

最新药品促销活动方案(通用5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

药品促销活动方案篇一

一、为什么要进行促销活动：

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.

二、四到位

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

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品.

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.

宣传到位

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。

培训到位

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。

三、三个统一

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。

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。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。

药品促销活动方案篇二

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。

氛围到位

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。

宣传到位

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。

培训到位

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。

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。

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。

药品促销活动方案篇三

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11月1日--20xx年11月5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(汤臣倍健系列. 惠世康系列)，中药贵细精品8.8折
3. 持医保卡消费满就送：

送4L金龙鱼调和油1瓶

4. 惊爆超低价：龟苓膏10元/6盒，抗病毒口服液16.5元/盒，王老吉凉茶12元/包，太极玄麦柑桔颗粒11.8元/包，阿胶液体42元/盒，修正益气养血口服液35元/盒，999润通茶25.8元/盒，701跌打镇痛膏3.9元/盒(大参林会员价4元/盒)□25mg倍他乐克5.5元/盒，北京降压0号6元/盒，复方丹参滴丸(150粒)19.9元/盒，拜新同33.5元/盒。

药品促销活动方案篇四

甜蜜情人节，甜蜜蛋黄派

二、活动门店

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

三、活动时间

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)

四、主要目标客户群

春节后返回工作岗位的青年务工者。

五、活动目的

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。

六、活动形式

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：全场避孕套(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性药品(处方药除外)，每购满50元，送5元无使用限制现金券。

七、活动组织和宣传工作

- 1、活动宣传以海报宣传为主，不进行dm单宣传。海报设计由尚锋在2月7日前完成。
- 2、自2月8日起，所有有电子显示屏的门店均将广告语改成“甜蜜情人节、甜蜜蛋黄派，购满158元送800g装福马蛋黄派1提，可购买无使用限制现金券活动时间：自（根据各自门店情况填写开始时间）至2月14日”
- 3、活动开始前，新设立5元现金券编码，销售金额为5元，成本为5元。由商品部负责督促采购部完成此项工作，并在活动前将编码告知门店。同时，要逐一告知门店，必须在此次活动发放的现金券中注明：情人节发放。使用截止时间为20xx年3月31日。
- 4、重点门店需要按照春节促销的规格，进行温馨陈列。陈列及检查工作自2月9日开始进行。
- 5、现金券的发放工作要求在2月8日各门店以电子版形式将发放、剩余数额统计表传回总部王后，由王根据预估情况重新调拨解决。本次现金券全部使用最新版的5元现金券，其他现金券未使用完毕的全部收回总部保管，不得用于本次活动。
- 6、蛋黄派的调拨分配要求在2月8日由王根据系统数据进行调剂解决。
- 7、叫货工作由各门店自行进行。本次活动结束前，重点门店可暂时不进行春节备货的退回工作。
- 8、各门店在蛋黄派使用完毕后，可以用提子饼干作为替换。
- 9、门管部负责保持与快递公司的联系，并根据活动开展情况购买明信片。

药品促销活动方案篇五

现代生活节奏加快,精神紧张,压力大,加方过量饮酒、吸烟、空调、长期缺乏户外运动等因素,使得人们的免疫功能紊乱,抵抗力降低,免疫功能是人体重要的生理功能,免疫功能失调就会造成体质虚弱,抵抗疾病能力下降,于是,有的人会反复得感冒、头疼、咳嗽,现在的环境比较恶劣时而有流感传染疾病,而免疫力较差者更容易感染,可见这种纯天然中草药感冒胶囊市场前景广阔。而感冒药大部分都有一副作用,如过敏之类,不仅给人的身体带来伤害,并且是治标不治本,只是传染的机率降到最低。

独特的产品优势及良好的市场前景,使得制造感冒药的商家云集,竞争也日趋激烈、但目前市场上已有纯天然中草药感冒药强势品牌,例如:999感冒颗粒等。因此连花清瘟胶囊还需要解决以下几个问题:

- 1、品牌知名度不够
- 2、产品定价不合理
- 3、包装设计无特色
- 4、营销渠道不畅通

连花清瘟胶囊作为中成药尚存在一些不明确的禁忌及副作用。

1、药品品种方案,是药品营销中的一个重要内容,药品应是个整体概念,同时要树立起药品大质量的观念,把好连花清瘟胶囊的质量关。

2、药品的定价方案,药品价格目前是十分敏感的问题,平价大药房的冲击药品的定价方案尤其重要,在新的环境下,连花清瘟胶囊应该更加充分考虑自己产品的定价,使价格更加

亲民。

3、药品分销渠道方案，国内制药企业长期的营销模式，使医药企业形成了很大的渠道依赖，以岭药业需要建立起稳定的医药分销渠道，为连花清瘟胶囊进一步开拓民营药店的分销渠道。

4、药品促销方案，随着国家新的医药政策的出台，连花清瘟胶囊在新的形式必须引入健康的促销模式，新的营销机制。

1) 要放弃以前那种对医生的诸如辛苦费，广告费，促销费，处方费等模式，坚持顾客服务导向，加速产品的研发和品牌培育，重新整合销售渠道。

2) 可以通过学术推广会来促销，学术推广销售，主要指在医药销售过程中，以学术宣传和学术活动来推动销售。

3) 广告拉动抢滩otc市场，从几年otc市场的增长速度来看otc市场占半壁江山，otc市场是未来竞争的主要战场之一，而这一市场的营销与医院销售差别较大，更多地体现出医药营销的共性，以超大规模品牌广告投入来拉动医药消费。

4) 可开展数字化营销，用电子商务提速连花清瘟胶囊的线上销售，同时可以节省开支却生产出更大的效益，利用在线调查可以收集到客户的偏爱和购买方式，还能更好地为他们服务，从而体现个性化营销时代的特征。

随着消费者的水平的不同，也可以将药品的消费者分为不同的等级，比如普通消费者、高级消费者、vip消费者。

现代社会中儿童与老人的免疫力普遍都很低，而年轻人患有炎症的机率比较高，所以将目标市场选为儿童、老人以及患有炎症的顾客群体。促进销售，为了提高市场占有率及品牌的知名度，树立行业强劲品牌。想要提高市场占有率及品牌

知名度须做到以下两点：

1、形成以成本为基础的市场竞争优势首先加强自己企业内部的管理，管理不仅可以出效益而且可以提高效率降低成本，管理的内容如生产管理，人事，营销，财务等，关键要针对企业本身情况采取适合企业自身的管理模式才能真正出效益，才能降低运营成本。其次，加大研发投入，研发一些在临床上有特殊疗效的药品，申请专利，利用它的不可替代性，取得相对较高利润，把利润再用于扩大大于别的厂家同质量的品种的整体规模，从而进一步降低运营成本，提高整个企业在市场上的竞争优势。

2、形成以无形资源为基础的竞争优势

能力，以提高专业推广人员的业务水平，无形中也树立了企业的品牌知名度。第三，要树立整体的营销观念，企业须切实树立起为患者解除疾病痛苦的根本经营观念，从最终客户开始而不是生产过程开始策略，只有有一个好的营销策略才能树立起自己的良好的形象品牌。

1、产品的主要功能

连花清瘟胶囊是一种具有良好的抗炎, 抗病毒, 提高机体免疫的功效, 可以治疗因上火或着凉引起的感冒, 无副作用, 可以使病情的传染率达到更低。

2、该产品与同类产品相比具有明显的优势

(1)、稳定性高, 过敏反应的发生率底;

(2)、具有提高机体免疫作用。

2、强调具有提高机体免疫作用3、通过包装提高产品的吸引力, 包装的吸引力也是非常大的, 也是提高销量的方法之一。

- 1、成本导向定价：根据产品成本来合理定价。
- 2、竞争导向：根据竞争产品的价位的特点来定该产品的价格。