

品牌促销方案 品牌日促销活动方案(精选5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

品牌促销方案篇一

促销就是营销者向消费者传递有关本企业及产品的各种信息，说服或吸引消费者购买其产品，以达到扩大销售量的目的。以下是品牌日促销活动方案，欢迎阅读。

为了方便顾客的购物，降低促销及交易成本，服装企业的零售终端在进行日常销售的时候可采取“记名消费”的会员制方式，具体方法如下：

- 1、 美观大方的记事本一本，内页页数需要在100页以上；
- 2、 告诉顾客本品牌服饰在进行“记名消费”活动，如果此次消费的时候顾客留下其详细资料，那么可以立即开始享受我们的一系列优惠活动：

本次消费立即可享受九折优惠；

从第二次开始，在以后任何时间顾客来店消费都可以享受我们八折的贵宾优惠折扣；

例：

任何时候当次消费只能做为下次消费的累计；比如有顾客之前消费累积了4998元，本次消费贵宾折扣后假设是应付580元，

则本次的580元不可以再获得200元的现金抵扣，只能在下次消费时享受200元的现金抵扣。

3、 顾客如果有兴趣参与本活动则进行下一步骤；

5、 顾客第一次留下资料即可立即享受九折优惠，再以后的消费打八折；

6、 每位顾客来店消费结帐前，收银员都需要在结帐前问顾客是否是老顾客，如果顾客回答是，则请问顾客姓名并核对顾客的身份（比如要求出示身份证或者报出以前留在这里的电话号码等），在核实完毕后对该顾客进行打折优惠或者折上折。并将客户此次消费的日期、款式名称、统一零售价格、优惠后的实际价格一一记录在该用户的名下，以便将来进行查询和累计奖励。如果顾客回答不是，则重复步骤2。

4、 降低促销成本：免去了多次印刷促销折价券、优惠卡的成本，利用现有的方式和条件进行促销活动，各个专卖店可在消费者结帐时进行提醒。

品牌促销方案篇二

公司成立以来第一次参与这样的活动，总体来说效果还可以。但是有许多不足的地方，我们要不断总结阅历争取做得更好。

1、 天气因素、提前关注天气预报。

2、 沟通不到位：事先没有沟通好、老板没有重视，提前制定促销政策，制做宣扬单张。

3、 促销方案：吸引力不够。

4、 厂方没有做好充分的打算。

5、我们老师第一次参与这样的活动，阅历不足。

6、场地布置：氛围不够、没有气球、拱门、吊旗。

7、销售嘉奖政策：店老板没有制定针对本场活动的员工额外嘉奖政策。

1、场地布置：

需提前沟通场地大小，如何摆放。问清所需物料详细数量。包括：拱门、气球、太阳伞、展架、拱门、帐篷、促销台、吊旗、氛围塑造，造势，吸引客源。

2、关于体验销售：新进店客人，第一步先演示笑脸贴其蚕丝材质的优势及作用，边演示边沟通，了解其购买意向，其次步，再针对性的跟有意向的客人试用蚕丝面膜，第三步讲解产品效果，及现场活动方案。第四步，问客人选择哪个活动政策，下单，促成销售。

3、客户资料登记：每场活动都会吸引新客源到店，所以要登记客人档案，以备后期跟进。同时也是我们做活动效果的体现。

4、销售嘉奖政策：跟店老板沟通，制定针对本次活动员工的额外的嘉奖政策。

5、工作细微环节：全店店员打电话或者发信息邀约老顾客，到店均可免费体验蚕丝面膜。人员协作时，避开出现几个店员同时跟一个客人沟通，以免给客人产生防备心理。店门口可以派发气球吸引人气。店内客人不多的. 状况下，我们自己找模特在现场进行面膜体验，造势。另外支配店员在店面旁边派发折页吸引客源进店。

6、活动政策：面膜较单一，建议老板拿出部分处理的产品，

进行买赠，或者抽奖以带动销量。

7、关于付款：建议店家备用刷卡机，短暂没有的话，可以和邻家店铺协商运用。

8、关于喊麦：专人负责喊麦，在人少的状况下，制造声势，吸引客源。

9、总结会：每晚开总结会议，每个人制定其次天活动销售目标，并分解到详细数量。

品牌促销方案篇三

超市商场专卖店常常策划化妆品促销活动，好的化妆品促销活动方案策划及主题有利于商场化妆品促销活动开展。下面赏析下某商场化妆品促销活动策划案例。

1、通过低价促销吸引消费者，赚得商品的销量，提升门店的销售业绩。

2、为商场在留住老顾客的同时开发新顾客。

夏日换肤好季节，让皮肤轻松呼吸。

20xx年5月20到5月22日。

北京西单商场全部门店。

1、特价促销：活动期间每日推出两款绝技商品，供消费者选择。

2、品牌折扣：化妆品专柜，部分品牌参加折扣促销[only]旁氏、玫琳凯、美宝莲、资生堂、自然堂等品牌全场最低六折起。

3、满就送：消费者在某一化妆品专柜累计消费满100元即可获得小样护肤品一支。

4、空瓶换购物券：消费者将平常所用的化妆品空瓶拿到相应品牌专柜，即可获得五元到十元不等的购物券。在选购其他商品时，可用购物券抵部分金额。

品牌促销方案篇四

一、促销目的：

利用五一假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

二、促销对象：

___的目标消费群

三、促销时间：

四、促销城市：

全国___零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高___在当地的销售业绩和知名度。

五、促销方式：

运用强有力的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

六、促销主题：

: 购物三天乐，天天都快乐

副标题：四重大礼送你惊喜

七、促销产品：

debest各系列特价产品

八、促销操作：

促销策略：

促销形式：

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

- 1、曾经买过，一定送!(第一重礼)如果您曾经买过__产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。
- 2、现在来买，立刻送!(第二重礼)五一七天，指定产品均享受五一快乐价!新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶呱呱产品满200元送内裤一条，折上再送!
- 3、特款特价，特别送!(第三重礼)：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。
- 4、即使不买，还能送!(第四重礼)：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，

创造线下传播及尝试性购买的可能性。

规则设定：到___专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的就可以参加抽奖活动。

奖品设置：一等奖价值400元的美容护肤品(也可用价值比较高的___产品替代)

二等奖debest彩棉内裤一条或等值debest产品

三等奖debest袜子一双或等值debest产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商根据当地___平时销售情况预估而设定名额，抽奖箱由经销商自购，抽奖用的客户资料卡可以做成名片大小，材质就和名片材质一样即可，这由客户自己制作。

顾客资料卡设计(抽奖卡)参考：

注：购买特价品不再参加买赠活动，购买特价品和参加买赠活动的同样可以参加抽奖活动。买赠指买正品、新品达到多少金额，送内衣或线衫一套/件，赠品可从特价品中选出一部分不做特价销售，专门用于赠品。

对终端要求：

- 1、客户活动组织能力强，愿意投入、配合。
- 2、五一活动前有大量备货，活动前有一定量的广告宣传。
- 3、严格按照公司制定的促销价格执行，如不能按统一的促销价销售，公司将对其进行严厉处罚。

促销物料准备(每活动点):

1、吊旗16--20面/10平方;

2□ dm宣传单1000/点

3、海报1张/点

注:吊旗□dm单、海报公司可统一制作,营销经理需提前和客户沟通,做好统计,4月15之前将各个数量报回公司客服部,以便公司及时安排印刷。

九、大型促销活动准备:

1、活动期间活动点派销售人员在各大商场入口处派发活动dm单页;

3、各专卖点醒目处放置主题背景及内容说明物料一个(展架或其他物料);

4、活动面积至少保证50平米以上,可选择商场

门前或步行接的露天广场,也可选择商场内的活动广场,因为五一搞活动的品牌、厂家很多,所以场地要提前洽谈,越早越好。

5、为加强活动的吸引力和现场的气氛,客户可同时在活动场地举办模特走秀、歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时,准备工作一定要做好,现场舞台的搭置、主持人的挑选,演员的确定,娱乐活动内容选择都要细致,周到。

十、人员安排:

本次活动由各地经销商按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量最大的通道派发dm单页，负责向女性消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有debest明显标志。

2、抽奖活动管理人员：

为保证抽奖活动有序进行，必须指定专人对抽奖箱、奖券、奖品进行管理，避免发生不必要的纠纷，影响到品牌形象。

3、活动检查人员：

活动执行期间debest各大区派出人员进行活动检查，如发现各地经销商操作上的一些偏差行为即刻调整，保证各地活动的同步进行。