

商品推广演讲会方案(优秀5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

商品推广演讲会方案篇一

一. 活动时间：

7月20日-7月30日

二. 活动内容：

1. 夏季商品全场特价销售。(1元啤酒饮料、蚊香、杀虫剂等)每天不定时推出不同商品做活动。

2. 天天特价不断，活动期间百余种商品全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品。

3. 在活动期间一次性购物满38元，即可享受“惊爆”价啤酒抢购，每日限量供应100提，每人限购1提(1提9瓶装)。

客服安排，对于海报回收和礼品、购物券的兑换。

收银台安排布置，强调注明会员优惠，和会员卡的兑换。

前期准备：联系会员活动商品，活动人员安排，海报宣传制作，会员卡的统计准备。

商品推广演讲会方案篇二

住宅小区的调查是小区市场推广的基础性工作，只有掌握了当地住宅小区的基本状况，才能有的放矢地开展小区市场推广工作。

在调查前要先进行规划，确定主要的目标小区，先高档，有影响力、号召力和人气旺的小区后一般小区。然后根据每个小区的特点制定调查计划，包括时间、路线、联系人等，调查的主要内容包括：小区的定位、风格、规模、发展趋势、入住情况、售楼情况、物业管理水平、业主群体类型、已经装修和未装修的情况等。

这个过程是一个很艰苦的过程。在调查结束后，根据收集的资料进行整理、比较、分析和筛选，选择那些适合七博士建筑涂料产品的中高档定位的小区 and 那些在区域内有代表性、有影响力和号召力的小区作为重点，一方面目标消费者集中，另一方面便于占领比较高的市场推广宣传位势，在有限的条件下集中精力抓大放小，然后壮大带小。逐渐由点到面形成覆盖。

二、小区关系的初步建立和跟进

小区推广业务关系的初步建立可以在小区倒茬时进行。主要对象是物业管理处和售楼处。因此在小区调查时除调查的资料外还应该准备一些物品：产品宣传资料、小礼品、名片、协议书(指与信息提供者的佣金协议)及优惠卡(或vip卡)。在初步建立关系后，可以通过他们获得其他小区和整个房产界的信息。建立初步关系是要抓关键人物，这样才有可能在实际工作中提供有效的信息。

关系的跟进在前2个月要保证至少1-2次/周的拜访频率，加深印象，也加深感情，让客户感到自己受到重视，从而促进他们积极主动配合公司的宣传推广工作，积极的派发资料和优

惠卡，向业主推荐产品，并为公司其他宣传推广工作提供方便。

三、宣传推广活动的开展，立体造势

在小区可进行的宣传推广形式很多，可同时进行，也可单独使用。

1、 由物业管理处或售楼处代发产品宣传资料和优惠卡，这是较普遍的方式，易操作；

5、 小区展览厅或售楼处的陈列厅，有的装饰公司在小区也有办公有产品可以陈列；

6、 小区现场宣传促销活动。选择节假日进行形式多样的宣传展示活动，这样可以与客户面对面的沟通，效果明显。

四、围绕小区紧抓装饰公司，最大限度的促成销售

小区宣传推广是一种造势，但往往促进最后销售在一定程度上也有装饰公司的介入，通过装饰公司促进销售有时会事半功倍，由于装饰公司直接面对客户，掌握装修的在线信息，受客户的委托，为客户信任，具有很强的临门一脚的助销能力，因此必须围绕小区紧抓装饰公司。由于小区的宣传推广，这项工作做起来就顺利多了。

抓装饰公司关键在一个“利”字，这是与消费者推广的工作重点的不同之处，因此抓装饰公司的工作围绕“利”展开：

7、 对已成交的装饰公司要及时兑现政策，让他们尝到甜头。

总之，做好小区市场推广就必须抓住小区物业、售楼处和装修公司两头，充分全面了解情况，成为和装修的行家。

商品推广演讲会方案篇三

冰爽夏日回馈(会员优惠)

一. 活动时间:

7月21日-7月31日

二. 活动内容:

1. 增加会员优惠商品, (特价商品除外), 通过会员优惠刺激商品销售, 增加扩大固定消费群。
2. 宣传海报增加优惠角, 通过购物, 凭购物小票和优惠角即可在服务台领取礼品, 每人限一份, 可以提升海报宣传的有效率和拉动刺激部分消费群来本超市购买商品。
3. 推出一批特价购买量大的时令商品。

商品推广演讲会方案篇四

二、对象: 情侣套装系列等十款套装产品

四、活动方式:

公司总部提供活动方案、礼品和监督;

直营店准备物料制作执行。

五、活动时间地点: (七夕)8月3日~6日

六、广告配合方式: 前期宣传(活动两周前起)

1、城市主要干道悬挂横幅

- 2、宣传单发放(派人员分区发放、邮寄)
- 3、当地晨报、日报、晚报登载广告信息
- 4、城市内电子显示屏广告

七、活动准备：

1、人员安排：

2、物资准备材料准备(开业两周前完成)

3、活动方案

3.1凡是进入店面的情侣由迎宾直接发放吉祥物“派派”一只；

3.2持公司宣传单在店面购买情侣系列新品套装可以享受5折优惠；

3.3成功购买情侣系列新品的将会赠送多美味情人节价值58元的套餐一份

4.1.1专卖店邻近街和市区主干道布标宣传；

4.1.2专卖店邻近街口指示牌宣传；4.2专卖店外

4.2.1门前设置升空气球；

4.2.2楼体悬挂巨型彩色竖标；

4.2.3门口用气球及花束装饰；

4.3.1店内设立迎宾和导购小姐。

4.3.2专设新品促销活动区域及业务宣传台，摆设活动宣传品、礼品及纪念品，

配备专人提供咨询、发放奖券和赠品。

4.3.3店顶部及货架处用气球及花束装饰。

4.3.4顶端悬挂pop挂旗。

5.4软硬件设施宣传的风格调性保持一致。相辉映。

6、活动前期准备

6.1专卖店全体人员深入熟悉本次活动的主题、形式等；

6.2活动期间，导购、促销人员、执行负责人等均应提早到岗，确认各项准备工作到位；

6.5专设开业促销活动区域及业务宣传台，并有专人负责；拿去礼品；

7、促销过程的指导、监督

7.1督导员负责本区域终端卖场促销礼品落实状况跟踪；

7.2督导员负责对本区域终端场促销进行实地指导、监督；

十、费用预算：

预计销售：固定成本：变动成本：

十一、效果评估：

1、成立评估小组

2、组织评估

商品推广演讲会方案篇五

一、活动背景：

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季，在此期间，“五一”长假，客流增加，需求旺盛，为了更好的抓住这一契机，特推出本次特别企划活动，本次促销活动将通过一定的低价敏感商品及应季商品的促销，拉动周遍顾客群，稳固周遍顾客群，从而树立好当家的`形象。

二、活动主题：

家的感觉，价的乐趣。

三、活动时间：

4月28日~5月10日

四、活动目的：

让顾客朋友们度过一个轻松、休闲、娱乐、省钱的假期，享受一家人购物的幸福快乐，从而促进假日消费，提高卖场的销售额。

五、活动地点：

店外联系日化类、奶制品等厂家做场外促销，最好联系一家做场外大型促销（演出）等活动。

六、促销的形式：

买赠、现场试吃、抽奖等。

七、活动内容：

1、“五一”，我想要的五元、一元商品集中营，组成商品商品特卖区（小食品、小百货、日化类等），做封面。

2、商品折扣购：一次性购物满38元的顾客可享受大米/500g的折扣，五一折每人限1kg□

3、凡一次性购物满38元以上的顾客朋友，凭电脑小票，可参加幸运抽奖活动，78元2次，买的多机会多，中奖的机会就越多，以此类推小票不累计，最多不超3次（外场专柜、家电不参与此项活动）。可幸运获得以下丰厚奖品：（见奖品设置：）

一等奖：价值300元礼品一份（总计5份）。

二等奖：价值30元礼品一份（5份）。

三等奖：价值10元礼品一份（20份）。

四等奖：价值3元礼品一份（100份）。

五等奖：价值1元礼品一份（500份）。

注：

1、当日现场抽取奖品，购物小票不予累计（多买多重）。

2、店内所有员工一律不允许参加此次活动。