消费个顾客以包房计算赠送花灯一个顾客可以在上边写上自己的愿望并悬挂在嘉年华ktv

活动当日在嘉年华消费的顾客可以参与猜谜活动。猜中的顾客均可赠送纪念品一份

注：再中秋佳节当日在嘉年华ktv各处悬挂各种样式花灯增加节日气愤并在花等上张贴各种谜语。

活动准备及投入预算：

烟灰缸或酒杯100个酒水促销赠品

喷绘宣传海报2张*20.00元/张

报纸平面广告宣传可以作为选择项目价格在1000元左右*2天

灯笼100个*5元/个

执行部门：

企划部门负责所须店内宣传品及媒体宣传品的设计工作

注：9月12日前完成各项设计工作及谜语的选择并提交给主管经理审核

财务部门负责对整体预算开支及活动后的收入情况进行整体评估。

注：9月10日前完成预算审核

采购及仓库管理部门负责对相关所须物品进行支持。

注：企划部门协助采购部门在9月15前完成采购工作。

嘉年华ktv主管及服务人员负责具体活动内容执行。

注：嘉年华ktv管理部门在9月17前完成对员工的培训工作。

工程部门负责电力等相关的支持工作

注：在9月18日当天完成灯笼的悬挂

备注：

本计划属于公司的商业机密任何人不得外泄。

计划必须在主管经理签字批准的情况执行。

在活动期间发生任何突发情况嘉年华ktv主管负责根据实际情况进行处理。

4、相关部门可以根据实际情况要求更改计划内容或推迟。

促销活动宣传标语篇六

20xx年x月31日至x月20日

1□x月31日至x月8日

贺大中电器进驻省城1周年手机、电脑抢先登场

手机、电脑狂欢节隆重开幕

2□x月9日至x月15日

彩电、冰洗龙腾虎跃擂台比拼贺周年

3□x月16日至x月29日

星光闪耀周年庆纵情回报顾客情

华银店一周年庆典

4□x月30日至x月20日

大中家电航母乘风破浪

进驻周年一炮双响

天河店、蓝天店同喜同贺

星光闪耀周年庆，纵情回报顾客情

以大中电器进驻石家庄1周年为主线，各部门争先庆贺，设擂比拼，纵情回报省城顾客厚爱。其中大中电器石家庄旗舰——华银店1周年庆为闪光点，众家电明星品牌踏上星光大道，会聚大中华银店，全力助阵，绽放灿烂星光。

重点加大现场执行力，每位员工对活动必须全面了解，充分体现现场活动气氛。

负责人：店面第一责任人：店长、部门第一责任人：各部门经理

产品丰富，选择余地大。

负责人：各事业部经理

电视媒体□dm□报纸媒体、电台媒体、终端媒体□pop□吊旗、条幅、气球、拱门、舞台背景等店面宣传品）与整体活动保持一致。

负责人：企划部

现场卫生处理：配备4名清洁工，定时对活动现场进行扫除确保活动现场的整洁。（店面内2人，广场2人）。

负责人：前台经理

现场秩序与安全保障：配备6名防损员对活动现场进行全面监控。

负责人：防损部主管

电工：庆典现场配备专业电工1名，检测维护用电，保障庆典活动用电正常。

负责人：店长

防雨措施：准备雨披500件，既可作为礼品赠送，又可防雨。

负责人：行政部

展板：放置于各店口醒目位置，对活动进行文字说明，避免可能产生的误解。

负责人：前台经理

前台：接受顾客咨询及投诉，前台活动专用背景板，放置于前台后，渲染活动气氛。前台经理必须对整体活动全面了解，避免一切可能产生的错误回答。

负责人：前台经理

店内广播：根据活动要求播放，及时发布临时信息，起到促进销售的作用。对于主推产品重点播放，温馨提示及时到位。

负责人：前台经理 产品负责人：经贸部各事业部经理

现场产品堆卖及赠品堆头（各事业部根据主推要求店面进行堆卖）

参加活动的供应商广告统一调配。

供应商广告由各事业部统计于x月12日前完毕。

负责人：各事业部经理

媒体宣传投放：（省略）

促销活动宣传标语篇七

20__年12月25日—20__年1月10日

二、促销背景

元旦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。

三、促销目的

- 1、利用“元旦”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。

四、促销对象与范围

- 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）

五、促销主题

促销主题：yl小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号：299[]yl豆浆机抱回家[]366[]yl多功能炖盅提回家；

129[]yl榨汁机带回家[]99[]yl电水壶“捡”回家

yl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）

六、促销方式

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, 演示完演示人员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)。

演示人员要求:演示人员一定要声音洪亮、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, 演示人员还要突出演示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_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。

七、促销配合

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、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、人员分工与责任

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

各经销商导购管理人员、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，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

八、活动要求

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！

中国店网—中国最专业、面的开店创业网

九、促销点评

1、促销时间：今年的元旦离传统春节相距较近，元旦前后恰是一些打工族回家的高峰期（广州、深圳外来打工人员特别多，这些人员为了躲开春运高峰，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、演示人员语言都提前写好，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。