

最新牛奶活动方案 牛奶促销活动方案(大全5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

牛奶活动方案篇一

选用方法：免费样品

（一）原因：

1、应对竞争

在同类产品中，免费样品的赠送已经很普遍了。鉴于此种状况，我们就不能落后，要来留住老用户，在竞争对手试图用此利益点拉拢消费者的时候，我们也应给予消费者同样甚至更多的利益来吸引新用户和留住忠诚顾客。

2、新品试用

李医生一向致力与研发新的产品来呵护消费者的肌肤，所以，能够不定期地推出各种新产品，如近年来推出的水分美白的水果系列、纤润瘦身系列、洗发水和沐浴露以及婴儿系列等等。而免费样品的赠送就能够让消费者对其进行试用，消除其怀疑的心理障碍，降低其消费风险。并使其对李医生的品牌有个良好的印象。

（二）实施：

1、时间：全年中的星期六和星期天以及五一、十一黄金周等热点消费时段

2、地点：长沙市大型的有李医生产品出售的超市（沃尔玛、家乐福、新一佳）和各专卖店，其中超市地点具体为专柜附近区域。

3、执行方式：派专人负责管理和发放免费样品。消费者凭购物付款小票（等能证明购买李医生产品的凭证）到专人处领取一份试用装产品□10g/份），并填写领取样品表格（只包含简单信息：姓名、性别、年龄、职业、电话□e-mail□其中后两项能够不进行填写）。

4、人员：每个超市卖点派一人，专卖店则为店员执行。

5、步骤：

（1）、促销员到位，准备活动。

（2）、消费者购买李医生产品。

（3）、凭消费凭证到促销员处填写表格。

（4）、领取免费样品。

（5）、当天活动结束后，促销员清点免费样品数量，整理样品登记表信息。提交上级，下班。

6、操作难点：

（1）促销员用假信息冒领样品。

（2）消费者配合度可能会因为步骤略显烦琐而配合参与度有所降低。

(3) 卖场的配合度可能不高。

(4) 超市中信息的传达率可能不高。

(三) 费用预算及效果评估

1、费用预算：

(1) 免费样品本身的成本。

(2) 促销人员花费。

(3) 卖场租用及相关费用。

2、效果评估：由于这种方法比较常见，所以可能不太容易引起消费者的注意。但对于那些购买李医生产品的消费者来说是一种比较好也比较实惠的回馈方式，有利于建立品牌的忠诚度，和品牌的美誉度。但是，毕竟单凭这种方式是很难吸引新的消费者，不利于开拓市场。

选用方法：退款

(一) 原因：

1、应对竞争

在同类产品中，采用退款的方式的厂家并不多。选用此方法能够让消费者觉得略有新意。

2、给我们的顾客实惠

李医生的产品在中国市场上目前已经拥有良好的声誉，是消费者认为性价比较高的产品。为了答谢消费者，采用退款的方式能够让消费者感觉到实惠。

3、提升销量

（二）实施：

1、时间：3月1日至3月8日（妇女节）

2、地点：长沙市大型的有李医生产品出售的超市（沃尔玛、家乐福、新一佳）和各专卖店，其中超市地点具体为专柜附近区域。

3、执行方式：派专人负责管理和退还现金。消费者一次性购李医生产品每满50元即可凭购物付款小票（等能证明购买李医生产品的凭证）到专人处领取5元的答谢退款（其中超过50元但未满100元者退五元，以此类推），并填写领取退款的表格（只包含简单信息：姓名、性别、年龄、职业、电话□e-mail□其中后两项能够不进行填写）。

4、人员：每个超市卖点派一人，专卖店则为店员执行。

5、步骤：

（1）、促销员到位，准备活动。

（2）、消费者购买李医生产品满50元。

（3）、凭消费凭证到促销员处填写表格，务必记录其消费凭证单号。

牛奶活动方案篇二

将心泊在彩云升起的港湾，偷偷把幸福刻在你的心间，用一缕爱的丝线，将你我绑在岁月变迁的终点，在这温馨浪漫的季节里，送给你一份真实的情意！

情人节源自西方国度，现已被国人所接受和认可并近乎疯狂，通过“情人节”这一主题，紧紧抓住围绕“有情人”这一心理，展开商品促销和活动促销，以吸引客流，提高知名度，达到销售的目的。

大力推出“降价风暴”的降价促销活动，让消费者感到真正的降价优惠。高毛利销售，力争创利润新高目标毛利 20xx0 元。新的一年 hiface 会有大量的新品上市，为了各加盟店能够更好的增强本店的流行势力，希望各加盟客户认真做好此次促销活动把店内的产品尽最大能量消化，把库存清场，以最新的姿态迎接。

20xx年 2月 8日—— 2月 14日(情人节)

三、宣传档期

20xx年 2月 8日—— 2月 19日(14天)

- 1 . 示爱有道 降价有理
- 2 . 备足礼物 让爱情公告全世界

“情人节”是一个特殊地节日，是有情人赠送礼品地节日，因此商品促销应以“情物礼品”为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品地创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

1 、 商品特价

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2、主题陈列： 2月 8日—— 2月 14日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用橱窗摆放，如没有橱窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a □情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象

b □各店必须包装至少 11份以上的“饰品套系”用于主题陈列

推广时间： 2月 8日—— 2月 14日

1、以头饰为主，现价按原有位位 6-7折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品 80元以上的顾客均赠鲜花一支。

2、制作“浓情头饰花束”售价表

名称	数量	原价	现价
----	----	----	----

只有你	饰品一个送鲜花一支	元	元
-----	-----------	---	---

一心一意	套系 送鲜花一支	元	元
------	----------	---	---

提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3、免费送货服务，要求饰品超过 100元，送货范围不超过 2公里。

1、情人气球对对碰

费用： 0.155元 /套。

2、会员卡赠送

凡购买情人节系列商品(不限金额)，即可赠送会员卡一张。(时间： 2月 10— 14日)

注意做好会员卡资料登记工作。

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕□ dm投递等等。

牛奶活动方案篇三

1、活动主题

俗话说：好题一半文；一个好的主题能够给迅速吸引消费者眼球，起到很好的宣传效果。犹如一个人的灵魂，贯穿活动的始末。

活动主题一般要求简洁、扼要，最好控制在5个字以内，突出新颖与特色，避免冗杂与单调。就像“天猫新风尚”、“遇见*秋”等主题。

2、活动时间

3、活动产品

确定参加活动的产品、价格、库存等信息；为活动产品进行分类，包括引流款、基础款、形象款等，给消费者呈现不同形式的产品与服务。

4、促销方式

确定活动的促销方式，比如满减、满送、包邮、抽奖等；促销方式要结合当期季节与产品特色进行，促销形式不求多、只求精，否则会让消费者感觉眼花缭乱，找不到方向。

促销形式在结合店铺特色的基础上，还要学会换位思考，从消费者的角度出发，制定切实可行的促销方案，让买家能够积极参与进来。

5、推广资源

确定活动期间所需要的推广资源支持，比如直通车、钻展、短信、淘客等营销媒介，这样可以让推广部门有更多的时间为活动的开展做相应的准备与推广工作。

6、效果预估

对本次活动的uv转化率、销量、销售高低峰、物流等进行预估，制定活动目标。

1、页面视觉

做好宝贝描述工作，提高顾客的对店铺和产品的信任度，吸引顾客购买；

对活动海报进行设计和悬挂，营造活动氛围；

2、价格修整

活动开始前，对参加活动的商品价格进行统一调整；同时有专人检查商品首页图片上价格标签、包邮信息与宝贝详情页、活动方案的价格是否一致；避免因页面前后信息不统一导致顾客的投诉。

3、库存调整

调整商品库存，避免买家拍下后仓库无货，引起客户投诉；

4、页面测试与复查

对活动页面的整体视觉进行二次检查，如有不协调之处，需及时更换。

1、运营

运营部门需指定详细可行的活动规划，指定负责人和任务完成时间节点；活动负责人随时待命，发现问题时，及时解决。

2、客服

对客服人员进行活动规则培训，熟知活动细则与要求，以便及时有效解决客户的疑问；

3、设计

设计人员根据活动主题，指定符合活动要求的相关页面，做好视觉设计与维护工作；

4、仓储

活动总结是营销活动中非常重要的一环，它可以帮助我们总结活动中的经验与不足，找出团队自身的优势与劣势，后期根据活动中所出现的问题可以有针对性的进行改进。

牛奶活动方案篇四

活动主题：

活“有，惠浪漫”摄影真情回馈新人朋友，特推出免费77套婚纱火爆预定中

浪漫直袭!单身男女今日崛起!”一直是恋人们狂欢的浪漫节日，单身男女的抓狂纪念日，而今天，单身男女要崛起啦!

活动参考宣传单

进店礼：活动期间，凡进店顾客即可获得精美礼品一份！为爱而送！

全款四重送！

进店拍婚纱并交全款即送以下四套产品

一重礼：宝宝周年照一套！

二重礼：孕妇照一套(2张)

三重礼：婚礼当天饰品一套

四重礼：新娘定妆液一套

写真乐388！写真全款将赠送钱包照两张，香奈儿摆台一架(也可指定一定价位的套系)

写真全款加77元，赠送价值二百元放大产品加外景拍摄，并可参与《大抽奖》活动

转介绍礼：转介绍一对婚纱照成功订指定全款付清者送-乐天马特购物卡(200元)

转介绍二对婚纱照成功订指定全款付清者送-乐天马特购物卡(600元)

转介绍三对婚纱照成功订指定全款付清者送-乐天马特购物卡(1200元))

欢乐大抽奖：

抽奖时间□201x.11.11

抽奖地点：

抽奖内容如下：

一等奖：特购物卡

二等奖：超级舒适春秋蚕丝被

三等奖：精美不锈钢保温杯

活动影楼地址、电话、联系方式。

牛奶活动方案篇五

进入冬季，季节的转变会出现很多皮肤问题，如嘴唇干燥、脱皮等。针对冬季皮肤问题做一场美容讲座，请专家驻店促销，这是美容院可以考虑的一种促销形式。

促销对象：各终端顾客

促销特点：

- 1、用专家坐诊咨询的权威性来烘托促销力度。
- 2、用新的思路来进行促销活动的开展。
- 3、一对一的解决顾客的皮肤问题，提升顾客的好感度。

促销内容：采用讲师团的驻店咨询以讲座形式，配合活动当场的促销活动进行，以塑造权威的形象。

这种促销形式需要注意的是，专家讲师要能够保证一定的美容专业水平，要能够切实的为顾客解决问题。

针对冬季的皮肤问题，美容院可以做一些有针对性的项目促

销，譬如专业补水、保湿等，保证和顾客需求的紧密结合。

促销对象：各终端顾客各加盟美容院

促销特点：

- 1、用项目推广出的形式来提高品牌的技术含量和专业性。
- 2、用配套的促销活动来推动终端顾客的购买欲。

促销内容：

对美容院：促销期内美容院购入促销项目套餐中的产品可获价格优惠；可获得至代理商处参加美容师专家培训的机会，提高店内美容师的技能；同时为美容院组织终端联谊会，进行项目推广促销。

对终端顾客：促销期内顾客购买项目套餐将获价格优惠和超值项目赠送，在购买项目套餐的同时购买项目套装配套的客用产品系列时可获精美礼品赠送。

这种促销方式需要注意的是：

- 3、参与本促销活动的美容院均需达到一规定进货量方可有资格参加促销。
- 4、代理商负责美容院美容师培训的费用支出，在促销中的各种让利及赠品由厂家负责。

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。

所谓针对顾客的附加值促销，即顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后，美容院可以采取赠送顾客一些附加值产品这种刺激手段。

促销对象：终端顾客

促销内容：

美容院可赠送一些小礼品如：护手霜、唇膏、丝巾、工艺品等给顾客；可以针对美容院会员进行一些折扣优惠，提升会员的服务质量；还可进行摸奖促销，如在店内设定某一时段的抽奖活动，客人每次消费后根据消费后的金额，通过抽奖的形式来激励消费。

促销特点：

- 1、促销诱因明确，利益可观，可以有效激发、鼓励顾客做出尝试、接触新产品、新项目的实际行动。
- 2、制造热卖场景，快速扩大顾客群体。

这种促销手段运用的关键点：

- 3、提高美容院服务工作的到位率。
- 4、美容院在进行附加值促销时一定要根据本企业美容师的数量和工作能力制定促销力度、促销时间和参加促销活动的消费者的条件。