

2023年新产品促销活动方案 产品促销活动方案(大全9篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

新产品促销活动方案篇一

爱她就送她----我魅女人，迷你微笑

xx年2月14日

接吻比赛

- 1、提升我魅女人牙膏在市民心目中的定位。
- 2、调动市民参加此次活动，提升超市销量。

活动内容：在浪漫的'情人节，利用浪漫的接吻比赛活动宣传新闻口腔清新口气的效果，设立奖项，调动市民参加的积极性。

- 1、选好要举办此次活动的人气旺的商超门口，搭台，请礼仪公司来进行表演和主持。
- 2、提前安排好一些情侣参加此次活动，在活动现场会有新人参加进来。
- 3、现场接吻比赛，以时间，动作的优雅度及现场围观市民来评判获胜者。

4、当天在超市内购买我魅女人牙膏送玫瑰花一支，在服务台领取。

新产品促销活动方案篇二

一. 未来企业家协会特色组织文化：

核心文化：

以精英团队塑造未企文化，以未企文化培养优秀人才；以优秀人才创造活动品牌，以活动精品推进规模扩展；以规模扩展追求未企形象，以未企影响凝聚优秀人才。

协会宗旨：

打造一流的未企团队，构建激情的创业平台！

协会理念：

超越成功，创造财富。

指导思想：

团队协作，创新创业。

管理理念：

办负责任的协会，做负责任的未企人！

目的

1, 服务同学，为同学送上我们未企最真诚的礼物。做好未企的宣传，打响未企的品牌

2提高未企人的素质，了解商业运作方面的知识。增强未企人

的责任意识，增强凝聚力

3提供一个平台，为那些有创业方面的同学提供一次实训。

二、市场分析/市场背景

随着天气变得越来越热，晚上有些同学因为天气太热而睡不着觉

因为寝室只有一把电风扇，睡觉时又不能照顾到所有同学的利益。

所以，在寝室中拥有一把属于自己的电风扇已是许多人的愿望。市场广阔。

三、活动开展(时间：五月份到六月份)

1，启动资金：来自对电风扇项目有兴趣的，想参加这项目的未企社员。(比如每人出一百元)之后推销出去风扇之后会如数归还。(待定)

2进货途径：1. 采取网上购物。(如在淘宝上，理由：价格便宜，方便，但是质量不能保证，存在一定风险。)

2. 采取市场购物，先前去调查一下市场，(那里的风扇物美价廉)一理由(质量有保证，风险低，但是时间会很长)(东站小商品市场，钱江市场，环北市场)大约30元每把。

3活动方式：1. 采取个人兜售形式，以个人为单位，凭借个人的能力去推销电扇。(上门去推销，通过同学介绍，摆地摊). 2. 采取团队合作，集体推销形式。比如每个部门的人都可以来推销电扇。公平竞争，互相合作.

4利润分配：

小于十件

利润的百分之七十自己，百分之三十归社团

无

大于十件

十件利润的百分之七十

大于十件百分之八十

5. 宣传工作：1，做宣传单

2，通过同学宣传

3，上门推销宣传(不由特别部门负责，未企的所有人都有责任做好宣传工作)

6. 注意事项：1，定好价格，(统一价格)防止恶性竞争

2活动过程中注重礼貌用语，注意自己的形象。

3做到友谊第一，金钱第二。相互合作，相互配合。

4活动的成员为对这项目有兴趣的未企社员

5得到的一部分资金将用于未企的建设。希望大家调整好心态。努力配合。

7进货：五月九号十号(待定)，分配一部分同学到批发市场去做市场调查，并且与批发商达成协议。

明确进货的数量和风扇运输的方式。确定风扇到达的时间。

8囤货：寝室(待定)。

9财务管理：负责填好表格

电风扇销售表姓名

销售数量

获得的总利润

个人获得的利润

1

2

3

4

5

6

7

统计表进货数量

销售数量

进货价格

销售价格

获得利润

10. 注意：去进电风扇是最好与批发商达成协议：

1， 以较低价格供货给我们

2， 有没有发票

3， 保修制度。

4， 卖不完时可否退货等

这是未来企业家协会至今为止第一次实战演练，给我们提供了一个平台，希望我们未企人都能加入到这个活动中来。

新产品促销活动方案篇三

红梅竹马情侣牙刷---两个人的狂欢

xx年12月1日—xx年12月31日

买一送一

1、利用圣诞节及迎接元旦长假的.销售气氛增强竹炭炫黑牙刷的知名度，提高竹炭炫黑牙刷的走货量。

2、强化新闻竹炭情侣牙刷的品牌形象在目标市场的影响力及地位。新闻品牌目标消费群体的气质、优雅、浪漫、品位。

超值买赠，以一支牙刷的价格买两支牙刷。加“量”不加价。利用节日期间给顾客带来超值的优惠。

1、11月20日前活动牙刷到位，各分店配备完毕。

竹炭牙刷高档的品位。

3、以商超dm海报的形式进行宣传。

新产品促销活动方案篇四

提高区域的'家用医疗器械产品的销售知名度，建立口碑，促进医疗器械产品的销售

店内会员客户，附近小区居民

主题：家用健康器械产品免费体验方式：

1. 免费测量、家用器械产品体验
2. 店内产品特价促销
3. 小区做活动及单页发放

特价促销活动时间：

待定活动地点：

前期社区宣传活动时间：

活动地点：南内环店门口服务热线：

序曲一购买就有“送”（特价商品除外）礼品以实物为准）

5、购买怡成7型血糖仪，惊爆价280.00，六年保修，内送40条试纸，再送10条，惊喜多多！

序曲二各类品种有特价

福达康电子血压计（腕式□ft-a11原价：328特价：199（其他款一律九折销售）

电子健康称en9323原价：138.00特价：109.00

金丝甲防辐射肚兜原价：199.00特价：148.00

（一）活动造势：

活动前夕社区外围活动开展。

依次到摆台量血压、测血糖、办理会员，发放促销单页

（二）dm单

1、店内爆炸贴书写（活动卖点突出）、橱窗张贴特价产品pop,氛围营造。

2、dm单的制作20份，发放20xx份必须发放到每个客户家门口。

人员及物资配合：

厂家支持：江苏鱼跃、欧姆龙、康达五洲、九阳、东方神、拜耳等，包括活动帐篷、赠品支持。

药店：主要负责影印单页，提供拱门及横幅。

新产品促销活动方案篇五

20xx年2月14日

：接吻比赛

1、提升我魅女人牙膏在市民心目中的定位。

2、调动市民参加此次活动，提升超市销量。

活动内容：在浪漫的情人节，利用浪漫的接吻比赛活动宣传新闻口腔清新口气的效果，设立奖项，调动市民参加的积极性。

- 1、选好要举办此次活动的人气旺的商超门口，搭台，请礼仪公司来进行表演和主持。
- 2、提前安排好一些情侣参加此次活动，在活动现场会有新人参加进来。
- 3、现场接吻比赛，以时间，动作的优雅度及现场围观市民来评判获胜者。
- 4、当天在超市内购买我魅女人牙膏送玫瑰花一支，在服务台领取。

新产品促销活动方案篇六

1□xx电器有限公司成立xx周年，为更好证明了xx实力，传达xx经营理念，提升企业品牌形象，开展全方位推广活动势在必行。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金（无论是在电视广告、报纸、单张上）全力反搏；国美电器欲于国庆前后在xx开业；大环境上，国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场，家电行业激战越演越烈。

3、为了减少xx电器有限公司挂绿店搬迁造成负面影响，强势宣传博罗店成功签约。

4、中国传统国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传好机会。

综上所述，我们应充分利用以上契机，最合理整合资源，有

计划、有策略开展一次时间跨度较长系列促销活动，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量同步提升。

1、活动主题

国庆期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到；（具体时间：9月24日——9月30日）

国庆期间活动口号：贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。（具体时间：9月28日——10月5日）

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现xx辉煌历史。

3、活动时间：9月24——10月5日

xx各连锁店（包括xx店）

总监督：总负责部门：销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人：各分店店长（监督人：销售管理部、采购部）

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a□库存量较大、急需处理商品

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型

c□我司主推商品

d□厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达销售定位表，要求特价与原价差距有一定幅度。

2、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）

活动主要针对司庆期间光临xx电器连锁店顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送（购物送麦当劳券）

活动主要针对国庆期间在xx电器连锁店购物顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由xx负责联系券□xx店由xx负责联系□xx店由xx负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

主要根据厂家在我司活动期间所推出优惠政策配送赠品及日常所配送赠品，要求在活动前由采购部根据厂家赠品配送政策及我司所存在赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、5日（星期六、日）开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。（具体内容根据采购部提供资源再来安排）

新产品促销活动方案篇七

我们总不吝啬对妈妈说，我爱你，却忽略了同样在背后默默付出的父亲。父爱如山，大山沉默无语，坚实可靠；大爱无声，父亲用行动证明，他和母亲一样，深深的爱着我们.....20xx的父亲节，敞开心扉，于父亲共度节日，不一样的爱献给最爱的父亲。

感恩父亲

20xx年7月15号

诸城市百盛商场

活动一：六月佳礼，扮靓父亲——五颜六色闯关中大奖

——父亲节要带爸爸去哪里庆祝好呢？来百盛商场吧！父亲节礼物精选为各位爸爸及男士们准备了多种多样的服装及配饰！从欧美品牌的西装到平日休闲的t恤，一个都不少！让爸爸在这个6月成为最有型的“潮爸”哦！当然，不仅是爸爸，各位男生们不妨也趁这个时候为自己添置点行头吧！

活动期间，凡购买商品折后单票满元以上者即可凭借小票参加五颜六色闯关中大奖，为父亲抽个父亲节礼物活动，为父亲献上精美的父亲节礼物。

一等奖：奖电风扇一台（参考）特等奖：任选服饰一件

二等奖：奖高级剃须刀一个（参考）一等奖：指定商品一个

三等奖：奖高级领带一条（参考）二等奖：购买商品再打-折

摸奖细则：

商场某处摸奖，共2个抽奖箱，箱内都装着种3颜色的乒乓球共6个，蓝色3个、黄色2个、红色1个。

（或：在一只不透明的箱子里放了三个或几个相同的小球，球上分别写有x元，x元，x元”的字样。规定：顾客在本商场同一日内，每消费满元，就可以在这只箱子里摸一个小球（顾客每次摸出小球看过后仍然放回箱内搅匀），商场根据顾客摸出的小球上所标金额就送上一份相应的奖品。

活动二：身份证尾号为15的爸爸，购物可享受超低折扣。

在购物袋内放入写有“今天别忘了打个电话给父亲”、“父亲的生日是哪一天？”“六月15父亲节，你准备好了吗？”“父亲的节日只有一天”、“为父亲过过生日吗？”等等温馨话语的纸条。下面印上百盛商场名称及logo

备注：这种宣传方式从消费者的感情需要出发，可谓细微之处见真情。很容易引起在外工作的子女们对父亲的想念，而且这种宣传是公益性的，顾客完全不会有抵触心理。对树立一个有感情、有责任感的百盛商场形象有很好的作用。

1、传统媒体：电视、电台

3、喷绘、写真pop展架，放至柜台、服务台或异业品牌等

新产品促销活动方案篇八

20xx年12月1日—20xx年12月31日

买一送一

1、利用圣诞节及迎接元旦长假的销售气氛增强竹炭炫黑牙刷的知名度，提高竹炭炫黑牙刷的走货量。

2、强化新闻竹炭情侣牙刷的品牌形象在目标市场的影响力及地位。新闻品牌目标消费群体的气质、优雅、浪漫、品位。

超值买赠，以一支牙刷的价格买两支牙刷。加“量”不加价。利用节日期间给顾客带来超值的优惠。

1、11月20日前活动牙刷到位，各分店配备完毕。

2、活动期间终端营业员的讲解训练完毕，圣诞节浪漫的氛
围以送礼的形式在终端给顾客进行讲解，突出竹炭牙刷高档的品位。

3、以商超dm海报的形式进行宣传。

新产品促销活动方案篇九

活动时间：

12月17日——12月24日(晚)

活动方式：

1、自17日起凡购物满50元以上的顾客，凭购物小票于总服务台记录，并可以参加24日圣诞平安夜的“抢衣大比拼”活动。

2、报名时间为12月17日——12月24日下午17：00点整

3、在24日晚18：00发号前200名顾客凭小票参与活动，晚19：30分正式开始。

4、所抢商品由百货商场所有商家赞助，并于规定位置注明商品价值。

5、在顾客在规定时间内所抢商品归顾客所有，并根据所抢商品价值高低最后评定获奖者。

6、圣诞晚照常营业

活动评估：

1、通过一个星期时间的人气集合，当晚参与活动的人员只多不少

2、由数百种商品的赞助，其价值将远远高于购物最低标准，迎合了众多顾客贪便宜的心理，参与性加强。

3、由于现今休闲服装单品价值较低，所以购物参与的最低标准定为50元，可促进其商品销售。

4、活动现场的气氛热烈，使人过目不忘。

卖场布置及注意事项：

1、圣诞的气氛不必多言，需根据卖场不同进行区别对待。

3、商家赞助商品需把握一定尺度，价值不能太低。

4、其它活动也需跟进，如发放礼品等，不需多言。

广告宣传

2、12月23日报纸四分之一，以促销为主，重点转为商品促销以及整体活动介绍，并突出圣诞夜场。

3、发放活动传单若干。

服装产品促销策划方案2

一、活动主题

新店、新礼、新时尚

新店添时尚、折上加折、礼中送礼

时尚新店、好礼相见

新店开业，精点时尚

二、活动时间

活动周期：开业之日起十天(要害是前5天)

选择周六或周日、最好是节假日开业。

三、活动对象

本次活动也会经过促销礼品选择来吸引一些男性消费。

四、活动内容(购物连环喜)

一重喜、进门有喜：

进店即赠予某某精美纪念品(或凭dm宣传单即可赠予礼品)

如1-3元左右礼品打火机、便签薄、原珠笔、锁匙扣、扑克等

二重喜、买就送(买满的金额、赠予的礼品各专卖店自行定制)：

凡是在活动期间凡购物就送“价值28元纯棉袜子”一双；

凡是在活动期间凡买满258元，送价值48元精美宝珠笔一支；

凡是在活动期间凡买满368元，送价值100元精美笔记本三组合一套；

凡是在活动期间凡买满488元，送价值138元的真皮皮带一条；

三重喜、获赠贵宾卡，凡有发生购买的客户，前50名赠予贵宾卡一张，注册登记后成为永久会员。

五、物料整合

1、店外主题海报：（主题任选其一）

新店新礼新时尚

新店添时尚折上加折礼中送礼企划文案

时尚新店好礼相见

新店开业精点时尚

点精时尚三降惊喜

2、吊旗：

正面主题广告词，反面开业大吉或新品上市

3、易拉宝或展架统一活动主题，与海报统一。

4、小立牌pop广告分别置于所属产品系列的陈列区域。

5、活动主题内容

6□dm传单内容同海报

7、大型充气拱门(写有活动主题)、升空气球、刀旗、花篮等

8、其他：名片、礼品、贵宾卡、绶带

六、终端环境

1、硬环境：陈列、道具及灯光音响等，应符合___品牌个性主题终端的要求，跟形象宣传的风格调性保持一致。

2、软环境：专卖店导购员、收银员等，其仪容仪表、服务规范等应与___的品牌形象交相辉映。

服装产品促销策划方案3

要想与狼共舞___服饰必须首先变成狼，而今年的五月长假期间的市场，也是各家企业必争的一块肥肉。所以必须要出奇招制胜。一方面我们坐下来冷静的分析市场背景，认清我们所处的位置；另一方面也要做好背水一战的思想准备。

一、市场现状与分析

1、市场背景

(1)全国各地休闲服市场竞争激烈

休闲服企业不断增多，商家不断涌现，瓜分着消费者的钱袋，挤占着休闲服的市场。

(2)产品结构类同，但老品牌占上风

眼下虽然几家休闲服的产品结构虽然类同，但是依旧是老品牌占上风。原因是它们的市场积累丰厚。

(3)品牌形象综合

从广告宣传、营销水平、品牌号召力到消费者选择偏好，____整体上和他们比还是有一段距离。

由于各家品牌的服饰结构，甚至品牌形象都很类同，所以在五月份必然会有一场激烈的价格战。

消费者对休闲服饰的认识有较快的提高，他们不仅仅是看产品，同时还追求价格比例。

2、竞争者状况(____地区)

第一集团军：____、____，他们是领先品牌；

第二集团军：____、____他们是强势品牌；

第三集团军____、____。

特点：品牌知名度高，企业实力强大，广告投入大。实施本地化战略，降低成本，强化竞争力。

3、消费者状况

消费者对休闲服饰已经认同，经常购买者占78.89%，偶尔购买者占8.15%，只有2.96%的人从来不购买。但年龄结构明显偏小。

消费行为特征：重价格，但对品牌附加值概念模糊。但也已有一部分消费者认识到这一点。

4、____的市场表现

知名度、美誉度不十分高。有一定的市场占有率，尤其是南方市场。而且今年产品开发还有一定的竞争力。虽然有前一段时间特价的不俗表现，但综合实力表现不突出。

结论：市场潜力极大，教育转变引导消费者任务极重。

消费者已经被培养起消费休闲服饰的习惯，这个消费习惯是几家牌子共同完成的。从长远来说，目前消费者有相当大的部分会有换口味的倾向，市场潜力极大，但培养教育消费者是较长期渐进的过程，林中鸟任重道远。

纵上所述，怎么让消费者理解__真正的名牌，尤其显的重要。必须利用新店开业的契机和一系列品牌推广活动，表达林中鸟品牌内涵，从而达到轰动效应。

__问题很多，但可变因素多，只要方向对头，工作到位，就会有良好效果。其中两点很重要：一是产品特点、产品质量很好，只是原来没有把它很好地传播出去。二是林中鸟影响面不大，但让人有亲切感。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。

二、活动目的

- 1、充分展示__独特的个性魅力。
- 2、提高__的美誉度。
- 3、以__市区__专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。
- 4、促进__在市场的的发展。
- 5、提高营业额
- 6、增加社会效益
- 7、增强公司全体员工的凝聚力

三、活动主题

活动主题：火红五月别样天

四、活动口号

活动口号：你火了吗？

意为：

(1) 消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标；

(2) 消费者应该选择新的品牌消费，该换换口味了；

(3) 酷暑即将来临应该添置几件清凉的服饰了；

(4) 让充分展现消费者个性化消费。

(5) 体现__夏季服饰已经全新上市；

(5) 体现__在不断的完善自己。

五、活动地点

活动地点：所有__专卖店

六、活动时间

活动时间：_月_日至_月_日

七、活动内容

(1) 针对文化衫进行捆绑销售，设计活动包装。

(2) 所有重点活动区域都进行立体包装

(3)利用20元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

注：具体销售手法，由商务部和计划部提供。

服装产品促销策划方案4

为了提升服装店的销量，带来更多的客户，提升店面品牌形象，我店特地开展了一系列服装促销活动。

一、活动主题

__疯狂抢衣大比拼。

二、活动时间

20__年__月__日至20__年__月__日。

三、活动方式

四、活动评估

通过一个星期时间的人气集合，当晚参与活动的人员只多不少数百种商品的赞助，其价值将远远高于购物最低标准，迎合了众多顾客贪便宜的`心理，参与性加强。由于现今休闲服装单品价值较低，所以购物参与的最低标准定为__元，可促进其商品销售。活动现场气氛热烈，使人过目不忘。

五、卖场布置及注意事项

促销活动气氛不必多言，需根据卖场不同进行区别对待。现场秩序更为重要，人员分配如下：计时人员2人、核定商品价值人员2人，主持1人、发号员2人、公布价值员1人、保安若干。商家赞助商品需把握一定尺度，价值不能太低。其它活动也需跟进，如发放礼品等，不需多言。

六、广告宣传

_月_日报纸四分之一通栏，设计思路：不能过分强调商品促销，应以服装促销活动为主，将抢衣活动介绍清楚及诱导顾客参与为重中之重_月_日报纸四分之一，以促销为主，重点转为商品促销以及整体活动介绍，并突出__夜场。发放活动传单若干。