

# 饮料促销策划案 超市饮料促销活动方案(优秀9篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 饮料促销策划案篇一

感恩大回馈，燃情x月

x月x日——x月x日

活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长10%。

### 1、疯狂时段天天有

(1)、活动时间□x月x日xx月x日。

(2)、活动地点□xxx楼。

(3)、活动内容：活动期间，周一至周五每天不定期选择1个时段(在人潮高峰期)，周六至周日(另含24、25日)每天不定期选择2个时段，在1—4f选1家专柜举行为时20分钟的抢购活动，即在现价的基础上5折优惠。(抢购期间所售商品，建议免扣)。

### 2、超市购物新鲜派加1元多一件。

(1)、活动地点□1f□

(2)、活动时间□x月x日

(3)、活动期间，凡当日在我商场一次性购物满28元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。(每日限量，先到先得)

#### (4)、等级设置

购物满28元加1元得1包抽纸(日限量500包)

购物满48元加1元得柚子一个(日限量200个自理)

购物满88元以上加1元得生抽一瓶(日限量100瓶)

### 3、立丹暖万家冬季“羊毛衫、内衣、床品”大展销

(1)、活动地点：商场大门外步行街

(2)、活动时间□x月x日xx日

(3)、组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。(建议降扣，让厂家以特价进行销售)

### 4、耶诞礼品特卖会

(1)、活动地点：商场大门和侧门外步行街

(2)、活动时间□x月x日xx日

(3)、组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

### 5、耶诞“奇遇”来店惊喜

(1)、活动地点：全场

(2)、活动时间□x月x日xx日

找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。特别提醒：在xx关店时，出店顾客还可以得到一份特别的'关店礼!数量有限，送完为止。

## 6、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜

(1)、活动地点：大门外步行街

(2)、活动时间□x月x日、x日晚上xxxxxx

(3)、活动内容：为了营造节日的热烈气氛，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

### 1、媒体宣传

(1)□dm宣传单：于x月x日通过夹报和入户派发的方式发放2万份dm宣传单。

(2)、报纸广告□x月x日在□xx晚报》上发布半版活动信息广告1期；

### 1、超市购物新鲜派加1元多一件

500元×19天=9,500元

### 2、耶诞“奇遇”来店惊喜2,000元

### 3、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜15,000元

### 4、报纸广告及其他宣传费用：20,000元。

5、活动及圣诞气氛布置10,000元

6、合计56,500

## 饮料促销策划案篇二

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传和推广；
- 3、提高x饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

活动预热期□20x年x月x号—x号(共计10天)

正式活动期□20x年x月x日—20x年x月x日(共计3天)

地点：各个高校校园内。

### 1、所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

### 2、在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

#### (一)元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上

有3个祝福语签名，并在x月x日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间□x月x号活动当天，逾期不给予。

## (二) 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，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程。

## (三) 抽奖

参与条件：只要购买x饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：

1、转到“x”□可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“x”□可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“x”□可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“x□可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程。

#### (四) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程。

#### (五) 走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间□x月x日——x月x日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

#### (六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

## (一) 人员安排

请10个工作人员在售点(3天的安排一样)

1. 1人负责元旦传递卡。
2. 2人负责抽奖及换瓶盖环节。
3. 2人负责兑换奖品以及记录信息。
4. 1人负责免费品尝。
5. 2人负责走动销售。
6. 2人负责公益活动

## (二) 现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
  - 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
  - 3、免费品尝的桌子一张。
- 1□x—x日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。
- 2□x日—x日：工作人员统一穿着“x饮料”的工作服。
- 3、在售点发传单。
  - 4、在售点挂横幅及其他宣传物。
  - 5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

我们有理由相信，通过此次的促销活动“x”饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“x饮料”的热潮。对树立“x”品牌也会有很大很好的影响。

## 饮料促销策划案篇三

为了提高饮料的销量，开发新顾客。为此制定饮料促销活动方案，如下为具体范本，欢迎阅读！

金方商业广场作为安宁市最具规模效应的大型商品零售量贩，近半年来因第三方供货渠道和我公司推广力度等诸多问题，康师傅饮品在销量、产品陈列，以及促销推广等方面已逐渐衰弱。我公司对贵公司有绝对的诚意和信心，欲借助新一轮促销推广契机逐步挽回公司产品在贵商场的市场份额，同时建立康师傅饮品在安宁市的示范基地，以求双方之互利共赢。



## （一）促销方式

4. 附加促销方式。在上述基础之上，我们可提供产品推广的堆头美化、特价促销、免费赠饮、捆绑销售等促销方式，其费用由我方支持。

## （二）促销服务安排

3. 堆头捆绑。五月中旬开始可提供堆头或端架陈列产品的特价及捆绑的费用支持。

（一） 促销时间：五一劳动节期间（4月27日至5月1日）；

五月起每逢周末择时连续两天；

（二） 促销地点：金方总店外场（外场不行卖场内也可）；

（三） 推广产品□500ml康师傅经典奶茶香浓味、炼乳味；

## （六）活动内容：

2. 开盖有奖加送一瓶550ml康师傅矿物质水。即日起至20xx年7月1日，康师傅经典奶茶推出中奖率高达20%的“畅饮一瓶”促销活动，借此契机，对于现场买康师傅经典奶茶的消费者，只要当场开盖中奖，除可现场兑换一瓶600ml的即饮茶，还可赠送一瓶550ml康师傅矿物质水。其赠品由我方提供（先由贵方垫付，后期由我方业务收集现场开盖有奖的数量，具体数量会由我方企划人员清点回报给业务）。

3. 广告宣传——促销台、展板、广宣、主题pop□促销叫卖等。

## （七） 准备工作进度

4月20日之前达成五一假期临促协议；

4月24日之前由我方通知贵方活动的相关事宜；

4月26日之前由恒德益备好货，并由我方企划人员完成相关物资的投放。

#### （八） 经费预算

此活动费用由我公司安宁营业组和公司企划部协调支持，具体费用详议，促销推广费用由我方全权负责。

如上所述，除商场临促之外我们将在卖场正常销售中借助冰柜、堆头及端架等媒介实施特价、捆绑、等多种促销手段持续点燃康师傅经典奶茶的销售爆量。根据实际情况，负责业务将持续追踪，进一步改进和完善促销活动的宣传方法及销售方式。

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传和推广；
- 3、提高饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

活动预热期□20xx年12月20号—29号(共计10天)

正式活动期□20xx年12月30日—20xx年1月1日(共计3天)

地点：各个高校校园内

##### (1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不

盲目跟随潮流。

## (2) 在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

### (一) 元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

### (二) 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，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

### (三) 抽奖

参与条件：只要购买饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司饮料经典广告为背景。

将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

#### (四) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

#### (五) 走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

## (六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

### (一) 人员安排

请10个工作人员在售点(3天的安排一样)

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

### (二) 现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

2、日—3日：1、工作人员统一穿着“饮料”的工作服。

3、在售点发传单。

4、在售点挂横幅及其他宣传物。

5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号□

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

我们有理由相信，通过此次的促销活动，饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

## 饮料促销策划案篇四

1、迎接五。一旺季，品牌宣传造势

2、提高销量给客户信心，为5月压货创造条件

3、搞好客情关系（本人4月份调到该市场）

迎五一，容声冰箱大优惠

xx.4.24—25□实际操作效果好，延长到4.27）

1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。

2、20日在钦州市场做宣传：贴海报和包装三轮车，23日在商场前贴海报。

3、22日检查库存和现场物料

4、活动统一说辞的提炼：科龙厂家“五。一”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个“联合国节能金奖”易拉保、两个海报牌。

包装三轮车（5辆）200元、运输费用50元、临时促销30元/天×2=60元，共310元（场地有商场申请）。

1、期间共销售26台，占当月销售63台的41.2%。主要竞争对手当月销量是47台。

2、为“五。一”旺季做了充分的宣传，就“五。一”七天销量为79台

3、客户当月提货97台，为历史最高记录。但由于估计不知和其他因素，导致在5月3日畅销型号□290s□163g等）就开始断货影响了五一的销量。（该地区没有设代理商，由南宁代理商辐射过来的。）

4、使钦州市场的冰箱销售有了更清晰的主题：节能，而且使容声的`209s□□意外收获)

5、取得了客户的信任。

## 饮料促销策划案篇五

随着生活水平的提高，牛奶已经成为人们生活中不可或缺的营养食品之一。对我们的健康起着重要的作用。中国市场上已有“xx”“伊利”“光明”三分天下，其中这三种的销售总量之和占市场上总销售量的80%，而xx更是占到总量的30%，居“榜首”地位。

xx为了回馈广大消费者以及树立和维持xx的企业形象。做了本次促销活动来增强xx的知名度。

此次活动促销针对广大消费者。

xx送健康，周末总动员！

1. 本次活动是以xx与超市联合促销为主。

2. 凡是同时购买xxxxx□xx真果粒以及xx未来星就可获得一张参加游戏活动的入场券。

3. 游戏对象以母子或母女的形式参加活动，儿童年龄须在5-10岁之间。(如果又不想参加或不在游戏对象范围内可转换成一张该超市面值50元的购物券，可在指定超市内使用。)

1. 游戏主题

搬牛奶，拿大奖！

2. 游戏规则



a.各位妈妈可以带上自己的孩子参加活动。

b.妈妈可以背上自己的孩子提上篮子以最快的'速度跑到指定的地点，将不同种类的xx散装牛奶装到自己的篮子里，然后快速往回跑，放下孩子和手上的篮子，每个孩子把不同种类的xx散装牛奶进行分类，然后再从复前面的动作直到把所有的牛奶搬走和分类完毕。时间短则优先。

c.每组有十对母子或母女，同时进行竞赛。

### 3. 游戏奖项

第一名可获得300元奖金

高钙奶一箱

第二名可获得150元奖金

高钙奶一箱

第三名可获得100元奖金

纯牛奶一箱

其余有参加的消费者皆可获得一箱纯牛奶

时间

地点

各大超市前

1. 在各大超市前进行促销宣传，张贴促销广告为促销活动做尽量的宣传，以备促销活动顺利进行。

2. 在各大超市前安排：3名促销员、3名活动安排员、3名维护次序员、3名搬运工。

## 饮料促销策划案篇六

随意举行一个活动，可以是平常的什么现场制作(可以把调料都放在一样的罐子里，做好只有内部人员才看得出来的标志，藏在吧台内，不露出来，只在奶茶做好后拿出奶茶。)，在活动上，准备写了号码的小纸条。一男一女一对，男的纸条用蓝色，女的粉色，号码相同的一对临时情侣组成一队，随机抽取号码七夕情人节奶茶店活动方案七夕情人节奶茶店活动方案。抽到的一对可以像神马非诚勿扰一样的牵个线。(迎新晚会策划书)。好吧，我承认很恶俗。

## 饮料促销策划案篇七

”欢乐进行时，健康每一天“

该主题既可以体现出本次活动中所给消费者带来的直接感受，又体现出x一直以来向消费者传达”健康向上“的整体形象。整个活动主题朗朗上口，便于消费者记忆。

二、活动目的

展示x形象。

促进x产品的推广。

拉动x短期销售。

加深x在消费者心中的地位。

三、活动所针对的重度目标受众

## 1、孩子

他们的年龄段从4岁到18岁不等，他们喜欢玩，喜欢接触新鲜的事物，他们对任何产品的认识大多取决于第一印象。他们对产品虽然没有最终的确定权，但是他们是左右父母购买的引导权，父母对他们所提出的建议大多都是重视，而这也是实施最终购买很重要的一个环节。

而这次活动，我们就是让孩子像知道麦当劳一样记住x□让x留在他们的脑海里。

## 2、家长

他们极度关心孩子的健康，只要对孩子的健康有好处的产品，家长们都愿意去尝试。他们在购买此类产品时，可能基本处于一种理性的购买状态之中。但是他们在购买前，经常会听取孩子们的建议，然后再通过进一步地分析，决定最终购买。

而这次活动，就要让家长们的知道x是对孩子的成长是非常有利的，同时通过相应有效的促销方案和免费饮用活动，吸引家长完成最终购买。

## 四、活动形式

在北京2家”家乐福“(建议在方庄店、马连道店和中关村店中选择两家)门口，展开丰富多彩的现场活动。整个活动包括周末的户外主题活动和工作日的室内礼品派发活动。

因北京另几家家乐福门外均无太大场地，无法实施户外主题活动，故建议选其中两家(白石桥店、国展店)，进行全程的礼品派发、促销、青少年与儿童健康展览等活动。

工作日的礼品派发活动基本安排在一到周五，可以购买产品后换取或赠送小礼品的形式派发，也可采用促销员在客

流较多时段进行产品派发。

派发的小礼品可以选择为纸灯笼、对联、中国结等，之所以选择这样的小礼品，是因为活动期间距离春节不远，选择一些符合春节气氛的小礼物，能够迎合更多人的心理。

另外，我们还建议：

一、也可以赠送一些印有xlogo的小胸牌，摇摇卡、文具、杯子等小礼品。

二、可以在购买时赠送刮刮卡。刮刮卡现刮现中，中奖率100%，礼品分别为三个层次的奖品（如大奖为三星dv□二等奖为ps2游戏机，欢乐奖为x小礼物等，具体形式、奖品设置待沟通）。

周末的主题活动可设计成标准统一的节目和舞台背景；也可根据每家”家乐福“门前场地的面积、形状大小、位置的不同，举行不同的活动。

## 饮料促销策划案篇八

初夏，饮料类产品的销售旺季已经来到，河南饮料市场上群雄逐鹿：康师傅、娃哈哈、乐百氏、可口可乐等竞争对手纷纷摩拳擦掌、重拳出击，实行新的促销策略。如何在对手有市场动作之前发挥现有优势，抢先发力，抢占市场份额，巩固市场地位成为统一公司的头等大事。夏季也是面类产品销售的淡季，如何让淡季不淡，而不因为淡季而让夏季变成销售的“盲区”，组织一场以部分热销产品带动全线产品的畅销成为了必要之举。

媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，“借势、造势”

成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为“大河统一美丽生活”。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

## 活动安排

1、活动时间为5月31日-6月30日。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等“茶”系列产品为一套系的促销，“鲜橙多、葡萄多”等“多”系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五“买就送”，以买送搭赠(面类产品和饮料的捆绑)的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的“限时、限量惊爆抢购”，打击竞争对手，抢拉客源的“超低特价，超级好礼”。

## 3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动——您的爱心我的学业，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

## 4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所

包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势！

## 活动执行

### 一、部门协调

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

#### 1、事前责任明确

由于此次“大河统一美丽生活”活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写□pop制作；推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报□pop管理，活动现场管理等；储运部负责检查库存，确保及时补货；销售部负责维持好现场秩序。财务负责帐款的回收。

#### 2、做好各项活动准备

在“大河统一美丽生活”活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。

**场地准备：**确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。

**物料准备：**根据活动的规模，提前准备好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、

上货、广宣品□pop等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

## 人员培训

“大河统一美丽生活”人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训；第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

1、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到-全球品牌网-明确活动目的、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

2、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态(推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动)、推销话术(消费者异议回答话术、目标消费者)等的培训。

## 活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了统一品牌的影响力和在

民众中的美誉度，扩大了市场占有率，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的！

看过2017饮料促销活动策划方案的人还看了：

1. 饮料营销策划方案
2. 饮料促销活动策划方案
3. 2017超市促销活动方案

## 饮料促销策划案篇九

在思考之前，我们先看一下以前人家的饮料春节促销方案都是怎么做的：

可口可乐的“小阿福”

今年贺岁又成了商家春节的一大卖点。与国内一些企业每到春节就在电视台做“××品牌向全国人民拜年”的广告不同，洋品牌总是能够在饮料消费的淡季制造出很大的卖点，产品自然也就热销，当然，做贺岁广告并不只为促销，事实上，从可口可乐的贺岁广告中，可以看到洋品牌高效的营销策略。可口可乐(中国)饮料有限公司推出名为“龙腾吉祥到，马跃欢乐多”的剪纸篇新年贺岁广告。片中主角是根据中国民俗泥娃娃设计的动画“小阿福”。

小阿福是可口可乐中国饮料有限公司根据中国民间的泥娃娃形象推出的新年贺岁形象。在以前的广告中，小阿福和他的全家一起喜贴对联，欢度春节。广告播出后，被媒体评价为是可口可乐近几年来实施本土化的极至表现。据悉，为了这个贺岁广告，可口可乐公司在北京、上海、广州等5个城市都做了消费者调查，“小阿福”再次成为首选，其次就是中国传统的民间剪纸。虽是非常传统的选题和形象，但可口可乐



公司却运用了高科技的一流手法来充分表现。公司特意力邀了世界老牌广告公司麦肯光明主持制作，充分运用高科技动画手段表现传统的选题和形象。完成后的模型占地90平方英尺，包括钟楼、院落等100多座建筑，还有用泡沫塑料雕刻成的沙发、棉花堆成的绿树桃花、90公斤盐铺成的雪地、用荧光材料点在做的300多盏“灯”等。广告片中小阿福一家邀请邻家小朋友一起剪纸，小阿福喝着可口可乐，即兴剪出一条腾飞的巨龙，伴着“龙腾吉祥到，马跃欢乐多”的欢声笑语共迎新春。为配合广告上市，可口可乐推出了全方位的市场配合。几乎在一夜之间，可以发现在各地超市搭起的焕然一新的可口可乐堆头。在一个具有中国传统建筑的模型中不仅有生动可爱的小阿福，还有挂满了春节对联、灯笼、福字等极具中国风味的装饰。

近几年来，可口可乐大力推广本土化策略融合了传统与现代化的资源，让可口可乐的品牌活力更加焕发，并深入细致地成为各地消费者的所爱。据介绍，可口可乐大力推广本土化策略目的在于调动、运用全球各种不同市场的资源，深入细致地了解各地消费者的偏好，让可口可乐的品牌融入消费者的生活。可口可乐在中国的飞速发展，已经证明了本土化在中国运用的成功，不仅人员、原材料实现了本土化，而且近几年的市场营销也是根据中国消费者的喜爱和文化背景来制定的。如邀请中国明星拍摄广告，中国主题的促销广告，包括新年阿福的贺岁广告等。近几年来，可口可乐融合传统与现代化资源，在中国大力推广本土化策略，阿福广告形象正是这一国际品牌与中国传统节日和文化结合的良好例证。

## 02年百事可乐的“金色外衣”

02年春节附近，各大超市货架上的百事可乐突然间全部换上了“金色外衣”。这是百事公司针对中国春节市场推出的一项新措施。

据该公司公关负责人透露，此种包装是为了迎合春节期间，

中国消费者追求喜庆色彩的心理而设计的。这种看似违反品牌策略的行为来迎合市场需求的做法，又恰恰反映了百事可乐对“pepsi”这个品牌的自信。日前，百事公司设计了一款马年百事金罐，并在香港组织大型推广活动，由百事品牌代言人郭富城隆重出演。百事可乐的品牌标识与罐身颜色一直以来均是以蓝色为主打，维持了几十年的蓝色基调传达着品牌的亲和力。据悉，金色包装只上柜2个月，作为百事品牌的主要ci标识之一，蓝色包装2月底便会回到货架上。此外，延续往年惯例，百事公司在岁末推出了最新的贺岁广告片——“祝你百事可乐”之“幸福时光”版，这也是以“祝你百事可乐”为主题的第三部百事系列广告片。

这部最新的广告片有什么地方与以往有何不同，百事公司表示，这部广告片体现了百事可乐给中国人的日常生活带来了无限的欢乐。百事从普通人的100个“幸福时光”中挑选了5个场景作为广告的内容，而且主角都是普通人，惟一的一个明星是为中国足球打入世界杯立下汗马功劳的李玮峰，但他同样是以一个普通儿子的身份出现在广告中。广告片展示了百事可乐陪伴普通中国人度过的每一个美好的瞬间，给大家无限的欢乐。最新贺岁广告片的主要内容由5个部分组成，分别是“新事可乐”、“旧事可乐”、“大事可乐”、“小事可乐”、“百事可乐”。

业内人士分析，百事是一个时时刻刻都在为顾客考虑的优秀消费品品牌，体现在广告上的就是从消费者的角度设计和进行拍摄，让更多的人认同并喜欢上百事公司的产品。在百事可乐的广告中，你看不到任何贺岁的字眼，却能强烈地感受到节日的温馨与喜庆。

[春节饮料促销活动方案]