# 最新母婴店活动方案共 母婴店的促销方式(20篇)

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-10-02

*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。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏...*

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。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇一**

二、解说30种产品：心理学家告诉我们，解说完5种以上产品客户还是光问不买后，营业员就要开始不耐烦了，10种以上就很少有营业员还能耐心给客户解说了。正常情况下能给只问不买的客户解说15种产品就算是奇迹了。我们要做得是：以15个品种为起点，假如想在脸上写上：“不耐烦”三个字，至少也要在解说完30种产品之后，假如她最终还是不买，我们再说一句：真不好意思，在我店里没有您适合的产品，下次我们一定把品种做得更齐全。

三、不让她买产品：假如确定产品不适合她的，坚决的告诉她，这产品不适合她。

四、真诚夸奖竞争对手：假如客户问起竞争对手情况，你就很真诚夸对手。(在这同行是冤家的年代理，真诚夸奖对手和情况不能说没有，但至少是很罕见，因为一般的夸奖对手情况都是故作高度，装模做样罢了)。

五、让耳朵竖起来：竖立起耳朵，认真的听客户倾述，从头到尾不要向她推销一样商品。有时倾听比推销更能起效果。

六、精确时间到小时：店里难免会缺货，假如客户问什么时候会到货，一般的回答是：大概某某天会到，我们要做到的是：某某天下午4点会到货。听到这样的回答，客户对你的忠诚度最少提高30个百分点。

七、上门去给客户退钱：假如多收了客户的钱，客户不知情的情况下，一定要上门去退还，最好能带点小礼品以示道歉。钱多钱少是其次，这份心让人无法舍却。

八、来去如一：很多商场的电梯只有上去的没有下来的，意思很明显：上去是让你去掏钱，下来的要么是不买的，要么是已经掏过钱的。小店里也一样，来是笑容满面，去时冷若冰霜，其实并不要有多热情，只要做到把客户微笑迎进来，微笑送出去就可以。

九、当然，店员要有眼色，看见孕妇挺个大肚子，怎么好意思不帮手为顾客提着购物袋，想打的士的帮忙叫停出租车，有私家车的送上车座，做公交车的，更要满心感激，再三感谢。(准妈妈们大老远来一趟多不容易啊!)

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇二**

1、母婴用品店门开启要方便。进出容易的商店，才能繁荣。

2、顾客进店后，店员最好不要“步步跟随”。

3、打扮好“自己的脸面”。店铺外观如同人的面孔，即“店铺是脸面”。这是顾客在瞬间断定一家店铺形象所凭借的依据。店面包括店名、店徽、招牌、外观装修、橱窗，再加上店面的色彩和照明，良好的首要直观印象是顾客驻足的关键。因而商家应要做到地板、天花板、货柜、橱窗不要有尘埃，玻璃要干净。每天至少要有一两次站在店外向内看，从顾客的角度去想想，你店铺的外观形象，能给人好印象吗?

4、注意店员的形象。手指、服装要干净。

5、母婴商品要让顾客看得到，易接触到。即“眼易见，手易拿”。摆在开放式货架上的商品，使顾客感到容易选择。

6、把节日当作公关的好机会。例如：，母亲节对妈妈们优惠以示祝福;六一节对儿童优惠。

7、永远不忘记顾客，永远不会被顾客忘记。要把顾客当作永久的上帝，要用一些具体行为或活动感化顾客，让顾客知道你是真心实意把他们当上帝。一旦上帝意识到你可信、可靠，便会成为你永远的顾客。

8、讲解商品的知识和销售量成正比，消费者不是专家，需要你的指导。要让消费者认识到，你是在帮助他。所以要经常关注一些相关网站。

9、对老顾客表示感谢，老顾客是最好的顾客。对商店来说意味着不断提高的回头率。

10、多用习惯用语。语言规范、亲切，能增加商场(店)形象的魅力，产生亲和力，带来好的口碑。

11、把建议本放在收款处，请顾客把需要代购的商品写上。

12、接待顾客心理轻松，对方不买也不能有失望或不高兴的表示。

13、收钱和找零钱，当面点清，找干净票给客人。

14、零售店与顾客关系，归根到底是人际关系。和顾客打招呼不说外行话。要知道，购物场所也是交流的空间。

15、所有母婴商品都标上价格，货不二价。必须在努力收集顾客的价格预期感和竞争商店的价格的情报的基础上定出适当的价格。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇三**

一、活动目的

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么，是处理库存，是提升销量，是打击竞争对手，是新品上市，还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、活动对象

活动针对的目标是市场的每一个人，还是某一特定群体?活动控制在多大范围内?哪些人是促销的主要目标，哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题在这一部分，主要解决2个问题，即确定活动主题和包装活动主题。降价，价格折扣?赠品，抽奖，礼券?服务促销，演示促销?消费信用，还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑活动的目标、竞争条件和环境，以及促销的费用预算和分配。在确定了主题之后，要尽可能艺术化地“拉虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，它把一个简简单单的降阶促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动，但不可借鉴。这一部分是促销活动方案的核心部分，应力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

四、活动方式

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有2个问题要重点考虑：一是确定伙伴。拉上政 府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手，或是与其它厂家联合促销?和政 府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合，可整合资源，降低费用及风险。二是确定刺激程度。要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、活动时间和地点

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短，会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现;持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、广告配合方式

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、前期准备

前期准备分三块：

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\*点。谁负责与政 府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。 尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

八、中期操作

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、费用预算

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。 十一、意外防范

每次活动都有可能出现一些意外。比如政 府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

十二、效果预估

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最 佳效益。 有了一份有说服力和操作性强的的活动方案，才能让公司支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，使促销活动起到四两拨千金的效果。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇四**

(一)促销产品的装扮

产品的装扮需要固定的，而不是随心所欲，要根据产品针对的消费群体、消费目标、消费价值、消费周转期、消费习惯来确定的，产品的消费群体比较简单，符合什么样人的胃口，大众化就可以了。同时，由于节日消费周期不会太高，除非是固定使用的产品，但这个不需要装扮，因此，节日消费的产品周期短，在装扮尽量简洁明快，突出节日的气氛就可以了。

(二)促销台面的装扮

促销台面不仅仅包括产品的地堆、专柜、专卖区域等，而是一项综合的促销平台，所以从平台这个角度看其延伸的区域非常大。母婴店在促销时，布置好促销台面的是一般常规的做法，尽量做到醒目、有节日氛围，可以使用多种科技较高的手段来刺激消费者的眼球，声、光、电等包装的增加，将是对台面的最好吸引。另外，从延伸的角度看，促销台面需要有外围的引导，比如门口、导购台、咨询台、引导员等，多处需要标识产品的对象，集中延伸展示才是综合促销平台的着落点。

(三)促销环境的装扮

促销环境有人为制造环境与整体环境互相作用的交织，才能够显示出促销环境的效应，所以在布置或选择促销环境的时候，对于人文环境的首选，越来越重视，那么如何精选人文环境给予的促销呢，这就需要母婴店主对节日文化有比较大的了解，针对什么样的节日进行什么样的人文关怀，并将促销与之有机结合是最佳办法。而根据节日文化把产品和人文环境相结合将是需要第一考虑的，做到人文与产品销售捆绑进行，这样可以大大缩小母婴产品与消费者购买时的亲近接触，达到完美效果。

(四)促销人员“装扮”

对于促销人员的“装扮”，在促销过程中主要是亲和力的准备，促销是瞬间的购买行为，比较感性，所以对于有好的亲和力将是现代促销技能的首要保证。对于如何装扮促销人员，需要对促销人员有明确的要求，一是要规范使用标准亲和力相关礼仪与必要的辅助目标;二是构建系统的产品促销规程，注重对区域文化的建设性提炼;三是促进产品与消费者、产品与环境、产品与服务等多种态度有机利用;四是为自己找寻最佳的服务标准，度身定做是合理的促销要求。

二、促销的目标策划

(一)明白为谁促销

知道把产品卖出去，当然这个是对的，但如果产品碰到销售困难，或者叫卖困难的时候，为谁促销就显得非常关键，因此，无论在什么样的情况下，需要保持为谁促销的理念，明白把产品卖给谁，将是在繁杂人流当中保持清醒头脑的必要保证。消费对象永远是要实地牢牢把握的。

(二)促销要简单明了

在促销活动期间，驻足观望的人会很多，但有些客户是非常挑剔的，尤其是在竞争激烈的今天，所以促销优惠的条件与优惠的程序一定要简化，而不能到了关键时刻解释不清楚，而浪费时间，错过对大部分客户的关照，失去促销的意义。因此，促销优惠的前提下，一定要简单明白，千万不要搞什么积分制，累计制等条件，这样的吸引力是无法满足的，也是浪费资源的表现。

(三)提倡动态促销

节日促销里面需要动态促销，也就是把促销要按照节日推进的阶段进行，而不是不变的，母婴店在节日促销里面往往忽略这样一点，节日前与节日中可能变化较小，但节日后期的变化就非常明显，因此，在节日促销项目上，要动态观察，如果出现跟不上市场变化的节奏，很容易出现节日促销“空虚”症状，空虚症的表现是没有管理、没有促销技术跟进、没有促销产品转换、没有新的促销亮点、没有促销反馈数据、没有竞争压力分析等等，这是非常不可取的。

三、节日促销技巧

促销技巧在日常的表现中，主要是对产品的有机分化，通过把促销的一些手段用在促销的过程里面，使得促销成为消费者过节日的标志，也是适应消费需求的一种表现，实际上是把促销按照不同的规程，在有效的时间段内，做出不同的摆设，这样将对促销的含量有所提高。

(一)促销有时限

有促销时限是目前比较流行的做法，比如节日的第一天，节日的消费时段，限定消费时间来鼓动消费，在固定的时间里面满足促销的需求。

(二)促销要量化

把要销售的产品规定数量，这也是常规的做法，但在节日消费当中，这样的做法不是很好，容易被竞争掉，所以在旺季的节日中不太好使用这样的规则。

(三)促销要有特点

促销特点;有自己的促销特点，比如民族特点，那么在赠送、包装、折扣、礼物、优惠上要鲜明地树立起特色的旗帜，把特色促销做到底，区别节日的统一“红”的格局。

(四)促销要控制好氛围

控制好促销的氛围是很重要的，一般在节日中间，氛围比较统一，以喜庆为代表，但在不同的场合或者不同的产品上可以有所区别，要表现出主动的促销氛围，主要展示促销氛围中的个性，比如重促销手段，而轻产品功能，重促销礼物，轻促销承诺等。

节日促销策划当中要体现稳当、特色、鲜明，在技巧的合理配置上，对技巧的保鲜、困难、问题要考虑的比技巧展示重要多，无论在环境的变化、促销难度的加大、成本的提高、管理的困难上，需要对促销技能的合理部署，有时候技巧并不是最重要的，而是对技巧的调度、对技巧的现场控制、对技巧的困难分析，显得更加突出、重要。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇五**

一、礼品促销

通过顾客进店咨询、购物环节，了解顾客需求，根据客户需求送合适的礼物，或着免费赠送礼物作为吸引客户进店的手段。预先制定促销活动的物品种类和品牌，可向供货商和厂家提出活动支持申请，要求供货商或厂家人员配合以及给予活动优惠。例如：1凡孕妈咪到本店购物者，凭《围产卡》可获赠价值180元的“天使礼包”1个。数量有限、赠完即止!2活动期间，进店客户均可免费获得精美小礼品一份!二、抽奖促销

可在母婴店促销活动结束或者设定消费满金额，通过开展抽奖活动开展促销活动，增加顾客购物趣味性体验。例如：

1活动期间一次性购满98元即可参与抽奖活动，抽奖采用大转盘模式，由宝宝或者其家长进行转动抽奖，奖品即时生效。2购物满108元抽红包一次，折扣由你定，100%中奖，有机会获得免单机会!三、折扣促销

对于换季、清库存的一些产品，可进行降价促销，或对一些高毛利产品设定折扣。例如：1全场折扣价：活动期间，店内全场产品8折起!2数量折扣价：男女童装，一件7折起，第二件6折起。参考阅读>>>母婴店价格折扣促销全解析(案例)四、买赠促销

顾客买一件母婴用品可赠送相关用品，实现联带或捆绑销售，利用热销产品带动周边产品的销量。例如：1活动期间，凡顾客一次性购买店内指定商品满200元，即送价值30元的宝宝奶嘴1个!2顾客单独购买奶粉享受95折优惠，同时购买奶粉及奶瓶，立享85折优惠!五、代言促销

母婴店可从会员宝宝中开展代言评选活动，通过票选方式选出代言宝宝，此举旨吸引客户高度参与，增强与母婴店互动，起到品牌宣传作用。例如：“本店开展宝宝形象代言评选活动，限本店会员宝宝参选，会员提交照片参与评选，票数最高的宝宝将被选为本店形象代言人，将免费赠送正品宝宝坐便器一个和进口纸尿裤一包以及全年免费享受婴儿游泳套餐。”六、赞助促销

为增加母婴店品牌知名度，除了在媒体上投放广告外，还可以投入少量资金作些公益活动赞助。例如：“赞助当地组织的一些“明星宝宝”“爱心妈妈”相关评选活动，以扩大品牌影响力。”七、门票促销

母婴店可组织开展“妈妈沙龙”“育儿讲座”等活动，通过赠送门票邀请客户参与，既体现出品味，又起到很好的宣传，顾客参与度也很高。例如：“当地妇幼机构或邀请相关专家，开展准妈妈沙龙活动，讲座主要围绕孕期的健康知识和育婴技巧讲座，可通过免费赠送沙龙门票增强客户粘度。”【母婴店活动可参考>>>母婴店开业活动策划方案】

八、充值促销

鼓励门店会员充值消费，设定充值送等级及标准，根据充值金额设定不同等级的母婴店会员特权、优惠及折扣。例如：1活动期间，充100送15、充200送30、充300送50，多充多送!2本店充值500元即可获得白金会员资格，立享商品85折，并可享受无理由退款、送货上门、新品推送等优惠!九、联动促销

可与区域内婴儿游泳馆、儿童摄影中心、幼儿园、妇幼保健医院等相关机构，开展联动促销，这样覆盖面广，客户需求互为补充，同时能互相交换优质客户资源，实现共赢。

猜你感兴趣

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇六**

一、活动目的

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么，是处理库存，是提升销量，是打击竞争对手，是新品上市，还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、活动对象

活动针对的目标是市场的每一个人，还是某一特定群体?活动控制在多大范围内?哪些人是促销的主要目标，哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题在这一部分，主要解决2个问题，即确定活动主题和包装活动主题。降价，价格折扣?赠品，抽奖，礼券?服务促销，演示促销?消费信用，还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑活动的目标、竞争条件和环境，以及促销的费用预算和分配。在确定了主题之后，要尽可能艺术化地“拉虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，它把一个简简单单的降阶促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动，但不可借鉴。这一部分是促销活动方案的核心部分，应力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

四、活动方式

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有2个问题要重点考虑：一是确定伙伴。拉上政 府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手，或是与其它厂家联合促销?和政 府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合，可整合资源，降低费用及风险。二是确定刺激程度。要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、活动时间和地点

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短，会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现;持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、广告配合方式

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、前期准备

前期准备分三块：

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\*点。谁负责与政 府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。 尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

八、中期操作

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、费用预算

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。 十一、意外防范

每次活动都有可能出现一些意外。比如政 府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。 十二、效果预估

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最 佳效益。 有了一份有说服力和操作性强的的活动方案，才能让公司支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，使促销活动起到四两拨千金的效果。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇七**

一、活动目的：

圣诞节是基督徒纪念耶稣的诞生的节曰，是一个西方的节曰，但是近年来，他却为越来越多的中国人，特别是年轻人所接受，并且渐渐被赋予了许多中国式的特色和内容。为了丰富同学们的课余生活，了解和体验到圣诞节的气氛，结交新朋友，促进沟通，增进彼此感情，并且度过一个愉快而又有意义的圣诞节，我们营销策划研究会策划了此次活动。

二、活动主题：圣诞之夜party

三、主办单位：营销策划研究会

四、活动内容：

1、时间：20xx年12月25曰19：00~20：30

2、地点：师生活动中心

3、对象：①营销策划研究会全体会员，以及，愿意参加的全体成大师生

②营销策划研究会全体会员，以及嘉宾(如其他社团骨干)

4、活动步骤：

a、19：00前的等待时间，播放圣诞歌曲，营造圣诞气氛，如《叮叮当，叮叮当》《平安夜》《听，天使报佳音》，活动要求每位参与者携带一张圣诞贺卡，在入场时交给工作人员。

b、19：00活动准时开始。

c、19：00~19：05首先由主持人致词，内容为圣诞祝福，圣诞由来，以及世界各地的圣诞风俗等。

d、19：05~19：30，进行第一个活动“拍七令” ，目的是为了炒活现场的气氛，让所有人都参与到其中来。

活动规则如下：多人参加，从1-99报数，但有人数到含有“7”的数字或“7”的倍数时，不许报数，要拍下一个人的后脑勺，下一个人继续报数。在所有到场者中循环3~5次。如果有人报错数或拍错人则给予一定的处罚。

处罚方式：每循环一次的所有出错者一起出一个表演，可一起合作，也可选派代表。

兴奋点：没有人会不出错，虽然是很简单的算术。

e、19：30~19：50，第二个活动：“椅上功夫”。先不宣布活动内容，邀请多名到场者参与，并把参与者按人数分为多组，然后进行比赛，若比赛中人数不够，可再邀人加入。

概要：在一张椅子上站最多人的游戏

方法：1、各组互相商量要如何才能站上最多的人。

2、依照号令比赛，哪一张椅子上站最多的人。

3、可以规定一个时限，如3分钟。

奖惩方式：对于人数最多并且站到椅子上的每个人给于一份小礼品;对于人数最少的一组且站到椅子上的人，则给于相应惩罚(即，头顶2~3本书学模特走台步一圈，若掉了，则表演一个节目。)。

f、19：50~20：10，第三个活动：祝福传递，将开始前收到的所有圣诞卡片放到一个大的布袋里，让每人抽取一张，把美丽的圣诞祝福带给每一个人，在抽取卡片时，播放圣诞歌曲，适当缓解一下刚才激动的心情，最后邀请嘉宾把自己抽到的贺卡上的内容念出来。

g、20：10~20：20第四个活动：圣诞老人,即派送5份礼物，采取抽签的形式，抽中者站出来，但是有次小小的考验，有三种形式可以选择：

a、先大笑5秒之后，忽然又大哭5秒钟，反复2-3次。

b、面对墙壁或其他物体，大声地喊三声：“我爱你!”

c、把礼物抱在胸前，闭眼睛，左转三圈，右转三圈，再睁开眼睛，走回自己的座位

h、20：20~20：30，由主持人主持，所有人一起做一次互动，临近的人相互说

：“merry chirsmas!”并且致结束词。然后播放圣诞歌曲，参加者可以相互交流。

五、宣传：

1、12月20曰在各宿舍楼张贴栏上张贴pop海报，23曰再次于主要教学楼一楼张贴处张贴海报，需要海报约15张，由宣传部负责海报的制作。

2、12月20曰前后，在寻知、寻梦桥头悬挂横幅，如“(赞助者)预祝营协圣诞之夜圆满成功”云云。

六、奖品设置：

笔记本 10元/本×10本=100元

或杯子……==b

七、会场布置：

1、入口：放圣诞树

2、玻璃：白色的喷雪，写为merry christmas,其他颜色的喷雪，画成各种图案

3、墙壁：张贴一张雪白大纸，上面绘上松树等装饰，请到场者写上在圣诞节最想说的一句话，活动结束后，可作为协会活动的纪念物，可悬挂气球、彩带等具有节曰喜庆色彩的物品

4、空中：放20个氢气球，在线上挂上有一定重量且赏心悦目的小物件，让其悬空在距地面1.6米处

5、椅子：

八、资金预算：

宣传：海报：3元/张×15张=45元

横幅：

会场布置：圣诞歌曲的cd：20元/张×1张=20元

圣诞树：

喷雪：

气球：

彩带：

氢气球：1.5元/个×20个=30元

纸张(最想表达的一句话)：2元/张×2张=4元

油性笔：3元/支×3支=12元

奖品：

总计：xxoo

九、可行性分析报告：

在活动前播放的圣诞歌曲和整个会场的布置融为一体，不仅从视觉，还包括听觉上，给会场营造出一种温馨、欢快、活泼的氛围，能起到舒缓众人情绪，弥补活动空缺的作用，花费不高，作用巨大。

19：00~19：30 的主持人圣诞致词和“拍七令”这两个环节，使活动开始得不至于太突兀，主持人致辞可以明确活动的指向，即圣诞节，“拍七令”能调动参加者的情绪。而同时 “拍七令”给出错的人给出的惩罚要求集体合作表演一个节目，避免了单人表演时的放不开，以及确实无专长可表演时陷入的僵局。

19：30~19：50 的第三个环节“椅上工夫”既可以考验团队的协作，又是对个人性格的一次考验(希望获得奖品而站上椅子，或害怕受到惩罚而不敢站上椅子)。为了避免出现每组人数过少的突发状况，游戏的规则之一是当人数不够时，可再出台下邀人上场。另外，椅子的高度不高，即使摔倒也不易受伤，但为了保险，可向体育器材室借软垫防护。而活动的惩罚人数约为3~5人，和上一个环节一样，有一定的余地。

19：50~20：10的第四个环节“祝福传递”的卡片由参加者准备，参加者抽取，在入场时交给工作人员后方可参加活动，因此，卡片的数量正好合适。而卡片上陌生的有缘人的浓浓圣诞祝福，一定能带来一份好的心情。为了预防卡片的数量和人数不合，主要是卡片少了，我们可以再多制作3~5张卡片备用。

20：10~20：20 的第五个环节“圣诞老人” 把惊喜带给幸运的人，礼物并不贵重，但在圣诞这个特殊的曰子里，不仅得到礼物的人能得到一份祝福，即使没有得到礼物的人，也将在这个环节中让情绪high 起来。最终的考验听起来并不具有太大的难度，但就是在经历考验的过程中，再一次调动了会场的气氛。

最后的环节，即互相的祝福里，活动收尾。

总的看来，本活动的难度均不大，经费的开支，即宣传、会场布置、奖品的费用，无不确定因素的变动开支，能控制在预算的范围内。

此次活动主要针对于协会内部，欢迎成都大学全体师生的参与，人数在50~100人为最佳，如人数少于预定人数，即适当增加“拍七令”的循环次数，反之，则适当减少循环次数。

同时，活动环节中所计算的时间也为参考时间，按活动的具体情况可做适当修改，如适当缩短或延长均可。

十、赞助方案：

圣诞节是西方的“春节”，随着中西方文化的融合，圣诞节在中国尤其在中国年轻一代的影响逐渐增大，如今，圣诞节已经成为中国学生的一个隆重的节曰。在圣诞节，各种各样的圣诞节庆祝活动越来越受到大学生的关注。

圣诞节派对作为一种重要的形式，对大学生的吸引力非常巨大，即使因为各种原因，他们可能无法亲自参与本次活动，但是，一个欢乐而温馨的圣诞节party依然能成为大学生们闲暇之时津津乐道的话题。

其影响力之大，难以表述!通过这次的“圣诞之夜”派对，能够达到事半功倍的宣传作用。赞助商家的品牌形象在成大学生的心中将前进一大步。

这次活动，我们将以“圣诞之夜”来命名，在活动的宣传中，不遗余力地为赞助商做宣传;同时，赞助商以现金的形式支持我们这次活动，与“营销策划研究会”携手，“圣诞之夜”派对在成都大学做大、做好!

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇八**

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动主题

2、包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。可以把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动，呵呵，骗人也要艺术!!!

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自已的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。(相关的案子本人有发过，可以参考)

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现;持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?如果是高手的话，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。如果直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。要知道一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇九**

【活动时间】11月27日

【活动主题】全球感恩节，兴隆大厦感恩日——感恩大礼送给你!

【活动内容一】感恩行动，真情摇奖，100份感恩大礼送给你!

11月18日——11月27日，在兴隆大厦累计购物100元的顾客就可以换取感恩节摇奖券一张，参加11月27日感恩节当天感恩节晚会后的摇奖活动，奖品为价值200――\*\*元不等的100份时尚感恩大礼。

奖项设置：

1、感谢母亲大礼，创维高清电视

2、感谢父亲大礼，海尔时尚冰箱

3、感谢恩人大礼，安吉尔饮水机

4、感谢丈夫大礼，飞利浦剃须刀

5、感谢妻子大礼，松下时尚洗衣机

6、感谢孩子大礼，千岛时尚mp4

7、感谢亲人大礼，亚都时尚加湿器

8、感谢同学大礼，格兰仕微波炉

9、感谢朋友大礼，康宝消毒柜

10、感谢恩师大礼，三星时尚数

每项大礼各十份

【活动内容二】感恩会员，免费摇奖

20xx年11月27日，兴隆大厦、兴隆大厦二百、兴隆大厦三百会员顾客凭年度积分可免费领取数量不等的感恩节摇奖券。钻石卡会员10张、金卡会员6张、10000--\*\*0分积分会员4张、5000――10000分积分会员3张、――5000分积分会员1张。

【活动内容三】感恩商品，真情巨献

11月24日感恩节，大厦各楼层充分引导商品节日礼品的概念，营造浓烈的感恩的消费氛围，创造销售高峰，民众网开展一系列丰富多彩的商品营销推广活动。感恩节引导商品感恩对象为1、感谢母亲;2、感谢父亲;3、感谢恩人;4、感谢丈夫;5、感谢妻子;6、感谢孩子;7、感谢亲人;8、感谢同学;9、感谢朋友;10、感谢恩师。

【活动内容四】感恩宣言，真情演绎

1、致盘锦市民一封感恩信，通过报纸、广播电台等媒体及大厦内部宣传手段表达企业感恩节感谢顾客、感谢社会及借节表达人与人之间亲情、友情、爱情的感恩真情。

2、11月26日晚举办“真情爱你感恩宣言”晚会。整场节目以感恩、感谢、感激为核心，体现祝福、关爱、欢乐的内容;晚会同时现场摇出100份感恩大礼。

3、11月26日当天，大厦门外举办感恩签名大行动，顾客可在百米长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，此长卷在楼外长廊上展出。

4、通过员工配戴特制感恩节小胸牌、商场做“感恩节快乐“的心型汽球、顾客购物赠送特制感恩卡等氛围的营造、渲染感恩的浓烈氛围。

5、感恩节当天楼内播放《感恩的心》等各种关于感恩、感谢为主题的歌曲;迎宾词以感恩概念为主。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十**

一、活动背景：

“五.一”黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

二、活动时间：

4月28日——5月13日

三、活动主题

每个季节都有礼!----“五一”有礼!

四、活动详细内容： 淘巧好，好淘巧

(一)、劳模有礼

5月1—7日，凡历年获得过市级(含)以上荣誉的劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份(衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣40件)。

(二)、购物有礼

淘巧好，好淘巧

(三)、母亲节有礼

“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制10000张小型“背粘胶”，打上“平顶山商场赠送”字样，所有礼品上都要粘贴。

五、室内外布置：(统一色调——蓝色)

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以“五.一”促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传(包括x展架)。

4、各专厅可以pop海报、打折牌宣传价位及打折信息，喧染气氛，主题统一为——“五.一”有礼!(部经理配合实施)

六、媒体宣传

1、 4月30日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传本次“五一”促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

七、要求

1、部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。(每天活动工作人员名单另文下发)

4、4月27日、5月13日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。

5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可徇私舞弊。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票;不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

八、预算：

1、中厅布置：1000元

2、“背粘胶”印刷：3000元;

3、室内外布置：1000元;

4、活动奖品预算：16000元;

5、报纸广告：3000元

总计：24000元

其中：4月28日——5月13日(母亲节)共16天时

间按各专柜销售额的1%进行扣点，其余商场负担。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十一**

概念解说

营业推广促销活动策划书是企业在某一确定时间针对某项促销活动的整体运作和安排的计划性文书。

编写要点

营业推广促销活动策划书通常由促销目标、促销对象、广告表现、基本内容和预算分配等构成。

范文

x家电公司现场促销活动策划书

一、期限

自x年x月x日起至x年x月x日止，为期3个月。

二、目标

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销x公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

三、目的

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购x产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a、b、c三地举行，借此活动将x进口家电，重点引向x国市场。

四、对象

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买x公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1.性能诉求：

真正世界第一!

x家电!

2.s.p.诉求：

买x产品，现在买!

赶上年货接力大搬家!

五、广告表现

(一)为配合年度公司“x家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以x公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15〃广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

六、举办“经销商说明会”

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

七、广告活动内容

(一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1.圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。

2.圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻;交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在x国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1.“接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名，b地150名，c地150名，如下表：

表5-4“接力大搬家”幸运奖地域分布

区别 次别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合计200名150名150名

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3)每户10分钟，以接力方式进行。

2.“猜猜看”活动奖额

(1)完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2)附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠x品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四)活动内容说明

1.收件期间：自x年x月x日至x年x月x日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于x月x日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15〃cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十二**

一、活动背景

在活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在活动中的销售做铺垫。

二、活动方案

1.活动形式：

预热：时间：10月20日至11月10日

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以为主题元素，旨在营造购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量，钻展，直通车图片。

流量：直通车，钻展，微淘，淘宝客，短信发送，老顾客唤醒等等。

正式活动：11月11日00：00~11月11日23:59

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，微淘活动推广海报，钻展图片，直通车图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

2.活动力度：

1.收藏领卷2.关注有好礼

3.抽奖赢免单，每次购买满100元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

4.邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值1111元神秘礼物一份，共20个名额，被邀请人有机会获得价值111元神秘小礼物一份，共100个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

3.活动推广：

1.直通车引流2.店铺活动通告3.宝贝描述通告4.帮派社区宣传5.旺旺签名活动预告6.淘客联盟7.钻展

三、活动跟进

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前x名+售后x名+客审x名(负责订单审核和打印)确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动回复(提前准备、包含促销、尽量少用)

仓库：确保库存准确，避免缺货。准备好打印机及相关材料和打包用的材料。准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

四、库存准备

(1)确定活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的50%-60%所有产品在11.11之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的90%-95%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

七、人员准备

(1)对可能出现的双11订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，做好打包环节，提前培训好相关的打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作

(2)对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训

(3)制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5)物料要针对可能出现的流量和包裹数去计算

八、物料准备

(1)包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货;

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3)本次活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十三**

活动细节：

1，活动期间，收藏店铺和宝贝即送豪华便携杯套一个(杯套与购买商品一同拍下方有赠送，点击进入杯套链接)

2，购买两件全国包邮

3，购买3件赠送特百惠运动水杯一个

附件是以前活动的海报 标注内容可参考以前的海报。

需要的素材可以在店铺商品链接内找。

直接在下面附图，谢谢

附：开学促销广告语

新学年就爱炫，靓手机好用又省钱。——开学手机促销广告语

转眼又是新学年，买手机就来( )，好用又省钱，你来看一看。——开学手机促销广告语

新的学期，新的手机，某某手机，你值得拥有。——开学手机促销广告语

眼镜是心灵的窗户，孩子是我们的未来，眼护士为孩子的未来创造光明。——开学眼镜促销广告语

聚十万份爱心，筑建欢乐童年(1号店开学季促销广告语——爱心购物)

低价开学季，商品聚会季，优惠在身边(国美网上商城低价再革命开学促销广告语)

开学季必备内衣，给学长一个好印象。——开学内衣促销广告语

开学必备内衣，防火防盗防师兄。——开学内衣促销广告语

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十四**

一、活动背景

在活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在活动中的销售做铺垫。

二、活动方案

1.活动形式：

预热：时间：10月20日至11月10日

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以为主题元素，旨在营造购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量，钻展，直通车图片。

流量：直通车，钻展，微淘，淘宝客，短信发送，老顾客唤醒等等。

正式活动：11月11日00：00~11月11日23:59

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，微淘活动推广海报，钻展图片，直通车图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

2.活动力度：

1.收藏领卷2.关注有好礼

3.抽奖赢免单，每次购买满100元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

4.邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值1111元神秘礼物一份，共20个名额，被邀请人有机会获得价值111元神秘小礼物一份，共100个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

3.活动推广：

1.直通车引流2.店铺活动通告3.宝贝描述通告4.帮派社区宣传5.旺旺签名活动预告6.淘客联盟7.钻展

三、活动跟进

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前x名+售后x名+客审x名(负责订单审核和打印)确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动回复(提前准备、包含促销、尽量少用)

仓库：确保库存准确，避免缺货。准备好打印机及相关材料和打包用的材料。准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

四、库存准备

(1)确定活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的50%-60%所有产品在11.11之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的90%-95%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

七、人员准备

(1)对可能出现的双11订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，做好打包环节，提前培训好相关的打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作

(2)对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训

(3)制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5)物料要针对可能出现的流量和包裹数去计算

八、物料准备

(1)包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货;

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3)本次活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十五**

一、目的

通过举办夜市促进项目良好的口碑宣传，提升项目在本地的知名度，活跃项目人气，拉近客户与企业的距离，树立项目的品牌形象。

二、地点

金源广场售楼部前广场

三、时间

夜市持续时间:20xx年11月1日-20xx年1月1日(亦可长期开展)夜市开业时间:18:00-22:00

四、夜市经营品类规划

金源广场夜市将以百货类商品为主，并辅以儿童类游乐项目，兼有特色小吃排挡类餐饮美食，夜市内容尽量丰富多样，以吸引更多的人群前来消费、购物。1、百货类商品:服装饰品、儿童鞋帽、日常用品等。

2、儿童类游乐:充气城堡、旋转木马、趣味钓鱼、激光气球机等。

3、餐饮美食类:特色风味小吃、烧烤、大排挡等。

五、区域划分

1、根据经营业态做大区域规划，如上图所示。

2、具体铺位划分

(1)儿童娱乐区域根据商家需求，原则上只需要1-2家经营商家即可。

(2)服饰小百货区域中间划分约2-3m宽通道，两侧以2.5m为单位划分为小摊位，由经营户自行选择。

(3)餐饮美食区域以3-4m为一个铺位划分，沿长征路一侧作为摊位区，内侧摆放桌椅。

六、活动宣传及现场包装

1、在包公路与长征路路口设立大型灯箱，标示:金源广场夜市

2、印刷海报宣传夜市，安排人员在大润发、苏果超市门口等地商贩经营户中进行派发。

3、通过电视字幕进行宣传。文案:别窝在家里看电视了，金源广场夜市开市了，吃喝玩乐购，便宜又好玩，就在人民广场西侧，还不赶快去，详询

4、所有经营者统一赠送印制金源广场logo马甲，要求经营期间必须着装。

七、销售配合

1、发展经营户为房产经纪人建议在夜市活动期间内，所有备案经营户推介客户在金源广场成交的，均奖励住宅3000元/套奖金(商铺10000元/套)。

2、根据夜市经营情况，可适当举办配合性的销售活动，如卡拉ok大赛，吃货大赛。

八、活动执行

a、主办方职责:

1)本次活动由滁州金源房地产开发有限责任公司主办。

2)主办方全权负责夜市经营者的审核、合同签订、夜市管理等工作。3)主办方提供夜市经营场地及部分电费补贴(大部分小经营户免费用电，耗电量较大商户适当收取部分费用)。

4)主办方负责宣传推广，一方面以大润发及苏果超市外围商贩流动集中地进行夜间宣传单页发放，扩大夜市知名度，吸引经营商户。另一方面通过前期宣传方式加大夜市知名度，吸引客流。

b、夜市经营者职责:

1)在进入夜市前，须向主办方报备，在主办方许可后，方可进入夜市经营。2)报备内容:经营范围、经营人数、身份证复印件。

3)自备经营所需的工作设施，主办方只负责提供经营场地。

4)夜市经营者在夜市前，经过主办方工作人员确认后进入要求后，发放统一工作牌和服装，按规定进入夜市摊位。

5)在夜市组织过程中，加强管理，一旦不符合主办方要求，立即清退。

c、工作计划

1、即日起--11月5日(筹备期)

主要工作包括物料准备，经营户宣传，铺位划分，及向有关部门报备;2、11月6日--9日(试营业期)

针对经营期间出现的问题进行梳理，商户经营业态布局进行调整，以适应实际需要。

3、11月10日--1月1日(经营期)

经营期可根据天气情况及经营情况适当调整，期间配合举办各类活动。

d、夜市流程:

1、17:30-18:00准备时间

1)夜市经营者在指定经营区域布置，严禁擅自变动经营场地。2)未向主办方报备的经营者一律不准进入夜市。2、18:00-22:00经营时间

主办方安排专人进行巡场检查，维持秩序，保持现场卫生。3、22:00-22:30撤市

各经营者必须负责所属场地的卫生工作，在主办方认可后，方可退场。

九、注意事项

1、各经营者要注意维护自己所属场地，并维持好好现场的秩序，出现拥挤或混乱时，要合理地疏散人群，以防止消费者因拥挤而受伤。3、本次夜市前20名报备者免费(包含第20名)，后进入经营者需缴纳50元/月。本着为消费者与经营者负责的态度，特对夜市经营者责任做如下界定:夜市

经营者必须向主办方报备，必须服从主办方管理，并自行承担经营所产生的一切责任与义务，进入夜市即代表夜市经营者同意本项。

4、经营户需至少提前一天向主办方报备;夜市开市后，严禁私设摊位，所有未在主办方报名而自行现场参与的的夜市经营者，一切后果自负。

5、经营者请严格根据划分好的铺位号明确各自所在位置，严禁变动，所有参与人员严格遵守主办方统一调度，遵守夜市秩序，直至夜市结束，严禁夜市结束前提前离场。

十、费用预算及物料准备

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十六**

一.活动背景：

双十一即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又称为“光棍节”，产生于校园，并通过互联网等媒介传播，现已成为一个年轻人之间的流行节日。为了让广大的年轻朋友们能在这一节日享受网上购物的狂欢之余，也能有一个超值的狂欢party，乐山通联手皇钻量贩ktv，倾情推出“双十一天下霸唱 助力免费”活动。

二.皇钻量贩ktv简介：

皇钻量贩ktv位于乐山市繁华地段柏杨西路东方家园对面，占地3000多平方米，集点音文化、服务、视觉艺术、舞蹈艺术等先锋概念于一身，为您呈现未来航母立体化的量贩式ktv新潮流。全新的服务理念贷给您高品质消费体验!

三.地址：乐山市市中区柏杨西路××号皇钻量贩ktv

四.活动时间：20xx-20xx.11.11

五.活动规则：

1.关注微信公众账号“乐山通”，输入“天下霸唱”开始报名。

2.将报名后得到的活动页面分享到好友圈，邀请朋友点击该分享即可为你增加10点助力值

3.在乐山通论坛注册可获10点助力，发帖可得20助力

4.助力值和排名可在乐山通双11专栏或手机活动页面查询。

5.助力时间于20xx年11月11日中午12点截止。

6.获得最多助力值的前三名可于当日在乐山皇钻量贩ktv免费享受价值198元的超值欢唱(酒水小吃全包哦);当天生日者还可获得皇钻量贩ktv赠送生日蛋糕祝福。

助力时间：20xx-11-04至20xx-11-11 12:00。

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十七**

甜品作为现代休闲美食的代表，正在为越来越多的人所接受和喜欢，可是目前国内甜品行业的现状却远远无法满足人们的消费需要。放眼国内甜品业，到处充斥着的都是打着美国、意大利、韩国旗号的冰淇淋店、饮料店，品种简单类同，风格千篇一律，毫无内涵，毫无新意，已经使人们产生“甜品疲劳”。世界甜品之都就在中国，中国则以广东为最，博大精深的中式甜品文化已经在南粤大地孕育了数百年之久。中式甜品以新鲜水果、药材为主，兼具可口和养生的效果。此次广告策划案的主要目的就是针对北方地区，在北方地区普及满记甜品，发扬中国甜品文化。

1、市场概况

随着人们生活水平的提高，对生活质量的要求也越来越高，“吃”已不仅仅是为了吃得饱，还要吃得美味、吃得健康、吃得时尚。所以，衣、食、住、行等行业虽传统，却不过时，更因其与人们生活息息相关，永远都有市场。甜品作为现代休闲美食的代表，正在为越来越多的人所接受和喜欢，可是目前国内甜品行业的现状却远远无法满足人们的消费需要。放眼国内甜品业，到处充斥着的都是打着美国、意大利、韩国旗号的冰淇淋店、饮料店，品种简单类同，风格千篇一律，毫无内涵，毫无新意，已经使人们产生“甜品疲劳”。其实，世界甜品之都就在中国，中国则以广东为最，博大精深的中式甜品文化已经在南粤大地孕育了数百年之久，中式甜品在国内的市场是非常大的。本商品的主要消费者在南方居多，因为他们的生活习惯，而在北方，由于气候原因喜好甜品的不多，一般是小孩和女性居多。她们大多集中在学校、写字楼白领集中地、cbd附近。大概占人群比例的百分之三十。他们的购买量年轻的白领居多，大概一天消费一次，学生和儿童大多在每个节假日消费一次。

2、市场的构成：在内地，不像香港各种甜品店林立，有一定规模的甜品店只有满记甜品，但是大多分布在南方城市，北方城市只有北京，普及率较低。有很大发展空间。但不久香港的另一家知名甜品品牌许留山应该会进驻南方城市，所以满记应该着手在北方多开分店，提高市场占有率。

3、市场构成的特性：甜品业在北方有季节性，北方冬季寒冷，很少有人吃甜品，所以冬季是淡季，旺季在夏季。

1、产品特性分析

原料专业，放心更多。满记甜品完全采用新鲜食材现场制作，无任何防腐剂等对人体有害物质，更有有龟苓膏等药膳。为确保食物质素及提升营运效益，集团自置中央食物制造工场、生果处理仓及物流运输车队，一切营运所涉及的生产、运送、销售皆自行包办处理，不假外求。累积多年的营运经验，集团营运模式已趋向系统化，其中包括成本控制、材料选购、生产流程、质量监控、物流运输及产品销售等等，每个细节部分均力求一丝不苟;产品更推陈出新，不断改进及创新，确保为顾客提供最优质的产品及维持市场的竞争力。在价格上满记甜品在同类甜品中属于高端产品，但与其服务是成正比的。

2.产品的品牌形象分析

香港满记甜品集团自一九xx年于香港西贡区设立第一间『满记甜品』以后，由早期一间家庭式糖水店发展成现今的连锁式甜品店，深受本地顾客尤其香港年青新一代的爱戴，更获国内及外地旅客的推崇及赞赏。『满记甜品』已成为一个『甜品品牌』。

产品定位分析

鉴于我们面对是一群年青及新中产之消费市场。满记甜品会以有趣的原素作为新的起点，甜品怪兽之出现将会带来市埸的震撼。

广告策略

广告心理策略

①唤起消费者的注意：广告界流行一句行话：“如果你的广告能引起人们的注意，则推销商品的任务已成功了一半。”广告有五大引人注目的原则：大物体比小物体显眼;活动的物体比静止的物体醒目;彩色的物体比黑白的物体引人注目;圆形比方形更显眼;人本身是最显眼的。可以安排在电视剧中频频出现主人公在满记甜品的情节，或者在电视上或网络上做广告等。

②启发消费者的联想：客观事物都是相互联系的，联想反映了事物间的相互联系。例如，在日常生活中，人们看到火炉会想到温暖，看到红果会想到酸味儿…广告需要飞跃性、突破性联想，要通过对素材的细致加工，利用事物之间的内在联系，以比拟的手法唤起消费者对所宣传的商品的联想，从而加深对商品的认识，激发对商品的兴趣，形成一定的态度和行动。可以用色彩缤纷的水果在晶晶亮的冰块中的画面来表现满记甜品可以让消费者在炎炎夏日感受到冰冰凉的凉爽。

③说服消费者去行动：

让消费者认为他需要满记甜品，让顾客信赖满记，服务至上，性价比高。试想，炎炎夏日，骄阳似火，三五好友相约甜品店，点上两份冰冻椰汁西米露，几碗绚彩红豆冰，喝着可口的酷吧奶茶、边吃边聊，清凉消暑，可谓人生得意之时;冬日午后，寒风啸啸，男女情侣躲进甜品屋，要上一碗香滑芝麻糊，配上两杯热热的柠乐，轻啖细品，暖胃暖心，当为三生有幸之事。多加宣传满记能为消费者带来多美好的生活体验，有助于说服消费者来满记消费。

广告定位策略

所谓定位，就是在潜在消费者的心目中为你的产品设置一个特定的位置，这个位置只为你的产品所独占而其他同类产品则不可能拥有。

①产品定位：以新鲜食材为基础的健康甜品。

②市场定位：面向一群年青及新中产之消费市场，偏向年轻、时尚的美味。

③企业定位：累积多年的营运经验，集团营运模式已趋向系统化，其中包括成本控制、材料选购、生产流程、质量监控、物流运输及产品销售等等，每个细节部分均力求一丝不苟;产品更推陈出新，不断改进及创新，确保为顾客提供最优质的产品及维持市场的竞争力。

④质量定位：严格把关质量卫生，力求百分之百新鲜。

⑤价格定位：价位在同类甜品行业中偏高。

⑥观念定位：美味也可以时尚

⑦形象定位：针对全球性市场策略，一套全新满记甜品视觉系统应运而生，继而向更大更新之亚洲市场进发。鉴于我们面对是一群年青及新中产之消费市场。满记甜品会以有趣的原素作为新的起点，甜品怪兽之出现将会带来市埸的震撼。⑧功能定位：休闲、避暑

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十八**

一、活动目的：

1.感恩节的起源：自20xx年开始，每年xx月份都会凭借雄厚的实力和品牌号召力推出“感恩节”大型促销活动。这是与“百团大战”、“八月重头戏”相呼应的独创的三大促销活动，是强大的促销活动品牌。感恩节活动期间，将携手众多合作伙伴，精选出具有超级震撼的低价商品及系列优惠活动，为xx人民奉献丰盛的购物盛宴。

二、活动主题：第x届感恩节隆重开幕!

三、活动时间： 20xx年xx月xx日至xx月xx日

四、活动内容：

活动一：金秋感恩价---感恩篇

秋冬商品、全新上市，第x届感恩节隆重开幕，感恩节期间，穿着类商品、百货类商品，家电类商品全场感恩价(部分商品低于成本价)，价格一降到底，好机会一年一次，不容错过。

活动二：真情感恩礼---礼包篇

感恩节期间，每天进店前100名顾客，购物满20元即可凭票到一楼总服务台领取感恩大礼包一份。

活动三：实惠感恩心---送券篇

感恩节期间，超市购物满39元、服装、百货、家电类满88元赠华诚美食广场肥牛10元代金券一张，以此类推，单张小票限5张。

活动四：新郎感恩日---买赠篇

感恩节期间，新郎西服送豪礼，满298元赠袜子，满498元赠领带，满598元赠腰带，满998元赠衬衣，满1598元赠衬衣.腰带，满3000元赠498元休闲服一件。

新郎休闲服全场6折起，并推出衣旧换新活动：一套旧西服折价：150元，单件折价：100元。

活动五：感恩宣言---祝福篇!

感恩节，感恩礼、感恩价、感恩心，在这感恩的时刻，让我们在感恩长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，表达我们感恩的心。

五、广告宣传：

序号项目位置备注

1.电视台广告、飞字广告，电视台媒体播放时间：xx月xx日至xx月xx日

2.气象局广告电视台媒体播放时间：xx月xx日至xx月xx日

(2万份)活动内容大度8开2张4页码

4.感恩价格牌1万 500份全楼通用.7\*14=1万 17\*25=500

5.喷绘中厅活动内容

6.播音服务台全楼播音内容为：促销信息

7.卖场看板全楼主要通道看板吊挂等

8.地贴全楼卖场主要通道

9.门贴一楼所有通道门

10.门外看板东门、圆门、南门大看板写真看板

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇十九**

将迎来20xx年感恩节，也将迎来本商城第四个感恩日。四年来，本商城心怀感恩，一直以最真诚的活动回报广大顾客。值此感恩节到来之际，本商城将进一步加大活动力度，送上7天大感恩精彩促销活动，以此感谢沈城市民对本商城的支持和鼓励，并为广大顾客准备了精美的感恩卡等礼品，为父亲、母亲、妻子、丈夫、孩子、朋友等献上一份感恩的心!

活动时间：11月17日-11月23日

营业时间：

11月17日，早6：00——21：00

11月18日—22日，9：30—21：00

11月23日，9：30—24：00

活动主题：11月23日，全球感恩节，本商城感恩日

4年情，7天大感恩，7天感恩日，7天感恩价，7天感恩礼

活动一：1000万卡，感恩大放送，3人即有1人中感恩卡

11月17日-23日期间，本商城准备了价值1000万元的感恩大礼——感恩卡，凡顾客在本商城现金累计购物满300元，部分商品满500元，大家电、电脑、手机、黄金、铂金等商品满1000元(餐饮、娱乐、明示商品及特殊部位除外)，即可抽取刮刮卡一张，可中得100元的感恩卡一张或精美感恩礼一份(四季彩骨质瓷螺口杯或餐饮娱乐卡任选其一)，百分百中奖。满300参加活动的商品与满500参加活动和满1000参加活动的商品，不相互累计赠卡。

刮刮卡发放地点：家居生活馆、棉毛商场、羽绒世界、运动休闲广场、服饰旗舰广场、现代广场

感恩卡六大优势，无法阻挡——

时效性——可长期使用，不受活动时间限制;

更经济——每分钱都能有效利用，余额不浪费;

一卡通——吃喝玩购一卡通行，真正的全场通用，使用无障碍;

真实惠——能积分，可循环参加促销活动;

好便捷——面值多样，任您选择，携带方便、安全;

走四方——百货集团麾下八大连锁商场均可使用;

活动二：7天大感恩，全场名品5折起

活动期间各大楼层纷纷推出名品打折让利活动，同时为顾客献上感恩大礼：

家居生活馆：多样屋送好礼，全场8折，三重感恩礼，超级大放送;

乐扣乐扣全场7.5折;凌丰全场8折。

时尚流行馆：皮具商场七大品牌限时七天，全场5-6折;

伊人明星会(兰蔻、碧欧泉、伊莉莎白、雅顿等国际护肤品及cd等知名香水)持明星会会员卡可享受7-9.5折优惠，明星会会员卡有积分的顾客免费送30元小香水一瓶;化妆商场玉兰油、欧珀莱、欧莱雅等品牌及名表商场购物送好礼。

棉毛商场：“顺时针”品牌十年大感恩，买内衣，中钻戒——购物单张小票满100元即得刮刮卡1张，有幸获得价值4999元品牌白金钻戒，感恩7天每天1枚。

鞋城：百丽5折;森达5-5.5折;百思图6折;接吻猫6折;哈森5折;

路伴秋冬新款7.5折，再送感恩大礼，限时7折;

儿童天地：玩具城全场7-8折;儿童棉靴棉鞋大感恩4-7.5折

抱被、睡袋感恩大展销5-7折;孕装感恩大行动，孕服全场7.5折

羽绒世界：雅鹿/自由自在品牌感恩热卖周

11月18日-19日，06冬季新款全场5.5折，06反季新款全场6.5折

11月17日、20日—23日，06冬季新款全场6.8折，06反季新款全场7.5折

活动期间购买雅鹿、自由自在羽绒服，赠送陈坤cd光盘一张;

其他各大品牌6.8—8折;

**母婴店活动方案共 母婴店的促销方式篇二十**

1.充分借助节假日的促销来提升麦兜药品品牌的知名度。

2 。便于销售渠道拓展和样板店建立与湖北紫荆医药建立良好合作开端

3.为增强已签约和潜在客户及销售终端的合作信心

如（麦兜，我的茁壮成长）

：

节假日。（如六一儿童节等）

1具有较强终端展示效果的门店（如：面积在300平方米以上的门店）。

2具有很好的销售流水的门店（如：日流水在15000元以上）。

3在人流量较大的商业圈内（所在城市的主要商圈内）。

4同类商品销售较好门店。

（如麦兜系列药品）。

1.与促销点的沟通

a.药品能够进场并能占据较好陈列位置，具良好排面和终端包装效果。

b.确定活动开展的具体时间、开展范围、活动内容等，在参与活动的药房摆设展架和张贴海报说明活动内容。

c.活动参与人员和促销点的有关营业员。

2.确定活动时间、地点及相关人员、赠品。

3.邀请部分代理商、区域终端分销商观摩。

1在所属区域内的各大连锁选择符合条件的门店，由区域经理负责收集以上资料，城市经理负责和其总部的门店管理部门洽谈驻店促销、流动促销、固定兼职促销、临时促销和短期宣传活动事宜。

2驻店促销：通过事先准备好的促销方案和对方的现有资源进行交换，而降低促销费用和促销成本。

3案包括：准备促销的门店（具体的门店名称）、促销时间（不少于3个月）、促销品种（儿科系列）、人员的数量（1-2人）、产品陈列的位置（货架第一层或端

架）陈列的数量(单品不少于10盒)

4促销方案及费用由城市经理申请，事业部经理审核批准后执行

5流动促销：由城市经理洽谈，区域经理执行，一个店做7天。方案及费用由城市经理申请事业部经理审核批准后执行。

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