

手机校园推广策划方案 手机开业策划活动方案(实用5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

手机校园推广策划方案篇一

案

马上就是一年一度的“3.15”消费者权益保护日了，为了提高我们市区专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量。并且在即将来临的淡季进行销售量的提升，特此以“3.15”为主题设立一种促销方案，具体如下：

- 1：活动的时间：3.8-3.15，日期为一周。
- 2：活动的地点：市区，县区的手机卖场。
- 3：准备工作：
 - 1) 卖场内需准备好促销的机型，价格标签，促销机的功能介绍。
 - 3) 营业员以及促销员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；
 - 4) 宣传单页(a4)□促销dm单，店面外展版/喷绘(尺寸待定)，汽车促销宣传以及宣传词。
 - 5) 卖场内的布置：吊旗悬挂，气拱门的安放，气球的布置，

以及促销服装的准备，货源的准备等。

4：活动的内容：

1) 与卖场的老板协商，投入一部分资金进行礼品的购买：手机挂绳，屏保，环保袋等，以此吸引路过的行人，以此增加人气。

2) 找当地的文艺团体进行一些提高人气的演出以此提高人气不旺时的补救工作，如：锣鼓齐鸣，本土舞蹈等，并且可以吸引更多的路人来参加我们的活动，并为开场进行人员的聚拢。

4) 针对消费者心理及习惯，设计一档简单好玩的游戏：请活动现场的各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛，编写“老婆，你辛苦了。”发送至指定号码。以最短时间编写者为胜，并设置其奖品；或者在现场设置插气球看纸条，并获得奖品的形式来调动顾客的积极性。

5) 举行店内购机抽奖活动：购机在500元以上者(含500)即可参加抽奖，具体奖品待定。

6) 团购机型，比如购买宝捷讯系列手机超过6部的团体，赠送饮水机一台，等

5：活动安排：

1) 鸣炮，民间文艺团体锣鼓齐鸣，开场舞蹈表演。

2) 司仪讲开场白并安排卖场经理致辞，活动开始。

3) 由模特展示本次活动的促销机型（模特需要各个年龄段都有，以此显示手机的多样性）

4) 现场的互动节目，并现场进行颁奖(奖品：手机)让消费者

稳定心态。

5) 文艺的演出。

6) 购机抽奖并由主持人大声念出抽奖的礼品名称。

6: 活动现场安排:

1) 场地安排: 在手机卖场门前搭建舞台, 前提是不影响店面通道。

2) 人员的安排: 每店面只安排4人, 2人/班发放宣传单页, 并引导顾客到店内购机, 要求交谈表达力强; 现场控制人员1名, 保证与主持人以及艺术团体的良好沟通; 礼品保管1名, 按要求指定获奖人发放奖品; 交通疏导1名, 保证店面门前通道畅通。

3) 奖品的确定: 待定

4) 经费预算: 略

7: 对活动的事前事中事后分三部分来控制, 各部分应考虑到的问题:

1) 活动前, 工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2) 活动中, 保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3) 活动后, 对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销(如五一)。

二: 乡镇手机店铺的促销方案: 宣传+重奖+价格优惠

俗话说，酒香不怕巷子深，就是说，再好的产品，也需要宣传。大凡实体小店，基本就没有做过什么宣传。很多乡镇店铺本身规模不大，就是死死地开在那，等顾客上门购机，这样绝对不行，必须要做宣传，必须要做活动。而且现在马上就要进入手机的一个淡季，根据我们手机的定位在二线品牌，并针对的是三四级市场，那么，乡镇的手机店铺就是我们的重点销售客户，所以我们一定要和店铺的老板一起通过做宣传，活动，把店铺的人气和气氛搞起来，以此带动我们手机的销售量和知名度的提升。

1) 宣传的噱头：开张大吉，厂家厂庆，店铺几周年庆等。

2) 根据宣传的噱头录制专门的光碟，在宣传活动的前一两天（乡镇不逢集的时候），找一个面包车，将促销的内容简明扼要的做到一个喷绘上悬挂在车上，并在车顶放置一个喇叭，在附近的乡镇和村子去吆喝，并且在人多的地方：茶铺，广场等地方停留几分钟，把这次的促销的机型，店铺名称，奖品等优惠给老百姓喊出来，因为老百姓都喜欢买优惠的东西，而且以此要造势，让附近的人提前知道，在那一天哪一个店铺可以买手机送什么东西，可以享受到打的优惠。

3) 店铺的装扮，要把活动的气氛弄出来。也可以让乡镇的锣鼓队来店铺面前吹吹打打，搞搞气氛，也可以吸引到那些不想买手机的人来凑凑热闹，增加店铺的人气。

5) “套餐”式销售，比如你购买我的手机，我可以送手机卡，话费，以及内存卡等，做成套餐式的，这样商家也可以从手机卡，配件等上可以赚钱，老百姓也认为很实惠，一举几得，让顾客在你的店铺里同时购买几种东西，是很重要的。

6) 宣传的期限不能太长或者太短，一般在7-10天最好。

7) 宣传活动时的人员安排，场面的控制，费用的预算，礼品的发放等要合理。

8) 做宣传活动要因地制宜，因店而宜，要根据店铺的周边的消费人群和环境来制定具体啊宣传内容和促销的机型以及奖品的确定。

9) 多多让利给消费者，少让利给终端。要让顾客知道在促销期间，终端的加价利率低于平时的加价利率，让顾客确实感到商家是把大的实惠给了自己。这样顾客就会心无旁虑的购买。

10) 促销特价后的零售价格的制定：效仿超市的价格表示，突出x99并赠送xx礼品顾客就认为自己享受到了双重优惠。

以上是我为两种终端所做的促销活动的方案，请大家参阅，并指正其中不足！

【51手机活动方案】手机活动方案（2） | 返回目录本

次促销活动的机会点

1、采用以活动为中心，店内手机展示、团购优惠、签名售机与店外路演发放传单等多种促销手段相结合的方式。形式新颖，使顾客和专卖店之间进行了互动，充分调动顾客与商店之间的交流。

2、通过这个活动，可以让顾客了解到爱听手机的一些出众性能，而且通过评选最感人及最动人等奖励无形的为手机专卖店做了一次良好的宣传。

二、本次活动的主要优势

- 1、活动开展时逢5、1黄金周，人流量大受众人群众目标客户多。
- 2、机型独特而另类的外形设计特点配合新颖有趣的宣传活动具有广泛的眼球吸引力，根据活动形式可设计系列广告和报道。同时还可以充分考虑现阶段与今后宣传的整合性、系统

性，建立不间断滚动宣传模式。

三、本次活动主要策略

2、通过感情沟通活动手段激发大众参与热情，以本次活动关爱?亲情?和谐的主题倡导人与人之间的交流的手段把惯有产品竞争提升到品牌形象、品牌价值层面上来。（品牌价值是通过对手机品牌内涵的丰满、外延的充实来实现。）

3、强调沟通连接社会的情感因素，突出品牌背后是文化以及人性化设置。

手机五一促销活动方案第三部分：活动设置 一、室外展台布置 1、街道布置： 在终端商铺临街街每隔80米，高3.5米的地方悬挂条幅（每个条幅的标语都不相同），一共三个条幅。分别为爱怎么听就怎么听，绚出你自己，喜欢她/他就要让她/他听见，爱听也爱做，彩铃创作先锋 2、舞台布置：

1. 礼品卡 ； （存量和新增市场）

与200x年年初，推出的礼品卡类似（详见附件）；

2. 话费超值送活动； （存量市场）

以赠送mou为指导思路，重新启动去年推出过的话费超值送活动；

3. 话费分月送 （新增市场）

应用产品 ： 神州行大众卡、轻松卡

优惠方式 ： 凡在5月激活的神州行大众卡、轻松卡，均可享受在次月赠送10元话费的优惠活动，赠送时间为半年；（相关条件见附件）

4. 政府套餐（新增市场）

在主城

区范围内全面推广政府套餐产品；（仅限于新增）

资费：25元月租、10元来电，打移动、联通，0.2元/分，电信0.3元/分（其中来电显示费可取消）

五、渠道

为了保证此次活动的顺利进行，渠道将成为我中心产品落地的重要环节。故在此次活动中，我中心将从渠道销售政策（含代理公司和营业员）、渠道的业务培训、渠道的包装以及渠道分类管理四个方面进行部署和安排，以确保销售的顺畅性：

（二）渠道培训

为了能够让销售人员能够清楚、准确地将公司产品推荐给消费者，我中心准备在2 6、2

（三）渠道包装

网点分布资料

（四）渠道管理

渠道

产品

业务

手机

备注

自有渠道

套餐

动感时尚套餐礼品卡

其它

话费超值送

夜话包打

长话业务

手机超值送

捆绑机

心连心

礼品卡

动感时尚套餐

其它

话费超值送

夜话包打

长话业务

手机超值送

捆绑机

发挥社区渠道优势，加大业务发展

国美、苏宁

礼品卡

其它

话费超值送

夜话包打

长话业务

手机超值送

强强联手，彰显移动领导形象

特许经营店和合作营业厅

礼品卡

动感时尚套餐

话费超值送

夜话包打

长话业务

手机超值送

捆绑机

捆绑机

其它社会渠道

礼品卡

政府套餐

神州行大众卡

神州行轻松卡

夜话包打

长话业务

捆绑机

捆绑机

麦当劳

礼品卡

动感时尚套餐

夜话包打

长话业务

无

以宣传为主、销售为辅

六、商务机及策反工作

从现在日趋白热化的市场竞争来看，商务机及策反工作在二季度应提高到全公司的战略高度，大力发展。

相关方案见附件

七、宣传

可以参照十月金秋活动的宣传方案，同时安排相应的地推活动；

主要方式：报纸、地推活动、渠道宣传（具体方案由宣传组、市场业务部提供，暂定为23日广告公司提案）

七、任务分解

为了保证5月的新增市场份额能够达到70%以上，市场占有率提升0.5个百分点，我中心预计完成新增目标18万。

八、时间进度表

阶段

相关事项

责任单位（人）

完成时间

目的备注

前期准备阶段

□4.22-4.30□

相关资源的落实（手机、卡）

市场业务部

4.25日

略

宣传方案的敲定及相应的准备工作

胡喻春

4.24日中午12点前

略

【手机促销活动方案】手机活动方案（3） | 返回目录促

销活动目的：

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

xx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：

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. 预防问题:

顾客姓名 联系电话 手机型号

备注: 是否有其他损耗, 请在下面注明原因。

【更多文章】

3. 15手机促销活动方案例文 手机促销策划方案 手机促销活动

节日手机促销策划书 手机店铺的促销方案 中秋手机促销方案

手机校园推广策划方案篇二

小编语: 每举办一场活动, 都要有一个明确的目标。就像一条行驶在茫茫大海上的船只, 如果找不到确定的方向, 便会迷失。以下关于手机春节活动策划方案两篇, 仅供参考。

手机春节活动策划方案(一)

一、活动背景

春节是中国人的团圆节, 担负着亲友礼仪往来、同事感情联

络、宣泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。新春佳节是消费者购买手机的一个黄金时期。除了中国传统逢年过节礼尚往来的习俗之外，相当一部分消费者期望在春节期间可以以更优惠的价格买到心仪的手机。对于商家来说，春节是全年中最大的销售机遇，抓住了春节市场就相当于抓住了20%的年营业额，60%的季度营业额。因此，在如此激烈的竞争环境下，成功的春节促销活动就显得尤为必要。

二、促销目的1、树立卖场和产品形象，向消费者介绍新产品。

2、增强消费者对本卖场的了解，增强企业的美誉度，知名度。

3、部分产品特价低价，让利消费者，同时消化库存。

4、扩大市场份额，狙击竞争对手，保持领先地位。

三、市场分析

1、春节市场特点

春节期间市场需求暴增；此时的消费者的消费决断较易受环境气氛左右，冲动性消费大幅增加；与此同时，几乎所有的商家都会有所行动，媒体等资源也保持紧张状态，营造出繁荣的市场氛围，反过来刺激消费者促进消费。

页脚.. 页眉. 2、春节手机消费者特点

春节期间手机消费人群主要由两部分构成：一是理性消费者，这部分人理智，有计划，有主见，对自己需要什么很明确，重视手机的质量与价格，对促销活动能提供的实惠较为关注，不易受广告宣传影响；二是感性消费者，这部分人冲动，喜欢跟随潮流，购买具有相当的随机性，较易受广告宣传的影响。在促销活动时应兼顾两种消费者，才能达到较好的销售成绩。

四、活动主题

主题：圣猴怀春，独立“潮”头

时间：1月20日---2月20日

五、促销方式

销售是一个层层递进与消费者沟通最终达成销售目标的过程，在这个过程中要根据不同的消费心理阶段各自的特点采用不同的促销手段。

1、广告宣传

这个阶段的消费者处于“注意、兴趣”阶段，卖场应当充分利用媒体等方式吸引消费者眼球，将其吸引至卖场。

- (1) 在当地电视台、报纸投放广告，具体投放力度视情况而定
- (2) 制作数量充足的传单以及宣传资料并在闹市区派发
- (3) 在卖场张贴有足够冲击力的巨幅主题海报
- (4) 开展微信“扫一扫”活动

2、卖场促销

活动内容：活动期间所有来卖场参加促销活动的顾客均可凭手机号或身份证号获得卖场赠送的春联一套；参与微信平台互动的可以获得台历或挂历一幅。

活动二、购机欢乐送

活动内容：活动期间所有购买手机的的顾客赠送手机贴膜；购买指定机型还可获赠蓝牙耳机、移动充电器，送完为止。

活动三、整点福临门

活动内容：活动期间，进店顾客在填写“福运券”后即可参加抽奖，凡是抽中的幸运顾客就可三---五折购机。（每个整点三折购机一名，四折购机二名，五折购机三名）

活动四、手到鸿运来

活动内容：活动期间，购机款满1000元可获得一次踩气球机会，2000元两次，以此类推，球球有好礼，次次不落空。

一等奖ipad一台

二等奖数码相机一台

三等奖豆浆机一台

纪念奖精美礼品一份

六、卖场布置

1、整个活动区将划分为三个部分：产品展区、活动区、接待区。

产品展区：展示产品形象及功能，配合pop或展板展示以及模特展示；

活动区：主要由背板、舞台、音响系统和活动工具组成。

接待区：主要是接受咨询，发放宣传资料和促销品。

2、正门上方悬挂春节大灯笼，卖场入口处设置红色气球拱门

4、安排吉祥物在卖场外发宣传海报

5、卖场内不间断的led滚屏宣传

6、设置音响，调节气氛

七、人员培训

人员促销是最直接的与顾客沟通的方式，一个好的促销员可以促使消费者更快的达成消费目标，避免反复。

1、严格筛选促销人员

促销人员的性格各有不同，除了先天条件外，性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的。

其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、是否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地把握消费者心理，使促销效果打折；只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，而不会在遇到困难时中途逃脱；春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传递给消费者，但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，如果放任促销人员“自说自话”，只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必须规范。

规范的促销语言必须简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题，要标准化、人性页脚..页眉.化。

制定的方法可依据春节促销活动内容，与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。

八、促销评估

此次促销是刺激消费者的认知，以品牌认知为目标的表现策略，提高认知度，强化记忆度达到最基本的认知和知晓的目的，运用演出引起消费者的注意，通过介绍手机，作游戏，无偿领奖的方式引发消费者的兴趣，增强消费者的记忆，良好的服务态度，以及广告宣传让左右消费者的态度。

手机春节活动策划方案(二)

促销活动目的：

旺季抢量，同时强化 xx手机，完美音质的形象定位，通过主推xx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

2016年12月20日-2016年2月15日，凡购买

xx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xx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xx□

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xx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xx手机销售任务的完成率核销礼品金额

页脚. . 页眉. 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。

赠品配送方式：：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。

促销活动注意事项：从全国来看□xx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。春节手机店促销策划方案--策划书春节手机店促销策划方案--策划书。

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。

专门的xx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xx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xx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。

页脚..页眉. 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12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xx在xx市投放的的临促数量(300名临促)，估计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。在春节三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

策划方案。各地注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

*春节当天要准备低价格机器冲量。比如□k218等。

预防问题：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。

附：

终端赠品发放登记表

售点名称：

页脚. . 页眉. 填表人： 编号顾客姓名联系电话手机型号手机imei码赠品名称/数量赠品库存表期初库存实销数量送出赠品期间补货期末库存备注： 是否有其他损耗，请在下面注明原因。

页脚.

手机校园推广策划方案篇三

x年x月x日—x年x月x日

为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量。因现在的手机行业竞争比较激烈，故各手机商家必须提高自己的销售量。所以，本次促销活动可借用当天节日为主题，以“x月x日”为策划原点做出相应的促销方案。

- 1、卖场内需准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；
 - 3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；
 - 4、广告媒介：宣传单页□a4□□店面外展版（尺寸待定），报媒（待定）；
- 1、投入相当一部分资金购买礼品，从礼品上吸引路过的潜在消费者；
 - 2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；

5、从活动策划起至活动当天截止，做原创短信大赛，以活动主题评选出一、二、三等奖和入围奖；（待定）

6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者（含1500）即可参加抽奖；

9月9日上午：

1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；

2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目；

3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；

4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；

5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；

6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；

7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动内容；

9月9日下午：

1、15：00分开始，由公司安排出演节目；

4、16：00分开始购机抽奖；

5、16：20分由公司安排出演节目；

6、17：30分活动结束

1、场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面

通道。

2、人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与礼仪公司的'良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3、奖品的确定：待定

4、经费预算：略

1、活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2、活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3、活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销（如八月十五，国庆等）。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

手机校园推广策划方案篇四

双11到来之际，针对各电商大势炒作之际，香港路信准备借势造势，策划双11重大营销活动，针对双11这天卖场内的所有手机进行低价促销活动，以吸引顾客形成气势、促成销售。

1、降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但一定要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一

方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

2、送赠品或者抽奖。在购买产品时赠送物品和购买产品时可以参加厂家举办的抽奖活动，赢取奖品。

3、特价机就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的作用。特价机都是限量的，这是特价机和降价这两种促销方式的区别所在。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮助清理库存，三是帮助经销商完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。有些经销商为了扰乱竞品市场，就选择先进一批竞争品牌的畅销产品，然后以特价销售，打乱对手的市场价格，乘虚而入。

4、展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

5、人员促销。利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的积极性。

手机校园推广策划方案篇五

长夜短信传祝福写短信比速度（因为是初步的想法，写的是我的思路，并不是完全的方案）

每晚7：30——9：30

每个手机专卖店内

为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量，因为现在天气热，所以白天很少有人去逛商店的，一般是在晚上，和朋友或者和亲人一起逛街的，所以我们利用晚上的时间，进行促销活动，为了吸引路人的眼光，为了提高晚上专卖店里的人气，为了利用活动宣传自己，为了让更多的顾客晚上来浏览专卖店。

手机专卖店，先准备好各种款式和功能以及各个品牌的手机个一部，然后请各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛！在规定的时间内，看谁写的短信最多，并且要发给自己的朋友或者亲人等，专卖店先规定每位顾客写的短信是：亲爱的朋友，夜月清明，我在某某手机专卖店参加短信写速大活动，借此机会，我给你带去一份我的祝福，原你天天快乐！

比赛时，顾客可以选择自己喜欢的手机或者自己比较熟悉的手机进行比赛，

在每晚上，可以进行多轮的比赛

奖品设置：第一名是？第二名是？第三名是？

活动前期宣传策略：在某某地方性电视台做广告宣传，时间的选择等，或者什么地铁报以及某某娱乐报纸。

点评：

第四：充分调动了顾客的积极性，给顾客晚上休闲和娱乐等目的！