

# 电器促销活动主持台词(模板6篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 电器促销活动主持台词篇一

金丰首届家电节

20xx.7.14——20xx.7.17

1、争分夺秒，品牌家电限时抢购

9:01——10:00特价风扇限时抢购，限量20台；

10:01——11:00特价空调限时抢购，限量20台；

14:01——15:00特价冰箱限时抢购，限量20台；

15:01——16:00特价豆浆机限时抢购，限量20台。

2、家电凡单张购物小票满1000元即可返现金券50元；满5000元可返现金券100元；满10000元可返现金券200元（最多返200元）

注：此现金券在8月31日前在家家悦金丰百货消费可抵现金，过期无效（此券不可以兑换现金）

活动期间，各种品牌家电均低价销售，低价狂潮不容错过

奖项设置：50元现金券100张；

100元现金券50张；

200元现金券20张。

炎夏冰点价服饰满200元减100元

20xx.7.14——20xx.7.17

1、男装、女装、皮鞋、毛衫满200元减100元现金休闲满200元减50元

2、休闲服装满200元减50元

3、运动全场5折起

机会多多，奖品多多！

奖品设置：纸抽（没有）

矿泉水

啤酒

洗衣液（有库存300）

香皂（没有）

提纸

宣传方式及费用：

电视字幕：包年暂不计

dm□10000张850元拱门：4天x80元=320元

# 电器促销活动主持台词篇二

20\_\_年12月25日—20\_\_年1月10日

## 二、促销背景

春节前后是小家电特别是电热水壶、豆浆机等可以做为礼品的产品的消费旺季，为抢夺市场，各品牌都纷纷有所行动；同时豆浆机、榨汁机等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为了抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我司特策划了本次活动。

## 三、促销目的

- 1、利用“春节”黄金周的机会，提升我司终端零售量，加大分销力度；
- 2、通过终端现场演示，提升我司产品知名度、激发犹豫徘徊消费者的购买欲望；
- 3、有效的打击竞争对手，为实现明年我司的销售任务打好第一仗；
- 4、通过促销机型，带动其他产品的销售；
- 5、增强经销商操作我司产品的信心，振作导购员的士气。

## 四、促销对象与范围

- 1、促销对象：终端消费者
- 2、范围：广州、深圳可控终端(是指有导购员的卖场)

## 五、促销主题

促销主题□yl小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号□299□yl豆浆机抱回家□366□yl多功能炖盅提回家；

129□yl榨汁机带回家□99□yl电水壶“捡”回家

yl电水壶老顾客不买也有礼送

过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧

(横幅标语为上面宣传口号或促销主题)

## 六、促销方式

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8.8折优惠和赠品

### 1、促销机型

电水壶：8901、8902，促销价99元；

电磁炉□3018fb□促销价199元

豆浆机□2000b□促销价299元；

炖盅：9121，促销价366元；

榨汁机□5002b□促销价129元；

其它机型8.8折优惠

### 2、赠品形式

所有购买yl产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本(价值25元)，电水壶顾客还赠送价值5元的除垢剂2包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值5元的除垢剂1包。(以上赠品特价除外)

### 3、现场演示

演示机型：炖盅9121，豆浆机2000b□榨汁机5002b□5000d;(这四款为必须演示的机型，其它机型商家可根据销售情况增加)

演示地点：商场入口处或楼梯入口处或商场门口

演示要求：炖盅要求炖骨头或鸡肉(禽流感期间可用其它代替)，蒸格内放玉米、馒头、鸡蛋、红薯等并热气腾腾；豆浆机要求不间断打豆浆(豆浆加糖)并让所有前来演示台的顾客品尝；渣汁机要求现场演示榨汁过程并现场演示清洗过程，突出易清洗□5002b演示榨奶汁过程时，原料为香蕉、纯牛奶、冰糖等或青瓜、红萝卜等，演示完演示员工先尝喝表示干净再给顾客尝喝。以上所有演示给顾客尝试的东西必须要求卫生、干净(不仅演示中卫生而且后台操作也要卫生，以防品尝的顾客喝了生病闹肚子而投诉)。

演示员工要求：演示员工一定要声音洪亮、吐字清晰，条件允许尽可能带耳麦，动作自然，说话有亲和力而且幽默风趣，吸引顾客前来观看、咨询。同时，演示员工还要突出演示5002b易清洗的过程，现场准备水桶一蘸即干净的效果；演示过程注意顾客的疑问并边演示边解答。

演示台要求：至少3张以上演示台并齐摆放演示。

现场演示布置要求：一个\_展架、二张以上海报、一条以上横幅、产品与赠品分开堆码并在赠品上贴上醒目的“赠品”或“赠品区”字样；通过一些气球、鲜花、彩带、以及导购

员自做的蝴蝶结等美化现场，哄动现场促销气氛。

## 七、促销配合

### 1、产品

业务经理/区域经理提前督促经销商提货(特别是促销机型要备足库存)、网点提货。

### 2、促销物料准备

市场部在20日前发放演示台、\_展架、赠品给经销商；经销商在25日前自行印刷促销信息的黑白单页和促销主题、宣传口号的横幅及小赠品等物料。

### 3、员工分工与责任

活动总指挥——张总

活动负责人——李部

方案的撰写、下发、检核——市场部

物料发放——客服部

### 4、导购培训

各经销商导购管理员工、业务经理/区域经理要对促销活动的内容、终端演示技能等做活动前的培训。本次促销活动除了给顾客介绍我司产品的卖点外，还要从以下方面引导顾客购买本次我司主推的机型：

豆浆机：用yl全自动豆浆机只需十几分钟就可以做出新鲜浓香的熟豆浆，成本不到三毛钱；一天三毛钱，全家喝上新鲜豆浆，不算不知道，一算还真划算。更为关键的是，放心豆

浆自己做，卫生新鲜自己把握；黑心豆浆喝不得，要喝上卫生新鲜的香浓豆浆，最好还是自己做，选豆和用水自己把握，卫生绝对有保障；随时做，随时喝，新鲜没得说。（可以和外面买一杯豆浆一元相比给顾客解说）

榨汁机：家里的胡萝卜、青瓜等那样放着谁想吃它，但如果把它变个做法榨成汁，那就不一样呢；特别是家里来了亲戚朋友的小孩，那感觉就更不一样。

炖盅：隔水蒸炖的最大好处是：一密封性能好，能保住炖品特别是是补品的原气不被挥发；二是热力均匀平衡，能使炖品的营养结构不被破坏；三是炖出的食品不但质地烂酥，原汁原味，而且汤色澄清、鲜味浓郁，别具美食风味。

## 5、活动执行人

经销商市场负责人、经销商导购管理人、业务经理/区域经理、朱波等。

## 八、活动要求

严格按“yl终端促销活动指引”的要求执行。

本次促销活动如有任何疑问请致电市场部联系。

## 九、促销点评

1、促销时间：今年的春节离传统春节相距较近，春节前后恰是一些打工族回家的高峰期（广州、深圳外来打工员工特别多，这些员工为了躲开春运高峰，往往提前回家），打工族一年打工出头，总想带些东西回家，随着人们生活质量的提高，小巧便于携带的榨汁机、豆浆机成了他们的首选；还有年由于煤气上涨，使得电磁炉也成为他们更青睐的首选。我们在现场促销时，发现确实不少顾客都是带回家用的，也有一些是

做为礼品送给亲戚、朋友的。本次促销活动正是基于这一背景而策划的，实际效果不错，目标消费者抓的很准。

2、促销机型：考虑到这次促销主要针对要回家的打工一族，所以我们选用了体积小、功能简单的机型做为特价机出现。如129元的榨汁机只有单一的榨汁功能，而且体积也很小；199元的电磁炉体积也很小。促销机型的恰当选择对本次促销活动的销量有很大的作用。

3、宣传口号：采用“抱回家、带回家、提回家、捡回家”等富有煽情味道的宣传语，不仅让打工族有马上回家的情绪，而且还要一定带个什么回家的感觉。“抱”、“带”、“提”、“捡”等字语不仅暗含产品体积小易于携带而且暗含价格极其优惠。“过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧”更是让人产生购买的欲望，不管怎么样，这是给父母的。有意无意中，把公司的产品跟家联系起来，产生了亲切感、认同感。

3、现场演示：豆浆机、榨汁机等产品，消费者想买但又怕买回去不会操作或操作复杂而犹豫，通过终端活生生的演示，就能打消消费者的这些念头，产生立即购买的欲望。有些消费者说自己随便看看还没打算购买豆浆机，但你给她演示一遍并给她一杯香喷喷的新鲜豆浆，她就马上都开单了。因此，消费者说随便看看，肯定是有原因的，无事不登三宝殿，我们要找到化解她犹豫的原因，现场演示是最好的方式。本次促销活动的现场演示准备特别充分，就连演示物料、演示员工语言都提前写好，一边演示一边诉求豆浆自做的好处、榨汁机的好处等，这样消费者更易接受。

## 电器促销活动主持台词篇三

一、活动目的：

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略地开展



一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达合mj家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

## 二、活动主题：

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来合mj

## 三、活动思路

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合mj的品牌影响。

## 四、活动时间：

\_\_年9月10日—\_\_年10月5日

## 五、活动地点：

郑汴路凤凰城合mj家居自选商场

## 六、活动内容：

- 1、合mj一元“秒杀”更劲爆！
- 2、合mj预订套装家具更惊喜！
- 3、合mj套装组合家具更超值！

## 活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

\_\_年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：

持有合mj家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

- 1、9月10日—10月5日期间，至合mj家具自选商场认购秒杀券；
- 2、10月1日—10月5日期间，在凤凰城合mj一元秒杀券认领处认购；
- 4、9月10日—10月5日期间，预订合mj套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；

3、小区推广：合mj指定小区由郑州晚报发行人员有针对性的目标客户推广；

5、媒体推广：合mj报广□dm□大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

合mj的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，读者中事业单位中层以上领导占比多，与合mj客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

媒体合作形式：

2、以“预订合mj套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

顾客组织：

1、郑州晚报·富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集；

2、合mj客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

3、合mj建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

4、活动期间，到合mj店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

## 活动道具：

7照相机或摄像设备：每场活动最好全程摄录，以备公司留存和有质疑的顾客查证；

8秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、体健貌端的人为宜，需一人；

9公证人员：为了体现活动的公平、公正、公开的原则，建议设置活动公证人员；

10颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

## 活动规则：

1参加合mj家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”活动，需持一元秒杀券；

4一元秒杀券不退换、不记名、遗失不补、逾期作废，仅限使用一次，用后自动作废；

7如有采用制假秒杀券等非法方式参与活动的，合mj保留相关法律权利；

8在法律许可的范围内河南合美家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

## 秒杀活动流程：

1上午8：00——下午5：00

秒杀活动开始前，组织合mj员工在活动现场摆设一元秒杀券售卖台，进行秒杀券的售卖；

2上午8：00下午3：00

3上午8：00—9：50下午3：00——16：50

4上午9：50下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00下午17：00

6上午10：10下午17：10

请合mj领导讲话，介绍合mj及合mj企业文化、经营理念等；

7上午10：20下午17：20

随机请一位现场的顾客上台，摇动秒杀箱，查验秒杀箱是否完整及有无猫腻存在；

8上午10：25下午17：25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；（第一场活动请合mj领导抽取第一个顾客）

9上午10：28—10：48下午17：28—17：48

10上午10：50下午17：50

11上午10：55下午17：55

合mj员工引导顾客光临合mj卖场；

12上午11：00下午18：00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

活动注意事项：

1 每场活动抽出五位幸运顾客，且最好有顾客自己抽取，以免引起质疑；

3 活动开始前及结束后，合mj员工多注意引导顾客光临合mj卖场，推荐特惠活动；

5 每场秒杀活动的幸运顾客，主持人当场进行身份核实并当场公布。

## 电器促销活动主持台词篇四

“xxxx=”即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度。20xx年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，2100万人的集体疯抢，150多家知名品牌参与。单日成交额9.36亿！

由于“”活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法得到淘宝商城展示位支持。但是我们可以利用这次高流量高成交的机会，在店铺内推出相应活动，在这次疯狂网购中分一杯羹。

全场满2元减1元（相当于全场五折）拍下即减！还全场包邮哦！宣传语：陈慧琳告诉您：全场五折还包邮！活动时间20xx.11.11凌晨一点至24点。

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计“”五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计“”当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

美工：设计以“”为主题的首页，以及活动广告图片。文案：提炼活动广告宣传语。推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺活动宣传。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格，发货员：备货以及快递公司提前联系准备。

## 电器促销活动主持词篇五

如果说若干年前的手机市场是成功多失败少，而且还造就了许多“奇迹”的话，那么如今的手机市场则已经接近饱和状态，手机行业是中国目前竞争度最高的行业之一。不包括黑手机，正常渠道中销售的手机就有1200多款，价格战已大大压缩了手机行业参与者（包括厂商、渠道商、零售商）的平均利润，投资人士也早已将这一行业列入高风险行业。要想在五一黄金周突出重围，抢占市场分额上演经典之战可谓难之又难。但我们大可不必为手机的营销过度担忧，随着社会的进步科技的发展，通讯产业蓬勃发展十几年的营销培育了广大顾客对手机的需求，有需求就会有市场。

### 二、活动时间

5月1日——7日

### 三、活动地点

终端销售店铺及门前搭台演出。

## 四、活动方式

实行柜台手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单相结合的方式。

## 五、活动主题

爱怎么听就怎么听，绚出你自己。喜欢她/他就要让她/他听见。爱听也爱做，彩铃创作先锋。

## 活动分析及策略

### 一、手机促销活动现状评述

目前知名手机促销现主要存在的问题：

- 1、目前手机品牌系列发展宣传已经到达一个品牌成熟期，如果宣传重点不及时调整，将面临广告信息老化，单调重复，受众注意力、关注程度和兴趣点都会改变的困境，同时，广告有效率下降，造成广告费的浪费。
- 2、目前的营销方式基本上停留在战术层面，例如广告战、促销战、产品开发战、渠道战等等。从目前中国顾客的角度看，战术层面的竞争已经“黔驴技穷”。因此，手机营销必须从战术上的简单粗暴的竞争回归到战略层面的规划上来。
- 3、目前的手机促销方式单一，多采用发传单与打台路演结合的形式，采取发放礼品降低价格的方式吸引顾客。这种方式不利于培养品牌忠诚度和增加市场份额。

### 本次促销活动的机会点

- 1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店



之间的交流。

2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱听手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

## 二、本次活动的主要优势

1、活动开展时逢5·1黄金周，人流量大受众人群目标客户多。

2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统性，建立不间断滚动宣传模式。

## 三、本次活动主要策略

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动“关爱？亲情？和谐”的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。

（品牌价值是通过对手机品牌内涵的丰满、外延的充实来实现。）

3、强调“沟通连接社会”的情感因素，突出“品牌背后是文化”以及人性化设置。

## 活动设置

### 一、室外展台布置

#### 1、街道布置：

在终端商铺临街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅（每个条幅的标语都不相同），一共三个条幅。分别为“爱怎么听就怎么听，绚出你自己”，“喜欢她/他就要让她/他听见”，

“爱听也爱做，彩铃创作先锋”

## 2、舞台布置：

1米高，长为4.5米，宽为2.5米的台子，用红地毯铺上。

背景长4.5米，宽2米。

上行写：爱听手机五、一火热上市（爱听手机四个字用别的颜色火热用形象的火焰表示，上市旁画音响突出震撼效果）

下行写：大奖等你拿（奖字写的大些，并且用另一种字体）

舞台左右各放两个音响。

舞台前摆上装有不同奖品的纸盒子，摆2米高并用绳子拉好（以免风大，吹倒盒子砸到群众），在盒子上贴上奖字下面写上奖品名称。

舞台前在摆个气模。

## 3、柜台设置：

柜台和舞台距离为8米，用12个玻璃柜台围成一个正方形。

柜台里放个木制三脚架高2.5米，用来贴海报。

真机放在柜台里。

柜台上放模型，模型下放着相应的传单。

柜台的手机应按价格摆放。

每个柜台旁都安装一个太阳伞（防止天气太热晒到机器和影响销售员和顾客）。

每个柜台有两位销售员。

## 二、人员选择

### 1、舞台人员选择：

舞台的演员选择乐队现场配合一般艺术学校学生演出，乐队应尽量“阳光”，能给人一种活力，学生的演出时尚动感，这样注目率高，能体现手机对目标顾客的适应，能更好的留住顾客。主持人外观，表达能力进行审核，要幽默，并且有很强的应对现场的能力，还要配一个电工（防止出现电力方面的问题，好即时修复，也可以帮助搬运奖品之类的）。

### 2、柜台销售人员选择：

首先这些人员要有过销售经验，选择的人员外貌也要经过审核，对服务态度也要有一个大概的考核，经过培训让她们了解爱听每款手机的功能和特色，并针对不同人群灵活运用手机展示手机的不同功能，每个柜台占两人，她的销量和她的工资直接联系起来（从而可以提升柜台销售人员的服务态度和销售业绩）。

## 三、服装的选择

1、舞台人员可以随意，服装颜色的选择要尽量鲜艳，尽量显得有风格的同时不另人反感。

2、柜台人员(女)的服装为公司统一深色短袖衬衣和职业套裙衬衣背面为公司标志，正面写有爱听字样，并佩带柜台销售人员的标志。

## 四、舞台表演

1、首先进行歌曲选择，选择的歌曲要动感十足，有强劲的节奏

拍性，欢快的，并且也是大众熟知的歌曲。

2、游戏可选择孩子参与（孩子富有吸引一定的吸引力，能吸引顾客的注意），可根据舞台的大小选择参与者，例如：爱怎么听就怎么听，绚出你自己。根据手机造型摆出自己认为最酷的姿势并说一段话其中包括爱听两个字，在规定时间内谁姿势最多最优美获胜；喜欢她/他就要让她/他听见。在规定时间内给自己的亲人或者朋友打去电话并说出我在爱听手机专卖店参加活动，希望把我的快乐与你分享，然后说出祝福的四字短语，说得最多且无重复者获胜；爱听也爱做，彩铃创作先锋。现场制作各种铃声，并用爱听手机播放，并让现场观众参与投票，得票最高者获得大奖爱听手机一部，参与投票的观众也将获得爱听手机链一个。活动与舞蹈歌唱表演等穿插进行可以重复进行多次比赛设置不同级别的奖品若干。

3、主持人对爱听最近新研制推出的手机进行介绍，大多介绍的手机应是价格高，特色突出的手机（不要介绍时间太长，介绍时要看人数的多少来进行介绍，介绍时要幽默，能使顾客听进去，从而在顾客购买时能起到一定的增加销量的效果）。

4、买手机有赠品同时还可以抽奖一次，抽到奖的，主持人应进此奖进行发挥，刺激顾客购买。

## 五、发放传单

在活动舞台旁聘请2-4名兼职传单发放员进行产品dm单的发放。可将传单印上一定的产品特性题目问答，若顾客回答正确全部题目可到特定柜台获得主管签名一张凭此可以特价购买爱听手机一部或者购买限量珍藏版手机一部（这里的特价机为中档机型且特价的售价略低于成本在此主要为带旺人气和提升宣传单的使用效率而限量版对于手机作为一种体现时尚和品味的产品，更有着巨大的吸引力）。

# 电器促销活动主持台词篇六

一、组织领导：

组长：杨华东

副组长：李宏斌李科锋

成员：各部站主管、个险部全体成员

二、竞赛时间：20\_\_年1月1日—1月30日

第一阶段：20\_\_年12月21日—20\_\_年1月1日开门红首卖日

第二阶段：20\_\_年1月2日—1月7日为首卖周

第三阶段：20\_\_年1月8日—1月18日为主管精英达标

第四阶段：20\_\_年1月19日—1月30日为全员冲刺达标

三、目标任务：（见附表二）

四、竞赛险种：福禄金樽（3—5年期）、福禄双喜5年期

五、活动口号：临渭伙伴策马扬鞭、全员戮力克难攻坚

利用金樽顺利扬帆、开门目标收入过万

（一）、新单期交奖励

1、第一阶段：20\_\_年12月21日—20\_\_年1月首卖日

（1）、凡在本阶段新单期交达20\_\_元以上者获得福禄金樽销售资格。

(2)、凡在首卖日新单期交5000元奖励优质大米一袋。

(3)、凡在首卖日新单期交10000元奖励优质大米一袋+优质菜籽油一桶。

2、第二阶段：20\_\_年1月2日—1月7日首卖周凡在本阶段新单期交10000元奖励优质菜籽油一桶。

(二)、客户新春送福活动：凡在开门红首卖日及首卖周活动中新单期万元以上客户赠送福禄金樽特别荣誉银条一根。

(三)、组织奖：凡在此次活动中达成阶段目标的团队每阶段按照1、2、3、4类、分别给予500、300、200、100元的组织推动费用，超额部分每万元奖励费用100元。达成目标100%的享受全额奖励、达成目标80%和50%按照比例享受。低于目标任务50%的不享受此项奖励。

## 七、活动措施：

(1)、解放思想、统一步伐：开门红以三至五年期交业务发展为主推目标，全员必须解放思想，迅速转变销售观念。用市场需求衡量客户购买力，切实以客户保障为重点及核心，将三至五年期交业务迅速推向市场，形成热销氛围。

(2)、目标明确、重点突出：在开门红首卖日及首卖周中必须以福禄系列产品为主，筛选优质客户，围绕新春送福活动的开展，激发客户购买意愿、扩大客户保障范围、深挖客户保障需求、健全客户保障体系，全员目标明确、重点突出，全面实现开门红目标，为全年创富目标的达成奠定坚实的业务基础。

(3)、加强训练、完善制度：12月19日公司已分片将新产品一福禄金樽进行宣导，全员对产品已充分认可，磨刀霍霍冲向市场的激情空前高涨，。但一个新产品要想实现热卖的

良好氛围，对产品的理解、掌握，亮点的归纳、总结至关重要。因此各团队必须通过早会不断的宣导新产品，必须使人人通关。这就要求我们全员必须将早会制度全面执行，各主管必须强势管理、严格管理，让全员通过早会真正实现各自的销售目标。

（4）、措施得力、方法得当：开门红目标能否实现，措施方法非常关键，全员必须做好客户积累、筛选工作，（城区必须以社区保险调查服务为借口，进驻社区、城中村等人口密集区，三人以上自主组合进行调查、宣传、服务，积累大量的准客户，通过说明会的成功召开，迅速达成目标；农村伙伴利用年画送福、入户调查等活动积累客户）通过三级联动及形式各异说明会的召开，打开客户需求之门，使客户能够第一时间拥有福禄金樽，享受尊贵晚年。

（5）、提早动手、新法达标：自新《基本法》实施以来，双刃剑的效果以全面体现，精英主管的利益已大幅提高，维持晋升的人员节节攀升。因此在一季度全员从第一天开始就必须将晋升职级作为各自不懈的奋斗目标，通过《基本法》利益最大化，让全员实现成功创富。

（6）、公司将在开门红战役中组织对抗赛（见附表一），各级主管及业务伙伴必须树立集体荣誉感。激励全员必须有走在排头不让、永扛红旗不放的霸气，真正实现开门红，我最红的目标。

（7）、友情提示：冬季气候变化无常，出门展业注意保暖，驾驶摩托车须佩戴头盔。