

线下商铺广告投放方案 线下广告投放方案 (通用5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

线下商铺广告投放方案 线下广告投放方案篇一

会员设立为四个等级层，分别为：普通会员（四级会员），银卡会员（三级会员），金卡会员（二级会员），钻石会员（一级会员）。

不同级别的会员享受公司产品折扣价格的比例不同，分别为：普通会员享受公司产品市场指导价格的八折折扣，银卡会员享受公司产品市场指导价格的六折折扣，金卡会员享受公司产品市场指导价格的四折折扣，钻石会员不享受指导价折扣，直接享受代理商代理产品的价格。

会员拥有晋升为高一级或跟更高一级的资格，只需购买指定会员等级所需产品的价格差即可成为相应的等级会员。

注：会员晋升中产生的奖励机制变动参考会员奖金分配方案执行。

二，会员的加入要求与奖金分配方案 1. 会员的加入

所有民事行为能力的人都可以自主自愿的前提下通过购买消费本公司产品，达到各级会员条件，自愿从事本销售行业，报公司审核通过，即可成为一名本公司销售型会员。

2会员各等级晋升消费界定

吸纳培训奖金：

通过介绍分享本销售模式及产品，吸纳其他人员加入本公司，成为一名会员，公司给予介绍人按所吸纳人员的会员等级给予吸纳培训奖金，吸纳一名普通会员公司给予介绍人50元奖励，吸纳一名银卡会员公司给予介绍人100元奖励，吸纳一名金卡会员公司给予介绍人150元奖励，吸纳一名钻石会员公司给予介绍人200元奖励，吸纳人数无限制，奖励不因人数变化而变化。

网络团队宽度奖金：

线下商铺广告投放方案 线下广告投放方案篇二

背景（略）

线下营销优势

线下营销方式

营销对象

公司、社区、酒店、酒吧、普通家庭等需要创意家居的人群。

营销方式的可行性分析

如果在售楼中心布置我们的“聪明灯泡”，让前来看房的客户得到提前体验，感受产品的新奇、优美以及实用性，则能产生巨大的宣传效应，从而促进产品的认可及形象推广。

利用这一点，在广场上布置我们的“聪明灯泡”，现场展示它的功能和诱惑力，并请游客加入体验感受。这样不仅能产

生轰动效应，吸引人群聚集，从而达到推广品牌建立亲民等形象，还能达到一传百、百传千的效应。 3、参加灯饰展会：参加如广州国际led展这类的展览会，利用这种机会能最大程度推广“聪明灯泡”的产品理念、产品性能优势，更能迎合人们对高科技高性能的灯饰产品的高端需求，并结识更多的灯饰经销商和技术爱好者，从而扩大我们产品的影响力。

电视广告是一种经由电视传播的广告形式,通常用来宣传商品、服务、组织、概念等,观众可以在很深程度上自主对商品作出评价,广告具有很强的直观效果,现在利用名人作的广告也大走其俏,广告效果自然非凡。电视广告面向大众,覆盖面大;电视广告贴近生活,是重要的消费环节在广告行业高速发展的今天,电视广告占据了主导地位。

这样不仅吸引了新人的极大好感，更能吸引来宾的好奇感。达到一种通过美妙气氛来无形中扩大影响扩大品牌形象的效果。

营销的执行方案

1) 方案说明：通过与售楼中心达成合作协议，在中心内免费布置我们的整套“聪明灯泡”，并培训售楼中心的一些员工来掌握使用技巧，通过这些员工义务向看房客户推荐我们的产品，并让客户免费操作体验，感受我们产品的完美体验。

2) 预算说明：布置整套产品的费用：（略）

培训员工的费用：500元\\人（包括：三天的培训误工费、餐饮费等）

支付售楼中心的场地费：每月支付场地费1500元，并在通过中心售出每套产品给其提成5%。

1) 方案说明：每逢周末晚上7点—11点，在城市人流量较大的广场进行布置产品展示，公司员工现场展示产品的使用，

并向游客介绍产品的功能、优点、特色，并请游客免费体验，征求其的体验感受。 2) 预算说明： 布置整套产品的费用：（略） 场地租赁费用：（待定）

1) 方案说明：参加有国际影响力的灯饰展览，在展览会上进行产品介绍说明，展现产品的优势和性能，并利用展览会发放产品宣传单，以达到最大的宣传效果。 2) 预算说明： 租赁展览摊位的费用：（略）

员工和产品等的交通费：（略）

宣传单的印制费用：（略）

招聘发放宣传单的兼职费用：80\\元每人每天

1) 方案说明：录制产品的电视广告，三十秒以内，在较有影响力的地方电视台的黄金时段播出，周一至周五每晚播出两次，周末晚上每晚播出三次。

2) 预算说明：录制广告的费用，依据广告创意等来定（控制在50万以内）

播出广告的费用，依据电视台的收费和播出时间来定（控制在100万以内）

1) 方案说明：每月赞助10对新人婚礼，提供灯饰等产品，并在婚礼现场使用展示产品，为婚礼创造浪漫温馨智能的灯光效应。婚礼现场也向来宾发放产品的宣传单。 2) 预算说明：每个婚礼现场的灯饰布置费用：（略）

赞助婚礼的费用：（略）

现场发放的宣传单费用，依据来宾数量来定

预计达到的目标

通过这些线下营销方式，让人们接触、体验“聪明灯泡”的魅力，让我们的产品跟大众有更多的交互沟通的方式和机会，让人们了解产品的特色、优势、功能等，来使我们的产品得到最大程度的推广，提升我们产品品牌的形象，扩展更大范围的用户群体，利用最短最快的时间来增加产品的认知度和接受度。

线下商铺广告投放方案 线下广告投放方案篇三

浙江苏泊尔股份有限公司是中国最大、全球第二的小家电研发制造商，中国厨房小家电领先品牌。苏泊尔创立于20xx年，总部设在中国杭州，目前在杭州、玉环、绍兴、武汉和越南胡志明市建立了5大研发制造基地，拥有10000多名员工。苏泊尔是中国小家电行业首家上市公司（股票代码002032），苏泊尔目前拥有明火小家电、厨房小家电、厨卫电器三大事业领域，丰富的产品线，全面满足厨房生活需求。旗下生产的小家电及生活家电产品销往全球41个国家和地区，压力锅、炒锅、煎锅、蒸锅连续多年国内市场占有率稳居第一；电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶市场占有率也跃居行业第二的领先地位。

苏泊尔的不断努力，造就的不仅是国内小家电行业第一、小家电行业领先的行业地位，更以值得信赖的品质、智巧的设计与技术的创新，帮助全球千万消费者走上了健康、舒适、充满新意的现代化家居生活。

“演绎生活智慧”，苏泊尔已经成为追求品质生活的消费者推崇和信赖的品牌，苏泊尔追求卓越的努力也得到了行业与社会的一致认可□20xx年苏泊尔获得“中国驰名商标”称号□20xx年入选“中国最具生命力百强企业”□20xx年获得中国商务部颁发的“中国最具竞争力企业”称号□20xx年荣膺“全国消费者最喜爱的企业品牌”□20xx年入选“年中国500最具价格品牌榜单”□20xx年，苏泊尔被认定为“国家高新技

术企业”。

广告目标

苏泊尔虽然本身做中国小家电行业的龙头企业，并且是上市公司，产品已经是家喻户晓的名牌产品，所以做好广告的目的，更多是做好品牌宣传，显示企业的社会责任，提供更好的了解公司的渠道，更好的为用户解疑答惑，更好的为用户服务，提高用户的忠诚度，同时提高客户的满意度，达到增强苏泊尔的品牌影响力的目的。

广告信息决策

2、在公司的官方博客、微博、空间中，详细具体的介绍公司的文化和公司的产品服务，全面具体细致的解决用户的疑问，帮助用户选择适合自己的产品组合。

线下商铺广告投放方案 线下广告投放方案篇四

□^v^等类似内容的广告语。

6. 推广(4月5号到15号)——重点

3、平台积分：

4、在店铺做一个页面宣传活动。

5、人员：

七、活动内容：

八、活动流程：

a□前期准备：

九、参与条件：

十、活动费用：

20份店铺产品和运费约300元的推广费用

十一、活动要提供的：

二、我们这边的成员要做的事：

看完，记得打分哦：

很好收藏到文集马上分享给朋友：

线下商铺广告投放方案 线下广告投放方案篇五

元旦是一年中第一个重要节日，此时消费者经济比较宽裕，购买能力强。我们通过_现金_即时回报提升入店人气，烘托喜庆氛围，且_抓钱能手_寓意感强，使消费者产生联想和期盼，易刺激消费者的购买欲望，最终达到冲刺年终销售高峰的目的。

20××年12月28日至20××年1月6日

金虎嘉奖抓钱能手

手有多大，奖金就有多大

看_谁_是20××年的抓钱能手

过年恒源祥全家喜洋洋

- 1、通过当地电视台，当地商报针对目标消费群作信息告知；
- 2、通过手机短信一对一告知活动信息，达到有效针对vip客

户；

3、通过别致的店内外布置，使销售终端气氛隆重热烈。