

# 2023年促销策划方案 烧烤促销策划方案9篇(通用)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/93454d34d8ce772bb93b497ffda4c1bd.html>

## 范文网，为你加油喝彩！

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

### 促销策划方案 烧烤促销策划方案篇一

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：

1、《xx报》6月19-21日名片大宣传。预算金额：20xx元

2、电台6月19-21日某一时段（待定）播出。预算金额：1000元

3、纸质宣传单5000份。预算金额：500元

## 促销策划方案 烧烤促销策划方案篇二

浪漫的五一温馨的xx

4月20日—5月20日

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

1、有奖购物促销。凡在xx购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如t恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖励力车等。开奖仪式设在xx广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约20xx元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

2、“xx采风，今夏清爽”——淄博xx第二届空调整节。

(1) 购机抽奖，互赠空调。用户在xx购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

(2) 销售排行榜。xx购物广场联合消费者协会等有关部门，对4月20日—5月20日之间xx购物广场所销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

(3) 主题为“空调与我现代生活”的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表相关文章。

(4) 免费保养、维护，大规模的进行电话回访。在空调整节前十天，每一天向新老用户赠送室外机的防雨罩，防雨罩统一印有“xx倾情奉献”字样。进行社区服务，真情奉献，树立形象，宣传带动。

(5) 大范围的赠礼、特价销售活动。此外，每一天搞一个小时的竞价销售活动，提前预告，卖场拍卖。

(6) “空调整节亲情电话”——购买空调的用户，均可获赠一个月的气象信息，每一天一次（晚上7：45）。老用户可享受两个周的气象信息。此活动与电信公司合作，通过预交一定的费用，定时向客户留下的电话号码播放气象信息、穿衣指数、防晒指数、舒适度指数、空气污染指数、上下班天气预报等信息。

(7) 每一天早8：00第一个打入空调电话者，为幸运“采风”者，可享受半价优惠，让人惊喜，感受刺激。

(8) 盛大的开幕仪式和展销活动。

3、会员“购物积分假日游”活动，从活动推出日开始，累计会员购物金额，凡购物满20xx元者，赠价值120元旅游票一张；购物满5000元者，赠价值120元旅游票两张；购物满8000元者，赠价值120元旅游票三张。把活动方案与商品信息通过中邮专送广告，传达到每位会员，以期引起他们的广泛参与。

4、“买一件t恤，献一元爱心”——淄博xx购物广场t恤义卖活动。五一节前后，在广场上举行义卖活动，每一天拿出一定的件数，所卖款项将捐赠给希望工程，活动由团委组织实施。

5、“休闲运动系列时装展”利用xx礼仪时装模特队，选择休闲、运动、时装在广场表演，配合卖场销售，主推二商场休闲和三商场体育时装类，造势销售。

6、“糖酒副食”、“洗化”类商品，是五一节消费的重头戏，为有效组合连带销售，推出xx“食品周”和xx“关爱肌肤，靓丽生活”洗化热买月。利用特价或半价拉动购买。

7、建立xx购物广场网站。全程报道xx购物广场五一节的促销活动。

1、经济台《xx信息港》栏目中全面介绍xx购物广场五一节的各项促销活动。

2、广播电台新闻台、文艺台利用半点、整点广告分别对单项活动进行宣传。

3、利用淄博晚报、鲁中晨报各做一次整版广告。

4、营业现场广播滚动播出活动内容。

5、xx网站全程报道五一节系列活动。

6、与邮政合作组合各厂家出刊一期专送广告

7、利用上述媒体报道。

1、装饰店面。利用绢花制作浪漫五一彩门，费用600元左右。

2、天井和一楼天顶处，利用花球装点，撤下红灯笼。费用1000元左右。

3、彩色气球装饰约20xx元。

4、绿色仿真植物装点1000元左右。

### 促销策划方案 烧烤促销策划方案篇三

只要你仔细留意，有时，当你在超市购买某品牌的酱油时，你会发现只要比平时多付一点钱，就可以一起获得另外一个品牌的鸡精，又或者当你在电器城购买某品牌的洗衣机时，导购小姐会告诉你：购买某品牌的洗衣机的同时购买另一个品牌的电饭锅，将可以参加某个抽奖或者将获得某个优惠和奖品。乍一看上去，消费者可能认为这只是商家很平常的让利行为，但实际上这往往是生产厂家在进行产品的促销。这种通过不同品牌捆绑在一起，联合进行促销的方式，我们称之为联合促销。

联合促销是最近几年来发展起来的新的促销方式。联合促销的优点在于门槛低、效果显著，企业只需要花很少的一笔促销费用就可以实现比单独促销更好的目标。联合促销无论对于知名的大品牌，还是不知名的小品牌来说，都是一个非常有效、而且低成本的促销模式。只要控制得法，最终联盟成员都可以收到 $1+1 > 2$ 的理想效果。如果可以与一些知名很高的品牌攀上“亲戚”（例如东鹏、大自然、海尔等），一起联合进行促销，借助当地知名度很高的品牌的魅力，我们的品牌绝对可以在促销后收到一鸣惊人、意想不到的效果，从而顺利进入千家万户！

### （一）联合促销分为三种形式：

1. 不同行业之间的促销联盟。企业分属于不同的行业，是一种非竞争关系。这是促销联盟的主要形式。如20xx年5月1日至7日大自然、红苹果、东鹏、欧派、美的等进行的联盟促销活动。

2. 同行之间的促销联盟。企业之间存在直接的竞争关系，争夺共同的客户，但联合促销仍然可以互惠互利，实现共赢。另外，同行企业联合起来举行展销会也是一种常见的促销联盟。  
20xx年5月1日-7日 广州正佳广场家居建材馆举办的整体衣柜团购签售活动。

3. 混合形式的促销联盟。企业之间的促销联盟可能不止上面的一种形式，可以同时出现其中的两种，共享多方资源，实现多赢。

### （二）促销联盟的四大优势

促销联盟通过整合对方资源如品牌形象、分销网络、社会关系、营销经验等，做到资源共享、优势互补，取长补短，从而叠加自己的优势，取得事半功倍的促销效果，是一举多得的事情。这些效果突出表现在以下四个方面。

1. 降低营销成本。促销联盟投入的费用是由各方共同分担的，相当于对方为你进行一定程度的免费促销。企业“无偿”地使用了对方的营销资源，减少了促销费用的支出，降低了营销成本。如

果豪杰解霸不与娃哈哈联盟而单独促销，要达到同样的效果，促销费用肯定要增加不少。促销联盟往往还可获得新闻媒体的兴趣，进行免费的报道，而且效果比单纯的广告要好，既快又省。

2. 扩大消费群体。联盟各方的消费群体肯定不会完全重叠，甚至重叠度很低。如果购买“小天鹅”洗衣机的顾客都是“碧浪”洗衣粉的使用者，那么“碧浪”就不会和“小天鹅”结成联盟。通过促销联盟，企业可将仅属于对方的消费者一定程度上成为自己的消费者，同时在促销联盟的强大攻势下增加潜在消费者数量，从而扩大产品的消费群体。

3. 扩大品牌影响。即使是知名名牌、强势品牌，也不可能人人都熟悉它、喜欢它，品牌的知名度、美誉度和忠诚度不同的顾客会有不同的印象、感受和评价。在促销联盟中，可通过共享对方的品牌影响、宣传能力等资源优势来提高品牌的知名度，提升品牌的美誉度，加强品牌的忠诚度，从而扩大品牌影响力。

4. 利于新产品推广。企业在推出新产品时的市场导入期，成本相对较高，而购买力弱，市场知晓度低。企业为了迅速推广新产品，借促销联盟的力量能取得良好的效果。促销联盟能迅速打响产品的知名度，扩大销量，甚至掀起一阵产品的销售旋风。

第一步：寻找可以联合促销的品牌、达成协议。

常用的方法有：

a、消费习惯法：即从自身品牌的功能、用途出发，按照消费者的消费习惯，来寻找合作品牌。比如电视柜和电视机进行联合促销，因为根据消费者的消费习惯，买电视柜就是用来放电视的，所以家具品牌可以联合电器品牌等等。

b、创新法：即突破传统的思维和模式，将不同产品或服务进行嫁接，来寻找联合促销品牌。比如衣柜和地板或是瓷砖、灯具等等。

c、连锁法：该法主要用于有上游或下游消耗品的品牌。即根据品牌本身的上游或下游消耗品使用情况来寻找合作品牌。比如移门和玻璃品牌等等。

第二步：寻找契合点、明确共同目标。

要明确促销的目的，找到所联合进行促销的不同品牌的契合点，然后在这个基础之上确立双方所要达成的共同目标。

第三步：制定一个双赢的方案。

由联合的各方列出自己在促销中所要达到的目标，并提出各自与对方合作的方式和意向；然后，找出双方的共同点和可结合点，再根据这个来进行具体的联合促销方案的策划。这样一来，双方都会对方案比较满意。通过这种方式制定出来的联合促销方案较容易获得合作双方的认可，并很快可以得到执行。

#### 促销策划方案 烧烤促销策划方案篇四

9月21日（周五）——10月7日（周日）

合家团圆度中秋，龙腾虎耀迎国庆

某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店

中秋活动：

超市中秋档期dm海报9月5日—25日同步跟进

华信店中秋同步跟进

月饼+红酒，某商场携您度中秋

（黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动）

9月21日（周五）——9月25日（周二）

因为商场现有品牌自行举行的折扣，某商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色，国庆节促销活动方案。）

在所有品牌现有折扣上

当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。（单独包装，价值约8元）

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。（价值约40元）

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。（价值约80元）

各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

“月圆中秋，情浓某商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

国庆节、某商场八一店五周年店庆：

9月28日（周五）——10月7日（周日）

某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店及华信店

活动期间，凡单店当日购买穿着类、床品、箱包商品新品7折起，原则上参加品牌范围要广，至少济南五店相同品牌要保证相同力度。

（超市及特例品牌除外，活动期间，会员积分卡只积分不打折）

时间：

20××年10月1日—7日

凡当日单店购物满300元的顾客，可凭购物发票参加抽奖，有机会获得该票全额和半额消费返还。

操作细则：

各店设置一个抽奖箱，内有20个乒乓球（其中全额返还1个，半额返还2个，17个纪念奖，可选择

超市商品），工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“！”章，即时开奖。

此活动旨在通过购物加购的方式，经历过7.18暴雨事件后，人们在面对意外事故、灾难时候的无助和彷徨，更加突出了保险的重要性，拟通过购物赠送人身意外保险的方式，体现出某商场以人为本，关心顾客，为树立某商场关注顾客健康的形象，起到一定的积极作用。因国庆主题促销已经推出全场7折起，为控制成本，此活动采用加购的方式，作为主活动的附加活动，淡化商业气息，突出某商场送安康的营销思路，能引起顾客的关注。

活动期间，凡当日单店购物累计满1000元（含超市）的顾客，均可加一定金额的现金到各店总服务台办理“保险卡”一张，每日每店500个，保险卡设置为：

a系列：加5元赠送保额为22000元的意外伤害保险（成本15元）。

b1系列：加10元赠送办理保额为63020元的意外伤害保险（成本30元）。

b2系列：加10元赠送办理保额为281000元的交通意外伤害保险（成本30元）。

c1系列：加20元赠送办理保额为155030元的意外伤害保险（成本50元）。

c2系列：加20元赠送办理保额为540000元的交通意外伤害保险（成本50元）。

详细规则另附

操作细则：

a、凡当日单店购物累计满1000元（包括超市）的顾客，均可参加，仅限单店办理，不得跨店。

b、顾客凭机打发票办理保险卡时，工作人员需在机打发票上加盖“！”（赠品已领）章。

c、保险卡由总部统一联系确定，费用由各门店按照实际赠送数量承担。

费用：

保险卡：4店10天共需约：20000张×均价35元=约70万元

顾客加购可回收：20000张×均价13元=约26万元

4店总费用约44万元，预计10天活动四店

保守销售1.2亿，活动成本率约0.4%

喷绘写真：约4000元

（四）真情相伴5周年，缤纷好礼喜相送（仅限某商场八一店）

活动时间：9月26日（周三）——9月30日（周日）

### (1) 7折以上商品再送大礼

当日累计满300元（包含300元）至500元，赠价值32元礼品一份，单张发票限赠1份，每日限赠150份。

当日累计满500元（包含500元）至800元，赠价值65元礼品一份，单张发票限赠1份。每日限赠80份。

当日累计满800元（包含800元）以上，赠价值102元礼品一份，单张发票限赠1个，每日限赠40份。

1、超市、特价及特例品牌除外，

2、退换货时，要求退回赠品或等额现金。

3、赠礼活动费用原则上供货商承担5个点。

### (2) 花好月圆同欢喜，新人购物礼上礼

凭20××年结婚证至5f购婚庆产品

活动时间：20××年9月12日至9月28日

地点：某商场商城、某商场购物广场、某商场八一店、某商场北园店、某商场华信店

活动期间，刷招商银行信用卡：

单卡消费金额满288元（某商场联名信用卡单卡消费金额满188元），即可获赠招行餐刀或叉一个。

促销策划方案 烧烤促销策划方案篇五

活动主题:端午购物嘉年华 \*\*送礼献真情