

2023年春节酒水促销方案策划 春节酒水 促销活动方案(精选6篇)

任何工作中的不足都可以通过恰当的整改措施来加以改进和完善。接下来，小编为大家整理了一些调研方案的实例，希望能够对大家的调研工作提供一些指导。

春节酒水促销方案策划篇一

酒，在中国千百年来兴衰不一。但总体来说，中国百姓对酒的感受利大于弊，现代人对酒的消费及观念较为明智和成熟。目前白酒正朝着优质、低度、营养的方向转变发展。消费者不再狂饮，而是趋于理智，开始讲求酒的品质，低度酒已占到酒类总销售额的65%以上。在当代城市中传统豪饮者减少，享受者渐多。“喝酒”与“休闲”共享，成为现代人消费新观念。

(一)、消费者购买酒类的地点，正从以往的食品店、杂货店、小货摊转向超市、平价店和专卖店。但不同城市因经济水平的差异，购买地也有所差别。

(二)、竞争对手分析

“华夏的主要竞争对手是五粮液、剑南春、酒鬼、浏阳河、金六福、小糊涂仙系列品牌。从市场分析来看，这些品牌已经得到消费者的认可，知名度较高，因而取得了很好的市场份额。

(三)、消费心理研究。

根据消费心理学的研究，顾客的购买行为可以分为“注意、兴趣、欲望、购买动机、购买行为、消费行为、满足评价”七个阶段。大规模的广告宣传能够短时间引起顾客的注意，

引起顾客的兴趣、购买欲望，激发起购买动机。

1、消费者购买动机

(1)、经常饮用，自己品尝(生活习惯)

(2)、会客、待客饮用

(3)、送礼

(4)、喜庆事饮用需要

(5)、节假日购买饮用。

(6)、开心时、烦恼时饮用

2、消费者性格分析

(1)、炫耀心：地位、财富、名誉、爱情方面，都希望胜人一筹。

(2)、平常心：认定的一种品牌一般不会改变。

(3)、比较理性，注重营养和健康而有所选择。

3、消费习惯

(1)、生活习惯(比较固定)

(2)、广告影响

(3)、听说

4、消费者分类

(1)、大众温饱型，是低价位产品的消费群。

(2)、中档价位流行型

(3)、礼仪型，与价位没有绝对关系，这部分消费者不太固定。

消费者选择白酒普遍受品牌、价格、广告、口味等因素影响较大，酒类广告宣传效果比较明显，是影响人们选购白酒的重要因素。

5、消费者与品牌的关系

“华夏”酒必须以长远的眼光看待品牌与消费者的关系，并采取整合营销传播策略强化这一关系。品牌形象一经确立，坚持品牌的一贯形象与个性，进行持续的投资与强化。把企业的广告、公共关系、新闻宣传、销售促进、包装装璜、新产品开发等进行一体化的整合重组，让消费者从不同的信息渠道都能获得清晰一致的品牌信息。只有这样，“华夏”酒才能长期占领市场，不会只像一阵风，吹过便静。

春节酒水促销方案策划篇二

(一)目标市场：先由沿海到内陆发展，开拓白酒行业的'高，中，低市场。

(二)产品定位：白酒行业的中档产品。

(三)产品线：

1. 宴会喜庆系列；

2. 礼品盒系列；

3. 享受生活系列；

(五) 分销渠道：

1. 公司负责提供专业化的销售队伍，积极帮助经销商建立分销系统，提供订货支持。
2. 公司制定不同时间的市场营销计划。负责媒体联络、立体式的广告投入，让经销商实现销售及吸引消费者购买的营销目标。
3. 公司提供无风险订货机制，在一定期限客户可以自由退货。

(六) 销售队伍的建设：

1. 同意公司下达该区域年度销售目标。
2. 购货量要求，同等条件下，网络能力强、首批购货量多的有优先权。公司对所有经销商执行款到发货方式。入市三个月后，考核经销商的信誉和资金运作能力，可适当给予信用额度、信用期限支持。

(七) 售后服务：如有质量问题，得到公司证实，一律包退换。

(八) 广告：

3. 企业宣传册□pop展板sp海报条幅等宣传用品制作；企业宣传册是企业形象、公司理念、产品介绍的集中表现，有利于传播，更有利于吸引消费者。大量的海报、条幅在促销活动中的运用，能够起到视觉提示、协助促销的目的。强化企业在消费者心中的印象。

4. 采用此媒体组合原因为：

(!)、利用强势媒体电视，效果比较直接。

(2)、报纸类的广告有利于具体说明“华容道”酒产品质量，更有利于深入的诉求，吸引更多的消费者。

(3)、扩大产品与广大消费者的接触率，如此籍由媒体宣传配合的影响，是可以让消费者对产品留下深刻印象，扩大知名度。

(九)促销：

1、春节活动促销方案

(1)、推出一系列文化趣味有奖问答，体现“华容道”酒对文化的重视。

(2)、设立惊喜大奖，凡经常关注“华容道”酒的消费者都有可能获奖。引导消费者了解“华容道”酒，强化品牌形象，深化企业文化内涵。

(3)、礼品包装强调文化品位，通过活动，给消费者留下“华容道”酒是礼品的选择，档次高，文化品位高，从深层次上让消费者认同企业产品。

2、公益活动赞助

为体现文化、知识的价值，促进两个文明建设的战略意义，更为了向华容教育事业的发展奉献爱心，捐款2万元，奖励那些为教育事业而无私奉献的先进教师。(召开新闻发布会，颂扬企业的爱心，加深企业文化内涵)。通过这一系列的活动，展现湖南华容道酒业有限公司为社会奉献爱心的精神，从而达到宣传产品，推广品牌，树立企业形象，深化文化内涵的目的。

春节酒水促销方案策划篇三

1. 华夏酒厂酿造白酒有30多年，经验丰富。
2. 拥有较强的生产技术力量，有生产名优酒的能力。
3. 巨大的空白市场广阔的利润空间

(二) 公司的劣势

1. 华夏酒厂的创新意识薄弱。
2. 生产的产品多为低档产品。
3. 销售网络落后，缺乏市场。
4. 缺乏市场影响力。

(三) 机遇

1. 政府的产业政策支持、国际市场的逐步认可和资本市场的青睐，三者加在一起表明中国白酒产业整体迎来一个发展的黄金时期。因此，白酒企业应该抓住机遇，大胆创新，充分利用政府的支持，相信政府这只手的力量，利用各自的能量来加快发展。所有中国酿酒人应该携起手来，共同给力中国白酒，我们也会获得更好的回报。
2. 作为中国酿酒人中的一员，这些年来，中国白酒产业，尤其是白酒生产企业是非常幸福的，因为白酒产业的骨干企业都得到快速的发展。从去年的统计数据来看，无论是产量、销售收入，还是利税，都创造了新高。

(四) 威胁

1. 中国白酒的快速发展，也引起许多问题，白酒的假冒产品越来越多，给消费者带来了消费恐惧不信赖感。

2. 竞争者越来越多，中国传统白酒行业面对洋酒、葡萄酒的“挑衅”也显得有些“力不从心”。

3. 白酒业未来在于创新和文明推广，面对白酒产能的理性发展，让传统的白酒品牌内涵加进现代的元素与时尚的品味，高端酒的奢侈化如何把握、彰显白酒个性化、系统化发展、信息技术与酒文化的认定，有待于创新和提升。

春节酒水促销方案策划篇四

初步定为买赠形式，分场内和场外，杰出便利店外进行抽奖活动。

(二)活动内容

凡在活动时间内购买qz陈酿精品、珍品、尚品、典藏、君尊系列白酒均有优惠，具体优惠活动如下：

注：此优惠政策适用于场内和场外，场外可适当增加买赠力度。

(三)杰出便利店外促销活动

购买qz陈酿盒装任意产品一瓶或者一瓶以上者均可参加一次现场抽奖活动，中奖率为100%。

(四)奖项设置和控制原则

本次促销活动设一、二、三等奖和参与奖

一等奖：赠qz陈酿典藏1瓶

二等奖：赠qz陈酿精品1瓶

三等奖：赠qz陈酿小红瓶酒1瓶

参与奖：赠打火机1个

春节酒水促销方案策划篇五

一等奖□qz陈酿典藏10瓶

二等奖□qz陈酿精品20瓶

三等奖□qz陈酿小红瓶100瓶

幸运奖：打火机140个

(二)所需费用

果粒橙13件x75元/件=975元

露露10件x58元/件=580元

汇源礼盒40个x38元/个=1520元

八宝粥40提x30元/提=1200元

临促6个x50元/天=300元

海报6张x20元/张=120元

展台6个x200元/个=1200元

气球2袋x5元/袋=10元

茶礼盒20盒(公司有库存)

春节酒水促销方案策划篇六

XXX

广大消费者在节日期间难免会走亲访友，而白酒则是馈赠亲友不可或缺的必备品。由于生活水平的提高，消费者习惯了去商场、超市、便利店采购节日所需礼品。

推动qz陈酿白酒的旺季销售，提升产品在消费者心目中的品牌形象。

20xx年9月1日——20xx年9月15日

惠友超市(军校店、十方店)、杰出便利店(由业务员提报)

(一)活动形式

初步定为买赠形式，分场内和场外，杰出便利店外进行抽奖活动。

(二)活动内容

凡在活动时间内购买qz陈酿精品、珍品、尚品、典藏、君尊系列白酒均有优惠，具体优惠活动如下：

注：此优惠政策适用于场内和场外，场外可适当增加买赠力度。

(三)杰出便利店外促销活动

购买qz陈酿盒装任意产品一瓶或者一瓶以上者均可参加一次现场抽奖活动，中奖率为100%。

(四) 奖项设置和控制原则

本次促销活动设一、二、三等奖和参与奖

一等奖：赠qz陈酿典藏1瓶

二等奖：赠qz陈酿精品1瓶

三等奖：赠qz陈酿小红瓶酒1瓶

参与奖：赠打火机1个

(一) 活动店的选择条件

- 1、活动店规模比较大，地理位置位于居民小区的聚集地，能起到户外宣传的作用。
- 2、营业时间的客流量大，能起到店内宣传的作用。

(二) 活动店的提报程序

- 1、参加活动店由商超主管按照平时的销量表现提报，由销售部评定决定是否进行活动。
- 2、评定完成后结果传报相关店面的促销人员进行准备，准备期不少于两天。
- 3、批准后三天市场部人员完成促销用物料准备，促销部人员完成人员准备。
- 4、活动的前晨会相关人员进行安排：
 - (1) 物料盘点
 - (2) 人员明确岗位要求。

5、进行相关物品领取。

(三) 促销活动的广宣安排

1. 在各大超市显著位置张贴海报(海报上为活动内容)。
2. 在超市的dm刊上刊登优惠活动。
3. 超市内申请堆头，配合促销活动。
4. 超市展架上的爆炸签。
5. 场外摆展台，促销人员穿广告衫进行销售，扩大宣传力度。

(一)8月25日前确定各项活动政策，完成报批

(二)8月29日前完成各项所需物品准备工作。

(三)9月1-15日正式实施阶段

现场要求：

- 1、促销员必须在早晨8点到位. 9：30完成现场的陈列。
- 2、现场生动化陈列要求

每个门店摆台为两组平行陈列，展台外层有关于活动的pop文字说明。

赠出产品必须详细在报表登记(报表后附)。

活动结束后详细盘点货物数量，核对无误人员签字。

(四) 人员安排

1、负责人：张雨竹

商超渠道业务员、临促(负责前期的协调和店面的促销活动)。

2、市场部人员1名(负责前期的广宣品准备和活动期间的监督协调)。

pop海报。

促销台、空箱子、气球、红色手提袋。

活动礼品：果粒橙、露露、茶礼盒、汇源礼盒、八宝粥。

活动提报表

礼品预留登记表

销量表

(一)所需奖品申请

一等奖□qz陈酿典藏10瓶

二等奖□qz陈酿精品20瓶

三等奖□qz陈酿小红瓶100瓶

幸运奖：打火机140个

(二)所需费用

果粒橙13件x75元/件=975元

露露10件x58元/件=580元

汇源礼盒40个x38元/个=1520元

八宝粥40提x30元/提=1200元

临促6个x50元/天=300元

海报6张x20元/张=120元

展台6个x200元/个=1200元

气球2袋x5元/袋=10元

茶礼盒20盒(公司有库存)