

最新促销活动策划方案

电商促销活动策划方案六篇(优秀)

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/caadea475d10172148cd7d35957c5e66.html>

范文网，为你加油喝彩！

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

促销活动策划方案 电商促销活动策划方案篇一

地点：

- 1、海盐新天地广场
- 2、现场售楼处

聚集开盘人气，重拳出击，在最短的宣传期间内，刺激大众，创造最佳口碑和打响海盐首盘小高层高档住宅小区的品牌。

现场摇号、活动助兴、抽奖酬宾

一、前期广告宣传

3。30—4。05着重以信息发布为主宣传，主要是摇号参加办法、地点、时间等信息告知。发布途径为报纸、灯箱、跨街横幅。

宣传主题：

未来城都市居住典范，海盐首期豪华高品位住宅楼销售在即。

引领都市时尚，坐居金仕海岸。

金仕海岸4月5号日真情放送，豪华住宅乍现海盐。

因为珍稀，所以珍贵。

金仕开盘有好礼，惊喜大奖等你拿。

二、摇号现场布置

1、摇号方式：现场公开，即选即定。具体摇号登记处暂定2处。

（确定小高层购买资格，建议摇号总数比实际户数多30%）

2、地点选定：海盐新天地广场

（a、需要一定活动场地。b、场地方有举办活动经验。c、有聚集人气的先例。）

3、软环境布置：

高空气球4个；大型气拱门1个；30平方左右舞台1个；楼盘效果展示牌1套；广告宣传易拉宝4个；宣传折页1000份，周遍跨街横幅、灯箱20套

4、员工统一着装

1、下午14：00正式开始（13：50——14：00礼炮、奖品展示）

2、14：00——14：30

主持人5分钟、领导5分钟、嘉宾2人共10分钟、活动解说8分钟、公证人讲话2分钟。

3、摇号开始（14：30——15：00）同时登记汇总

4、摇号抽奖（15：00——16：00）

奖品分1、2、3等奖和纪念奖（100份）

5、现场答谢演出、小娱乐活动（16：00——17：00）工作人员休息

6、公布摇号和抽奖结果（17：10——17：30）

7、获奖群众领奖（17：30——17：50）

促销活动策划方案 电商促销活动策划方案篇二

品味端午传统佳节，体验“多彩”品质生活

端午节当天，超市将以全新的活动版块及其内容，为您及家人提供一个温馨的购物场所，让您感受一个难忘的端午佳节。

: 20xx年5月21日—5月30日

营造节日气氛，从而吸引杭州市民;

提升品牌形象;

提高占有率，促进销量;

使经销商、消费者、本超市达成三赢;

直击竞争对手

杭州家乐福各连锁超市现场

凡在5月21日—5月30日促销时间内，在杭州家乐福各连锁超市一次性购物满18元的顾客，凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动。

在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打折价格或不易分辨的厂商粽子，让顾客进行粽子品牌及价格竞猜;商品由采购部落实价格一定要相当低，以顾客意想不到的价格出售给顾客，使顾客感受到真正的实惠，为节日下一步的销售立下口碑打下基础。

1)操作步骤：采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛;

2)参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。获得前三名的顾客可以获取超市200-300元不等的购物券。

1)活动时间：5月21日—30日

2)活动内容：凡在5月21日—30日促销时间内，在杭州家乐福各连锁超市一次性购物满38元的顾客，凭电脑小票均可在付款处获取一对塑料制的小粽子，凭此参加粽内有奖活动。此活动奖品总价值为10000元。

3)奖项设置

一等奖：热水器1台/5台

二等奖：自行车1辆/15辆

三等奖：精装粽子1盒/50盒

四等奖：价值20元的精美礼品/80份

五等奖：价值10元的精美礼品/120份

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

1)当天购物金额数每满20元可获赠超市提供的优质粽子一个，依此类推，多买多送。

2)结合端午节特点，粽子、皮蛋、盐蛋、绿豆糕等食品提供特价销售，刺激消费者购买欲望。单品80个左右，其中食品40个，非食品15，生鲜20个。
部分商品限时限量抢购。粽子、盐蛋皮蛋礼盒端午节前三天采取“大甩卖”销售。

3)由粽子供应商提供相关专业粽子制作人员现场制作现场品尝现场销售。

1、针对特定人群：学生和教师;直接享受一定的购物金额折扣或赠送礼品;

具体内容：凭学生证、教师证购买多彩促销产品可以有8折优惠或送指定的礼品，每张学生证、教师证只能使用一次;

2、针对普通消费者：赠送礼品;具体内容：购买多彩促销产品9折优惠或送指定的礼品;

3、具体方式也可根据不同区域特点而定;

1、两款端午粽子宣传旗卖场悬挂宣传;

2、dm快讯宣传(分配数量见附件);dm快讯第一、二期各40000份，第三期单张快讯40000份平均每店1800份(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。

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，举行包粽比赛;

3、采购部联系洽谈2200只塑料粽模型;

4、pop：风格：喜庆、时尚、年轻、有活力，主体用红色;

内容：另外说明;

数量：每个经销商柜台、专柜根据具体情况而定;

x架：同pop;包装：采用促销专用装，风格同pop;

1：负责人：统筹、领导、计划、实施、监督、协调、评估此次活动;

2：物资采购：负责此次活动所需物资的筹备工作，保证准时交货;

3：业务市场人员：负责协调经销商、培训促销员、做好终端铺货陈列以及pop、x架、宣传资料的及时准确的到位;

4：设计部门：和业务部商讨设计风格、内容，具体负责pop、货架的设计，准时予以交货。

- 1、《端午节靓粽，购物满就送》活动：靓粽每店限送200只/20店=4000只；
- 2、《杭州家乐福猜靓粽，超级价格平》活动：(数量价格由赞助商在各店促销决定)；
- 3、《五月端午节，杭州家乐福包粽赛》活动：粽子散装米每店30斤/22店=660斤；
- 4、《与“粽”不同》活动：塑料粽每店300只/20店=6000只，奖品由赞助商提供
- 5、现场促销活动部分的物资与人员由供货商自己提供。

1、装饰布置，气球、横幅、主题陈列饰物，平均每店500元，费用约10000元；

2、吊旗费用：10000元

五月份促销总费用：约8万元

- 1、经销商、业务市场人员、其他渠道汇总意见：根据各自情况，提供一份详细的促销计划意见书(5月13日完成)；
- 2、确定此次活动负责部门及负责人以及相关合作部门人员(5月15日前完成)
- 3、研究讨论对经销商的折扣方式、促销活动的具体方式、主题等事务，正式启动促销，活动实施进程(5月17日前完成)；

注：经销商折扣：为提高经销商进货铺货陈列，按经销商的销售促销产品业绩予以销售折扣；

- 4、物资：pop、货架、包装、其他宣传资料等设计制作于5月16日前到位
- 5、内部人员培训(业务市场人员、促销员)：就产品知识、促销细节、铺货、货品陈列的具体要求、经销商沟通技巧与细节等做详细说明(5月18日前完成)
- 6、经销商协商、沟通工作：落实进货、铺货、陈列、pop、货架、宣传资料等细节12月8日前完成，对经销商相关人员培训(5月19日前完成)

此次活动为两条线：一是内部物资筹备、人员协调；二是外部经销商沟通协调

- 1、对促销的制订、实施、现场、人员、物资等进行有效监督；
- 2、对经销商执行促销决议效果进行监督；
- 3、评估促销活动的销售业绩、形象等是否达到预期效果；
- 4、费用评估；
- 5、促销礼品发放的细则监督，预防被经销商截留；

6、对促销业绩进行数据分析;

1)包装：采用特定的促销包装，以和其他正常产品区别开来，建议颜色使用红色，以体现喜庆的节日特点，且红色有很强的视觉冲击力;

2)pop、货架、宣传资料：全部使用红色，进一步增强视觉冲击力;促销信息要简单明确

3)所有业务人员、市场人员、经销商业务人员、促销员等要全部进行专题培训，要对进行的促销活动所有细节及相关事项都要掌握;

4)各事务部门须在规定的时间内完成相关事务;

5)完善沟通协调机制;

促销活动策划方案 电商促销活动策划方案篇三

进入21世纪以来，春节购物送礼的观念也发生了很大变化。消费者购买产品送礼品越来越讲究新颖性、潮流性，导致商家很难满足消费者，所以促销应尽可能地展示自己，融合消费者的需求。

春节从建材推出从“打折、返现金”等花样翻新，招数颇多。但使用起来不外乎“赠送、打折、表演”，加上一个以各种各样名目推出的“xx新品推出”等，因此市场需要更具有文化内涵、时尚新潮的促销活动。

此次春节促销对于建材来说是一个促销的好时机可以抓住消费者的心，让消费者从众多的建材当中选择奥米茄。

针对提高奥米茄销量以及让消费者认可奥米茄，又作为中国最为重视的传统节日，同时年末也是建材销售最为重要的旺季，为了让潜在消费者对奥米茄产生认知以及深度挖掘奥米茄瓷砖消费者的情感，通过物质利益加强互动，增加消费者对奥米茄瓷砖的了解，同时刺激销售，特针对建材市场、流通渠道消费者推出此次促销活动。

1、推广策略

本次推广将由平面广告、报媒合力构成，形成立体化组合式传播，针对不同的销售区域，有的放矢，做到在一个声音为前提的基础上强势传播，以实际区域市场状况为推广基础，不同市场，不同推广手段进行组合的推广策略。贯穿整合传播。在广电、户外大牌等高空形象媒体上与整合传播后的品牌调性等基础保持一致性和统一性。

1)媒介传播。选择南国早报、广西日报、广西电台930私家车频道等媒体进行报道宣传，投放的频率为活动开始同步进行直到活动结束后为止，目的在于引导消费者关注本次促销活动的同时，有可行性的实施。

2)销售生动化。对建材市场卖场pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出我们本次春节促销活动的主题，一目了然。在活动开展的前一周内就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近目标消费者。对于其他终端渠道的活动信息告知，比如名专卖店我们可以在店门口粘贴海报以及易拉宝陈设

及活动信息告知。

3)人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在奥米茄瓷砖到达的市场内外设立活动兑奖点，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。对于没有设促销人员的卖场，进行通过海报等宣传方式宣传。

2、终端策略

1)认真做好终端客户的陈列工作

陈列包括市场内所有的陈列点，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意种类的搭配此外，在春节促销活动中,陈列还要注意以下主要原则：

a.一致性原则，在同一店面上表达的都必须是奥米茄瓷砖春节促销活动的信息，不应该含有其他产品或者过时信息等。

b.重点突出原则，在我们整个宣传中都要重点宣传我们本次活动的重点，通过广西电台930私家车频道感性诉求来、平面广告来重点表现本次促销活动的主要主题重点。

2)简洁明快的卖场信息

在卖场内直接展现促销信息的pop中，海报和各类价格标签是最有效的传递信息工具。

海报上尽可能减少文字，使消费者在最短时间之内能看完全文，清楚知道促销内容。但要注意写清楚参与促销条件，如必须购买多少量才能参与本次活动、限量销售、售完为止，以避免消费者误解。

3)专卖店专业导购推荐

严格筛选促销人员

要招聘开朗的善于交谈形象好气质佳的消促销人员，使用美女效应向消费者介绍本次活动的促销内容以及奥米茄瓷砖。

其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、是否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。我们这次奥米茄瓷砖春节促销中，会有大量的促销赠品及奖品，活动负责者的控制之外，在培训促销人员时必须强调要自律。

1活动主题：

奥米茄，家家都团员——奥米茄邀您全家共进团圆饭基于市场调查，活动又在春节之际，结合中国传统节日时期人们普遍具有的心理观念，主打“情感”概念，以情感诉求为活动主题，又具有时尚新意。珍惜此时此刻的欢聚时分，享受团圆感觉，体会浓浓情意。

2主题阐述：

作为春节促销更重要是与消费者产生情感共鸣，而奥米茄瓷砖在南宁市场需要与消费者产生共鸣以及建立情感，这一切都为该活动以“情感”主题传播奠定了基础。

活动内容：

购买达3000元者均可参与抽奖一次，赢南宁沃顿国际大酒店价值1099元除夕年夜饭一桌或者元宵节团圆饭一桌大奖。

活动规则：

- 1、活动期限：20xx年1月—20xx年2月。
- 2、只要购买奥米茄瓷砖满3000元就可以到所购买终端处登记信息，抽取您跟您家人到南宁饭店共进年夜饭或者元宵团圆饭，名额20个。
- 3、抽中大奖者可携全家一同出发，限带10人。

活动对象：目标消费者

活动促销品：

- 1、印有“奥米茄瓷砖，家家都用”的旺旺大礼包

活动时间：20xx年1月-20xx年2月6日

活动地点：只限广西地区

本次推广促销活动，在线上、线下两个层面同时展开，而线下传播因主要集中在像建材市场中展开，便于管理和统一规范。

1、线上传播

(1)产品宣传口号：

针对新年的即将到来和促销主题，建议将“金龙驾到，选奥米茄”为宣传口号。在此期间，突出奥米茄瓷砖的品质优势：

(2)广告诉求点：

奥米茄瓷砖携全家迎接绿城新一年。珍惜此时此刻的欢聚时分，享受团圆感觉，享受品质生活。

(3)平面广告

风格：突出奥米茄瓷砖的品质。

简洁——一个核心诉求

形式：南国早报、广西日报及海报

规格：报纸采用半版平面文案

标题：金龙驾到，选奥米茄——奥米茄瓷砖邀您全家共进团圆饭

2、线下传播

采用卖场、专卖店海报宣传

3、媒体安排

(1)报纸平面广告

选择南国早报、广西日报

时间：20xx年1月—20xx年2月6日

(2)电台广告

时间：(15秒)20xx年1月到2月在广西电台930私家车频道

南宁各区域挑选重点市场、有销售潜力的卖场重点宣传。

诉求点：珍惜欢聚时分，有奥米茄瓷砖相伴。

享受赠品的客户资料登记，建立数据库(以便今后活动宣传以及进一步的跟目标消费者的互动)。

此次活动为春节促销活动让目标消费者了解奥米茄瓷砖以便接下来对维持消费者忠诚度以及更好的让奥米茄瓷砖进入南宁市场更好的销售做铺垫。因时间紧迫设计、印刷应尽早进行。

因本次促销活动收集有客户的资料所以在春节期间发送短信祝目标消费者新春愉快，并且在今后给消费者发送短信我们相关的促销活动信息。

促销活动策划方案 电商促销活动策划方案篇四

一、临界价格：造成买家视觉错误