

最新ktv促销活动方案案例(精选6篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

ktv促销活动方案案例篇一

对市场现状及活动目的`进行阐述。市场现状如何？开展这次活动的目的是什么？是处理库存？是提升销量？是打击竞争对手？是新品上市？还是提升品牌认知度及美誉度？只有目的明确，才能使活动有的放矢。

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？活动控制在范围多大内？哪些人是促销的主要目标？哪些人是促销的次要目标？这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

降价？价格折扣？赠品？抽奖？礼券？服务促销？演示促销？消费信用？还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

- 1、确定伙伴：是厂家单独行动，还是和经销商联手？或是与其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势；

和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

ktv促销活动方案案例篇二

通过顾客进店咨询、购物环节，了解顾客需求，根据客户需求送合适的礼物，或着免费赠送礼物作为吸引客户进店的手段。预先制定促销活动的物品种类和品牌，可向供货商和厂家提出活动支持申请，要求供货商或厂家人员配合以及给予活动优惠。

例如：

1凡孕妈咪到本店购物者，凭《围产卡》可获赠价值180元的“天使礼包”1个。数量有限、赠完即止！

2活动期间，进店客户均可免费获得精美小礼品一份！

可在母婴店促销活动结束或者设定消费满金额，通过开展抽奖活动开展促销活动，增加顾客购物趣味性体验。

例如：

1活动期间一次性购满98元即可参与抽奖活动，抽奖采用大转盘模式，由宝宝或者其家长进行转动抽奖，奖品即时生效。

2购物满108元抽红包一次，折扣由你定，100%中奖，有机会获得免单机会！

对于换季、清库存的一些产品，可进行降价促销，或对一些高毛利产品设定折扣。

例如：

1全场折扣价：活动期间，店内全场产品8折起！

2数量折扣价：男女童装，一件7折起，第二件6折起。

顾客买一件母婴用品可赠送相关用品，实现联带或捆绑销售，利用热销产品带动周边产品的销量。

例如：

1活动期间，凡顾客一次性购买店内指定商品满200元，即送价值30元的宝宝奶嘴1个！

2顾客单独购买奶粉享受95折优惠，同时购买奶粉及奶瓶，立享85折优惠！

母婴店可从会员宝宝中开展代言评选活动，通过票选方式选出代言宝宝，此举旨吸引客户高度参与，增强与母婴店互动，

起到品牌宣传作用。

例如：

“本店开展宝宝形象代言评选活动，限本店会员宝宝参选，会员提交照片参与评选，票数最高的宝宝将被选为本店形象代言人，将免费赠送正品宝宝坐便器一个和进口纸尿裤一包以及全年免费享受婴儿游泳套餐。”

为增加母婴店品牌知名度，除了在媒体上投放广告外，还可以投入少量资金作些公益活动赞助。

例如：

“赞助当地组织的一些“明星宝宝”“爱心妈妈”相关评选活动，以扩大品牌影响力。”

母婴店可组织开展“妈妈沙龙”“育儿讲座”等活动，通过赠送门票邀请客户参与，既体现出品味，又起到很好的宣传，顾客参与度也很高。

例如：

“当地妇幼机构或邀请相关专家，开展准妈妈沙龙活动，讲座主要围绕孕期的健康知识和育婴技巧讲座，可通过免费赠送沙龙门票增强客户粘度。”

鼓励门店会员充值消费，设定充值送等级及标准，根据充值金额设定不同等级的母婴店会员特权、优惠及折扣。

例如：

1活动期间，充100送15、充200送30、充300送50，多充多送！

2本店充值500元即可获得白金会员资格，立享商品85折，并

可享受无理由退款、送货上门、新品推送等优惠！

可与区域内婴儿游泳馆、儿童摄影中心、幼儿园、妇幼保健医院等相关机构，开展联动促销，这样覆盖面广，客户需求互为补充，同时能互相交换优质客户资源，实现共赢。

通过以上介绍，相信很多经营者对常见几种母婴店促销活动方案都有了一定了解，开母婴店不仅仅是能看店守店，更重要的是能够学会利用有效的促销手段来促进母婴店销售。

ktv促销活动方案案例篇三

1. 提升商场对外知名度和美誉度。
2. 提升商场大众关注度。

促销宣传

20xx年9月10日—9月12日。

二楼客服中心。

活动一情聚在国芳“老师，您辛苦了！”

a□凡在9月10日当天持本人教师证即可免费银卡一张。

b□凡在9月10日当天持本人教师证即可领取免费体检卡一张和精美礼品一份并送上国芳百盛大世界商业广场最诚挚的问候。

活动二感恩免费点歌台

并附50字内的广播内容。广播将带去您对老师感恩的心情。

ktv促销活动方案案例篇四

通过活动建立洁柔的高端形象，来推动及超越实现预期的销售目标。提高销量，扩大知名度，加深消费者对本品的印象。

洁柔纸巾。

洁柔面巾纸柔软舒适，强力吸水，未经漂白更干净，更好的干强和湿强，是100%原生木浆纸，绿色环保。适合各公司，单位，个人，家庭生活使用。

洁柔纸巾的优势：

和普通纸巾比利益的优势和湿纸巾比价格安全的优势。活动时间：：2011年04月16日至04月30日活动卖场：福安区域所有导购员网点。

喜欢运动的人，白领出差的人家庭主妇，在校学生。

男性市场。

用洁柔，男生也可以很温柔。

在卖场四周进行宣传洁柔产品外场大型促销活动（12台外场宣传车2天宣传活动）（时间：23—24号）。

1、模特走秀：（展示产品的优势与特别）

同时在卖场现场进行可湿水手帕纸的免费派发，群众互动赠送活动洁柔纸巾把绿色环保带给大家。

2实力歌手：同台演出。（演员统一着穿洁柔广告t恤衫演出）

3、文艺演出。针对男士来宣传纸巾，结合“关爱”的属性突

破男性市场。

用纸巾拭眼泪极具感染力的画面。更加能够表达相互之间的关爱。通过洁柔纸巾的传递以物传情，表达男生温柔的一面推广品牌。

4、抽奖环节：抽奖（买洁柔系列产品满20元起凭收银小票金额，一张小票只可以抽奖一次）

特等奖（1个球）：买多少洁柔产品送多少洁柔产品一等奖（2个球）：布艺软抽一包鼓励奖（7个球）：洁柔迷你手帕纸一包。

5、现场答题：对洁柔产品知识的了解。加深对本产品的深刻印象。答对免费送洁柔湿巾。

6、二人转：增加现场的娱乐、幽默性。

7、拔河比赛：在卖场现场进行洁柔外场拔河比赛。（场内洁柔厂商周布置）

舞台搭建现场布置，大型音响设备租赁，广告条幅、彩虹门、现场主持人，礼仪小姐、背景巨幅设计制作、录像。

ktv促销活动方案案例篇五

其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评、从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业、现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下：

3、长期目标：提高销售额扩市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一、

2、产品状况：产企多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别

不商品种类齐全、

劣势：运营成本高规模巨带来管理上的更挑战在异地发展面临问题颇多、

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多、

1、以成本为基础以同类产品价格作为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品、

2、给予适当数量折扣鼓励多购、

2、保持本土化经营、

2、并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“天天低价”原则、

4、注重卖点的广告宣传即pop广告、

1、建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系、

2、企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转、

4、赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象、

5、邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式、

ktv促销活动方案案例篇六

1、通过在市桥各小区，进行现场促销，向小区客户宣传美乐多家配中心的配送业务，树立品牌形象，提升产品的知名度。

2、帮助家配员开拓新客户维护长期客户，增加销售业绩。

3. 拉近近家配中心与小区住户之间的距离，让家配中心主动走向消费者，增强小区住户对家配中心的认知，制造销售机会，刺激购买，促进销售。

3、收集促销小区的相关信息、研究小区客户的消费行为习惯和意识，进一步提高对市场服务的质量。

（一）、活动时间：为每周星期六上午8点下午7点左右

（二）、活动方式：

1、买20支送1份礼品,通过购赠的方式，即时吸引小区住户的注意力及购买欲望；

2、“20送1”优惠券，在顾客购买美乐多后，只要登记好联系资料，即可成为美乐多会员，可以享受免费订饮服务，畅饮新鲜的美乐多，并获得我们家配中心送出的“20送1”优惠券2张，在指定的时间内订饮满20支，即送1支的优惠。

3、家配零售价格统一为1.45元/支

（三）、前期准备

1、人员：23人/组，合理安排人员的组合（促销现场的指挥、收款、宣传等）

2、物料：促销台2张、胶凳2张、帐篷1把、气球、手动气泵、试饮用美乐多、促销礼品（环保袋、毛巾等）、宣传单张。

3、操作：每周安排23场，除特殊情况外，以促销小区所在区域家配员为负责人，员工分工包括对物资礼品的管理、家庭信息资料收集登记、现金交接（一定要当面点数）。

（四）、执行实施阶段为达到引起小区住户较多的注意、激励反复购买、加深对我们品牌的印象的目的；在小区促销同

时，进行一些小游戏由小区住户参加，早上9点至10点为宣传报名时间，下午1点15分至3点45分是做小活动时间（根据以往的促销数据反映出，下午1点至4点是最少人购买美乐多的时间，可以利用游戏吸引人流）。

互动游戏活动：

2、钓鱼大赛道具准备：摄石钓鱼组合2盒游戏规则：用时最少钓得最多鱼的第一名。

促销游戏准备费用：美乐多40支/场，

道具费用：

(1) 小篮球框2副（带篮球3只）110元，

(2) 钓鱼组盒2盒50元

(3) 跳绳5条30元。合计：190元（可循环使用）。

（五）、后期维护工作

1、整理客户登记资料；

2、定期拜访客户，宣传美乐多家配订饮服务，只要是小区登记资料的客户，建议每月赠送“20送1”优惠券，刺激潜在购买，发展长期订饮客户。

按平均每场场地租借费250元，1个月4周计算，每周举行3场促销活动，全年促销场地费用为： $12*12*250=36000$ 元。

平均每场增加销售1600支*144场=230400支（全年增加销量），客户开拓30户*144场=4320户。