

# 2023年国庆节手机店广告语 国庆节幽默祝福手机短信(大全5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

## 国庆节手机店广告语篇一

国庆节饿了咋办?来份火锅涮涮!渴了咋办?去海边转转!没钱咋办?找个傻子骗骗!没胆咋办?找拉登练练!要是想你咋办?到猪圈看看。

天一片晴朗，花一朵芬芳；风悠悠飘荡，水幽幽流淌。唱一首好歌，送一份关怀，愿你愉快；写一条短信，送一句祝福，“10.1”快乐！

我刚上了趟银行，取了无数好运黄金、快乐珠宝、平安翡翠、成功股票、健康基金。别作声，统统送给你，因为我想提“钱”祝你国庆快乐！

笑是世界上服用最方便，营养最丰富，功效最神奇，最无烦恼等毒副作用的绿色环保美容补品。国庆上我家来抹美容补品吧！

给你出个国庆发横财的妙计：吹个爆炸发型，穿件补丁衣裳，右手拿木棍，左手拿碗，沿街而行嘴里念念有词：行行好吧。

国庆体验一日游，公车往返，活动包括清洗我家地板和厨房油污，刷洗锅碗瓢盆，洗涤衣物，自备午餐，二百一人，报名从速。

拍拍手，好运跟你手牵手；跺跺脚，快乐为你搭座桥；摇摇头，成功与你两相守；摆摆腰，平安相伴无烦恼。国庆快乐保健操，转给朋友共幸福。

你：一表人才，一马当先，一飞冲天，一马平川，一应俱全的优秀。我：一心一意，一生一世，一如从前，一如既往的是你的好朋友。十一快乐！

一朋友研究生毕业，找不到合适工作，在家发愁，侄子走近说：叔叔，你去做个人疏吧。朋友惊问：为什么。

十一想你是最快乐的事；见你是最开心的事；爱你是我永远要做的事；把你放在心上是我一直在做的事；不过，骗你是刚刚发生的事。

十一国庆节电信新功能测试，本月免费，请按任一数字键测试你的智商……经测试您的智商为零。

奉天承运皇帝召曰：你去年国庆借我五毛钱至今未还，罚你三天不准拉屎，拉屎不准带纸，带纸不过三尺！钦此，领纸！

## 国庆节手机店广告语篇二

### 国庆节手机祝福短信精选

国庆到了，但愿在金秋十月里，你的生活像奥运会一样精彩不断，像国庆阅兵一样高潮迭起，像世博会一样令人期待。你的幸福永远和祖国的强盛同在！

元宵节快乐，送你个灯谜猜猜：劳动节和国庆节，打一成语，猜到了吗？好好想想，还没想出来？告诉你吧，答案是：一五

一十!呵呵，祝开开心心过十五!

缘份的人生是精彩的，诚挚的友情是欢乐的，用心舟满载着幸福与喜悦带给你，让成功和快乐伴随着你旅行，风雨深深的祝福你：愿你国庆长假期是开心的!

愿好运时常光顾给你，失败像流星雨永远淋你，财富像垃圾随处可以捡到，幸福伴你一生像黏胶一样粘着你不放。祝全体同学国庆节快乐!

愿好运像地雷时常给你踩到;厄运像流星雨永远淋你不到;财富像垃圾随处可以捡到;幸福伴你一生，像苍蝇一样盯着你不放。国庆快乐!

愿你的快乐像存银行一样越来越多，愿你的烦恼像恐龙一样灭绝掉，愿你像云一样时常展露笑颜，愿你像星一样永远不会老，远方的朋友，国庆快乐!

有种友情，事过境迁依然纯朴;有种信任，事隔多年依然怀念;有种问候，清清淡淡却最真诚;有种友谊。无须挂齿。却心领神会!国庆快乐!

又是十一黄金周，知道你每年都要去出游，我特地给你准备了出游必备的物品：平安旅行箱、快乐手机、幸福手电筒、欢笑帐篷、顺利火车、幸运衣服，希望这些物品能陪你度过一个快乐、平安、顺利的假期，因为里面有我满满的思念和祝福，国庆节快乐!

又是一个国庆佳节，在这个美好队的日子，愿我的祝福分分秒秒陪伴你!愿我的关怀时时刻刻跟着你!愿我的体贴日日夜夜伴随你!亲爱的，说一句祝福的话：国庆快乐!我爱你!

## 国庆节手机店广告语篇三

策划书是一项活动成功的指明灯，国庆节即将来临，大大小小的活动也接踵而来，以下《国庆节手机促销策划怎么写》本站策划书频道为您提供，欢迎浏览。

节假日营销是非常时期的营销活动，是有别于常规性营销的特殊活动，它往往呈现出集中性、突发性、反常性和规模性的特点。而很多商家的大部分销量都来自节假日促销；另外，今年上半年的经济调控，物价上涨，消费情绪有所抑制，再加上奥运会的盛大召开，消费者的大部分注意力都被吸引过去，商家把希望都放在了下半年，而即将到来的国庆佳节，每年的这个时候都会掀起销售高峰，手机自然也是如此。因此，手机商家对于此次国庆手机促销的重视态度也就不难理解了。

今年国庆手机促销注意：

- 1、本次国庆手机促销与中秋促销紧临，要做好促销工作的衔接。
- 2、由于上半年经济大环境的影响，手机销量的大部分的任务都压到了下半年，且手机换代的频率刺激，要借此做好库存的处理及下半年销售工作的布置。
- 3、消费者经过奥运的`落幕，注意力开始转移，消费气氛开始上扬，需要一个契机来进行消费，要抓住这个契机。

国庆手机促销网上手段概要：

### 一、特价

国庆手机促销，一可以处理库存，二可以提高销量，很多商

家就此展开了手机促销的价格战，这种方法可以吸引大量驻足观望的消费者，但这种方法要有针对性。

国庆手机促销特价的应用范围：

- 1)、尾货或已停产的手机；
- 2)、同质化很高手机；
- 3)、店铺内的滞销机；
- 4)、新上市的畅销机；
- 5)、具有较高性价比的手机。
- 6)、主要竞争对手或者领导品牌大做特价促销时。

## 二、优惠券

所谓优惠券是指印发现金代金券的形式，来达到宣传及吸引顾客促销的目的。但不要直接发放，避免降低优惠券的价值，  
1、可以媒体发送2、可以非同行发送。

## 三、以旧换新

以旧换新，是指为一次购买后的顾客提供以旧机换新机的优惠促销政策。要想可行，必须不要让客户有吃亏的感觉才有可行的机会。

国庆手机促销手段当然不止这些，除了以上几种，还要做好店内布置，电话促销等，具体问题具体分析，只要适合自己的就是最好的。

策划书栏目推荐链接：

## 国庆节手机店广告语篇四

旺季抢量,同时强化“步步高音乐手机,完美音质”的形象定位,通过主推音乐手机,提高中高端机型的比重达到40%以上。

促销主题和内容:

主题:“完美音质,随身畅响”

20xx年9月20日-10月31日,凡购买步步高音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款,均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍:该赠品为便携式旅行小音箱,主要的用户利益点在于手机音乐的共享,可以在郊游,聚会等时刻,随时随地播放手机中存储的音乐。

促销活动的开展方式:

此次促销活动,全国统一开展,赠品全部由工厂采购,公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。

礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法:根据各地促销活动期间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定,原则上是针对消费者的促销,不考虑补通路库存。

配合本次促销活动,公司将专门制作陈列,形象展示,现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外,本次促销的所有赠品,户外促销活动以及形象布置的宣传物料,须在9月10日之前到达各一级仓库。

终端的赠品配送方式:

派驻促销员的铺货型的卖场:赠品必须由促销员控制,赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

无派驻促销员的铺货售点:最好能借助促销活动转成现金进货;否则,不必在此类售点开展促销活动。

现金进货的售点:由于促销礼品主要是对于实销活动的促销,原则上不补通路库存。

建议根据促销开始之前的零售商音乐手机库存的实际情况,按照1/3或者1/4(比例可自定)的数量补部分赠品,后续发货则按一比一配发;而且,这种补库存的情况,必须来自于该售点有新的订单下达。

促销活动注意事项:

从全国来看,音乐手机80%以上的销售来自于促销员;另外,还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。

因此 我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。

旺季临促是拦截客流,留驻顾客的最重要力量,并且能加大活动范围,加大成交面。

各地要从暑假开始招募培养临促队伍,才能在旺季产生巨大作用。

明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客,协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备。

k098,k028,k128必须配真机。

陈列和形象更新。

为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象,在促销开展之前,各地务必在大卖场,核心售点,专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板);并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列。

工厂届时有专门的陈列示意图,各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。

尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品,很好地和音乐手机“完美音质”的卖点相切合,可以在销售时加以演示,进一步突出“完美音质”的概念。

因此,促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。

陈列位置越好,越多,越大,销量就会成倍提升。

因此,各地在9月15日前,要设法拿下关键陈列位(人流大,留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。

旺季的时候,其他品牌也是重兵投入,参照五一联想在长沙市投放的临促数量(300名临促),估计十一各品牌的投入力度会更大。

因此,各地要注意借力打力和集中优势兵力,必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。

在国庆三天高频度互动。

其余时间每天短信通报省内各地销售。

10, 注意国庆七天的人流特点。

对历次节假日旺季的观察表明,第1,2天,省会城市,二级地市的人流量会大,第1天的销量会达到平时7-10倍,第2天达到平时的3—4倍;第3,4,5天,人流回落到地市,县城,乡镇,销量为平时的1。

5—2倍;第6,7天,一级城市又有所上市,但总量增长不大,和平时周末类似。

各地注意根据此人流特点,安排促销活动开展和资源调配。

11, 国庆当天要准备低价格机器冲量。

比如:k218等。

问题:

赠品的流失问题,必须有严格的流程控制,促销员必须填写《赠品发放登记表》。

每发放一个赠品,都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。

要设定促销目标,开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

## 国庆节手机店广告语篇五

1、电器有限公司成立19周年,为更好的证明了实力,传达经营理念,提升企业品牌形象,开展全方位的推广活动势在必行,社区国庆节活动方案。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金(无论是在电视广告、报纸、单张上)全力反搏;国美电器欲于国庆前后在开业;大环境下,国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场,家电行业激战越演越烈。

3、为了减少电器有限公司挂绿店的搬迁造成的负面影响,强势宣传博罗店的成功签约。

4、中国传统的国庆节,是一个假期较长,消费能力强,拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。

综上所述,我们应充分利用以上契机,最合理的整合资源,有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动,带动经济增长,实现品牌形象与商品销量的同步提升。

### 1、活动主题

国庆期间活动口号:诚信铸就、十九辉煌;众店齐庆、礼礼俱到;(具体时间:9月24日9月30日)

国庆期间活动口号:贺国庆、一元家电惊爆全城,挑战价格极限。(具体时间:9月28日10月5日)

2、活动思路:充分利用两大契机,通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法,直接让消费者礼、利双收,从而提高公司商品销量及展现辉煌历史。

3、活动时间:9月24-10月5日

各连锁店(包括xx店)

总监督:总负责部门:销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人:各分店店长(监督人:销售管理部、采购部)

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上,特价商品主要定位在

a□库存量较大、急需处理商品

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型

c□我司主推商品

d□厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表,要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送(司庆有喜、畅饮畅赢,1000瓶可乐与您饮)

活动主要针对司庆期间光临电器连锁店的顾客,不需购物即可免费赠送小可乐一瓶,人限1支,先到先得,送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买,各店限350支,要做到有计划、有节制派送,活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

### 3、购又送(购物送麦当劳券)

活动主要针对国庆期间在电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由负责联系券□xx店由负责联系□xx店由负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

### 4、厂家好礼送

及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

### 5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、5日(星期六、日)开展老总签名售机活动，活动形式:签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。(具体内容根据采购部提供的资源再来安排)