# 2024年产品营销活动策划方案 产品促销活动策划方案 毕业设计(5篇)

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2024-10-15

*为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。产品营销活动策划方案 产品促销活动策...*

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**产品营销活动策划方案 产品促销活动策划方案 毕业设计篇一**

(1)包装外赠品

实施难点及注意事项：

a.赠品的选择 必须符合以下原则条件：

a.易于了解 赠品是什么，值多少钱，须让顾客一看便知。

b.具有购买吸引力。

c.尽可能挑选有品牌的赠品。

d.要选择与产品有关联的赠品。

e.紧密结合促销主题。

f.赠品要力求突出，最好不要挑零售店正在销售的商品作为赠品。如果所选的赠品相当平凡，最好在赠品上印上公司品牌，商标或标志图案，以突出赠品的独特性。

b.赠品活动不可过度滥用，因假如经常举办附赠品的促销活动，会误导消费者该产品只会送东西，而忽略产品本身的特性及优点。

(2)免费样品派发

a.实施的主要方法：a.随dm信函直接邮寄目标消费者。

b.入户派送

c.目标消费者聚集的公共场所内派送。

d.媒体分送

e.零售点派送

f.选择非竞争性商品来附送免费样品。

g.工会派送

b.优点：创造高试用率及惊人的品牌转变率，促使试用者成为现实购买者的可能性高。 a.将产品信息直接展现在消费者面前，变被动接受为主动了解信息。

b.口碑效应明显

c.有利于树立企业形象

d.有关产品的信息是全真的

c.实施要点：

a.适合产品：1.大众化的日用品，最好是每个人都可能用到它，且使用频率高的。2.产品成本应较低或可制成小容量的试用包装。此外，有短使用期限的产品不适合使用此促销方式。

3.派发品要有独立品牌，并有一定的知名度。

b.设置监察制度，监督派送效果。

c.根据企业营销策略定具体的派送区域。

d.在产品旺销季节派发

e.一个月内，派发若覆盖目标区域80%左右的家庭数便较为理想。

f.在新产品上市广告前3至5周，同时零售终端铺货率达到50%时，才可执行免费派送。 g.要防止漏派，重派，偷窃，偷卖派送品的现象。

h.派送品的规格大小，通常让消费者能体验出商品利益的分量就可以了。包装应以原产品包装色彩要统一，便于消费者去零售点指定购买。

i.注意派送人员的形象及语言美，统一标识，并培训以产品知识。

(3)折价券

折价券一般分为两种形式：1.是针对消费者的折价券。2.是针对经销商的折价券。在此我们谨讲讲针对消费者的折价券。主要散发方式：a.直接送予消费者。b.媒体发放。c.随商品发放。d.促销宣传单发放。

实施要点：

a.折价券的设计，通常按照纸币的大小形状来印制。折价券的信息传达应清晰，以引人注目。内容应用简单的文字将使用方法，限制范围，有效期限，说明文案一一描述。如果能加上一段极具销售力的文案诉求以鼓励消费者使用，效果更佳。

b.选择好兑换率高的递送方式，报纸虽然是目前最常使用的递送工具，但包装内，包装上折价券的兑换率却是报纸的六至十倍。

c.充分考虑折价券的到达率。消费者对商品的需要度，对品牌认知度，品牌忠诚度，品牌的经销能力，折价券的折价条件，使用地区范围，竞争品牌的活动内容，促销广告的设计与表现等影响兑换率的问题，制定相应的措施。

d.折价券的面值 通过大多数研究获悉，零售价10%至30%的金额是理想的折价券面值，也能获得最好的兑换率。

e.尽量避免误兑发生。

a.限制每次购物仅使用一张折价券。回收后，上交公司统一销毁。

b.折价券的价值不宜过高。以免不法份子伪造获利。

c.单一品牌的折价券，其价值不应超过产品本身的价值。

d.折价方法清晰易懂，务必让分销店易于处理和承兑。

e.限制在某一特定商店或连锁店使用。

(4)减价优惠

实施要点：

a.减价优惠至少要有15%至20%的折扣，并要有充分的理由，才能吸引消费者的购买。如

果是低市场占有率的产品，应对领导品牌付出更高的减价优惠，才能增加销售效果。此外新品牌运用效果要优于旧品牌，当减价只有6%至7%时，只能吸引某些老顾客的注意。

b.减价标示的设计，要把原价及减价后的现价同时标注，形成显明的对比，标示牌的大小，讲求美观，清晰，但要不影响消费者对商品的观察。

c.减价优惠不易过度频繁使用，否则会有损品牌形象。

d.消费者购物心理有时候是“买涨不买落”，要把握时机利用消费者此心理来促销产品。 e.特别注意现场的安全管理

(5)自助获赠

自助获赠是指顾客将购买某种商品的证明附上少量的金钱换取赠品的形式。

a.优点：a.不受季节限制，全年任何时间都适合，也可根据各种不同的市场状况，灵活变化。 b.花费低，易处理

c.可提高品牌形象。

d.用以强化广告主题

e.用以回馈目前使用者并维护品牌忠诚度。

b.实施要点：

a.需要媒体广告配合

b.赠品价值 通常选择低价品。选择赠品时必须考虑：1.赠送是否适当?2.促销的支持是否充足?3.是否符合消费者所需?

最理想的兑换赠品付费，应是比赠品市面零售价低30%至50%，大部分的付费赠品以10至80元为主要范围。

c.效果反应。 一般兑换率不会超过此活动的总媒体广告发布率的1%。最主要的影响兑换率的因素在于赠品的好坏，顾客阶层，商品的售价和促销优待价值的认同等等。

d.出色的自助获赠促销活动，关键在于所提供的赠品只能从此次赠送中获得，决无法从别处寻到。

e.限制兑换地点

(6)退款优惠

退款优惠是指消费者提供了购买商品的某种证明之后，参与摸彩，根据摸彩的奖额退还其购买商品的全部或部分金额。

(7)以旧换新

以旧换新是指消费者在购买新商品时，如果能把同类旧商品交给商店，就能折扣一定的价款，旧商品起着折价券的作用;如果消费者没有旧商品，新产品就只能原价售出。

目的：主要是为了消除旧商品形成的销售障碍，免得消费者因为舍不得丢弃尚可使用的旧商品，而不买新产品。

优点：a.能消除新产品销售的障碍。

b.能提高一个非名牌商品在市场上的竞争力。

c.以旧换新实际上是变相降价，但能避免直接降价带来的副作用。

缺点：a.促销成本高

b.促销范围狭窄。只适用于促销高，中档耐用品消费品。

c.操作较麻烦。

实施要点：

a.如何对旧商品折价

一般考虑以下因素：a.新商品定价高，销售利润高，旧商品的折价幅度也可高些。b.如果同类竞争性商品也在搞促销活动，那么折价幅度可高些。反之，可以降低一些。c.名牌商品，

产品营销活动策划方案 产品促销活动策划方案 毕业设计篇二

一、促销的目的：

促销的最终目的是以任何手段将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。淘宝商城的光棍节半价促销活动是最近热到发烫的一种促销方式。

二、促销的过程：

1 确定促销的商品、并备好充足的货。

2 要确定顾客人群

1、确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对感官与好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。

2、要确定顾客人群：确定商品之后最重要的就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

三、制定促销方案：

1会员、积分促销：

2 折扣促销

3 赠送样品促销：

4 抽奖促销：

5 红包促销

6 拍卖：

7 积极参与淘宝主办的各种促销活动

(1)会员、积分促销：所有购买我公司产品的顾客，都成为我公司的会员，会员不仅可享受购物优惠，同时还可以累计积分，用积分免费兑换商品。

优点：采用这种促销方式，可吸引客户再次来店购买以及介绍新客户来店购买，不仅可以使客户得到更多的实惠，同时巩固老客户，拓展新客户，增强了客户对网店的忠诚度!

(2)折扣促销：折价亦称打折、折扣，是目前最常用的一种阶段性促销方式。由于折扣促销直接让利与消费者，让客户非常直接的感受到了实惠，因此，这种促销方式是比较立杆见影的。

a、直接折扣：找个借口，进行打折销售。

优点：符合节日需求，会吸引更多的人前来购买，虽然折扣后单件利润下降，但销量上去了，总的销售收入不会减少，同时还增加了店内的人气，拥有了更多的客户，对以后的销售也会起到带动作用，何乐而不为呢?

建议：采用这种促销方式的促销效果也要取决于商品的价格敏感度。对于价格敏感度不高的商品，往往徒劳无功。不过，由于网上营销的特殊性，直接的折扣销售容易造成顾客的怀疑，一般不建议使用。

b、变相折扣：

免邮费，单件商品的价格略低于免邮费要求的价格，组合起来买两件或者多件商品达到免邮费要求。将商品组合起来打折。

优点：更加人性化，而且，折扣不露痕迹!

建议：产品的组合有很高的学问，组合得好可以让消费者非常满意，一定要找相关产品进行组合。

c、买赠促销：

其实这也是一种变相的折价促销方式，也是一种非常常用而且有效的促销方式之一。优点：让顾客觉得自己花同样的钱多买了样产品，高兴!

建议：买赠促销应用效果的好坏关键在赠品的选择上，一个贴切，得当的赠品，会对产品销售起到积极的促进作用，而选择不适合的赠品只能是赔了夫人又折兵，你的成本上去了，利润减少了，但客户却不领情!

(3)赠送样品促销：

在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

优点：让顾客产生对产品的忠实度。

建议：效果过硬的产品才能够试用。

(4)抽奖促销：

这是一种有bo彩性质的促销方式。也是应该较为广泛的促销方式之一，由于选择空间大都是有诱惑力的奖品，因此，可以吸引消费者来店，促进产品销售。抽奖促销活动应注意的几点：

a奖品要有诱惑力，可考虑大额超值的产品吸引人们参加;

b活动参加方式要简单化，太过复杂和难度太大的活动较难吸客户的参与;

c抽奖结果的公正公平性，由于网络的虚拟性和参加者的广泛地域性，对抽奖结果的真实性要有一定的保证，并及时能过email、公告等形式向参加者通告活动进度和结果。

(5)红包促销

红包是淘宝网上专用的一种促销道具，各位卖家可以根据各自店铺的不同情况灵活制定红包的赠送规则和使用规则。

优点：

可增强店内的人气，由于红包有使用时限，因此可促进客户在短期内再次购买，有效形成客户的忠诚度!

(6)拍卖：

拍卖是网上吸引人气最为有效的方法之一，由于一元拍和荷兰拍在淘宝首面都有专门的展示区，因此进入该区的商品可获得更多的被展示机会，淘宝买家也会因为拍卖的物品而进入家店内浏览更多商品，可大大提升商品成交机会。

(7)积极参与淘宝主办的各种促销活动：

淘宝不定期会在不同版块组织不同的活动，参与活动的卖家会得到更多的推荐机会，这也是提升店铺人气和促进销售的一个好方法。要想让更多的人关注到你的店铺，这个机会可要抓住哦，所以别忘了经常到淘宝的首页，支付页面，公告栏等处关注淘宝举行的活动，并积极参与!

四、营造良好的促销氛围

有效利用店铺装修、公告及留言，营造一种火爆的氛围。有些人做促销，店外宣传也做得很不错，可进店一看，扭头就走。就是店内氛围没做好。促销时和没促销时一个样，冷冷清清的，店铺公告没有促销，留言也没有促销信息，进入店内就感觉不到一点有人气、有促销氛围的感觉。促销要“有声有色”!冷冷清清，能留住客户吗?

五、总结促销的效果和经验教训

组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果。

淘宝、天猫： #11.11购物狂欢节# 国际品牌专场，3折起全场包邮!别说小猫没提醒，这里一定有你喜欢的品牌。11月11日零点整，谢谢各位，五折先生登场。

国美： #史无前例价格战# 但愿人长久，光棍不再有!国美网上商城史无前例，狂享超值“\_\_”价!大家电满立减，百货满减+返券，3c现金券大派送，生活厨卫、五金体育裸价出击，抢个够!11.11购物狂欢，做个精明的光棍儿吧

苏宁： #苏宁易购双十一超级0元购#超级0元购成功登顶百度双11折扣最狠活动top1，领先全网!百万件300元以下商品0元购!买多少返多少全场通用券。全场包邮!还不过瘾?11月11日，smart汽车大奖等着你!来苏宁易购，一次爽个购!

京东： 超低价，真实惠!京东11.11专场来啦! 阿迪、耐克、联想、索尼、魅族、gucci、惠氏……想要么?①超低价②买满99送1010礼券③满4件减免1件④奢侈品大牌满1000返20\_\_⑤11元抢购数码产品……心动么?

亚马逊： #亚马逊z省周 双十一预告#【11月11日上午11:11起】，亚马逊每个小时开始隔11分钟就会推出一轮劲爆秒杀!微博上的#猜价格赢大奖#活动也会从每天3次频增为#每小时一次#哦，早11:11至晚上21:11大奖送不停!总而言之一句话：光棍节跟@亚马逊 黏在一起就够啦!

当当网： #当当店庆月#双十一，当当冬装新品1折起，满300减150元，满600还送100元，满1000元送200元还当当通用现金券啦。多买多送，上不封顶哦~小当这次当真要被折了又折再折还折使劲折了!小当等着各位来反馈，你来当当折了多少?

衣联网： #衣联双十一男装促销盛典#眼看明天就双十一了，衣联双十一活动也迎来了最高潮。如果您还为了买两件衣服守着电脑过光棍节就太不划算啦。为了明天的“自由”，今天您就可以秒杀衣联男装啦!衣联裸批狂欢季，全场低至5.5折!

凡客： #双十一裸到底#凡客光棍节促销，全场满300元直减60元，11月11日0时—24时，仅此一天!!年度最疯狂促销，请狂戳

易迅网： #飓风行动#飓风行动第二季!全网底价狂欢周!活动页面商品挑战全网底价，贵就赔!更可凭订单抽iphone5，敬请期待!

一号店： #万券齐发，千款五折#光棍节什么礼物最懂你?当然是把购物车中的物品全部买下!而且必须是最低价!1号店万券齐发送低价，千款五折最懂你，还有限时抢购送福利，独享商品助\_\_，20\_\_光棍节的幸福，上了1号店就懂了!

产品营销活动策划方案 产品促销活动策划方案 毕业设计篇三

一、活动内容：

(一)数码相机“一元购”

活动目标：通过此活动，刺激消费需求、促成消费动机，提升商场的买气。人员安排：现场工作人员2名。

活动时间：10月1日-30日每周末(10月1日、18日、24日、25日)活动地点：华美广场三楼服务台

活动内容：活动当天，凡购物满88元，凭购物单据及保修卡，即可“一元”抢购数码相机、mp5、u盘、鼠标等!(每天数码相机限前2名、mp5限前4名、u盘限前10名、鼠标、小风扇限前30名)操作方式：

1、活动当天，购物满88元的顾客即可参与此活动(商家及员工不准参与)。

2、在服务台旁设一处抽奖台，并准备四个抽奖箱。

3、抽奖箱按顺序放置1—4等奖奖球，再按比例混入一定数量的空白球。

4、顾客决定自己要抽的奖品，然后选择相应的奖箱抽奖。

5、抽中奖球即获奖品，抽中空白球则获纪念品一份，奖项越高，机率越低。

活动流程：

1、工作人员检查顾客的购物单据与保修卡，确认是否具备抽奖资格。

2、工作人员按表单详细登记顾客的资料信息。

3、顾客决定所抽的奖品，开始抽奖。

4、抽奖结束，工作人员发放奖品，登记奖品信息，并在购物单据与保修卡上加盖活动印章。

(二)“半价”疯狂购

活动目标：通过此活动，提升商场的人气，为商家营造浓厚的经营氛围。人员安排：现场工作人员2名。

活动时间：10月1日-30日每周末(10月1日、18日、24日、25日)活动地点：华美广场三楼服务台

活动内容：活动当天，凡至商场三楼服务台排队，无需消费，即可“半价”抢购mp3、4g优盘、梦洁空调被、金龙鱼油!限时限量，先到先得!(限量400份，抢购时间：每周六周日上午10：30—11：30，下午4：00—5：00)

操作方式：

1、所有进入商场的顾客，无论消费，都可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、服务台旁设抽奖转盘一个，顾客决定自己要抽的奖品，然后拨动转盘。

4、转盘上设置一个中奖区域，当指针与中奖区吻合，则中奖，反之则未中奖。

5、中奖即发放相应的奖品，未中奖则发放纪念品一份。

6、mp3每天限7台、4g优盘限7个、梦洁空调被限5床、5l金龙鱼调和油限5桶。

活动流程：

1、活动开始前20分钟，工作人员开始组织顾客进行排对，并发放号码牌。

2、顾客凭号码牌，按先后顺序轮流抽奖。

3、顾客选择想要的奖品，再进行抽奖，中奖的顾客，按半价缴纳奖品费用。

4、工作人员发放奖品，并按表单登记顾客信息资料，未中奖的顾客无需登记。

(三)搜“宝”大奇兵

活动目标：通过此活动，刺激消费，提升商场的人气，将顾客分流引入到商场较偏的区域。

人员安排：现场工作人员1名。活动时间：10月1日-30日

活动地点：华美广场三楼服务台五楼室内活动，

活动内容：活动期间，只要您找到分布在商场内的10面小红旗，并收集相应的红色卡片，即可到三楼服务台兑换“200元”以内的返金券一张和纪念品一份!(搜宝提示：1楼有6面红旗、2楼有4面;返金券可购物返还现金)

操作方式：

1、所有进入商场的顾客，无论消费与否，都可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、在商场一楼选择3家品牌电脑店、3家大小数码店、二楼选择4家diy装机店来参与此活动。

4、在每个店铺的隔断板上插上一面小红旗，并放置100张红色卡片，卡片上标注序列号。

5、顾客只要找到这10加店铺，并按序列收集10张不同的卡片，就可到三楼服务台领取返金券一张。

6、返金券只限在这10家店铺购物使用，消费满500元返现30元，消费满1000元返现50元、消费满1888元返100元、消费满2888元以上返现200元。

活动流程：

顾客凭一套完整的卡片上来兑换。

1、顾客凭一套完整的卡片上来兑换。

2、工作人员检查卡片是否完整，再发放返金券一张，同时收回并保管此卡片。

(四)移动宽带有惊喜!

活动目标：通过此活动，刺激消费需求、促成消费动机，提升商场的买气。人员安排：现场工作人员1名。活动时间：10月1日-30日活动地点：华美广场三楼服务台

活动内容：活动期间，凡在商场购物满1000元即送“移动宽带优惠卡”一张，凭此卡可一律享受550元/年、1000元/2年、1400元/3年的2m宽带优惠!

操作方式：

1、凡在商场购物满1000元的顾客即可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、顾客凭购物单据到三楼服务台领取优惠卡一张。

3、凭此优惠卡，顾客可到移动公司优惠办理宽带业务。

活动流程：

1、工作人员检查顾客的购物单据与保修卡，确认是否具备领卡资格。

2、工作人员按表单详细登记顾客的资料信息。

3、工作人员发放优惠卡后，需在顾客的购物单据上用笔注明“礼品已发”的字样。预算支出：无实际费用支出。

(四)整合全商场的超低特价资源和商家自己的促销活动，纳入本次活动宣传。

二、宣传策略

宣传主题：激情四月，畅想数码——华美好礼疯狂送!

宣传形式：

1、城市媒体：

a)供求信息：供求信息

要求：广告设计需做到新颖美观、主题突出、内容详尽;终端投放需做到按时、按质、按量。

方向：

10月15号发布活动信息。

要求：图文并茂，内容详尽，活动期间一些获奖顾客名单需及时公布在网上。

方向：

2、短信媒体：总发行500条，公务员卡100条、普通vip卡100条、大众卡100条、学生卡200条。活动期间内分不同时段进行投放。

要求：内容精炼，简明扼要，突出主题。终端用户数据准确无误，确保投放质量。

方向：

3、平面媒体：雁信生活指南，报眼广告位，10月14日、10月21日、10月28日投放至全市各街道、社区、企事业单位以及周边县城。要求：广告设计新颖美观、主题突出、简明扼要。

方向：

4、校园媒体：师院校广播站，10月16日—10月30日周一至周五每天中午11：40至12:30，时长1分钟。要求：广播内容设计简明扼要、突出活动主题。

方向：

5、氛围布置：

a)、\_展架写真：正门口四个、一楼电梯旁一个、二楼电梯旁一个，10月16日—10月30日。

b)、丝印横幅：正门口一条，10月16日—10月30日。

c)、高精喷绘：正门口左侧广告位一块，10月16日—10月30日。

d)、商场广播：分时段广播促销活动信息，10月1日—10月30日。

e)、led电子屏：全天滚动播放促销活动信息，10月1日—10月30日。

产品营销活动策划方案 产品促销活动策划方案 毕业设计篇四

活动主题：

牵手老凤祥吉祥伴一生

活动时间：

8月22—8月26日

活动内容：

黄铂金：

黄铂金消费满1500元送77元钻石

黄铂金消费满3000元送177元钻石

黄铂金消费满4500元送277元钻石

以此类推。

银饰：

老凤祥银饰全场9折。

钻饰：

挑选一系列产品，取名“携手永恒”并准备结婚纪念品。

1、相约老凤祥—“一生的约定”

凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由老凤祥银楼送出的价值288元结婚礼品一份。

2、相约老凤祥—“七年之痒”

凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由老凤祥银楼送出的价值588元结婚纪念日礼品一份。

3、你购钻饰我送金

凡购买钻石产品，

实付20\_元者，送红绳千足金转运珠手链一颗。编织费另计

实付5000元者，送红绳千足金转运珠手链两颗。编织费另计

实付8000元及以上者，送送红绳千足金转运珠手链三颗。编织费另计

4、老凤祥钻石特价

在七夕情人节当天，挑选两款钻饰，以7.7折特价销售。

活动准备：

1、店铺布置，店门放置粉色心形拱门。

2、礼品定制，契合结婚纪念，相守永恒为主题。

3、活动宣传：活动前期可短信发放(每店数量约2万条，澧县两店合为一起。)

4、 网络宣传：常德论坛、同城交易网等宣传。

5、 dm单宣传。

产品营销活动策划方案 产品促销活动策划方案 毕业设计篇五

一、活动目的：

1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象;

2、加强对产品的宣传和推广;

3、提高饮料在人流内的销量;

二、活动时间、地点

活动预热期：11月20号—29号(共计10天)

正式活动期：11月30日

地点：人民广场

三、现场布置

(一)人员安排：请6个工作人员在售点;

(二)工作人员统一穿着“饮料”的工作服;

(三)在售点发传单;

(四)在售点挂横幅及其他宣传物;

(五)要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

四、产品试喝

确定部分产品以供试喝，使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买。

五、费用预算

1、广场场地租赁费，200元，活动十天，共20\_元;

2、促销人员按每人每天200元计，共6名，促销活动十天，共计1.200元

六、活动效果预测

我们有理由相信，通过此次的促销活动，冰糖雪梨饮料在人群中的地位会有一个更大的提升。此次活动定能取得佳绩!

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