

# 药店促销活动 药店促销活动总结(实用10篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。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。

## 药店促销活动篇一

按照总公司的部署和安排，郟城国大仁和堂郟东中店于12月9日—11日举行了药品促销活动，在总公司的正确领导和全体店员的共同努力下，本次促销活动取得了较好的成绩，并一定程度了扩大了国大仁和堂药店在社会的良好信誉。现将本次促销活动总结如下：

- 1、组织店员学习领会总公司安排的这次活动精神，在每月固定时间的促销活动工作的基础上，分析工作中存在的漏洞，强调了本次活动的重要性，把dm单分到每一位职工手中，划片发放。并要求所有店员提前安排好时间，活动期间全天上班。
- 2、根据活动要求，组织店员清点库存，分别对促销产品、赠品准备货源，提早对特价药品，常用药品，本季节药品，洗化，家电等进行备货。
- 3、专门组织职工讨论怎样促销药品，分析可能出现的问题。如果特价的商品，冲量品销售太多，怎样销售才能保证毛利。
- 4、营造良好服务环境。组织店员对店内店外环境整理卫生，做到整洁卫生，药品摆放整齐。对特价药品做了pop宣传海报。针对70多个特价药品全部做了店外宣传海报，张贴在药店外8个橱窗。同时为突出特价药品，引起顾客的注意，专门做

了70多个爆炸贴放在该药品陈列位上。为突出活动效果，在门店前搭起彩虹门，摆放了花篮，安排了音响，对本次活动起到了很大作用。

12月9日销售2、9万，12月10日销售4、1万，12月11日销售5、8万。

1、从12月5日—12月8日都是阴雨雾天，活动之初我们预想效果比平时能增加营业额30%左右就算成功。因为天气等原因我们感到信心不足，没想到我们提前做的各项准备工作起到了很大作用。

2、活动前短信宣传、全市医保一卡通在12月10日全市联网刷卡、农行年底前清卡、丰厚的赠品等因素带动了销售量。

3□dm单发放时间短，有些仓促，覆盖面不够广；由于担心预期活动效果，龙大花生油备货不充分，出现短缺。

4、下一步工作要积极吸取本次活动经验与不足，积极发展新会员，在活动促销中发短信才能起作用。

本次活动得到了总公司领导的全力支持和帮助，常经理第一时间为我们店提供赠品，荣海峰经理一周吃住在郟城，随时帮助解决遇到的问题！这次活动取得了成绩全店职工都非常兴奋，都有一种释放的感觉——心血没白费，没白加班，以后会更加努力提高营业额，积极完成公司任务。

## 药店促销活动篇二

本次五一劳动节的促销活动通过公司各级领导的支持，以及同仁们的齐心协力，取得了佳绩。4月29号至5月4号，是激动人心的几天，通过这几天振奋人心的促销活动！我受益匪浅，不但提高了个能素质能力，增强了对各药品的了解，更懂得了以人为本的服务理念。当前促销活动往往不被消费者所关

注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动效果不佳，其实并不是促销本身不具备吸引力的问题，而是由于当前促销活动太多，太乏乱，部分活动在宣传中没有将促销活动的核心利益表达清楚，宣传执行力度也不够，但我们这三天的活动，克服了以上的缺点，达到了稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销更是提高了活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，加强了药店外在形象，扩大了知名度。具体的感受如下：

直营门店鲜肉促销区域涵盖了厦门地区现有的\_\_家直营门店，时间为：\_\_日、\_\_日，共计2天。促销方式是：凡在我司直营门店购买鲜肉金额\_\_元以上即可领取对联一幅。分配的对联数量为\_\_幅，并于\_\_月\_\_日全部送至办事处，各门店具体分配数量由直营门店根据实际情况统一安排。

这次活动采用了宣传单投递、口碑宣传、各家各户高密度甩投，共投宣传单总量约为一万份，投集的重点为集市商业区、中心医院周边、居住门户、步行街等等，并发布促销广告。在药房悬挂活动内容为主的条幅标语，活动现场布置好后，为促使活动进行的有条不紊，吸引更多的人参与，还在药房门口设立义诊检测服务台、咨询台、礼品发放台、抽奖箱等等。更具有轰动效果的是请了东北二人转、杂技团、戏剧等舞台形式的表现效果，密集了人员，掌握好了活动节奏，维护好现场秩序，引导顾客进店参与活动，发放资料和奖品发放并及时登记签字。这种新型营销模式给消费者带来了一些新意，使单县市民对老百姓大药房有了充分的了解，加强了药店的外在形象，扩大了知名度。

一是新选址、考察、开业连锁直营店9家。二是整体收购加盟店为直营店28家。特别是高邮、宝应等加盟店由于矛盾突出、遗留问题较多，开发部的人员想方设法，认真细致的逐个做有关人员的思想工作，切实解决实际问题，取得明显效果。三是吸取社会药店为加盟店，对于志愿在\*\*百分之百进货，并付给一定加盟管理费的证照齐全的合法社会药店，经变更

名称、签订协议后发展为加盟店，对于名不符实的原邗江各乡、镇加盟店17家药店按加盟要求，重新签订了加盟协议，对加盟店加强了监督、管理。

xx店位于xx市老城区东郊，离城市中心(传统意义上西湖为中心来讲)较远，周围又有农贸市场和专营批发市场及部分小型的批发店面，这一带消费群主要从农村转化而来，在消费能力上较低，消费意识上习惯于从农贸市场及专营批发市场及部分小型的批发店面中购取廉价的生活必需品，消费群体年龄的平均年龄较高，所购单品较集中。但随着城市中心的逐步转移，人们的消费能力和消费意识消费习惯将得到逐步的提升和改善，加之附近还没有出现类似经营方式的大型购物中心及超市，相信不久的将来，这一带将成为各个商家必争之场所，我们xx店应抓住机会抢占市场。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算!有东西送!”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢?赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药房推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

环境营造：香港街着重营造西方本位的、充满童话色彩、浪漫温馨的圣诞街景，游客进入大门便进入了“香港”的缤纷圣诞节，美丽的欧式城堡，琳琅满目的圣诞礼品，装点缤纷的圣诞树，白雪皑皑的小木屋，挂满铃铛的游览车，人群中穿梭的圣诞老人，教堂里传来的圣诞颂歌??香港街到处是欢

乐的海洋、节日的色彩。

c完善培训制度。现代企业以人为主，优秀的员工是企业得以生存和发展的关键。超市应完善员工的教育培训及福利待遇制度，确立员工入企业先培训制度，和员工进行有效的沟通，做到人无贵贱、事无巨细、教育及时、奖惩分明。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算!有东西送!”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢?赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药房推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

下面说的就是最最关键的了，漆面。一块地板现在多的有20多层漆面，少的有6层漆面，或者自己上漆，涂个几层都可以。但是，经过研究发现，漆面层数多导致漆面容易崩漆、裂漆，一旦有特殊情况，钥匙不慎坠落，都能使整个地板“破相”。但是，漆层少，很多功能又不能得到最大发挥。漆面根据三种特性：通透性、柔韧性和附着力，研制出三种漆，柔性离子漆、韧性粘合漆、养护耐磨漆。再加上，高温固化和高频射线，形成一层致密的立体网状结构，是一般地板漆面所不能达到的。

通过这次活动的开展，让我充分理解了：关怀无巨细，服务无止境。对于进店的每一位顾客，第一时间就应该送上最和蔼的微笑，与最温馨的关怀问候语。与顾客交谈，语言文明，语气

亲切,自觉使用”服务用语”,”请”字当先,“谢”字不离口.从细节关怀顾客开始,到无止境的服务礼仪.我们誉天店将永把”关怀”铭刻在心.特别在这次活动中,主动加强了与顾客的沟通,明白客户心里想什么,需要什么!使我更能主动介绍和宣传公司的药品药具,主动解答顾客的疑问,让顾客在购药的过程中也能学到更多的药品知识!并且还能在销售中发现自己的不足,特别是对药品的了解上,还有些盲区,以此为契机,促使我在以后的工作中努力学习医疗药品知识,明白每种药品的用途及注意事项,安心工作,刻苦锻炼,规范自己的服务,提升服务质量,让微笑成为我亮丽的名片。

把弓劲射,与老百姓大药房同行。鹰的理想是崇高的,翱翔苍穹;鸟的事业是豪迈的,搏击长空。而我生活最大的能源是对美好理想的追求,最能激发我的热情是豪迈的老百姓事业。满怀对未来的憧憬和希望,带着对誉天事业的满腔热情,我为迈进了梦寐以求的誉天公司而自豪,为终于有了实践自己的舞台而兴奋不已。

一般做法是:顾客只要交纳一定的会费,就可以成为会员,凭会员卡可在美容美发店定期的优惠活动、美容美发讲座沙龙、免费咨询、附加值服务等方面享受优惠。可以将会员制打造成真正意义的俱乐部形式,并编写会刊或报纸,与会员互动,营造成轻松、愉快、温馨、情感交流的场所。会员的成员资格期一般1-2年,期满后再接续交会费,延续会员资格。这些措施有利于培养长期顾客,稳定客源。

### 药店促销活动篇三

现在终端的竞争已进入白热化状态,每个药品生产企业都把“决胜终端”奉为“天条”,在终端投入了大量的人、财、物力,而买赠活动对于抢占市场份额、拉动销量是最直接、最有效的,因此非常频繁,真正是“你方唱罢我登场”,但大多都是采用一些日用品作为赠品,如洗衣粉,香皂等等,缺乏新意。当然,这些方法并非无用,既然大家都在

用，“存在即合理”。只是假如你能够设计一个有创意的买赠方案，既能拉动销量，又能提升品牌形象，一箭双雕，相得益彰，何乐而不为呢？创意要新、奇、特，就需要走出既定的思维模式，大胆设想、小心求证，不能闭门造车，经常到终端走走看看，贴近药店经营者和顾客，他们对你的产品最有发言权，因此，他们也知道自已最需要什么。

## 2. 关联性要强

赠品的设计要与产品本身有一定的关联，不能“风马牛不相及”，否则，就是败笔。笔者在一家以生产糖尿病药品著称的企业基层任职时，曾设计过一个“买一送一”方案。买“一丸”赠“尿糖试纸”。该方案所采用的赠品是糖尿病患者控制尿糖的一种经济实惠的有效检测方法，关联性既强，赠品的价格又低，每盒约1元左右，而一盒药的零售价都要十几元钱，投入产出非常合理，在实际操作中取得了较好的效果。其它如感冒药送鼻炎片(或滴剂)，心脑血管药送丹参片(如果是送药的话，是你自己的产品，这样对其它品种也有促进作用，假如你的产品线较短，那只能是“给他人做嫁衣裳”啦)，药用牙膏送牙刷等等，都是不错的。但要分清主次，如鼻炎片送感冒药，就有点牵强附会了，因为感冒可能会伴有鼻塞、流鼻涕等鼻炎症状，但鼻炎却并不都是由感冒引起的。这一点一定要切记。

## 3. 实用性、可操作性要强

笔者曾经设计过一个治疗“乳腺病药”的促销方案，买一个疗程的药，赠文胸一个。此方案创意、关联性都不错，但可操作性不强。因为女式内衣的尺寸有好几个，而实际送出时，又不知道哪个型号需要多少，采购时就需要各个尺寸的都打宽一些。假如活动周期较短，由otc代表现场配合做2-3天的话，活动结束后还能够及时退换，但如果活动周期较长，而且赠品是由药店控制，实际操作起来就非常麻烦，所以只能忍痛割爱，放弃这个方案。

除了以上三方面，还不能忽视赠品的成本控制，因为这直接关系到促销活动的投入产出比，同时，如果赠品的受关注度高于产品本身，则起到喧宾夺主的反面效果，就像是戏台上面“跑龙套”的抢了“角儿”的戏，本末倒置了。记住，它只是“绿叶儿”，顾客永远不会为了得到赠品而去买对他毫无用途的药品。假如你的产品附加值较高，或者是按疗程推荐的话，赠品的价值不妨稍高一些，以提高顾客的购买\_否则只能采用些小礼品。至于赠品的采购，在各地大都有一些小礼品批发市场，可以经常到那里看一下，许多药品企业订制的礼品都可以看到，也许你会有意想不到的惊喜，从而制定出一个出奇制胜、切实有效的促销方案来。

## 药店促销活动篇四

药店多半会在节日里举行促销活动，即给顾客带来好处，又给药店带来利润。纵观成千上万的药店促销活动，发现许多药店不缺少创意，缺少的是执行到位。一般包括四个执行到位：物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位。

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品。

首先根据季节、节日、地区、常见疾病和畅销产品，进行数据分析，找出常见疾病对应的畅销产品、重点产品，进行充分备货。譬如，我们找到了30款秋冬季节重点产品，如果每月要货8次，某次要货时库存有35盒，上月销量为160盒，平时补货公式为，要货量= $160/8=20$ ， $20*2=40$ ， $40-35=5$ ，5盒就是要货量，要保证库存有两个周期销量，根据经验可以适当上调，这样确保重点产品有足够库存，便于满库存丰富陈列。在活动期间，通常建议重点产品保证一个月的`销量作为库存，这就是商品到位。

再次根据活动制订的销售目标和买赠档位，测算赠品种类和数量，并准备到位。最后根据活动宣传所需横幅□dm单、音响、录音□pop□海报、喊话器等做好宣传品准备。



店内店外氛围到位，拉拱门、挂横幅、招牌干净、做主题橱窗、做喷绘写真、厂家门口撑伞摆台义诊宣传、店内音响店外音响播放活动录音、重点产品推介录音、企业文化录音、养生录音、店内悬挂相应活动和产品pop等。

一定要确保卖场营销氛围足够，员工满面堆笑，热情服务；商品丰富丰满陈列、重点产品用pop□爆炸卡、云彩卡提示；比如陈列阶梯状、圆形、心型、做一个空盒中国结，做一个风铃、来些葵花卡……。这些是氛围到位，让顾客进店感觉很美。愿意多停留一会儿，增加与店员互动时间。

20xx年元旦前一星期，在厂方大力促销下，在各二批商，分销商和我们公司全体同仁的共同努力下，我们的产品销量比去年同期相比又提高了一个阶梯，又一次实现了新年的开门红。仅我们分销渠道就销售了\*\*7295箱，\*\*14930箱，\*\*5560箱，\*\*930箱，\*\*335箱，\*\*122箱，\*\*\*\*箱。共送出加油卡\*\*19500元，\*\*515条。

以店为中心分小区，分时段，分小组发放宣传单

发单界定统一的话术：您好，我们是xx药店□x月x日-x月x日举行十万礼品大放送活动，欢迎您来参加。界定动作，界定表情，制作活动录音，买赠录音、抽奖录音、养生录音……。店外音响播放，拱门、横幅、门口义诊、会员电话、会员短信、电子字幕等。

让每个店员对活动方案了如指掌，是关键。一定要让全体店员演练出来，不只是简单培训和背诵。

注重三个统一：统一使命、统一语言、统一动作。

使命就是明确每天销售指标，客单价、交易次数目标、重点产品目标，然后交代每个店员想尽一切办法让每个顾客拿一份礼品走。

各楼层专厅促销活动，不能定期反馈给把这些信息宣传到外部去的企划部，专厅促销信息成了内销文件，不能起到增加品牌顾客的作用，薄利多销的目的也成了一相情愿。企划部失去了这些信息的支撑，在活动计划拟订上，不能将商场活动与专厅活动结合，不但存在独立性，更甚使活动被孤立，营业部与代理商或厂家洽谈活动承担比例时，失去立场。

语言就是统一从第二档开始说，为了提升客单价。比如说第一档买满48元送两包洗衣粉，第二档买88元送不锈钢盆一个。要求全体员工对顾客说一句话：您好，今天我们做活动，买满88元送不锈钢盆一个！

动作就是要求全体店员在营业时间里全程抬盆，盆内装好既定物品（一张dm单、一包第一档赠品洗衣粉、一个第三档赠品水杯）每一个细节必须到位。如果是连锁总部统一对店长培训，店长统一对店员培训，总部到门店抽查，总部再活动前一天统一对店长培训检查落实，提出考核奖惩，执行不到位，考核分数不及格的店长甚至就地免职。

e做好日志、月志工作。管理人员必须每日书面汇报工作状况及突发事件的发生与处理。超市还应定期举行员工大会，总结经验，进行员工激励，制定发展目标等。

药店做促销活动通常是三分策划，七分执行，可见重要的是执行到位。若药店在执行促销活动的过程中能够把活动真正的执行到位，那促销活动也就成功了。

## 药店促销活动篇五

中秋佳节

二、活动目的

加强药店外在形象，扩大知名度。

### 三、活动主题

送给你家一般的温暖

### 四、活动时间

\_\_年\_\_月\_\_日-\_\_年\_\_月\_\_日

### 五、活动方式

打折、买赠、义卖

### 六、活动内容

#### 活动一

- 1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。
- 2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。
- 3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒(共500份)。

#### 活动二

本店开展\_老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于\_贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

### 七、活动宣传

宣传单□dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

## 八、活动预算

略

## 九、活动注意

- 1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。
- 2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。
- 3、赠品要提前准备，统一定做。

## 药店促销活动篇六

本次活动通过公司各级领导的支持，以及同仁们的齐心协力，取得了佳绩□20xx年9月7号至9号，是激动人心的三天，通过这三天振奋人心的促销活动！我受益匪浅，不但提高了个能素质能力，增强了对各药品的了解，更懂得了以人为本的服务理念。当前促销活动往往不被消费者所关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动效果不佳，其实并不是促销本身不具备吸引力的问题，而是由于当前促销活动太多，太乏乱，部分活动在宣传中没有将促销活动的核心利益表达清楚，宣传执行力度也不够，但我们这三天的活动，克服了以上的缺点，达到了稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销更是提高了活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，加强了药店外在形象，扩大了知名度。具体的感受如下：

一、准备工作充分，为促销宣传活动打下了良好的基础。

这次活动采用了宣传单投递、口碑宣传、各家各户高密度甩投，共投宣传单总量约为一万份，投集的重点为集市商业区、中心医院周边、居住门户、湖西烈士陵园周边、步行街等等，并发布促销广告。在药房悬挂活动内容为主的条幅标语，活动现场布路好后，为促使活动进行的有条不紊，吸引更多的

人参与，还在药房门口设立义诊检测服务台、咨询台、礼品发放台、抽奖箱等等。更具有轰动效果的是请了东北二人转、杂技团、戏剧等舞台形式的表现效果，密集了人员，掌握好了活动节奏，维护好现场秩序，引导顾客进店参与活动，发放资料和奖品发放并及时登记签字。这种新型营销模式给消费者带来了一些新意，使单县市民对誉天有了充分的了解，加强了药店的外在形象，扩大了知名度。

## 二、以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算！有东西送！”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢？赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药房推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

## 三、以此为契机，让微笑成为我亮丽的名片。

通过这次活动的开展，让我充分理解了：关怀无巨细，服务无止境。对于进店的每一位顾客，第一时间就应该送上最和蔼的微笑，与最温馨的关怀问候语。与顾客交谈，语言文明，语气亲切，自觉使用”服务用语”，”请”字当先，”谢”字不离口。从细节关怀顾客开始，到无止境的服务礼仪。我们誉天店将永把”关怀”铭刻在心。特别在这次活动中，主动加强了与顾客的沟通，明白客户心里想什么，需要什么！使我更能主动介绍和宣传公司的药品药具，主动解答顾客的

疑问，让顾客在购药的过程中也能学到更多的药品知识！并且还能在销售中发现自己的不足，特别是对药品的了解上，还有些盲区，以此为契机，促使我在以后的工作中努力学习医疗药品知识，明白每种药品的用途及注意事项，安心工作，刻苦锻炼，规范自己的服务，提升服务质量，让微笑成为我亮丽的名片。

把弓劲射，与誉天药房同行。鹰的理想是崇高的，翱翔苍穹；鸟的事业是豪迈的，搏击长空。而我生活最大的能源是对美好理想的追求，最能激发我的热情是豪迈的誉天事业。满怀对未来的憧憬和希望，带着对誉天事业的满腔热情，我为迈进了梦寐以求的誉天公司而自豪，为终于有了实践自己的舞台而兴奋不已，我将投身到我所痴爱的这片热土中，将自身的人生价值与誉天的事业紧紧相连，用高亢的声音和瑰丽的光华去谱写一名誉天员工的青春乐章。

## 药店促销活动篇七

本次活动通过公司各级领导的支持，以及同仁们的齐心协力，取得了佳绩□20xx年9月7号至9号，是激动人心的三天，通过这三天振奋人心的促销活动！我受益匪浅，不但提高了个人素质能力，增强了对各药品的了解，更懂得了以人为本的服务理念。当前促销活动往往不被消费者所关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动效果不佳，其实并不是促销本身不具备吸引力的问题，而是由于当前促销活动太多，太杂乱，部分活动在宣传中没有将促销活动的核心利益表达清楚，宣传执行力度也不够，但我们这三天的活动，克服了以上的缺点，达到了稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销更是提高了活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，加强了药店外在形象，扩大了知名度。具体的感受如下：

一、准备工作充分，为促销宣传活动打下了良好的基础。

这次活动采用了宣传单投递、口碑宣传、各家各户高密度用

投，共投宣传单总量约为一万份，投集的重点为集市商业区、中心医院周边、居住门户、湖西烈士陵园周边、步行街等等，并发布促销广告。在药店悬挂活动内容为主的条幅标语，活动现场布路好后，为促使活动进行的有条不紊，吸引更多的人参与，还在药店门口设立义诊检测服务台、咨询台、礼品发放台、抽奖箱等等。更具有轰动效果的是请了东北二人转、杂技团、戏剧等舞台形式的表现效果，密集了人员，掌握好了活动节奏，维护好现场秩序，引导顾客进店参与活动，发放资料和奖品发放并及时登记签字。这种新型营销模式给消费者带来了一些新意，使单县市民对誉天有了充分的了解，加强了药店的外在形象，扩大了知名度。

## 二、以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算！有东西送！”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢？赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药店推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

## 三、以此为契机，让微笑成为我亮丽的名片。

通过这次活动的开展，让我充分理解了：关怀无巨细，服务无止境。对于进店的每一位顾客，第一时间就应该送上最和蔼的微笑，与最温馨的关怀问候语。与顾客交谈，语言文明，语气亲切，自觉使用”服务用语”，”请”字当先，”谢”

字不离口。从细节关怀顾客开始，到无止境的服务礼仪。我们誉天店将永把”关怀”铭刻在心。特别在这次活动中，主动加强了与顾客的沟通，明白客户心里想什么，需要什么！使我更能主动介绍和宣传公司的药品药具，主动解答顾客的疑问，让顾客在购药的过程中也能学到更多的药品知识！并且还能在销售中发现自己的不足，特别是对药品的了解上，还有些盲区，以此为契机，促使我在以后的工作中努力学习医疗药品知识，明白每种药品的用途及注意事项，安心工作，刻苦锻炼，规范自己的服务，提升服务质量，让微笑成为我亮丽的名片。

把弓劲射，与誉天药店同行。鹰的理想是崇高的，翱翔苍穹；鸟的事业是豪迈的，搏击长空。而我生活最大的能源是对美好理想的追求，最能激发我的热情是豪迈的誉天事业。满怀对未来的憧憬和希望，带着对誉天事业的满腔热情，我为迈进了梦寐以求的誉天公司而自豪，为终于有了实践自己的舞台而兴奋不已，我将投身到我所痴爱的这片热土中，将自身的’人生价值与誉天的事业紧紧相连，用高亢的声音和瑰丽的光华去谱写一名誉天员工的青春乐章。

## 药店促销活动篇八

活动宣传：企划部配合做好活动前期宣传预热及店内店外pop海报的制作，负责整理广播稿交于总台反复播放。

规范各管区、各岗位的服务用语，提高对客服务质量。为了体现从事酒店人员的专业素养，在xx年元月份，针对我部各岗位服务用语存在不规范、不统一的现象，我部号召各管区搜集本管区各岗位的服务用语，进行留精去粗，后装订成册，做为我们对客交流的语言指南，同时，也将做为我们培训新员工的教材。自规范服务用语执行以来，我部人员在对客交流上有了显著提高。但到了后期，很多员工对此有所松懈，对自身要求不严，有回来原来的迹象，这也是较遗憾的地方，但好东西贵在坚持，贵在温故而知新，我部将对此加大督导、



检查方面的力度。

本次活动通过公司各级领导的支持，以及同仁们的齐心协力，取得了佳绩。20012年9月7号至9号，是激动人心的三天，通过这三天振奋人心的促销活动!我受益匪浅，不但提高了个能素质能力，增强了对各药品的了解，更懂得了以人为本的服务理念。当前促销活动往往不被消费者所关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动效果不佳，其实并不是促销本身不具备吸引力的问题，而是由于当前促销活动太多，太乏乱，部分活动在宣传中没有将促销活动的核心利益表达清楚，宣传执行力度也不够，但我们这三天的活动，克服了以上的缺点，达到了稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销更是提高了活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，加强了药店外在形象，扩大了知名度。具体的感受如下：

这次活动采用了宣传单投递、口碑宣传、各家各户高密度甩投，共投宣传单总量约为一万份，投集的重点为集市商业区、中心医院周边、居住门户、湖西烈士陵园周边、步行街等等，并发布促销广告。在药房悬挂活动内容为主的条幅标语，活动现场布z好后，为促使活动进行的有条不紊，吸引更多的人参与，还在药房门口设立义诊检测服务台、咨询台、礼品发放台、抽奖箱等等。更具有轰动效果的是请了东北二人转、杂技团、戏剧等舞台形式的表现效果，密集了人员，掌握好了活动节奏，维护好现场秩序，引导顾客进店参与活动，发放资料和奖品发放并及时登记签字。这种新型营销模式给消费者带来了一些新意，使单县市民对誉天有了充分的了解，加强了药店的外在形象，扩大了知名度。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是

活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算!有东西送!”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢?赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药房推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

按照国大药房长远发展战略，开发新门店的任务很重，门店开发部克服困难，放弃许多休息日频繁奔波在扬泰地区、南通、苏州、镇江地区，进行考察、选址，招聘人员、办理证照，举办开业活动。

满298元，送价值118元的施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支或施泰福霏丝佳修润沐浴露150ml一支或价值198元的施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支。

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。

通过这次活动的开展，让我充分理解了：关怀无巨细，服务无止境。对于进店的每一位顾客，第一时间就应该送上最和蔼的微笑，与最温馨的关怀问候语。与顾客交谈，语言文明，语气亲切，自觉使用”服务用语”，”请”字当先，”谢”字不离口。从细节关怀顾客开始，到无止境的服务礼仪。我们誉天店将永把”关怀”铭刻在心。特别在这次活动中，主动加强了与顾客的沟通，明白客户心里想什么，需要什么!使我更能主动介绍和宣传公司的药品药具，主动解答顾客的疑问，让顾客在购药的过程中也能学到更多的药品知识!并且还能在销售中发现自己的不足，特别是对药品的了解上，还有些盲区，以此为契机，促使我在以后的工作中努力学习医疗药品知识，明白每种药品的用途及注意事项，安心工作，刻苦锻炼，规范自

己的服务,提升服务质量,让微笑成为我亮丽的名片。

把弓箭射,与誉天药房同行。鹰的理想是崇高的,翱翔苍穹;鸟的事业是豪迈的,搏击长空。而我生活最大的能源是对美好理想的追求,最能激发我的热情是豪迈的誉天事业。满怀对未来的憧憬和希望,带着对誉天事业的满腔热情,我为迈进了梦寐以求的誉天公司而自豪,为终于有了实践自己的舞台而兴奋不已,我将投身到我所痴爱的这片热土中,将自身的人生价值与誉天的事业紧紧相连,用高亢的声音和瑰丽的光华去谱写一名誉天员工的青春乐章。

康佳在深圳全面举行“康佳高清天下再战风云”促销活动,现场统一摆放红色台牌、吊旗及其他装饰物,现场布置整洁,一片红色的海洋,十分醒目。“雷霆优惠 惊艳折扣”把产品价格拉到更低,且特价机货源较充足。

## 药店促销活动篇九

在药品的整个营销环节中,药店是最后一环。产品进入药店,摆上柜台,只是从商业单位转移到下游而已,只有把产品销售出去,才完成了整个销售过程。在产品、营销手段同质化日趋严重的情况下,如何让你的产品脱颖而出,抓住顾客的眼球,就需要不定期的有针对性地开展一些促销活动,毕竟不管是药品生产企业,还是商业单位、药店,提高顾客的重复购买率,才是大家赖以生存的根本,只有这样才能形成良性循环。如何设计一个切实有效的买赠活动方案呢?根据笔者的经验,应注意以下三个方面:

现在终端的竞争已进入白热化状态,每个药品生产企业都把“决胜终端”奉为“天条”,在终端投入了大量的人、财、物力,而买赠活动对于抢占市场份额、拉动销量是最直接、最有效的,因此非常频繁,真正是“你方唱罢我登场”,但大多都是采用一些日用品作为赠品,如洗衣粉,香皂等等,缺乏新意。当然,这些方法并非无用,既然大家都在

用，“存在即合理”。只是假如你能够设计一个有创意的买赠方案，既能拉动销量，又能提升品牌形象，一箭双雕，相得益彰，何乐而不为呢？创意要新、奇、特，就需要走出既定的思维模式，大胆设想、小心求证，不能闭门造车，经常到终端走走看看，贴近药店经营者和顾客，他们对你的产品最有发言权，因此，他们也知道自已最需要什么。

赠品的设计要与产品本身有一定的关联，不能“风马牛不相及”，否则，就是败笔。笔者在一家以生产糖尿病药品著称的企业基层任职时，曾设计过一个“买销售”方案。买“\_丸”赠“尿糖试纸”。该方案所采用的赠品是糖尿病患者控制尿糖的一种经济实惠的有效检测方法，关联性既强，赠品的价格又低，每盒约1元左右，而一盒药的零售价都要十几元钱，投入产出非常合理，在实际操作中取得了较好的效果。其它如感冒药送鼻炎片（或滴剂），心脑血管药送丹参片（如果是送药的话，是你自己的产品，这样对其它品种也有促进作用，假如你的产品线较短，那只能是“给他人做嫁衣裳”啦），药用牙膏送牙刷等等，都是不错的。但要分清主次，如鼻炎片送感冒药，就有点牵强附会了，因为感冒可能会伴有鼻塞、流鼻涕等鼻炎症状，但鼻炎却并不都是由感冒引起的。这一点一定要切记。

笔者曾经设计过一个治疗“乳腺病药”的促销方案，买一个疗程的药，赠文胸一个。此方案创意、关联性都不错，但可操作性不强。因为女式内衣的尺寸有好几个，而实际送出时，又不知道哪个型号需要多少，采购时就需要各个尺寸的都打宽一些。假如活动周期较短，由otc代表现场配合做2—3天的话，活动结束后还能够及时退换，但如果活动周期较长，而且赠品是由药店控制，实际操作起来就非常麻烦，所以只能忍痛割爱，放弃这个方案。

## 药店促销活动篇十

甜蜜情人节，甜蜜蛋黄派

1、重点活动门店：家纺城药店、许巷药店、通元药店、皮都药店、双山药店、城北药店、百步药店。

2、非重点活动门店：医药其他门店

2月11、12、13、14日（重点活动门店）

2月13、14日（非重点活动门店）

春节后返回工作岗位的青年务工者。

1、针对春节促销活动没有覆盖返乡人群的缺陷，针对该部分人群进行一次促销活动；

2、发放现金券，固化客户群体，增加销售额和销售机会；

3、消化春节期间购进，尚未使用完毕的蛋黄派。

2、主推活动形式2：穿越情人节，保健送父母。所有营养品均8折酬宾，写上地址和祝福话语，免费邮寄回家乡（不需要免费邮寄的，折后金额满100元者再赠送无使用限制的现金券10元）

3、其他活动：全场（杜蕾斯、杰士邦、爱超系列）每满30元送5元无使用限制现金券；男性滋补类用品和妇科治疗。