

# 2023年小区促销方案 小区促销活动方案(汇总5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 小区促销方案篇一

为提高营销活动的效率，扩大宣传力度，经公司研究决定：跟县城福乐多超市和合力超市合作联合促销，方案内容如下：

1. 凡在福乐多超市，合力超市一次购物满100元的用户，凭电脑小票办理包壹年的宽带用户可直接抵现金50元，凡在福乐多.合力超市一次购物满200元的用户，凭电脑小票办理包两年的宽带用户可直接抵现金100元。
2. 活动时间：6月18日—7月18日，为期一个月。
3. 印制相应的广告单页10000份，相应的横幅50条。
4. 每天安排2组促销人员进驻福乐多.合力超市出入口现场宣传促销，每天安排2组人员发放宣传单页，确保每个小区宣传到位。

## 小区促销方案篇二

晶弘电器有限公司成立于20\_\_年11月，是一家现代化的专业冰箱制造企业，是国内专业从事冰箱研发、制造和销售的制冷家电企业之一。由于起步晚跟海尔、美菱等都有一定差距，开展这次活动不仅是为了提升销量，更是为了提升品牌认知

度及美誉度。

## 二、活动对象

小区活动主要针对小区内部，把小区做深做透，让每一个家庭都了解晶弘的小区活动，扩大品牌影响力。

## 三、活动主题

主题：大学生创业暨晶弘冰箱进小区活动

大学生作为弱势群体，理应得到社会的关注，企业更应给予帮助和支持。晶弘冰箱作为一个企业，希望给大学生一个平台，来展现自己的实力，培养自己的能力。因此晶弘冰箱与\_\_财贸职业学院合作，给予在校学生锻炼的机会，开展晶弘冰箱进小区活动。

## 四、活动方式

1、这次活动所有物资经费均由晶弘冰箱提供，活动促销人员为\_\_财贸学院在校大学生。活动收益为晶弘冰箱所有，晶弘冰箱为促销大学生发放工资。

2、此次活动展示各款冰箱不仅比市场价优惠500元，而且可以依旧换新，部分机型享受家电下乡补助以及国家能耗补助。

## 五、活动时间和地点

此次促销活动时间为九月到十月，每周三、四发传单，进行宣传攻势，周五、六、日进行现场活动。地点为\_\_各大小区，小区家庭满足2000~3000户，入住率百分之七十以上。

## 六、广告配合方式

广告以宣传单页为主，单页的发放要有针对性，每一栋楼必

须发，通过塞门缝的方式发放。在小区显眼区域横挂横幅，在小区进行长期宣传。活动现场促销人员的热情介绍，以及产品的展示来扩大活动影响力。

## 七、前期准备

1、人员安排：每一个小区三名人员，两名男生，一名女生。周三、四进行宣传攻势，发放单页。周五、六、日活动期间，男生要负责帐篷的搭建，展览样机的搬运，活动现场的维护，女生要做好与目标人群的沟通、交流。

2、物资准备：每个小区帐篷两项，地台八个，样机八台，赠品若干，单页若干，横幅一副，价格贴若干，记号笔一直，记录本一个，水笔一支。

3、试验方案：这次活动有格力电风扇进社区为参考资料，人员选取均为以前活动的参与者。

## 八、中期操作

每一个促销点选一人为组长，负责销量登记以及缺少物品登记，并每日向业务经理汇报，进行补充，货款由女生管理。

确保活动现场必须有人员留守，中午吃饭三人轮流，保护好样机。

活动现场必须保持好卫生，活动物品摆放整洁。

业务经理时常到各个促销点指导工作。

## 九、后期延续

在活动后期做好宣传工作，以“大学生创业暨晶弘冰箱进社区”为主题，提升品牌知名度、美誉度。

## 十、费用预算

人员工资：每人每天50元

物业费用：100每天

备用资金：200元

每次活动以三天为一次，费用为2270元(一个促销点)

## 十一、意外防范

提前跟小区物业沟通好，以保证活动的有序进行。如有特殊情况，应及时与业务经理取得联系。

提前关注天气变化情况，保证活动当天不会受天气变化的影响。

若现场出现库存不足的迹象，要及时与业务经理联系，保证供货。

## 十二、效果预估和活动总结

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

当然以上十二部分只是促销活动方案的一个大体框架，在操作时还需根据实际情况加以充实和完善，另外负责人还应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，这样才能实现最佳效益。

## 小区促销方案篇三

随着建材营销的逐渐成熟,小区推广对于经销商来说已经并不陌生,但是如何提高小区推广的效果,在小区推广上嫁接促销活动,提升品牌在促销活动中的销量,为小区促销制定方案,下面是小编整理的小区促销策划方案,欢迎阅读。

- 1, 活动目的: 提升产品的认知度, 及增加销量和客户进店率。
- 2, 互动对象: 在和馨园买房的业主们。
- 3, 活动主题: 九仟家恭祝和馨园建成交房大吉, 现场促销为业主提供方便“实惠到家”
- 4, 活动方式: 九仟家饰业在和馨园现场促销。
- 5, 活动时间: 6.10-6.25
- 6, 活动地点: 和馨园小区。
- 7, 广告方式:
  - (1)前期宣传在活动举办前业务员及员工进小区散发传单, 及产品折页。
  - (2)横幅放置在小区显眼位置悬挂。
  - (3)活动当天在活动现场放置pop展板等。
  - (4)6月1号前做好楼层号广告牌的张贴工作。
- 8, 前期准备:
  - (1)人员的配备: 不少于3人如活动中另需人手应及时配备。

(3) 礼品正准备，钥匙扣、茶杯、太阳伞等。

## 9，人员要求：

(1) 衣着大方得体、配胸卡。

(2) 谈吐大方，举止得体、不得喧闹、时刻谨记代表公司形象。

(3) 对客户要耐心、突出产品及活动的卖点。

(4) 不得和客户争论、要热情主动。

(5) 对客户的抱怨认真处理。

## 10，小区促销的相关工作：

(1) 做好客户的登记工作(姓名电话、单元、楼层)

(2) 礼品及宣传单的发放。

(3) 做好现场活动总计分析、把订单的客户资料妥善保管。

## 11，注意事项：

(1) 不得诋毁同行，用产品事实说话。

(2) 不得与客户发生争吵，客户的意见要仔细听取。

(3) 要自信，让客明白我们公司实力。

(4) 保持环境的卫生和整洁。

(5) 维持现场秩序，按先后顺序招待客户。

(6) 离场时做好物品的清理工作、对物业的相关人员进行感谢。

## 红酒“优选”小区促销方案

1. 产品定位为中高端产品
2. 以健康美容与口感独特为差别优势
3. 以中高消费人群为目标消费群体

1. 在小区内宣传推广，派发传单与小礼物(纸巾)

2. 免费试饮

3. 活动期间购买红酒享受8.8折优惠，买一瓶可赠送价值20元的现金券(单瓶单张使用)多买多送。

1. 人员安排(促销台前2-3位，周围宣传拉顾客2-3位)

2. 物品准备：

宣传展示:宣传海报，桌子，凳子

加强效果：电脑+音响(提前选好音乐)小蜜蜂

促销使用：客户信息登记表(姓名，联系方式，工作单位/职位,备注)笔(多支备用)试饮杯，单页，优惠券，小礼物(纸巾)

选择人流较多的点设立促销台，台上放置试饮的红酒，促销台侧前方放置海报，同时播放音乐，吸引顾客的注意力。

促销员就位，促销台前一位促销员念宣传语，宣传活动细则；另外一位促销员负责倒葡萄酒进行试饮。促销台附近，在一些人口流量较大的路段安排促销人员，向周围的潜在顾客派发传单，介绍公司促销的红酒，拉顾客试饮，试饮过程中，促销员询问顾客酒的口感，是否喜欢，是否有意向购买,邀请

顾客填写客户资料。

1. 宣传语：感受生活，品味时尚，法国原瓶进口奥登堡红酒促销活动正在进行中，旗下产品优选现特价8.8折；免费试饮，还有现金券赠送，心动不如行动。（口感独特，余味悠长，奥登堡酒庄。。。给您一个高品质的生活。）

2. 派发传单时：您好，打扰一下可以吗？我是奥登堡酒庄的工作人员，主要销售法国原瓶进口的葡萄酒，这是一和小纸巾免费送给您；现在我们酒庄正在做一个宣传促销的活动，那边有试饮，（用手指引）您可以去品尝一下，免费的，买不买都没有关系，随我来这边吧！（如果有意愿则带到促销台）

3. 试饮时（也可以根据具体情况自己更改一下，但一定要体现8.8折与现金券，还有酒庄的大概位置）：您好，这是我们奥登堡酒庄的红酒—（名叫）优选，您可以先试饮一下，[慢慢品尝]（现在我们这款酒正在做宣传和促销，可以享受8.8折的优惠，而且购买还可以赠送您一张现金券）。您觉得口感怎么样呢？觉得好的话可以带几瓶回去。您方便在这边登记一下吗？因为我们酒庄打算在七夕情人节的时候举办一个红酒品鉴会，到时候我们会在名单中随机抽取几位顾客，到时候会联系你们。

## 六、效果评估方式

- 1、消费者对活动的参与和兴趣以及对奥登堡酒庄的认知程度。
- 2、短期酒庄销量的增长情况。

## 小区促销方案篇四

1. 产品定位为中高端产品

2. 以健康美容与口感独特为差别优势

3. 以中高消费人群为目标消费群体

## 二、活动方式与亮点

1. 在小区内宣传推广，派发传单与小礼物(纸巾)

2. 免费试饮

3. 活动期间购买红酒享受8.8折优惠，买一瓶可赠送价值20元的现金券(单瓶单张使用)多买多送。

## 三、前期准备

1. 人员安排(促销台前2-3位，周围宣传拉顾客2-3位)

2. 物品准备：

宣传展示:宣传海报，桌子，凳子

加强效果：电脑+音响(提前选好音乐)小蜜蜂

促销使用：客户信息登记表(姓名，联系方式，工作单位/职位,备注)笔(多支备用)试饮杯，单页，优惠券，小礼物(纸巾)

## 四、活动策略

选择人流较多的点设立促销台，台上放置试饮的红酒，促销台侧前方放置海报，同时播放音乐，吸引顾客的注意力。

促销员就位，促销台前一位促销员念宣传语，宣传活动细则；另外一位促销员负责倒葡萄酒进行试饮。促销台附近，在一些人口流量较大的路段安排促销人员，向周围的潜在顾客派

发传单，介绍公司促销的红酒，拉顾客试饮，试饮过程中，促销员询问顾客酒的口感，是否喜欢，是否有意向购买，邀请顾客填写客户资料。

## 五、促销话语

1. 宣传语：感受生活，品味时尚，法国原瓶进口奥登堡红酒促销活动正在进行中，旗下产品优选现特价8.8折；免费试饮，还有现金券赠送，心动不如行动。（口感独特，余味悠长，奥登堡酒庄。。。给您一个高品质的生活。）

2. 派发传单时：您好，打扰一下可以吗？我是奥登堡酒庄的工作人员，主要销售法国原瓶进口的葡萄酒，这是一和小纸巾免费送给您；现在我们酒庄正在做一个宣传促销的活动，那边有试饮，（用手指引）您可以去品尝一下，免费的，买不买都没有关系，随我来这边吧！（如果有意愿则带到促销台）

3. 试饮时（也可以根据具体情况自己更改一下，但一定要体现8.8折与现金券，还有酒庄的大概位置）：您好，这是我们奥登堡酒庄的红酒—（名叫）优选，您可以先试饮一下，[慢慢品尝]（现在我们这款酒正在做宣传和促销，可以享受8.8折的优惠，而且购买还可以赠送您一张现金券）。您觉得口感怎么样呢？觉得好的话可以带几瓶回去。您方便在这边登记一下吗？因为我们酒庄打算在七夕情人节的时候举办一个红酒品鉴会，到时候我们会在名单中随机抽取几位顾客，到时候会联系你们。

## 六、效果评估方式

- 1、消费者对活动的参与和兴趣以及对奥登堡酒庄的认知程度。
- 2、短期酒庄销量的增长情况。

# 小区促销方案篇五

## 一、活动目的

晶弘电器有限公司成立于20xx年11月，是一家现代化的专业冰箱制造企业，是国内专业从事冰箱研发、制造和销售的制冷家电企业之一。由于起步晚跟海尔、美菱等都有一定差距，开展这次活动不仅是为了提升销量，更是为了提升品牌认知度及美誉度。

## 二、活动对象

小区活动主要针对小区内部，把小区做深做透，让每一个家庭都了解晶弘的小区活动，扩大品牌影响力。

## 三、活动主题

主题：大学生创业暨晶弘冰箱进小区活动

大学生作为弱势群体，理应得到社会的关注，企业更应给予帮助和支持。晶弘冰箱作为一个企业，希望给大学生一个平台，来展现自己的实力，培养自己的能力。因此晶弘冰箱与财贸职业学院合作，给予在校学生锻炼的机会，开展晶弘冰箱进小区活动。

## 四、活动方式

1、这次活动所有物资经费均由晶弘冰箱提供，活动促销人员为财贸学院在校大学生。活动收益为晶弘冰箱所有，晶弘冰箱为促销大学生发放工资。

2、此次活动展示各款冰箱不仅比市场价优惠500元，而且可以依旧换新，部分机型享受家电下乡补助以及国家能耗补助。

## 五、活动时间和地点

此次促销活动时间为九月到十月，每周三、四发传单，进行宣传攻势，周五、六、日进行现场活动。地点为各大小区，小区家庭满足20xx~3000户，入住率百分之七十以上。

## 六、广告配合方式

广告以宣传单页为主，单页的发放要有针对性，每一栋楼必须发，通过塞门缝的方式发放。在小区显眼区域横挂横幅，在小区进行长期宣传。活动现场促销人员的热情介绍，以及产品的展示来扩大活动影响力。

## 七、前期准备

1、人员安排：每一个小区三名人员，两名男生，一名女生。周三、四进行宣传攻势，发放单页。周五、六、日活动期间，男生要负责帐篷的搭建，展览样机的搬运，活动现场的维护，女生要做好与目标人群的沟通、交流。

2、物资准备：每个小区帐篷两项，地台八个，样机八台，赠品若干，单页若干，横幅一副，价格贴若干，记号笔一直，记录本一个，水笔一支。

3、试验方案：这次活动有格力电风扇进社区为参考资料，人员选取均为以前活动的参与者。

## 八、中期操作

每一个促销点选一人为组长，负责销量登记以及缺少物品登记，并每日向业务经理汇报，进行补充，货款由女生管理。

确保活动现场必须有人员留守，中午吃饭三人轮流，保护好样机。

活动现场必须保持好卫生，活动物品摆放整洁。

业务经理时常到各个促销点指导工作。

## 九、后期延续

在活动后期做好宣传工作，以“大学生创业暨晶弘冰箱进社区”为主题，提升品牌知名度、美誉度。

## 十、费用预算

人员工资：每人每天50元

物业费用：100每天

备用资金：200元

每次活动以三天为一次，费用为2270元(一个促销点)

## 十一、意外防范

提前跟小区物业沟通好，以保证活动的有序进行。如有特殊情况，应及时与业务经理取得联系。

提前关注天气变化情况，保证活动当天不会受天气变化的影响。

若现场出现库存不足的迹象，要及时与业务经理联系，保证供货。

## 十二、效果预估和活动总结

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

当然以上十二部分只是促销活动方案的一个大体框架，在操作时还需根据实际情况加以充实和完善，另外负责人还应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，这样才能实现最佳效益。