# 最新促销活动方案案例(7篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-10-17

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。促销活动方...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**促销活动方案案例篇一**

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“\_\_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：20\_\_年1月—20\_\_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：20\_\_年1月-20\_\_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：20\_\_年1月—20\_\_年2月6日

(2)电台广告

时间：(15秒)20\_\_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。

**促销活动方案案例篇二**

2024年\_\_月\_\_日——2024年\_月\_日。

\_\_珠宝“摇钱树”送礼百分百。

通过\_\_珠宝光棍节“摇钱树”活动活跃光棍节节日欢乐气氛，同时通过现金利是包、新年礼品等切实回报消费者。

1.主题活动：

凡在\_\_珠宝全国加盟店/柜购买任何一款\_\_钻饰的顾客即可参加“摇钱树”活动：

摇摇\_\_珠宝专店门口或专柜旁边的摇钱树(圣诞树装扮而成)，即可从树上摇掉下来的幸运号码(以胶纸粘住100个幸运号码)，以第一个掉下来的幸运号码兑换10-100元不等的现金利是包、\_\_珠宝的精美挂历、抱枕等，保证每个参加活动的顾客都有奖。

兑换规则如下：

1-18号兑换利是包;

19-68号兑换\_珠宝抱枕;

69-100号兑换\_\_珠宝挂历。

2.宣传造势：

(1)在活动前(约\_\_月\_\_日)和活动中(\_月\_\_日、\_月\_\_日)在各大报纸予以活动宣传报道，主题是“\_\_珠宝‘摇钱树’送礼百分百”(1/4-1/8版)，介绍活动的奖品及参与细则。

(2)在活动前印制活动宣传单页在店前派发(有条件还可在人流汇集区及社区派发)，扩大活动影响力和宣传力度。

(3)在店前做好活动宣传海报，在柜台安排咨询活动咨询员(如有条件可设立咨询电话)。

(4)店头pop：\_\_展架宣传活动，同时增加热卖场氛围。

1.“\_\_”费用：50元×18=900元;

2.抱枕：30元×49=1470元;挂历：30元×31=930元;

3.\_展架：65元/个×2=130元，喷绘海报：120元;

4.宣传页(dm)：0.5元/张×1000份=500元;

5.广告宣传费约5000元;

6.总计：9050元。

**促销活动方案案例篇三**

1、老客户，感恩回愦!

凡前期购买过朗萨的顾客凭购买小票可抵扣20%的金额在次消费，各系列抵扣额度不一样，

例：顾客前期购买朗萨产品10000元，活动期间可抵扣20%，即10000\*20%=2024元家具款。

如购买tsl系列按50%方能抵扣即需开4000元以上(含)4000\*50%=2024

如购买tnx系列按10%方能抵扣即需开20000元以上(含)20000\*10%=2024

如购买bs/um/sc系列按6%方能抵扣即需开20000元以上(含)20000\*10%=2024

不足按各系列对应比例进行抵扣，开单金额\*对应系列抵扣比例<或=以前开单额\*20%(百分比各地根据实际情况而定)

如在活动期间未购买，可虚开收据一张，在本年度有效，客户可拿此收据自己用或介绍亲戚朋友购买。

2、全城搜寻与朗萨同年同月同日诞生的小孩凭户口本加一元钱可以购买精美儿童床一张。

3、凡是能提供有效证件证明家庭成员在201x年4月20日出生的顾客;只要购买6180元(单买田纳西系列则要求7180元，泰诗朗系列要求9800以上)以上的正价产品;除了有机会仅花10元就能获得1.8m大床以外，还可直接获赠价值480元的床上用品一套;(床上用品由客户自己购买，工厂提供供应商联系电话)。

4、全城搜寻当地市场第一位购买朗萨家私产品的顾客，凭订单可获得朗萨精美大床199元一张。

5、凡在朗萨专卖店消费超过4666元，加1元就可享受半年内购买价值400元的家具。

进商场有礼，设置问卷调查

问卷调查：

(1)、朗萨家私向你咨询你是需要添置哪些家具?

□客厅□卧室□书房□儿童

(2)、朗萨家私向你咨询你是需要添置多少金额的家具?

□3000以上□10000以上□20000以上□30000以上

(3)、朗萨家私向你咨询你是喜欢什么风格的家具?

□中式□现代板式□古典□田园

(4)、朗萨家私向你咨询你意向性的家具品牌有哪些?

□朗萨□优美加□全友

**促销活动方案案例篇四**

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。

1、活动形式

主办：\_\_\_酒\_\_总代理

承办：\_\_策划

策划组织：\_\_策划

时间：20\_\_年\_月\_日至\_日

地点：\_\_家宾馆和餐饮场所(消费终端)

1)活动期间在全城\_\_家中高档宾馆和餐饮场所联合推出元旦“\_\_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\_\_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。

2、媒体推广

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(“\_传媒”弹窗广告，参与有奖)。

4)市区内重要口岸\_个月户外布幅形象宣传。

3、dm宣传

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

2)dm需体现\_\_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)。

4、气氛布置

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\_\_酒系列产品，并负责活动咨询和现场产品推销。

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“\_\_酒”免费品尝活动。

2、凡活动期间购买“\_\_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“\_\_酒”超过\_\_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\_\_酒系列产品，均可享受8.5折优惠)，同时可参与20\_\_年\_月\_日下午3：00-4：00\_\_总代理在门市部举行的抽奖活动。

4、奖项设置：一等奖\_名(获摄像头手机一部)二等奖\_名(获1p空调一台)三等奖3名(获“\_\_酒”两瓶)幸运奖\_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。

**促销活动方案案例篇五**

一、活动主题

世德家私送“服”到家

质量进一步价格让一步

二、活动时间

12月7日——1月7日

三、活动地点

华凌及广汇美居三个销售终端

四、活动内容

推出金鸡系列(把原有产品命名为金鸡系列)，以优惠价及吉祥赠品促进销售。

1、终端布置

(1)购买外型为鸡形状的红色灯笼，悬挂在展厅上方;购买手工制作的金鸡工艺品，放于椅子上;在广汇美居及华凌形成世德第一个迎接鸡年的企业品牌。

(2)在店面悬挂“金鸡一唱 天下福;世德家私送“服”到家”横幅。

(3)制作以“金鸡一唱天下福;质量进一步价格让一步”为主题的易拉宝，画面为一只金鸡站在椅背上啼鸣，鸡头部分背景为世德圆形标识，鸡头的下半部分为世德桌椅。

(4)拍摄世德家具厂内餐椅加工的每一道工序实景图片，做成展板在卖场展示，让客户真正感受到世德家具的质量过硬。

(5)到世德老客户(如：张福记、鑫都酒店)拍摄产品照片，在展板上展示。

2、终端促销内容

(1)在活动期内购买世德产品均免费送货、上门安装。

(2)购买不同产品赠送实用的赠品：

每套餐桌椅赠品金额控制在20元以内。

餐厅大量购买，为每把凳子配一个座垫，使客人一进入餐厅坐在凳子上不是冰凉刺骨，从而体现餐厅越来越人性化的服务，尽量选择以金黄色或红色为主色调的座垫，营造一种过年的气氛。

在活动进行前，为每张桌子雕刻一个烟灰缸。

制作木块型桌台号，作为赠品。

购买软包椅子的顾客，为其赠送两瓶清洗剂。体现世德企业为客户着想，过节一般送什么都是双数，所以购买一套餐桌椅就送两瓶(须实验后再定)。

(3)推出金鸡系列，此系列的价位为优惠价。

3、制作宣传折页

内容安排：

封面以“金鸡一唱天下福”为主题。

内一为企业理念，公司简介。

世德企业理念：一生一世，同心同德

内二到内四印上主推产品及图片，套色、贴纸及裂纹漆系列产品。

内五介绍本次活动期间优惠让利产品。

内六配以201x年日历(让客户保留收藏)。

封底是对于桌椅的寓意及桌椅鉴别、使用、保养常识。

备注：桌椅的寓意为：

人们在以下情况会利用桌椅：用餐、聚餐、聊天、娱乐(如打麻将)、谈判等

人们想到桌椅就能想到家的温馨，友情的可贵，愉快的合作

世德桌椅寓意为：家人心的链接、友人心的牵挂、事业伙伴的见证

中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网

4、人员培训

在活动开始之前，对店面销售人员进行培训，使“金鸡一唱天下福”的主题体现在销售中。

五、活动日程安排

11月27日，确定活动方案

11月29日—12月3日，展板拍摄完毕

11月30日前，终端人员培训完毕

12月5日前，宣传册印制完毕

12月6日，展厅布置完毕

12月7日，活动开始

**促销活动方案案例篇六**

对三一五本身来说，三一五是一年当中促销大事件，在这个时期，不仅仅提升业绩，提升销量。同时也是品牌宣传的重要时期，在整个社会，315被当做了品牌宣传的一个最为重要的时期，同时315也是新的一年的促销活动，打响漂亮的第一枪对以后的活动意义重大。

利用3.15消费者权益日这一特殊节日的销售特点，结合ｘｘ201x诚信服务推广的优势，在其前后公众效应显著的`一段时间，进行一系列有针对性的促销推广活动。

通过3.15消费者权益日从产品质量到售后服务及意识形式等各方面从消费者切身实际利益出发，本篇文章来自资料管理下载。有效地促进了销量提升，抢占市场份额。同也树立了良好的品牌形象。

为了打响201x年终端销售第一个旺季最响亮的战斗号角，遵循精诚所至，金石为开的销售理念，响应月月有活动，天天有促销的促销政策，赢得良好的营销业绩。

诚信保卫战ｘｘ陶瓷3.15优惠大行动

：201x年3月10日至3月17日

：ｘｘ陶瓷各大专卖店

：诚信保卫战，与消费者同阵线！

1、诚信保卫战之预约送大礼包，更关爱！

活动前交预约金200元，即可获得价值1020元的贝佳大礼包一份，活动当天交定金2024元以上，预约金可抵扣货款。

享受预约优惠截止到3月9日，活动当天及以后均不再送预约礼品。

活动当天，补交齐定金2024元后，预约金即可抵作货款。所预约产品为免费赠送。不补交定金的，预约金转为购礼品的货款；预约金不退；本篇文章来自资料管理下载。每户客户限预约一次，同一客户不能预约几次。预约几次公司只承认其中一次有效，其它预约无效；定金只可用于购买ｘｘ品牌产品，不能购买其它品牌产品。

2、诚信保卫战之排队抢购，一战到底！活动当天排队的前30名顾客，均可享受ｘｘ大地砖、墙砖、厨卫小地砖全场3.15折起（不含花片、腰线、洁具，限量）。

前15名客户享受3.15折范围：大地砖15平米，墙砖10平米，厨卫小地砖3平米第615名客户享受3.15折范围：大地砖10平米，墙砖6平米，厨卫小地砖2平米第1630名客户享受3.15折范围：大地砖5平米，墙砖5平米，厨卫小地砖1平米

3、诚信保卫战之惊喜315，ｘｘ全场3.15折起；提前预约的客户，活动当天补交定金，可享受ｘｘ全场产品任选3.15折（以交定金金额为准；如：交10000元定金\*0.315=3150元，在全场按3.15折选购3150元的产品，余额6850元按活动优惠价；洁具和五金件、画片、腰线除外）交陶瓷定金的基础上购买ｘｘ洁具产品，单独交洁具定金。

**促销活动方案案例篇七**

厂价风暴-----大奖来袭

副标题;厂价任你选---金蛋免费砸

20xx年6月8日—月30日

★一重惊喜

1元定金百倍升值

凡在活动时间内到店交1元定金，活动时间内可抵488元现金(瓷砖可抵288元瓷片可抵200元)

★二重让利

厂部让利优惠共享

凡在活动时间内交现金3000元以上的客户，可享受货额全额再优惠8%(特价产品除外)

★三重钜惠

厂价直供，超低实惠

云梦石指定产品：原价：168元\\片3.15特惠价：42元\\片金镶玉石指定产品：原价：188元\\片3.15特惠价：45元\\片线石指定产品：原价：188元\\片3.15特惠价：58元\\片

★四重好礼

超值好礼

真情赠送凡在活动期购买新中源产品满8千元即可享受免费赠送的5平米小地砖，满1万免费送xxxxx,m满1,5万元免费送xx品牌马桶及优秀铺贴师傅免费推荐。

(礼品以店内实物为准)

五重大奖;满多少送抽奖卷多少张，按排抽奖。

3月1日——3月3日推广活动主要要求——小区定位，锁定交房小区或正在装修小区

要求做到：通过有效的小区调查，全面了解本区域内所有小区的基本情况，将小区划分重点宣传小区、次要宣传小区。并对重点小区进行突破，如业主信息、小区内广告等宣传一定要跟踪落实到位。

第二阶段：3月4日—7日活动所需要物料制作要到位，室内要营造出销售气氛，户外要进行全面的预热宣传，做到一个势出来

1、活动前期操

形式：①软性文章或促销宣传广告

②店外挂海报、x展示架、巨幅广告、条幅②大众报纸(发行量大的地方百姓报纸)投放广告

要求做到：ⅰ，大报采用头版报眼套红、小报头版下1/4通栏套红，连续多次投放;

2、户外气氛营造

1、展厅内布置

活动产品要进行重点装饰：要贴活动特价砖标。展厅内要悬挂吊旗。

2、物料布置

(1)活动单张县级5000份---地级10000万。

(2)展厅里面布置活动促销内容x展架4个

(3)条幅在店门口悬挂活动条幅(客户任选制作)

内容:给你一个不一样的3.15新中源陶瓷特价基础再降8%定金百倍升值火热进行中

(4)海报20张(在交工的小区或陶瓷市场张贴)

3、路演布置

经销商可以根据自己所在市场情况安排路演,以增加活动的销售气氛。

4、彩虹门

在店门口布置彩虹门增加活动气氛，有效体现活动主题。

3、终端要求

1)产品要求

终端各分销商产品展示要统一展示，并根据产品类别活动产品要重点进行包装，所有活动产品要放在主要展示位。

2)美化要求

活动产品要张贴与其它产品区别的爆炸卡等美化物料，价格标签要统一，并且如有条件的可以用重点包装，让顾客能一眼看出活动产品。3)户外要求

各个专卖店要有活动条幅，活动海报，并且各个专卖店要有x展架，并且放在商场门口或卖场门口，如有条件的话可以制作户外喷绘或升彩虹门以营造终端活动气氛。

1、电视台流动字幕

宣传时间：20xx年3月1日—3月15日

字幕内容：地砖大买赠--瓷片免费送。给你一个不一样的3.15新中源陶瓷在特价基础上

厂部再降8%定金升值百倍，瓷片免费赠送。精美礼品等你来拿，机会难得，快快行动!

详情请咨询店内营业。电话：xxxxxx地址：xxxxxxx2、短信群发

宣传时间：活动时间内每周三、周五各发一次

短信内容：瓷砖大买赠---瓷片免费送，给你一个不一样的3.15.新中源陶瓷特价基础上厂

部再降8%定金升值百倍，精美礼品等你来拿，机会难得，快快行动!

详情请咨询店内营业。电话：xxxxxx地址：xxxxxxx3、流动车辆宣传

宣传时间：3月7-8日—15月16日---22--23日(效果延伸)

宣传内容：制作活动宣传车，在繁华的街道进行宣传，以提高活动的宣传面。4、县城dm单

宣传时间：每周2次全版或2分之一版宣传内容：新中源活动内容5、人员散发宣传单张

宣传时间：每周2次全版或2分之一版

宣传内容:经销商根据自己情况安排人员针对小区或繁华的街道进行全面的宣传。六、活动操作及时间流程：

注：(物料根据区域需要，广告公司自己制作)

1、各个区域经理负责本区所有客户的检查、指导，业务经理负责客户跟踪落实及活动的开展。2、公司市场部负责物料的设计。

3、活动所需物料制作费用由经销商自行承担。

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