# 牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书(十五篇)

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-06-23

*确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。那么方案应该怎么制定才合适呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇一1)1月...*

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。那么方案应该怎么制定才合适呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇一**

1)1月8日起开始销售， 1月xx日完成全部年货进场工作。

2)应季推出各种年货、烟酒、礼品、礼篮、南北干货、茶叶、糖果、饼干、保健品等。 3)1月10日前完成年货礼篮一条街。

1)以销售自选礼篮为主，门店自行设定好名称和品项组合的捆绑式礼篮包装，并重点陈列。

2)指定礼篮推出高档(1000元以上)，中档(300—800元)，低档(80—198元)。采购部指定礼篮数8种左右。 (根据堆头大小指定)

3)空礼篮建议售价10元，采购部准备3款包装空礼篮。

4)自选礼篮商品价值180元以上可免费赠送10元礼篮。

1)主推的烟酒，采购部须要求供应商提供空盒(每店一个)。

2)主推礼品必须突出陈列，亦可陈列于“年货、礼篮”一条街当中。

3)烟酒促销商品：长城红、人头马、各式红酒、百年糊涂、其他白酒、红塔山、555、中华、玉溪、芙蓉王

1)南北干货为年货重点，可现金采购散装南北干货用于包装成中英自有品牌。

2)主要海味特产、香菇、发菜、红枣等。

3)多选礼盒装的.南北干货。

1)随着新品种大量引进，各店增加保健品陈列位置，规划保健品专区

2)保证以下知名品牌在所有卖场内都有销售 ——万基、康富来、喜悦、鹰牌、天成

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇二**

元旦是一年中第一个重要节日,此时消费者经济比较宽裕,购买能力强.我们通过\"现金\"即时回报提升入店人气,烘托喜庆气围,且\"抓钱能手\"寓意感强,使消费者产生联想和期盼,易刺激消费者的购买欲望,最终达到冲刺年终销售高锋的目的.

12月28日至1月6日

恒源祥网络终端

金猴嘉奖抓钱能手

手有多大,奖金就有多大

看\"谁\"是抓钱能手

过年恒源祥全家喜洋洋

1、通过当地电视台，当地商报针对目标消费群作信息告知；

2、通过手机短信一对一告知活动信息，达到有效针对vip客户；

3、通过别致的店内外布置，使销售终端气氛隆重热烈。

中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网

1、限时限量

2、金猴嘉奖抓钱能手

购物满（）元，即现场进行嘉奖一次，在奖池中单手抓现金，能抓多少给多少。

3、过年恒源祥全家喜洋洋

活动期间为全家人购物满（）元，送vip金卡一张(享有购物打8.8折的优惠)和元旦精美礼品一份。

1、店内挂pop吊旗，店外彩旗，顾客购物赠送新春贺卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围。

2、在活动黄金时段，穿着奥运福娃卡通服装，身挂“新春穿新衣,新衣伴好礼”\"“过年恒源祥全家喜洋洋”“看谁是抓钱能手”字样条幅在店外宣传，以吸引客户。

3、春节前一周以播放欢快的春节歌曲为主，室外装饰灯笼等。

4、各店活动商品或者赠送品必须于27号晚上前全部到位，并且将活动细则的解释工作落实到每位员工。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇三**

茶叶本质上是农副产品，应该遵循这个行业发展的内在规律。一个现实的路径是茶区把这些繁杂的小牌子统一起来，重点培养、扶植一两个具有竞争优势的品牌。在国际茶叶市场上，由于绿色壁垒影响和品牌问题，尽管我国茶叶出口量一直在增长，但价格却在下降。我国有众多名茶，但名茶并不等于名牌，茶业强势品牌的缺失已成为我国茶行业发展的障碍。中国茶业要加大名茶转化为名牌的工作力度，关键是增强知识产权意识和品牌意识，尽快形成中国茶业的名茶、名乡、名牌完整的品牌系列。

到目前为止，只有今年1月国家商标局首次评定安溪铁观音和天福茶叶为中国驰名商标。但茶消费已从“传统”走向“现代”，在很长一段时期内，花茶的消费一直占据着北方茶叶消费份额的90％以上；而现在，这个比重已下降到不足60％，绿茶、乌龙茶、普洱茶等迅速成为北方地区的消费新宠。与此同时名优茶的发展也呈跳跃式发展。有机茶热也成为近几年茶消费的一个热点。另外，功能性保健茶也成为茶消费的新趋势。因此这对华康茶叶有限公司是一个很好的发展机遇。我们将把握这个良好的竞争态势充分利用自身优势来进行发展。

目前我国茶叶出口主要以原料茶为主，自主品牌少，而且茶叶企业实力不强，为了扩大我国茶叶在国际市场的份额，培育更广泛的茶叶市场，国家应改建立茶叶推广基金，在全球市场上推广中国茶，为茶叶企业开拓市场营造良好的经营环境。自20世纪90年代中期，旭日升集团推出了冰茶以来，人们开始认识并接受茶饮料。茶饮料是所有饮料类别中增长最快的。人均gdp高的城市明显高于低的城市，去年茶饮料全国市场渗透率达32.6％，仅次于碳酸饮料和包装水饮料。

调查显示，中国的茶饮料市场暂时还是统一、康师傅等几家大企业的天下。记者从中国茶叶流通协会得到证实，今年茶饮料产销量将在400万吨以上，预计比去年增长50％左右，并且有80％的产销量将集中在康师傅、统一、娃哈哈等几个大品牌上。今年茶饮料市场依然处于垄断竞争的格局。尽管如此但目前消费者的需求也变得多元化，特别是一些中青年对喝茶的喜好日益增长，从长远来看消费者的选择会变得多元化。这就为中国茶饮料开拓市场择偶暗道了一个有利的时机。

初级目标：利用可操作性的方案，将华康休闲茶庄建设成为网站中最专业最全面最具有发展潜力的网站。1年内实现日访问量达到4000，注册会员达到5000以上，每日光顾本茶庄的顾客数量达到200位。网站被链接的数量超过十个，能登陆十个主要搜索引擎网站。

终极目标：寻找准确的访问者，一切从访问者出发，以顾客利益为目的，争取实现每个访问者都能成为自己的顾客或者潜在消费者以及顾客。增加华康在消费者心中的地位，提高它的知名度与美誉度，为华康树立良好的品牌形象与吸引更多的消费者，增加茶的销售数量。

这里将华康休闲茶庄网站推广分为四个阶段，每个阶段三个月左右，分别为：网站策划建设阶段、网站发布初期、网站增长期、网站稳定期。针对每个不同的时期制定了不同的营销方案，现就对本公司制定的具体的网络营销方案如下：

1、网站策划建设阶段：

首先应对网站的总体结构进行规划，具体包括网站栏目的设置、网页的布局、网站导航、网址层次结构等信息的结构表示。华康网站的一级栏目为5个，栏目层次为三级，其网站的主页主要以简单、清晰、古典为主，其背景颜色也主要体现了古典的感觉，顾客重点了解的内容我们会更加详细的列出，比如茶业的新闻、彻夜的质量与价格，目的是让消费者能更快的找到自己需要的信息。其次就是网站的内容，网站内容包括所有可以在网上被用户通过视觉或听觉感知的信息，如文字、图片、视频、音频。因此康网站的核心内容主要有：茶庄介绍、联系我们、社会责任、品牌介绍、茶文化。网站功能是为了实现发布各种信息、提供服务等必要的技术支持系统。如要实现华康网站信息发布的功能就要通过公司的动态、媒体报道、茶信息、售后服务信息等表现出来。要实现在线帮助的功能就需要faq、问题提交、在线及时信息的技术支持。之后就是网站的服务，华康网站服务的内容包括：公司信息、顾客服务、常见问题解答、在线问题咨询、及时信息服务等，如要了解华康的诚信状况就可以通过了解公司信息或者在线问题咨询。华康在其网站推广的初级阶段主要的策略为电子邮件推广。电子邮件是最有效的网络许可营销方法之一。分为：广告邮件、电子杂志两种。前者通过广泛发布邮件信息获得第一注意力；后者通过用户许可，获得定期、定向宣传效果，起到事半功倍的.效果；华康将每周给网站注册者发送电子邮件通讯(e-mailnewsletter)。通讯中提供行业的新闻和服务信息，然后并链接回公司网站。每月制作电子杂志，免费向会员的电子邮箱发送，同时放倒各类电子杂志网站免费让网友免费下载阅读。同时宣传网站。再次就是关于网站优化设计的贯彻实施，这方面主要是通过顾客的意见来对网站进行优化，主要包括网站内容的优化、网站结构的优化以及网站服务的优化。最后是网站的测试和发布准备，对华康网站的测试可以通过网上调研、在线问答，还可以通过线下调查等方式来对网站发布进行测试。对网站发布的准备主要包括：计划建立和推广网络品牌的途径、推广费用以及具体的推广方法：在这方面华康还需要进行进一步的调查研究与核算。

2、网站发布初期：

可以采用搜索引擎的推广方法，统计表明，50%以上的自发访问量自于搜索引擎；然后有效加注搜索引擎是注意力推广的必备手段之一；加注搜索引擎既要注意措辞和选择好引擎，也要注意定期跟踪加注效果，并做出合理的修正或补充；华康搜索引擎的网站主要是全国知名的网站，如：百度、雅虎、阿里巴巴等，此外我们还会注重信息发布的准确与及时。通过对华康进行引擎的搜索尽快提升网站访问量，获得尽可能多的用户的了解。

3、网站的增长期：

增长期的营销应制定和实施更有效的、针对性更强的推广方法，华康主要采用下面几种方法来增加网站的访问量。首先是广告策略，广告是注意力营销和推广强有力的手段，包括网上广告和网下广告，网上包括付费广告，互换广告，友情连接等方法；华康会在主要的电视台的黄金时间推出本公司的广告如cctv、湖南卫视等：本公司的广告主要推销产品的服务与质量，然后广告内容真实可信。其次是网下推广法网下推广方式多样，除广告外还包括：确定网站ci形象，宣传标识，口碑传递，参加公益活动，活动赞助，派发小礼品、传单、作小型市场调查，相关单位机构合作等；如：资助希望小学、支持主要大学或者社会单位的活动赞助、与公关公司合作以树立和维护公司的良好形象。此外还可以建立联盟策略，首先实现同类网站互通有无，建立同盟，并做到唯我马首是瞻；其次，建立同行业（文化产业）同类型（互动社区）的网站联盟，做到互为宣传，互为推广。

4、网站的稳定期：

保持用客户数量的相对稳定，加强内部运营管理和控制，提升品牌的综合竞争力。在这个时期华康可以继续通过广告方式维护本公司的知名度；必要时可以对广告进行更新以及发布一些公益广告，来增加华康休闲茶庄在消费心目中的印象。另外华康还可以通过信息发布平台来推广网站，将华康现有的有价值的信息直接登陆到各大信息发布平台，既可以提高华康品牌的认知程度，还可以直接寻找商业机会或传统业务合作机会：在网站推广过程中扮演注意力营销和实际营销两个角色。此外在这一时期还可以通过数据库策略来未出顾客的数量；具体可以设置为，调查：然后在网页上搞一些小调查，问一个有趣的问题，让访客投票。有奖活动：持续的搞一些有奖活动，奖品不必太贵重，只要对你的访客来说稍有用即可。小测验：要有小测验，每周公布答案；等一些有去的方式来吸引消费者。

对于企业网站的定位首先要基于其公司的市场定位，华康公司的市场定位很广，主要定位于喜欢茶叶的各个年龄阶段的朋友们，因此它没有年龄阶层的限制。因为建立站点的目的是推广网站、增加网上网下的产品服务、增加企业的品牌形象。明确了建立站点的目的，接下来就应该确立站点的市场。

华康是基于推广产品服务和联系客户为目的的站点，然后因此需要有更多用户和潜在用户的访问。这就需要考虑目标访问者的需求，根据华康休闲茶庄的实际情况可以分析出其消费者主要是想得到更好的服务。因此网站推广主要应该突出产品服务的方面。

对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，然后必要时与专业网络顾问机构合作进行网络营销诊断，改进或者取消效果不佳。推广手段，在效果明显的推广策略方面加大投入比重。具体可以从以下三个方面进行分析：

1、网站被各个主要搜索引擎收录和排名状况。

2、获得其他网站链接的数量和质量。

3、网站访问量指标的评价。

4、各种网络营销活动反应率指标的评价。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇四**

可别小看这么微小的调整和这么一句老土的祝福语，在春节期间，这是非常有效果的。我们能明显地感受到一听这句话，每一位进入专卖店的顾客显得分外开心，并用同样的“新年好”回应导购员，如此以来，彼此的距离一下子拉近了。

按平日的操作，我们一般是不打折的，但是在假日期间如果能巧妙地让利，就会吸引顾客。初一到初四，我们都会送给每位买鞋顾客一个红包，价值19元的优惠券，虽然优惠的比例很小，但在我们中国人的传统里送红包就是赋予他人福气和财气。事实上，在过年这个时候，大家也不会那么计较，图个便宜的。

而且我巧妙之处是在数字上做文章，“19”含“要长长久久”之意，表示来年一切顺利。事实证明，这个做法非常有效，根据我的粗略统计，有30%的`优惠券是在第二天进行二次购买。其实，我们也没打广告，都是通过顾客的口头传播扩大影响。口头传播是最好的广告了。

搞促销，送礼品是普遍做法，但是关键的问题是要在合适的时候送出合适的东西，像以前动辄送鞋油的方式已经没有新意，而且，在许多顾客看来，这些应该都是必需品，因此，这需我们好好琢磨。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇五**

20xx年x月x日—20xx年x月x日共七天

辞旧迎新，半价返还

(一)主要活动：辞旧迎新半价返还

1、7天中一天半价返还：即在7天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还;

2、单张购物小票返还金额不超过5000元;

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定(可选择营业额最低的一天);

4、年初一开始，至2月15日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的\'购物券;

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效;

6、家电、电讯等商品除外(商场海报明示);

(二)可行性：七天中抽取一天50%返还，相当于全场折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

(三)辅助活动

1、男女装特卖场;

2、儿童商场购物送图书;

3、厂方促销活动。

1、报纸广告

2、电台广告

3、现场横幅

4、现场彩灯

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇六**

20xx年即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，回顾20xx年，我们已成立有x年的历史了，在这段时间我们成功的开出了5家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立品牌形象。届时！新的`一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获！

1）春节贺岁礼送新春

2）元宵节情缘元宵节

3）情人节感受温馨浪漫

20xx年x月x日—20xx年x月x日

内外以暖色料为主（大红、橙色、黄色）

1、场外布置：

1）10家门店共制作10条大型巨副放于入口处（主题宣传和活动宣传）。

2）外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

3）门口处上方各挂大型灯笼（1250px），要求美观。

4）10家门店各制作竖副8条，内容为七彩（各门店进行费用联系）、

5）各门店门口处统一放置红地毯一条（6m\*2m）。

6）地贴春节专用地帖张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题（由营销科统一制作）、

2、场内布置：

1）门店pop标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

2）门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

3）促销场地内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

4）一条街制作喷绘一张（材料为kt板）（由营销科统一制作）。

5）制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计。

通道：

1）挂春节专用吊旗（由营销部统一设计制作）、

2）根据促销场地实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

1）区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

2）货陈列进行食品专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的pop，统一使用kt板进行制作到位。

3）专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以pop标注，建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1）可用kt板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

2）楼道墙壁上可喷绘海报张贴（活动内容及喜庆图案），或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

3）有电梯的营销店进行电梯口气氛的

布置，可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮、

3、员工布置及服务用语

1）统一制作春节员工帽子，每位员工必须佩带。

2）春节期间员工服务用语：你好！新年快乐！欢迎光临！

3）收银台的收银员穿戴塘装、

1）特价商品促销

具体的特价商品类型：以冬季商品年货、佳节礼品为主。主要包括营养保健品、啤酒、葡萄酒、补酒、南北货、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒等。其中增加生鲜处熟食、水果、海鲜干货等，以上商品均可重点陈列，并可做为一条街来陈列。

2）赠品促销

联系30种以上商品进行买赠活动，具体有买赠的商品有：保健品、补酒、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、厨房用品等。

赠品由厂商提供赞助。（由门店及营销科共同执行）

1）厂商大型文艺促销活动

2）厂商做大型

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇七**

欢喜购物贺新春，齐家同贺旺财年

稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售

20xx年1月27日—20xx年1月31日

活动时间：20xx年1月27日

活动内容：凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取20xx年xx台历一本。限50名，送完为止。

操作方法：

1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的发放；

2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

活动时间：20xx年1月27日—20xx年1月31日

活动内容：

凡在本超市一次性购物满88元，凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个，购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款，在本超市获得相应的新年实惠。

操作方法：

1、卡片需加盖分场专用章；

2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收；

2、新年卡片设计制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；

3、红章制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；

4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部；

5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

活动时间：20xx年12月31—20xx年1月18日

活动内容：凡在xx超市活动店购买“xx、xx”系列纸单张收银条金额满20元即可凭收银小票领取价值2。8元的xx情侣皮夹面子1条，满40元领取2条，单张收银条最多领取2条

操作方法：

赠品直接送到配送中心物资库，由物资库进行统一配发至相关活动店，并记录所发赠品数量分量

1、活动结束，分场将收银小票统计整理于1月20日返回营销部，附换赠明细表；

2、营销部整理收银小票明细发物资库，物资库按照明细表回收分场未送完赠品，统一退供货商；其中出现的.数量短缺由分场自行承担损失金额；

3、已换部分商品由营销部提供的收银小票报商家处进行冲兑；

活动时间：20xx年1月1日

活动内容：在活动时间内，凡在本超市一次性购买金额达到一定标准，凭单张收银条均享受

一次性购物满58元 免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送一张艺术照

一次性购物满88元 免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送两张艺术照

一次性购物满128元 免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送四张艺术照

一次性购物满218元 免费照全家福一次，限3人，送两张

操作方法：

1、xx超市在专版海报上宣传活动内容，并宣传xx影楼的特色服务。

2、xx影楼提供折扣支持和照片支持。

3、双方本着互惠互利的原则，如果任何一方未能满足方案中提出的要求，均承担另一方的所有损失。

4、满足金额的顾客的收银条均加盖分场章和附上xx影楼宣传册，顾客凭此据均可在xx影楼享受优惠。

5、顾客享受优惠时间截止到20xx年1月20日

7、收银员在收款时，查看顾客是否满足其条件，然后将收银条加盖章与送出宣传册。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇八**

通过丰富的活动形式，吸引更多消费者和稳定药店基本消费群(会员)，形成参与和购买热潮，传播服务理念，形成口碑传播。活动以达到直接的经济效果和迅速扩大占领市场的目的。

活动成功的前提就是活动内容要有吸引力。包括活动前的宣传模式,活动内容的特价商品、打折、会员送礼、购药大抽奖、专家义诊等，都是吸引目标人群必不可少的.手段。

1、信息发布

①、活动信息发布可选择在药店周边地采用宣传单投递、口碑宣传，各家各户高密度甩投，其宣传单总量为1万份，投递的重点为集市商业区、菜市场、居住门户、老年人娱乐活动中心等等。电话通知到每一位药店会员。

②、从11月26日—10月27日开始发布促销活动广告信息。

③、在aa大药房门口挂横幅一条，内容为活动主题口号，时间为11月25日—11月30日。

3、现场布置

活动现场布置得好，可以使活动进行的有条不紊，增加活动气势和氛围，吸引更多人参与。

（1）写有活动主题的横幅。

（2）突出活动主题内容的大幅展板和背板。

（3）挂旗、桌牌、大幅海报、宣传单。

（4）咨询台、礼品（会员奖品）发放台、抽奖箱等等。

(5)义诊检测服务台。

人员安排

（1）安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡，便于识别和引导服务。

（2）现场要有秩序维持人员。

（3）现场义诊人员、销售员工既要分工明确又要相互配合

1。人员,活动物资准备就绪。

2、宣传人员现场派发宣传单，介绍活动内容，引导顾客进药店或参与义诊活动。

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应。

4、礼品在规定时间发放,不宜太早太晚，发放时登记会员资料、签字。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇九**

为了更好地利用春节这一传统节日，开展假日营销，规划以“豪礼迎新年，春节购车七天乐”为主题的暖场活动。该活动在4s店进行，目的是在春节期间将新老客户吸引到4s店，提升4s店集客量，促进年节期间的成交。

通过本次活动，以4s店为依托，为品牌聚集人气，提升品牌形象、扩大知名度,促成客户成交，增加销售量，拉动销售，增加客流，降低库存，通过活动拉近消费者买车的.距离，提高4s店的品牌形象。

豪礼迎蛇年春节购车七天乐。

活动时间：20xx年2月1日---2月23日。

活动地点：4s店展厅。

活动对象：已购车老客户、有购车意向的潜在客户。

1、活动期间每个销售顾问任务5台车，约客数20批，未完成订单或约客目标80%的扣200元/人。

2、达标奖：活动期间销售量达到5台车的销售顾问奖励600元。

3、活动期间销售量达到7台车的销售顾问奖励900元。

4、活动期间销售量达到10台车的销售顾问奖励1600元。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇十**

元旦是一年中第一个重要节日,此时消费者经济比较宽裕,购买能力强.我们通过\"现金\"即时回报提升入店人气,烘托喜庆气围,且\"抓钱能手\"寓意感强,使消费者产生联想和期盼,易刺激消费者的购买欲望,最终达到冲刺年终销售高锋的.目的

20xx年12月28日至20xx年1月6日

金鸡嘉奖抓钱能手

手有多大,奖金就有多大

看\"谁\"是20xx年的抓钱能手

过年恒源祥全家喜洋洋

1,通过当地电视台,当地商报针对目标消费群作信息告知;

2,通过手机短信一对一告知活动信息,达到有效针对vip客户;

3,通过别致的店内外布置,使销售终端气氛隆重热烈.

中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网

1,限时限量

2,金猴嘉奖抓钱能手

购物满x元,即现场进行嘉奖一次,在奖池中单手抓现金,能抓多少给多少.

3,过年恒源祥全家喜洋洋活动策划

活动期间为全家人购物满x元,送vip金卡一张(享有购物打8.8折的优惠)和元旦精美礼品一份.

【气氛布置具体要求】:

1,店内挂pop吊旗,店外彩旗,顾客购物赠送新春贺卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围.

2,春节前一周以播放欢快的春节歌曲为主,室外装饰灯笼等.

3,各店活动商品或者赠送品必须于27号晚上前全部到位,并且将活动细则的解释工作落实到每位员工.

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇十一**

20xx年x月x日——20xx年x月x日

活动期间，在xx商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元；购买大家电类商品累计1000元，可获得xx商场年货券100元（超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外）。

1）年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在xx商场均可使用。

2）压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在xx商场均可使用。

3）元宵券：限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4）烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5）礼品券：仅限商场内使用。

6）翡翠券：仅限商场及xx珠宝宫使用（黄金、铂金除外）。

1）赠券只适用于商场内，复印无效；

2）赠券需对等消费或按比例收券；

3）赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券；

4）现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还；

5）赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客；

6）赠券消费，在活动过后退货时，只退还现金部分；

7）赠券有效期：发券时间截止到xx月xx日，用券时间除压岁券和元宵券外均截止到xx月xx日；

8）xx商场保留对此券使用的`最终解释权。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇十二**

随着圣诞、元旦节的临近，诸多白酒厂家正在竭尽心智、紧锣密鼓地围绕节日促销忙碌着。圣诞、元旦是白酒进入旺季销售高峰的标志性时段，谁都希望在白酒旺季就能在“技”压群雄，笑傲江湖，因为这一“战役”能否打好往往会直接影响到整个旺季企业白酒销售的成败。如元旦节乃中华民族的传统节日，居家团聚、一起欢度节日之快事，寓意也特别深刻。对白酒企业来说，如何挖掘节日促销卖点，围绕“家人团聚的温馨、幸福氛围”展开思路自然是首当其冲。

近几年受假日经济的影响，元旦旅游、结婚、购物、送礼浪潮更是长盛不衰。企业应结合自身资源状况充分考虑能否借助假日、旅游资源来引申企业产品的独特定位(礼品、假日特卖、特价买增等)，同时考虑能否围绕婚宴市场寻找更为细腻的卖点以突出产品销售的概念。本次以贯穿整个元旦节的`元旦三三酒酬宾活动和三三酒—五粮液系列中高档精品白酒买赠为两大促销主题，提出追求高品质时尚生活，拥有“三三酒、友谊天长地久”的全新概念。

主办：三三酒广元总代理

承办：天骄策划

策划组织：天骄策划

时间：20××年1月1日至3日

地点：26家宾馆和餐饮场所(消费终端)

1)活动期间在全城26家中高档宾馆和餐饮场所联合推出元旦“三三酒特卖及特惠酬宾活动”为主要内容，外销买赠为主要形式，穿插免费品尝、有奖参与等形式。

2)在活动期间购买不同系列三三酒，均可享受买二赠一优惠，并赠送终生贵宾卡一张(在日后消费中可以销售8.5折优惠)。

3)活动期间的所有奖品、场地及相关市政协调费用由主办方承担。

1)制作专题广告带，门店及活动现场播放。

2)播出时段：全天候播放/活动现场。

3)网络媒体互动推广(“利州传媒”弹窗广告，参与有奖)。

4)市区内重要口岸6个月户外布幅形象宣传。(中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网)

1)推出dm“三三酒”火爆特卖专版广告，展现三三酒的内在品质和全新形象，并将三三酒连续的活动与促销安排详尽告之。

2)dm需体现三三酒——五粮液系列精品中高档白酒全新形象(品质、实惠)的策略发行一万份进行广泛宣传(印刷精美，纸张不小于128g铜版纸，可以用于终端卖场的张贴宣传)。

1)卖场内外整体气氛布置，渲染特惠火爆的购物氛围(彩虹门、横幅等)。

2)挂大量横幅和竖幅;设置一套音响和彩电，循环播放宣传专题片，营造卖场气氛;促销小姐在活动现场介绍三三酒系列产品，并负责活动咨询和现场产品推销。

活动时间：20××年1月1日至20××年1月3日

活动形式：买赠促销

活动内容：

1、在活动期间任意活动场所开展“三三酒”免费品尝活动。

2、凡活动期间购买“三三酒”系列白酒的客户，均可享受买“二赠一”优惠。

3、凡活动期间购买“三三酒”超过200元的客户，均可获得广元总代理统一印制的终身贵宾卡一张(在除举办促销活动之外的任意时候，购买本公司的三三酒系列产品，均可享受8.5折优惠)，同时可参与20xx年1月3日下午3:00-4:00广元总代理在门市部举行的抽奖活动。

4、奖项设置：一等奖1名(获名牌摄像头手机一部)二等奖2名(获名牌1p空调一台)三等奖3名(获“三三酒”两瓶)幸运奖10名(获特色礼品一个)。抽奖活动必须在客观公正的情况下在抽奖现场当众凭票抽出，中奖即刻送出奖品

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇十三**

分析自己化妆品消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专营店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。分析数据出来后才能做出有针对性的促销对象及促销产品，以及采用何种促销方式。

常用的促销活动手段主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、限时抢购、空瓶抵现换购等等。

特价

专营店从品牌产品或是流通产品中挑选几款消费者熟悉或较熟悉的特定产品做特别优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对比度会清晰，消费者能切实感受到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，因为消费者对产品了解不深，是没有太大吸引力度的。春节促销策划方案方案--策划书春节促销策划方案方案--策划书。

品牌折扣

面对大家熟悉的某些品牌，特别是具有吸引力的品牌，可以将全系列产品在促销期间打折优惠销售。可以迅速聚拢人气，提升入店率，但是因为品牌产品的利润率本来就不是很高，打折后利润率则更低了，因而店内促销人员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向引导至专营店经营的主利润品牌上。

买赠

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：(如买某品牌两款任何产品送一支护手霜;买三款送一支护手霜加一个面贴膜;或是买满多少金额送一支护手霜等等方式)。赠送的其它赠品以消费者喜欢的.赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品，(如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等)。

加钱增购

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。(如买满化妆品100元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。)

限时抢购

限时抢购，在指定时间内提供给。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算);要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，商家还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以买赠、加钱增购为主要活动项目，而限时抢购、空瓶抵现可作为附助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

销量提升注意事项：

a、促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，祝福节日快乐，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b、老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c、有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆(试妆时护肤和彩妆一起上)进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

d、促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇十四**

团圆宴”在中国春节是必不可少的家宴，已经成为合家欢乐，团员庆祝的必要饮食活动。在每年的除夕之夜，全家人围在一起热热闹闹地吃上一顿团圆宴，是中国人几千年来延续已久的风俗习惯。而且是从南到北，从东到西，全国皆然，就连久居异国他乡的华人也是如此。团圆宴也是过年中人们借助饮食活动来表达华夏民族群体文化心理的一种方式。因此，我们说“团圆宴”首先是年节文化的载体，它承载的是数千年华夏民族“年文化”的文明积淀与文化蕴涵。作为餐厅来说也将迎来一波促销热潮，如何通过创新的.团圆宴吸引到更多的顾客预订成为当务之急要解决的。

很多餐厅会在过节这天派发红包，里面也就一两元钱，主要是氛围营造，有的也会通过向顾客索要红包方式营造，但是这种方式相对来说不是很好，另外会采取对每一位来宾表达新年祝福的方式营造

1、四热菜：清蒸桂鱼(鳜鱼)、三鲜鱼肚、鸡火干丝、雪菜冬笋

2、四凉菜：卤水兔肉、泡椒木耳、凉拌白芹、海蜇萝卜

3、汤、主食：上汤鲜菇、荠菜年糕;

4、餐后水果:欢聚一堂：

原料:红、黄色樱桃各100克,小蕃茄(圣女果)100克,小黄瓜(荷兰黄瓜)100克,100%鲜橙汁50克。

制作:小蕃茄洗净去蒂,切成两半,小黄瓜洗净去两头切成小段,放入盘中,浇上50克鲜橙汁即成,本品总热量约为110千卡。

注意事项：新春大家都图喜庆，因此在菜名上面一定要有所创新，要突出祝福及其他好的主题意义，比如年年有余，金玉满堂之类的。

能够播放一些表达欢喜、祝福的音乐，如：喜洋洋,步步高，春节序曲，难忘今宵，花好月圆，金蛇狂舞

为了突出喜庆，热闹的气氛，餐厅一般都会设置与春节主题相关的装饰品悬挂，主打色为红色调。各种餐厅可以根据自身的定位，来进行相应的布置。

**牛奶春节促销方案 春节促销方案策划书篇十五**

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1.媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2.销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、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主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3.人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，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。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点:

1.属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2.属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近5成的消费人群,都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此,生动化及人员推销至关重要。

3.春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的`喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，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颜色的搭配此外，在春节促销活动中,陈列还要注意以下主要原则：

1.一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2.重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充的货物无法按陈列标准执行，随意堆货；人流量太大，挤坏或拿走了生动化物品，来不及重新粘贴或悬挂等。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输陈列重要性的思想，如若没有充足的货品在陈列点上，消费者就会转向购买竞争品牌产品，如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等；此外，还要安排随时检查、随时培训。

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

空白海报上促销价与原价同时标出，（但尽量不要过多打折，尽量以买赠捆绑的形式来促销）以示区别；尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容；但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以避免消费者误解。

价格标签要醒目、简洁，在价格随时变动后要及时更换价签，不能新老价签同时使用，造成价格混乱；一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中察觉促销信息，促成购买。

1、严格筛选促销人员

促销人员的性格各有不同，除了先天条件外，性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的。

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。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地把握消费者心理，使促销效果打折；只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，而不会在遇到困难时中途逃脱；春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传递给消费者，但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，如果放任促销人员“自说自话”，只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必须规范。

规范的促销语言必须简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题，要标准化、人性化。

制定的方法可依据春节促销活动内容，与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找