

2023年清吧的促销方案(汇总5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

清吧的促销方案篇一

一、总则：

- 1、本次小区大米促销摆点的所有人员必须着xxx恤参与；
- 2、所有促销商品包装上所留的联系方式为[]0xx-0xxxxxxx[]

现场布置内容：

- 1、活动参与人员熟知各促销产品全系列的特征(包括产品产地，厂家介绍、产地特征、熟悉大米质检报告情况)。
- 2、必须掌握 “五缘瑞康、义品世家” 战略合作(资源共享的合作内容)。
- 3、结合以上1、2两点对感兴趣的客户进行详细介绍，促成交易，扩大产品影响。
- 4、所有活动人员要着装整洁，积极主动，礼貌待人。

清吧的促销方案篇二

4s店国庆节促销活动策划方案

mg4s店“国庆节”活动策划方案

一年一度的国庆节即将来临，在这个喜庆的日子里，使得每个商场、大街小巷都人来人往。当然，必要的消费是拉动经济增长的动力。为了回报新老顾客对我公司的信任，为了抓紧黄金销售月的机会，每个集团、公司都绞尽脑汁，全面做好大市场下一阶段的销售工作，所以在国庆期间策划了一系列的销售方案。于此同时mg4s店也不例外，制定了一系列的促销方案。

2. 通过国庆长假，最大限度的提高人流量、提升人气、扩大专卖店的销售业绩；

3. 累积客户信息资源，为日后组建“mg车友会”等项目做好铺垫；也为以后对新客户的挖掘工作做好了铺垫。

新中国靠革命创造，新概念由mg演绎，让汽车市场也来一场革命吧！举国欢庆革命成果，庆祝新中国成立六十三周年□mg4s店派送九重大礼。

20xx年10月1日——20xx年10月8日

1、 一重礼：进店有礼

无需消费，进店就有礼。活动期间内所有顾客凭宣传单进店登记姓名联系方式和是否愿意购买车的问卷后均可免费领取精美礼品一份。促销说明：活动期间礼品发放数量限每天的前30名进店的消费者。

备注：此问答卷需简洁一些，顾客填写之后以便日后我们分析出哪些是潜在客户。

2、 二重礼：国庆特价礼

惊爆价，推出特价车，不参与其他礼品及服务活动，每天限购3辆。本数量仅供参考，商家可以根据自身情况自行申请。

3、 三重礼：购车豪华礼（特价车除外）

根据不同价位段的车型设立不同的礼品赠送，售价越高利润相对越大。针对购买高端车型的客户，在保证利润的范围内，送豪华大礼包。大礼包可由商家自己购买汽车精品、油卡、现金券等自由组合成多个不同的大礼包。

4、 四重礼：国庆红包礼（工时费现金券）

凡是在活动期间的每天上午10点和下午16点准时派发国庆红包礼，红包派发方式从面额500元至100元的售后服务工时费现金券，先到先得。

5、 五重礼：国庆现金礼（特价车除外）

活动期间凡够买正价车型的消费者凭购车发票或收据即可参加抓现金一次。抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

备注说明：本人建议此活动公司在平常买卖车时也可采用。一、现金付出不多，二、易树立口碑。（此法是利用顾客喜欢占小便宜的心理来促进销售的，在很多卖场都有应用）

6、 六重礼：抽奖惊喜礼

为庆祝建国63周年之际，公司申请举办“mg汽车场地驾驶比赛”活动。同时也为回馈广大消费者对mg4s店的厚爱和支持，特地在国庆63周年之际举行此次大型购车抽奖活动。

（1）、活动期间凡购车的消费者均可参加一次抽奖活动；

（2）、抽奖细则：

(3)、本次抽奖活动建议共设置6个等级的奖励，具体设置按实际情况而定，就按你公司的工时现金券或汽车精品现金券等。

7、七重礼：阳光服务礼（售后优惠服务工时费现金券）

凡是mg4s店的客户，在“国庆节”促销活动期间都可以来专卖店免费享受清洗、打蜡等维修保养服务。并可以手袋价值50元的售后维修服务现金券。

清吧的促销方案篇三

由于该饮料是企业新推出的一种全新的品牌饮料，所以此次活动的主要目的是推广该饮料，让消费者熟悉它，了解它，从而引起消费者的购买，达到抢占市场份额的目的。

根据调查该饮料的主要消费人群为比较时尚，有个性及购买能力的年轻人，所以此次活动把主要的促销对象锁定在18-25的在校大学生，针对他们来做一次全新的推广活动。

年12月22日-年12月25日

地点在各大高校的超市，食堂前进行。

1. **年12月20-**年12月21日，在学校的食堂前发放传单，这两天中午，晚饭各一个小时发放传单。

2. 在促销地点挂横幅及其他宣传物

3. 在促销日要求工作人员穿有该饮料字的工作服在现场销售

（一）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。

（二）抽奖：只要购买该饮料数量达到5瓶，就可以参与抽奖活动。

抽奖规则：

1. 每人只能抽一次

3. 中奖者在领取奖品的时候要去登记，写上姓名、电话、中奖物品

（三）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。

（四）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。

1、各高校租赁费，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、促销人员每个高校10名，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、传单费用1000元

总计：55000元

我们相信通过这次的促销活动，该饮料会得到一个很好的推广，在消费者心中的地位也会有很好的提升，对该饮料的品牌塑造也会起到一定作用。

清吧的促销方案篇四

中石油携手文雅唱片打造华北片区首个汽车音乐产品创新营销网络，在非油品业务领域进行一次大胆的尝试与创新！

文雅之声文化传媒有限公司自品牌创建以来，以倡导高雅文化艺术，致力开发独特音乐理念为主旨，以面向大众发行高质量、高品位的音乐唱片为目标，引进出版了近500余张经典唱片，涵括了汽车休闲音乐、西方经典音乐、古典名曲、经典流行音乐等多个方面的内容，形成了良好的社会效应。公司一直与海外知名唱片业保持着广泛深入的合作关系。先后与亚洲、欧美等多家著名唱片公司在唱片出版发行方面建立了业务合作和经营往来。有着十多年唱片销售经销的文雅唱片乐于开拓、尝试各种新型的营销方式并有足够的实力构建一个新型的销售网络和接受新市场的挑战。

在20xx年至20xx年间，文雅唱片先后与全国20多家音乐电台联手推广新概念汽车音乐，以最适合车载音响播放的音频模式，醇厚无暇的唱片音质和多样化的音乐内容一度掀起汽车音乐风潮。同时也以各种新型的汽车音乐形式促进了汽车音乐市场更多样化的发展。

作为中国石油bp加油站新的利润增长点，bp在全球的“bp connect”理念引入合资加油站，中油bp广东500个加油站全面启动加油站便利店计划，这也是bp全球零售策略的一个重要部分。在“bp connect”的网络中，bp不仅提供燃油和润滑油，更为其顾客提供多种服务，包括饮料、快餐等商品以及通过互联网查询最新的交通和天气信息，甚至为顾客提供网上购物的便利。

都说80后的车主有个习惯，上车做的第一件事情就是打开cd□或许不仅仅是80后的车主，每个年龄层次的车主，都已经习惯于在爱车里欣赏音乐了吧。音乐慰藉人的心灵，在特定环境下更是人的伙伴，适合特定环境的音乐让人得到伴侣般的爱。汽车是行走的家，里面应该有谐和的伴侣陪行。

国家有关交通部门进行的一项汽车文化消费走向调查显示：目前，汽车装饰与改装、自驾游、参加车友会活动成为车主最喜欢的汽车文化消费。其中，汽车音响改装以70.8%的高提及率位居汽车文化消费榜首。数据显示，90%以上的消费者表示，进行汽车音响改装主要是为了能在开车时更好地享受音乐，在开车时听音乐能让枯燥的驾驶变得更有乐趣，同时也可以减轻疲劳、集中精力。很多人在意车子的音响效果，有些人已经到达“成精”的地步，甚至于偏执。而这些汽车音响改装爱好者们同时也表示，在优化汽车音响的同时，他们也在进一步跟进最重要的考虑因素——音源，那个“赋予一切生命以启动”的根源。

在参与调查的人群中，有一位一位不到三十岁的奥迪车主，英国留学硕士王先生，他将自己的奥迪a8l爱车安装了八台音响、改装得非常夸张。但是，尽管音响一流，其试听效果依然是不如人愿，他说，在国外，有非常专业的汽车音乐唱片，但国内还几乎一片空白。市面上许多所谓的汽车音乐不仅不成系统，许多连最基本的音质都非常欠缺，纯属滥竽充数之作，他建议相关公司能够创作一系列跟车品牌和车主人风格相仿的音乐，制作属于中国汽车音响发烧友们自己的汽车音乐唱片，那样才真正实现了汽车音响改良的意义。

大多数参与调查者都有这样的意见，他们普遍认为音响当然非常重要，但是音响应该是永远跟着音乐走的，就像我们的肉体承载着灵魂，以灵魂为指引，并为它服务。衡量音响的一个核心标准就是它能否完全到位地反映音源。再强壮与美丽的肉体，没有了欢快与鲜活的灵魂，也不过是一头走肉的城市奴隶。无论在买车的时候试听原厂音响，还是想改装车

上音响，问自己的第一个问题就是“我平时喜欢听什么样的音乐？”所以，选择一张音乐内容与录音俱佳的音源才是表现音响品质的前提。

专家认为，汽车音响爱好者依然拥有如此成熟的理念外化出汽车音乐文化正随着中国汽车文化的发展而悄然走红。而这些爱好者们的意见也凸显出了中国汽车音乐领域的大片空白。汽车音乐市面上是有的，类似于“dj小可”，“汽车发烧音乐”等东拼西凑、牛头不对马嘴的音乐产品层出不穷，但是真正针对汽车音响爱好者们所专门定制的，成系统化的专业汽车音乐却是寥寥无几。市场需求庞大，产品供应数量虽多，质量却差强人意，如今的汽车音乐市场所需求的是更专业的产品投放，来弥补专业汽车音乐产品的空缺。

随着人们生活水平的不断提升，人们对于汽车的要求在不仅仅是限于外观与性能，更是对于汽车内部的配套设施有了更多的要求，因此，一部优良的车载音响成为了爱车一族不可或缺的一份子，对于如今的有车一族而言，改装车载音响、把玩汽车音乐已经成为最新时尚。面对日益庞大的汽车音乐市场需求，加油站便利店建立音乐专柜成为了一种刚性需求。

如今以便利店为重点的非油品经营，越来越成为石油企业非常重要的利润组成部分。对于便利店而言，产品的多样化以及产品质量的高要求成为便利店是否真正“便利”的决定因素。而对于汽车音乐产品而言，一个好的展示推介平台至关重要。传统的音像店和书店并不是其最好的展示场所，许多车主并没有那么多的时间去逛音像店或是书店，更甚至有很大一部分车主并没有留意到中国已然出现了完全适合中国车型和音响特质的专业汽车音乐，所以一个好的展示平台能够更好的推动中国汽车音乐文化的进一步发展，也能够让更多的人来关注和了解中国自己的汽车音乐。

音乐产品尤其是汽车音乐产品的受众群体与加油站受众群完全一致，即针对汽车车主。双方合作不仅能够达到较高质的

资源整合效应，更能够拓展加油站便利店系统的经营范围，而汽车音乐产品形式所面临的大片空白市场更是能够给加油站非油品经营产业带来更多的商业利润。

让我们的合作来为每一位来中石油加油站加油的朋友提供真正的便利，在这里车主们可以利用加油的闲余时间，任意挑选适合自己和家人以及适合自己爱车的专业汽车音乐，在这里车主们可以看到中国汽车音乐文化正以怎样的速度追赶乃至超越着世界的步伐。而文化产品的介入更是提高了中石油加油站的文化底蕴，展现对精神文化的重视，更是为消费者提供了实实在在的便利。在这里车主们可以看见中石油不仅只是一家石油企业，便利店也不仅仅是一个购买与贩卖的地方，更是一个传播高尚文化的小中心。

然而这些形式单调的单曲远远无法满足汽车音乐市场的庞大需求，现在，为不同车型、不同人群、甚至于为不同汽车音响所特别定制的专业汽车音乐的出现，才能推动中国汽车音乐文化界的变革。

有着10多年唱片制作和经营历史的文雅唱片正是感受到这样强烈的市场需求，于20xx年初成立了国内首个为汽车音响打造最适合音乐内容和音质的专业创作团队，这个由众多汽车音响和音乐领域的专业人士共同构成的创作小组对于汽车音乐的研究平均都在5年左右，他们认为目前，国外的汽车音乐门类主要分为以下三个：美国风格，音乐充满金属味道，适合年轻一族和在公路上飙车的时候放；英国风格，音色相对柔软，适合驾车在乡间小路上前行时放；北欧风格，静谧的小夜曲，适合夜晚行驶在寂静的城市大道时静听。而根据中国的道路状况、城市发展状况以及中国文化背景特色来看，以上三种国外汽车音乐都不太适合原封不动地搬到中国，中国的汽车音乐之路还需要根据中国汽车市场环境进行原创开发与探索。文雅唱片就是要寻求一种最适合中国的汽车音乐形式，汽车音乐创作团队的理念是：总体上，汽车音乐的个性应该是多样的、带有流行色彩和录音效果一流，他们也正

是秉承这样的理念一步步的前行。

经过长时间对各类汽车车载音响特性的调查，并邀请社会学者和心理专家进行深入分析研究，最终打造出符合车主爱好的音乐频道，车主不仅可以按照自己爱车的品牌找到属于他自己的音乐专辑，还能通过自己对于曲风的喜好来进行选择，更有不同年龄段的汽车音乐产品，让车主们能够在最短的时间里挑选到最适合自己的驾驶时聆听的好音乐。

值得一提的是，这些专业的汽车音乐产品后期制作都是根据汽车音响的物理特质采用最先进的德国24bit/192khz数码升频模拟化处理，从密度、质感、动态、频宽等方面进行处理调整后将转化为16bit/44.1khz通过精密的技术刻录加工，有效减低cd机内的数码读取系统的信号失真和纠错系统大幅度“纠错失真”。通过汽车音响，就能感受到普通cd远不能及的空灵感、临场感和高端唱片系统独一无二的绝佳音场，将普通cd不可避免的噪音、抖摆率等影响听感的音质问题完全抛开，超高标准的无暇音质能将音乐独特的气质完美展现到极致。独特的工艺使它不会有压铸损耗和格式转换音质劣化的问题，高质量的制作材料也能让唱片更易保存。

专业独立团队的精心打造保证了产品完美的质量和市场独特性，这样的产品在市场上绝对是独树一帜，别无二家。而文雅唱片齐备的唱片制作设备、一体化的唱片生产流水线，大大的减低了生产成本保证了文雅的唱片产品在市场上的价格优势，力求用物美价廉的优质服务最大限度的为您争取最大利润。10余年经营所累计的丰富的经验和资源以及市场上获得的良好口碑则是对产品质量的最好保证。

温柔的音乐让人心情轻松，在上下班高峰期的时候听上这么一段，是不是感到堵车也不是那么漫长了呢？犹如在耳边轻吟浅唱，柔和的鼓点和简约的歌词能让你忘却暂时的烦恼。

还记得童年的游戏吗？还记得纯真的声音吗？有时候工作生

活压力太大，总是想逃回到童年的梧桐树下，跟小伙伴们一吐为快。听听这些依旧清澈的声音，给紧张的心情减减负。糅合时尚电子音乐元素和典雅的复古新风的音乐形式。清澈的人声，像不含一丝杂质的璞玉般纯粹，让人不禁回忆往昔的美好，随着车外倒退的树和电线杆回到最初的美好。

看到这个派别，肯定知道我要摇滚了。没错，作为汽车音乐不可或缺的主要派别之一，很多男车主都喜欢开车的时候听诸如摇滚、慢摇之类节奏强烈的音乐，沉重强劲的鼓点让他们的车也开得够畅快淋漓。

电子音乐，用音色里最为空旷持久的宇宙音[cosmic tone]带来驾驭过程中最美的享受，作为电子音乐中最值得玩味的音色，低音浑厚、中音柔和、高音悠扬，就像天籁之音。就如同在太空中遨游一样，融合了节拍和深度抽象的意境。在他们的音乐里，有种令人冷静的元素，这种元素既可以来自演唱者纤细的声线，也可以来自编曲的空旷质感。为都市人诠释了一种另类的空灵感。

新世纪音乐[new age]大多是比较柔和的，甚至跟催眠曲有得一拼，不论是enya[还是班德瑞，都建议在开车的时候不要听，以免听着听着就沉沉睡去，发生意外。但是有一类new age却充满了迷幻的色彩。如喜多郎、安德蒙乐团的音乐，当专辑当中穿插了鸟儿的鸣叫，动物的咆哮，风吹过树林的呼啸，还有人沉重的呼吸声??这一切，都让人置身于原始丛林般，车里也变得绿荫阵阵，煞是可爱。

清吧的促销方案篇五

六月份以来，笔者负责的西北大部分地区炎热少雨，非典疫情也得以根本性的控制。商场客流量与日俱增。故而我们更有理由相信前期由于非典疫情而抑制的消费需求必将逐渐释放，甚至可能出现爆发性的消费高潮。对于，笔者负责的电冰箱、

空调产品而言，可能更是如此。所以，今年六、七、八月份制冷产品旺季较往年对全年销售量的拉动作用将更加突出。

近日气温逐日升高，酷暑难挡，而双休假日商场各柜台客流量却水涨船高，概因天气炎热人们外出购物之余，避暑休闲日渐成为人们的消费习惯。基于此，我们策划了“酷热炎夏清凉美菱”双休日售点促销活动，以导入我司品牌服务内涵“更人性化”元素为主要创意点，同时糅合“时尚、休闲”诉求，迎合变化、进步了的消费习惯。

经过连续两个双休日在兰州、银川、西宁三省会城市的实践，取得了良好的促销效果，同时，得到了商场人员及广大消费者的肯定性评价。故不揣冒昧，奉献于大家，请方家批评指正。

活动时段：6月14日-8月31日 每周双休日（阴雨天气停止）。

活动地点：兰州、银川、西宁每周一家重点零售商场美菱专柜。经我们初步排定兰州苏宁电器、兰州国芳百盛电器城、银川大中电器、银川新华百货商店、西宁苏宁电器、西宁宝光电器等月均销售美菱电冰箱、空调产品达120台以上，且其自身具备客流量，电器销售份额都较大的特点。以确保本活动对销量大幅拉升的效果。

采购1.5升百事可乐具备8瓶/商场/两天，一次性水杯若干；先将可乐置入bcd-222n或bcd-266sn软冻室冷藏，每人提供半杯冷藏饮料供目标消费者饮用。体现美菱人性化服务，同时起到聚集人气的目的。费用预算：30元/天/商场。合计：30元/天/商场*3个/商场*10天=900元。

购置榨汁机三个，分配给三个地区。每周采购油桃、黄瓜、黄杏或密瓜若干；由办事处或工作站用洗涤剂清洗、切片，保证卫生。然后分发至活动商场，由促销员闲暇时现场榨汁冰冻，添加食糖，用鲜极冰箱制作冰品，供消费者降暑解渴。

费用预算：400元。

- 1、必须保证制品的卫生以免意外事件的发生，如消费者饮用（食用）不良反应；同时做好当地食品卫生监督部门的公关工作，避免被动监管、处罚的情况出现。
- 2、必须明确我司和商场工作人员不得饮用品尝，确保费用的有效投入。

效果预测：

通过饮用品尝活动，既可展示我司高端产品鲜极冰箱的软冻冷藏效果，达到宣传产品的目的；又可吸引消费者参与，激发其购买欲望。促进销售，聚集人气。再次，可体现我司人性化服务的特点，实现良好的售点目标消费者的公关。应该可以起到：费用投入不高，却能产生良好的促销效果，拉升我司在重点零售商场销售量以及树立良好品牌形象的作用。同时实现改变近年来西北地区重点零售客户对美菱品牌的老化，缺乏创意和时尚感的评价的目的。

还要结合假日特价（特价产品必须具备很强的价格穿透力，如200

升以上抽屉型电冰箱999元）、假日促销赠品（亚麻凉席、刀具、电熨斗等）、加赠赠品（蒸汽刷、健身跳跳球等）、假日人海战术（每商场在两名专职促销员的基础上加派5名大学生假日促销员，统一着装、培训）等手段，综合运用各种营销策略，强化活动商场与一般商场的比较优势。以全面提高我司产品在一级市场重点零售商场的市场占有率和提升美菱的品牌形象。