

2023年华为促销策划招聘(优秀6篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

华为促销策划招聘篇一

促销活动是如今商家常用的一种营销策略，因为它可以吸引更多的顾客，提升销售量并加强品牌知名度。但是，如何成功地策划一项促销活动？本文就是要分享我的心得体会，希望能给广大商家提供一些帮助。

第二段：确定目标

在开始任何促销活动之前，你需要先确定自己的目标。你是想提升销售量呢还是想吸引新的顾客？或者你想清除库存并提高客户回头率？无论你的目标是什么，它必须明确且具体，这样你才能拥有一个清晰的方向。

第三段：计划策略

经过目标的确定后，你应该制定一份可操作性强的促销活动策略。你需要考虑许多因素，诸如节日、新产品、销售周期等。同时，你也要考虑你的促销方式是折扣、礼品或者赠品，它们将如何影响顾客的购买决策。

第四段：推广宣传

促销活动是需要宣传推广的。你可以使用各种广告形式，如电视、网络、纸质媒体等。在忙碌的现代社会，追求快捷的生活方式，因此能挤出时间去逛商场的消费者并不多。因此，你可以考虑在社交媒体上发布宣传信息，以获得更广泛的推广效果。

第五段：活动跟进

当促销活动开始后，你需要密切关注销售情况，以及顾客对活动的反馈。这样你就能快速响应二次宣传，及时确认促销活动的效果。同时，你还可以根据活动的数据分析销售情况，进而优化下一次活动策划。

结论：

促销活动对于当下的商家来说是必不可少的，但只有成功的促销活动才能有效吸引顾客并提高销售量。因此，商家们必须认真策划，注意细节，并确保活动能够充分利用和优化促销方式。只有这样，才能获得满意的结果。

华为促销策划招聘篇二

XXXX年1月XX日—XXXX年1月XX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、榨汁机等产品价格高昂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：

xx□xx可控终端(是指有导购员的卖场)

促销主题：

xx小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号：

299□xx豆浆机抱回家;366□xx多功能炖盅提回家;129□xx榨汁机带回家;99□xx电水壶“捡”回家□xx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、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、人员分工与责任

活动总指挥——XX

活动负责人——XXX

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XX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/区域经理等

严格按“xx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，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。

4、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。

华为促销策划招聘篇三

江西润田饮料股份有限公司是一家致力于生产经营天然饮料食品的公司。润田公司创建于1994年，从地方性品牌到全国性品牌，逐年稳步发展，以产品质量求市场，倡导“回归自然，关注健康”的绿色理念，着力打造润田健康、安全的品牌形象，在消费者中有非常好的口碑。润田矿泉水源自国家地质公园、国家森林公园明月山地下470米钻石级矿泉水源，企业在水源地设厂，经现代先进水处理技术直接取水灌装，在原有微量元素含量不变的同时，保证矿泉水清冽圆润、通透细腻的天然口感，保持了原始地质的自然秉赋。泉水中的硒、锶、偏硅酸三项指标均达到并优于国家饮用天然矿泉水标准。

1、宏观环境状况

成功的公司能够认识到环境中尚未被满足的需要和趋势并能够作出反应以赢利。一个公司必须监测六种主要的因素：人文、经济、自然环境、技术、政治法律、社会文化因素。润田饮料公司作为即将入市的大公司，必须要明确自己的消费群体以及他们的需求。为此，要预测市场的发展趋势以及消费者的消费倾向的发展，以市场为导向，生产适销对路的产品，以不断满足市场需求。

2、产品状况分析

现在矿泉水市场很大，几乎成为人们每天的必购品，同时国家对矿泉水的扶持力度也比较大。

目前，在中国市场上，呈现出多品牌、多层次、容量大、变化快、市场竞争激烈的态势。

3、竞争者分析

目前市场上矿泉水品牌繁多，康师傅、哇哈哈、农夫山泉、乐百氏等品牌均称为润田强有力的竞争对手，而矿泉水的高端市场如依云、华润怡宝、昆仑山矿泉水、景田、达能益力也对润田的市场有一定的威胁。要想完全垄断几乎是不可能的，只有寻求能够吸引消费者的诉求点才是打开市场的大门光明之道。

4、消费者行为分析

消费者已形成购买饮用水的习惯，经常购买者占一部分，偶尔购买者占一部分，只有少数人从来都不购买，年龄结构明显偏轻。

消费者喝水当然会关注健康，对身体有没有不良的影响等等，但这都是基础，换句话说，市面上的水，能上市的大多在安全性上应该是没有问题的。接下来，消费者关注的不是喝水能保健和治疗什么疾病，而是主要用来解渴。

而消费者长期以来购买矿泉水水不会超过2元/瓶，突然来个3元/瓶的水，无疑的形成了购买的心理“障碍”。会觉得很贵，加上没有一个很好的“理由”促成其购买，最终会转而购买其他品牌。

在满足消费者核心需求上，水的功能的差别是不大的。消费者并太关心这个水里含有多少种微量元素，补充了多少人体所需的物质等等。从这个层面上说，水的差异化很难通过功

能来诉求，而起作用的最好办法是品牌塑造和生活方式的宣传。

1、目标市场选择和产品定位

润田普通矿泉水的目标受众就是普通的大众，而润田翠含硒矿泉水比普通水高出一大截，所以目标市场选择主要是针对那些非常关心健康饮水且有一定的消费能力的群体，这部分人主要是大公司的高管，小公司的老板、时尚人群等等。从而以点带面影响辐射其他消费群体。

产品定位：出售水，同时出售自然、健康和文化，在新推出的润田翠天然含硒矿泉水着重突出是含硒的健康水。

2、产品策略

矿泉水的核心产品一般都是为助消费者解渴，但其提供的形式产品和期望产品以及延伸产品和潜在产品却各不相同，我觉得购买润田矿泉水时给我的其他的眼神产品就是它的广告语，滴滴润心田让我觉得很舒适，还没喝酒觉得很解渴。另外产品策略是整个营销组合策略的基石，润田公司应该认识现有产品、开发新产品、改进和完善产品性能，因而能顺利占领市场，也成为企业合理、顺利经营的根源和基础。

产品一定要新颖、形成差异化，这对一个饮料新品来说至关重要。差异化营销必须抓住细分消费群体的行为特征，运用差异化营销之略，以独特的概念和形式迅速吸引消费者群体的注意，同时还可以降低顾客对产品价格的敏感程度，迅速切入市场。而产品一定可以是一种强大的“销售力量”，一定是打动消费者，并稳定消费群体，引起回头购买的最关键的因素之一。

在翠天然含硒矿泉水这个新品牌推出之前，润田公司引进了梅高咨询公司，打算有此产品将“销量”时代进入到“品

牌”时代，“润田”将这个新产品作为企业战略转型依托的产品。在新产品市场开发操作过程中，“润田”就围绕几个问题去做，即谁来卖？卖给谁？在哪卖？卖什么？其次，新产品在开发过程中，“润田”就已将“润田·翠”矿泉水定位在高端消费人群，销售的不再单单是一瓶水，一瓶解渴的水，更多的则是一瓶高品质、有档次、健康的水。

价格策略

润田公司将矿泉水的定位分为三类，即以五味泉为代表的高端矿泉水，以润田翠为代表的4—5支中档矿泉水，以及立足于地方性水源生产和销售的普通矿泉水。

市场上的几大品牌的价格策略不一，比如，娃哈哈每瓶2元，润田普通矿泉水的市场价一般是每瓶一元，这种低价战略，在与同类品牌竞争中，起到了重要作用。润田秉着薄利多销的原则，正是这个原因，在全球金融风暴中，依然得到了强势发展。在20xx年1—10月，销售额突破十亿，同比增产40%，这也使得润田获得更大的利润空间。

而新产品翠天然含硒矿泉水从四个方面考虑，首先要让消费者感到物有所值，其次是相对竞争产品要有一定的优势，再次是中间渠道要有利润空间，最后企业要有盈利。结合自身产品特点及各区域状况，省外348ml定价2元/瓶、588定价2.5元/瓶。

包装策略

润田矿泉水在产品包装上，润田主要以蓝色、绿色为主，体现出健康、亲近自然的特性宗旨。

分销渠道策略

分销渠道主要是通过多级经销商代理、连锁加盟、地区性买

断、大型卖场铺货等方式。最主要的是是在大型的卖场、连锁超市、便利店还有商业区的终端进行布点。

润田公司在江西建立了完善的分销网络和配送销售体系，市场销售网络健全，内部管理规范，各省会城市、地级市、80%以上的县及县级市设有经销商分销公司产品，在经销商街有很高的知名度。拥有一支训练有素、执行力强的销售队伍，云集来自全国各地的精英人才。但是从全国市场来看，它还存在不少的不足，销售渠道还不少很畅通。

促销策略

夏季是矿泉水的销售旺季，这免不了许多公司的竞争。润田公司一直进行事件促销的策略，赞助大学校园的活动等，例如20xx年江西财经大学“润田”杯第四届广告节。在20xx长沙全国秋季糖酒会上，润田借此机会采取了一系列措施，推广自己的品牌，例如免费派水，散发印有“润田”的礼袋等现场活动来达到预期目的。还通过公益公关活动进行促销，如20xx年向汶川伸出援手，很大的提升了润田的品牌形象。

润田矿泉水塑造健康饮水概念，像硒润田这样的偏高端的水，一定要进行造势，而不是每个城市进行小规模的活动，活动形式可以单一，但一定要统一、联动，用健康阳光的形象面对大众，突出含硒水的核心竞争力，并进行硒矿泉水的新品类宣传。配合大型的商业区路演活动，提升品牌和产品的知名度。

华为促销策划招聘篇四

20xx年8月15日—20xx年10月31日

销售xxx系列酒1000箱；

xxx酒专场小型品鉴会

2、原则上要求，单场小品会□xxx酒销量达到30箱以上；

3、单场具体用酒支持标准：

(1) 订货会现场品鉴酒□xxx；

(2) 订货会宴请现场饮用酒□xxx；

(3) 订货会现场纪念品□xxx；

1□xxx系列酒单场订货会销量达30箱及以上，按40元/箱的标准给予奖励。

2□xxx系列酒单场订货会销量达50箱及以上，按50元/箱的标准给予奖励。

3□xxx系列酒单场订货会销量达80箱及以上，按60元/箱的标准给予奖励。

4、所有销售奖励，直接兑现到小品会的发起单位；

实际销售量按照活动期间海信系统中所录入的销售总量为准；

活动期间，按照贵州省公司进货量，给予搭赠奖励如下：

进货300箱以上，60箱搭赠1箱；

进货500箱以上，50箱搭赠1箱；

进货800箱以上，40箱搭赠1箱；

单场小品会销售数据，按照小品会前10天到小品会后20天以内（共计1个月）的海信系统录入的销售数量为统计标准；地市公司销售奖励数据统计，以活动期间海信系统录入的销售数据

为统计标准。

华为促销策划招聘篇五

中秋节的活动差不多结束，由于人们在节日期间走亲串友，家中的礼品类商品比较充脚，所以在国庆节期间，我商场的销售思路应在日常消费品上，所以我们在十一期间，能够再次组织，“超低商品、重拳出击”，推出十一超低商品的抢购大潮，再次吸引人气，带动商场的人流及销售高峰。

精彩华诞，举国同庆

9月31日—10月7日（据报纸消息，可能黄金周放假有所变动，所以，活动时刻依照事情可能随时调整）

1、国庆节里乐无边，精彩大戏随您看

9.31、1-7日活动期间，在惠万家西门口，惠万家为您在南阳邀请来了精彩的文艺演出，高雅的演出风格，多种多样的文艺形式，让您在国庆节里大饱眼福！

2、我是中国人，国旗大派送：

国庆节当天，凡在我超市二楼一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。（限500面，送完为止）

3、秋装上市，名品服饰展示会

10月1日起，惠万家三楼时尚服饰馆，名品秋装盛大上市，休闲装、商务装、职业套装等新款名装靓丽登场，上百款服饰总有一款适合您的品位，敬请光临锦上花200x秋装展示会。

4、名品夏装、换季打折，超低特价、最后清仓活动时刻：10月1日——7日（7天）

10月1日起，在惠万家广场举办三楼名品男女夏装，换季打折活动，超低的价位，让您心动到家，带上您的家人，到锦上花西门名品服饰特卖场来淘宝吧！由百货部安排三四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

5、国庆七天乐快乐实惠颂：

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。除了菜价外，出惊爆价的部门依次为：二楼食品、酒饮、洗化、百货、针织、食品，酒饮。挑选商品时，依照惠万家的近期活动，要有针对性的挑选商品，原则上为平毛利。事情特殊可作负毛利。一定要在活动期间作出清早买菜老太太满场疾驰的事情6、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天：

在10、1-5日，凡在我商场二楼一次性购物满38元，或是在一三四楼一次性购物满58元，即可凭购物小票参加国庆刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，便可获得对应奖品：一等奖：29英寸康佳纯平彩电一台；二等奖：澳柯玛洗衣机一台三等奖：电饭锅一台；参与奖：洗衣粉一袋或是醋一瓶。100%中奖！

国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖！

7、黄金周，结婚季、浪漫而甜蜜！

曾经，因为那次的怦然心动，现在，我要对你实现我的答应，那算是，给我一具机会，让我一生一世对你好！友爱的，我们结婚吧！让锦上花和紫梦为我们共同见证，天长地久，此情别渝！

凡是在黄金周期间结婚的新人，且在我商场一次性购物满500元以上，即可获赠x县紫梦婚纱摄影名店提供的20寸免费艺术照一张。

8、您来购物我送礼：

凡在10、6-7日在我商场二楼一次性购物满48元，或是在一三四楼一次性购物满88元的顾客朋友，凭小票即可到服务台领取洗洁精一瓶。（小票别拆分别累计，每张小票限领一具单品）

序项

目位

置备

注：

华为促销策划招聘篇六

每年的农历五月初五，是我国富有民俗传统文化的节日——端午节，今年是6月20日（星期六）。端午节的起源起初是纪念爱国诗人屈原，但在现代生活当中，更重要的是象征着吃粽子，喝黄酒，插蒲子叶等，满足人们“驱邪，消毒，避疫”的心理，另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛，因此，根据这一节日特点，特制定本促销方案提高超市利润和知名度。

20xx年6月19日~6月21日

促销过程具体分为节前、节中、节后三个阶段：

1、节前阶段：

提前做好促销预算，运用运筹学和统计学以及企业的经验等方式合理推算出本次促销活动投入与回报的最优结果。

节假日前一个星期开始宣传，方式有pop广告宣传、媒体宣传、

彩页宣传等

1、两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传；

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。

四、促销商品仓储存放

五、建立多种促销备选方案，以免突发问题影响促销进展

2、节中阶段：

现场粽子促销

活动时间□20xx年6月19日~21日

活动方式：卖场堆头陈列、捆绑销售、够买搭赠、免费品尝、现做现卖

2) 并且结合端午节特点，其他一些相关糕点等食品提供特价销售，刺激消费者购买欲望。单品100个左右，其中食品50个，非食品25，生鲜25个。

3) 运用一些营销技巧，比如部分商品限时限量抢购，粽子、盐蛋皮蛋礼盒可在端午节前三天采取“大甩卖”销售。

闻香识粽子

活动时间：6月19日—21日

活动内容：凡在6月19日—21日促销时间内，在本超市一次性购物满55（端午节五月初五）元的顾客，凭电脑小票均可参加《闻香识粽子》活动。

活动方式：在超市消费满55元的顾客可凭小票到超市前台报名参加比赛，工作人员会给每个参赛选手发放一个眼罩，比赛分组进行，每组5人，比赛开始时选手将双眼蒙住，通过粽子的香气分辨粽子的馅料，规定时间内闻出最多的获胜，比赛取前三名发放礼品。

第一名：端午大礼包一份（价值100元）

第二名：高邮鸭蛋一盒（价值50元）

第三名：真空包装烤鸭一只（价值20元）

浓情55送好礼

活动时间□20xx年6月19日~21日

活动内容：凡在活动期间的17：30~21：30在本超市购物满55元即可参加词活动。

活动规则：顾客满额可凭小票参与此抽奖活动，在预先准备好的奖箱里，放置了代表不同礼品的乒乓球，球上印有不同的数字，不同的数字可以兑换不同的礼品。

15号球价值1元礼品一份200份/天

25号球价值2元礼品一份100份/天

35号球价值5元礼品一份20份/天

45号球价值10元礼品一份40份/天

55号球价值20元礼品一份40分/天

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，举行闻粽子比赛；

3、节后阶段

一、对本次促销活动进行促销活动工作总结（结合固定程序进行分析）

二、顾客满意度跟踪调查。