

药店活动方案策划 药店促销活动方案(模板9篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

药店活动方案策划篇一

持医保卡消费优惠多多。

利用促销活动传递开通医保的信息，提升企业知名度，维护老顾客，开发新顾客，从而提升销售业绩。

20xx年x月x日——20xx年x月x日

- 1、凭医保卡可免费办会员卡，享受会员权益。
- 2、保健品8.8折(XXX系列□XXX系列)，中药贵细精品8.8折
- 3、持医保卡消费满就送：

持医保卡消费满28元送洗洁精1瓶

持医保卡消费满48元海天酱油一瓶

持医保卡消费满68元送奥妙洗衣粉一包

持医保卡消费满88元送纸巾一条(10小包)

持医保卡消费满128元送小沐浴露1瓶(名牌)

持医保卡消费满198元送纸巾一条(10卷)

持医保卡消费满288元送5kg香米一包

持医保卡消费满498元送4l金龙鱼调和油1瓶

药店活动方案策划篇二

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□xxx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）

药店活动方案策划篇三

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。

药店活动方案策划篇四

主题口号：

- 1、真情回报，购物有礼，大型优惠活动
- 2、专家现场免费义诊，仪器免费检测
- 3、会员奖品大派送

时间：

__月__日——__月__日

地址：

__大药房

内容：

1、所有会员派送礼品，现场兑现积分奖品

1)、采取宣传页告知，电话逐个通知，每个会员均免费发放精美茶杯一个、

2)、会员按前期积分多少兑现场兑奖

3)、现场免费办理会员卡

2、专家现场免费义诊

现场免费为顾客就诊，免费开据医药处方，仪器免费测量心血管，胃肠道，糖尿病，风湿等疾病，顾客可以凭处方购药享受10%的优惠□aa大药房以真情回报顾客对aa大药房的大力支持与关注。

3□aa大药房购药送礼、抽奖大型活动

活动期间，顾客购买商品满8元可获取礼品一份，礼品按购买金额对应提高、购买商品满58元可参加现场抽奖一次，中奖率为100%。（多买多抽）

药店活动方案策划篇五

人和安方大药店开业在即，为吸引消费者来参加开业活动。迅速提高人和安方大药店的知名度,搞旺开业人气。促销活动

是非常关键的，开业仪式的宣传目的是制造轰动效应，在强大的广告支持和强有力的庆典渲染下，让人和安方药店在整个横沥商界有一个强大的外在宣传形象。迅速稳固横沥周边市场主导地位、烘托药店在开业期间的门店人气和营销气氛，提升门店核心竞争力，突显活动效果，加强客情沟通、药企合作及商品走量，并能根据顾客的消费心理来准确把握药店的销售脉搏。通过成功的庆典策划，让人和安方药店“优选良药，疗效有保障。服务大众，价格自然低”渗透到能到达的商圈和能影响到的范围。

1、提高开业期间的销售业绩。

2、从而为发展连锁做好铺垫。

1、策划吸引消费者的活动，让开业时，人和安方大药房就充满人气。

2、提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

3、设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

4、品牌效应一举成功。

5、制造真正的轰动效应。

6、一流的庆典仪式、重磅演艺界人物助兴。

7、让横沥老百姓充分认识人和安方药店崛起并留下美好的一页。

8、成为众人关注的重点。

活动成功的前提是内容要有吸引力，包括打折、免费赠送、

专家义诊、购药大抽奖等，都是吸引目标人群必不可少的手段。

人和安方、开业促销、进店有礼

x月x日—x月x日

人和安方门口

活动范围：全场（不含处方药）

营销立意：制作16开翻页精美快讯一期（80000份）。快讯商品数量：100种，针对人和安方药店新品类、新定位、价格、服务无可比拟的优势，运用人和安方药店和老百姓色调的方式和色彩，加强开业的渲染。

要求：

a□4月x日商品快讯到位

b□载上促销信息

c□做好sp促销宣传d□截角：（开业8天印花换购）

活动内容：

24日：活动主题：开业狂欢开业前5000名顾客凭电脑#4@p及印花领取礼品一份

25日：活动主题：人和安方有礼

活动方式：凭本印花及广告截角领取开瓶器一个，赠品发放处：赠品发放处

26日：活动主题：开业低价送惊喜

活动方式：购物50元，凭购物单及印花送钥匙包一个，赠品
发放处：赠品发放处

27日：活动主题：一切为了老百姓

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送钥匙包一个，赠
品发放处：赠品发放处

28日：活动主题：天天送

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送多乐杯一个，赠
品发放处：赠品发放处

29日：活动主题：人和安方文化节

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送棒球帽一件，赠
品发放处：赠品发放处

30日：活动主题：人和安方开幕；许愿成真

活动方式：购物60元，凭本印花及购物单送钥匙包一个，赠
品发放处：赠品发放处

开业缤纷

2—2—1万众齐欢喜，免费大派送，活动范围：整个商场（包
括超市）

营销立意：开业当天，凡光临人和安方药店前5000名的顾客
均可获得精美礼品一份，5000份精美礼物送完为止。礼物为
人和安方药店广告宣传精美礼品派发礼品要求在4月24日全部
到位。（形象广告）（负责人：）2—2—2欢喜连连，喜上加
喜，购物更有礼，活动范围：全商场。

营销立意：开业当天，凡在人和安方药店一次性购物100元以上的顾客，均可获得精美咖啡杯一个；一次性购物200元以上的顾客，均可获得精美礼品一份；一次性购物250元以上的顾客，均可获得电吹风一件。促销礼品要求在4月23日全部到位。

5月1日——4日：开幕双重喜，大奖奉送老百姓

奖品内容：设特等奖、一、二、三、开业奖

a□特等奖：3000元左右的空调器一台（共3台）

b□一等奖：29寸彩电一台，价值1900元（共5台）

c□二等奖：洗衣机一台，价值800元（共6台）

d□三等奖：微波炉一台。，价值300元（共10名）

开业奖费用□dm80000份x1□3=11□4000元

a□礼品：80000元：，价值50元奖品一件，（共150名）

2—3第一浪五一好礼展（负责人：）

活动范围：保健品区

营销立意□20xx开业新品展示、购物赠礼

营销立意：主导消费市场，用低价打造过节送礼送健康世界，保健品联动促销，要全力打造保健品市场。

2-3-3实惠馆：每天推出10个特低价商品，活动范围□otc□保健品、低糖食品

我们知道，促销的实质是送，促销活动是送礼，但在送礼

的“符号”——名目上，一定得符合目标消费者的接受心理。说到底，促销活动的实质就是万变不离其“送”。大家都在送，看谁送得好，送得妙！近年来，工商部门对促销活动的限制很严。而且，要送到老百姓满意程度，企业往往承担不起。怎么化“有限”的“送”为“无限”的吸引力？我觉得这次促销活动应该这样着手：

宣传：广告除了说明活动以外，着重树立企业形象心健大药房为社会福利事业真诚奉献，把幸运无私地送给消费者。两节活动期间，在心健大药房中心店通知媒介进行现场报道，大张旗鼓地炒作。

益处：不仅能花费最少的钱买到最好的产品，而且能免费获得消费券，定会吸引力大增，换来的是快速促销的实绩和良好的形象。

问题：促销广告往往不被消费者关注，其实并不是促销不具备吸引力的问题，而是由于促销广告本身缺乏说服力和吸引力，没有将促销活动的核心利益点表达清楚。故而，促销广告也需要进行精心的设计和创意，关键不在于说什么，而在于怎么说。策略中，常用的主要有四种，即降价和打折、买赠、派送、有奖促销。在具体的操作比较上，降价和打折所涉及到的具体的活动支出费用最少，对一些价格敏感的消费群体的影响力也最大，价格的下调极易对品牌造成伤害，品牌产品所集聚的目标群体会因品牌的贬值而流失，另外，消费者是买涨不买跌，价格一旦下调，将很难回复，强行上调，只会是失信于顾客，让顾客对品牌产品心灰意冷。与之相对应的是派送，产品派送可以在短时间内让精选的目标人群看到自己的品牌和产品，并且由于获取的低成本甚至是无成本，也非常容易引动获取者的尝试性消费，这种效果是很多促销方式费尽万般心思也望尘莫及的。而买赠和有奖促销，无论在促销成本和目标达成效应上都处于居中水平，这就难怪很多的操作者在实际的促销过程中，争捧这两种促销方式了。不过，就时间绵延的角度来考虑，有奖促销耗时会长一些，

如果操作者不想让自己的这次促销活动拖泥带水的影响后续的市场操作，买赠促销势必就成为了选择的首要。

策略：一般说来，消费者接受商品信息的模式为：注意——兴趣——欲望——行动——满足。注意、兴趣、欲望都是在消费者头脑市场中的活动，加上目前的消费者越来越试图在商品大潮中寻求各自爱好、趣味和审美价值的落脚点，故而怎么能够将比较繁琐枯燥的促销信息转化为消费者的兴奋点，就非常重要。

通过促销活动，吸引大量目标消费者，形成参与和购买热潮，传播产品和服务理念，形成口碑传播。活动前后配合新闻炒作和广告，将产品信息发布出去，以达到迅速占领市场的目的。

前期广告宣传策略（宣传方式）：

a□墙体巨幅广告（大药房外）：

打造理想社区、理想药店，人和安方药店4月25日全新开业。

b□宣传单广告

一分以介绍门店为主（员工发放），另一份以特价品种和促销内容为主（夹报发送）。

c□人体广告宣传

1、宣传点选择人群多的地方，比如门店前路口、每个红绿灯路口2人举广告牌宣传。

2、选择人流量大的时候，比如早上上班、晚上下班高峰期。

3、要有10人以上举广告牌宣传游店周边，才有气势，才有宣

传效果。

4、制作7面活动旗帜（要求大点，活动时用竹子安装好绑在自行车上让员工所有门店附近街道骑行宣传）

d□短信群发：迅速及时到位

e□流动宣传车：循环巡游横沥范围

a□活动物料提前一周准备，部分物料提前1天准备，活动礼品必须活动前一天到位，部分可以当天上午活动开始时到位。

b□人员安排

（1）安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡或绶带，便于识别和引导服务。

（2）现场要有秩序维持人员（安排保安协助）。

（3）现场咨询人员、销售人员既要分工明确又要相互配合。

（4）应急人员（一般有领导担任，如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理）。

（5）公关联络（提前到工商、城管等部门办理必要的审批手续）。

c□现场执行要点

1、工作人员第一个到达现场，各就各位。

2、宣传人员派发宣传单，介绍活动和产品，引导顾客至销售台。

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应。

4、销售人员准备销售事项，介绍销售产品。5、赠品在规定时间内发放不宜太早太晚，发放时登记个人资料、签字。

6、主持人宣布活动结束，现场暂时保留至可能时间。

7、现场销售台继续销售。

8、现场清理，保留可循环物品以备后用。

d□印制活动dm单（宣传单）10000份。在活动前3天进行药店商圈发放。（发放要求：必须有效发放，到社区每家每户发放dm单并告知活动时间地点内容。）

e□活动的前一天晚上进行门店布置，包括房顶吊旗或pop□气球、礼品区礼品摆放、玻璃橱窗活动pop海报张贴、店员熟悉活动的内容和操作流程等。

f□活动当天8：00之前工作人员全部到位，并分工明细，义诊台、促销台、咨询台、赠品（消费券）发放台、销售台等搭建起来，把活动氛围营造起来。

g□活动不间断宣传，可以用喇叭录制活动内容不停的播放，工作人员在门店附近马路上发放dm单并告知活动内容地点。

h□进店顾客营业员对顾客说明此次活动，如果购买产品总金额离更高一礼品相差不多时告诉有没有其他需要的在买点就可以拿到什么礼品等等。

i□活动统计和评估，评估活动效果及得失是十分重要的一环。只有不断的总结，才能避免以后的活动中少走弯路。

XXX

a□活动期间知名医生免费义诊。

b□刊发可提高参与热情和人数的信息，例：活动在9：30开始，请不要太早排队。

c□注意要在广告边角上加上“活动解释权归××公司所有”内容，以避免惹一些不必要的麻烦。

药店活动方案策划篇六

各位指导，同志们，女士们，先生们，朋友们大家好！

在济南，在一十一月，在这层林尽染，金风送爽的时节；

在泉城，在一十一月，在这片炽热热诚，多情的热土！

今天，我们意气风发，每一张笑脸都象春天的彩霞；

今天，我们喜气盈盈，每一面旗帜都伸展着节日的快乐。

不管你是远来的贵客，还是泉城的嘉宾；

不管你是尊贵的合资同伴，还是坦诚的泉城主人，我们的心情都是同样的冲动。

我们怀着展鸿图，筚路破烂共创伟业的雄心聚在此；

我们带着讲诚信，打造名牌同闯市场的信心聚在此。

我们相聚在此是为了今日的. 庆典

我们今天为***公司开工建立举行盛大而热烈的庆典；

这项高科技绿色产品的开工建立是一项史无前例的好项目,好工程,市场前景非常宽广,对推进地域经济,安顿职工就业,维护社会的稳定都将起到相当重要的做用.

对这项高科技产品的开发与消费,我们协作三方将以科技为先导,在机制创新,管理创新,产品创新,市场创新上下大功夫,做大文章.

在此,我们为北京天佑高科技植物***有限公司,的开工建立表示衷心的恭喜和良好的祝福!

参与今天庆典的投资商和佳宾有:

美国谭氏公司驻中国首度代表,北京天佑高科技***公司董事长____***先生

北京前导技术有限公司总经理,清华大学教授__***先生

药店活动方案策划篇七

“五一劳动节 关爱健康、珍视生命、安全用药、绿色降压”

——高血压患者的福音

随着气温的回升之,也是心脑血管疾病的高发期,值此五一国际劳动节到来之际,借此我社区服务站针对广大高血压患者人群,于本月日至日为期三天开展“关爱健康、安全用药,免费诊疗”活动!

具体活动内容如下:

- 1、现场免费咨询关于高血压疾病的预防、用药、饮食、睡眠、治疗等知识!

2、义务为您测量血压，指导安全用药！

3、活动期间(3天)凡是患高血压患者，（经检测或持相关诊断证明）我诊所

将免费赠送价值10.5元高血压用药。（每天50人次）

4、注□a□所赠送药品为国家二类新药，国家医保产品格平（厄贝沙坦片），是目前全国各医疗一线首选用药，通过临床实验，是目前副作用最小的降压药！

b□格平（厄贝沙坦片）独有的三步降压过程：

第一步：平稳降压，改善症状（头痛、头晕、乏力、失眠健忘等症状）

第二步：全面保护靶器官，修复受损脏器，平稳降压的过程中保护心、脑、肾；

第三步：恢复人体血压双向调节功能，创造健康血压环境，有效避免了传统降压药的副作用，平稳控压，保持正常值。

c□药品由2005年度国家工商总局唯一授予“国家驰名商标”并被广大患者

誉为良心药、放心药、管用的药的中国知名企业修正药业提供！

5、活动期间为赢得您的美誉提升信誉还为您准备了如下惊喜可以参与

如在我处购10盒格平（厄贝沙坦片），就可以获赠如下礼品中的一份，由您亲自现场抽取敬请理解！（礼品共计30份，抽完即止、敬请谅解！）

礼品一：国际品牌牛奶润肤被请抽取标志：良心药。

礼品二：鱼跃牌血压计加听诊器一套请抽取标志：放心药

礼品三：苏果调和油一桶[5 L]请抽取标志：管用的药。

活动地点：咨询电话：

活动时间：2011年月日至2011年月日

药店活动方案策划篇八

一：活动背景

“五一”劳动节是我们中国广大老百姓传统节日这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福希望我们的劳动人民健康、快乐51药店活动方案今天“劳动”的概念已经得到很大延伸和创新更多体现我们劳动人民的智慧和勤奋同时也衬托拥有健康才能更好享受智慧的成果在这样一个具有深刻意义的节日中脉蜂灵更渴望表达她的报答之情！彰显我们品牌的价值！

二：活动主题

触摸“五一”体验“中脉蜂灵”

四：活动时间和地点 4月25日——一年5月15日

各药房及专卖店

五：活动产品

主推产品：中脉蜂灵三个规格（96粒、192粒、400粒）

辅推产品：48粒

六：活动规划（一）：活动内容

4. 活动的最终解释权归中脉集团皖南分公司

（二）：活动形式

（三）：奖项设计

（四）：补充说明

2. 本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条

七：活动终端要求

（1） 现有产品结构比较合理特别要有足够的礼盒陈列

（2） 此店在活动期间要有堆头展示同时能配备导购小姐至少保证一天一名

（3） 此店要有足够的人流量我们的产品在里面要有一定销售基础

（4） 需要有良好的客情关系能配合本次活动的有效执行

（1） 在店门口要有活动的告知（比如海报或kt板展示活动内容或易拉宝告知活动内容）

（2） 在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放

八：控制点 1. 产品进场 2. 促销员进场、培训 3. 堆头的落实

药店活动方案策划篇九

“杏康”大药房开业在即，为吸引消费者来参加开业活动。迅速提高“杏康”大药房的知名度,搞旺开业人气。策划方案如下:

策划目的:

提高开业期间的销售业绩。

从而为发展连锁作好铺垫。

策划思路:

策划吸引消费者的活动，让开业时，杏康大药房就充满人气。提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

策划方案:

提炼诉求（宣传）卖点:

首家社区理想药店

打造社区理想药店

价格低、服务好、质量过硬

足不出户也可以享受到真正的实惠

2、设计促销方案:

方案1：开业演出及开业仪式

——利用演出来吸引消费者

——全天演出

方案2：向消费者告示“打造社区理想药店”

——突出“理想”也就是价格、服务

——用报纸向社会公告

——用巨幅向社会公告

——在进门处，向消费者告示（或用吊旗告示）造成价格低的强烈感觉

方案3：开业有礼，红包多多

——以2元的代金券设计成红包的形式

——开业期间，见人发一张

——目的是引诱消费者产生购买行为

方案4：每天推出特价药×款

——可以长期推行

——要推销售额大的，影响才会大

方案6：累计购药达×××元，赠礼

——赠送实用的生活用品或者药品

——开业一个月后，可考虑送其它低价高质的产品

方案7：每天限时开展5折销售活动（与药店、医院比）——
开业1个月后推行

——与市场价比的5折

3、设计促销活动：

方案1：人体广告宣传

——宣传点选择人群多的地方，比如门店前路口、曙光路一
线、——选择人流量大的时候，比如早晨上班、晚上下班的高
峰期，——要有10人以上才有气势，才有宣传效果，方案2：
每天一台戏（连续10天）

——开支控制在平均每天500—1000元以内

——以炒热场地为目的——找文艺老师来合作操作（青少年
宫的老师）

——内容包括唱歌、跳舞、器乐、体育、绘画、时装、小品
等新闻炒作：（建议暂不执行，放在南郊公园店）

五、广告宣传：

宣传卖点：

“首家社区理想药店落户