

促销方案之饮料促销活动策划 方案

饮料促销活动策划方案

促销活动

策

划

方

案

主办单位：宏达公司

策划人：王梅梅

目录

一、活动目的.....	3
二、活动时间、地点.....	3
三、活动对象.....	3
四、活动主题.....	3
五、活动的内容及安排.....	3

六、现场布置 4

七、宣传计划 5

八、费用预算 5

九、活动效果预测 5

一、活动目的

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传和推广；

二、活动时间、地点

活动预热期：2013年12月20号—29号（共计10天）

正式活动期：2013年12月30日—2014年1月1日(共计3天) 地点：各个高校校园内

三、活动对象

(1) 所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2) 在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

四、活动主题

“吃、喝、玩”，乐在元旦!

五、活动的内容及安排

(一) 元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放 **1000** 张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有 **3** 个祝福语签名，并在 **12 月 30** 日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：**12 月 30** 号活动当天，逾期不给予。

(二) 产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲

望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

(三) 抽奖

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：**1**、转到“红茶”，可以获得 **250ml** 红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得 **250ml** 绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得 **250ml** 蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值 **50** 元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

(四) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集 6 个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

(五) 走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12 月 30 日——12 月 31 日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

(六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

六、现场布置

(一) 人员安排

请 10 个工作人员在售点（3 天的安排一样）

1、1 人负责元旦传递卡

- 2、2 人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2 人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1 人负责免费品尝。
- 5、2 人负责走动销售。
- 6、2 人负责公益活动

(二) 现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的 x 架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

七、宣传计划

1、**20—29 日**：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概 **500 份**。

- 3、在售点发传单。
- 4、在售点挂横幅及其他宣传物。
- 5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

八、费用预算

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校 **500 元** 计算，共有 **8 个** 高校参与活动，共计 **4000 元**。

2、促销人员按每个高校 **10 名** 计，共 **80 名**，按每人每天 **80** 计算，促销活动三天，共计 **6400 元**。

3、促销礼品及奖品共计 **10000 份**，按平均每份 **4 元**，共计 **40000 元**。

4、元旦传递卡片，共计 **1000** 张，每张 **1** 元，共计 **1000** 元。

5、传单费用 **1000** 元

总计：**56000** 元

九、活动效果预测

【篇二：2014 饮料促销活动策划方案】

2014 饮料促销活动策划方案

方案一：饮料促销活动策划方案

初夏，饮料类产品的销售旺季已经来到，河南饮料市场上群雄逐鹿：康师傅、娃哈哈、乐百氏、可口可乐等竞争对手纷纷摩拳擦掌、重拳出击，实行新的促销策略。如何在对手有市场动作之前发挥现有优势，抢先发力，抢占市场份额，巩固市场地位成为统一公司的头等大事。夏季也是面类产品销售的淡季，如何让淡季不淡，而不因为淡季而让夏季变成销售的盲区，组织一场以部分热销产品带动全线产品的畅销成为了必要之举。 媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，借势、造势成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为大河统一美丽生活。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

活动安排

1、活动时间为**5月31日—6月30日**。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等茶系列产品为一套系的促销，鲜橙多、葡萄多等多系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五买就送，以买送搭赠（面类产品和饮料的捆绑）的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的限时、限量惊爆抢购，打击竞争对手，抢拉客源的超低特价，超级好礼。

3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动——您的爱心我的学业，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势！

活动执行

一、部门协调

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

1、事前责任明确

由于此次大河统一美丽生活活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写、**pop**制作；推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报、**pop**管理，活动现场管理等；储运部负责检查库存，确保及时补货；销售部负责维持好现场秩序。财务负责帐款的回收。

2、做好各项活动准备

在大河统一美丽生活活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。 场地准备：确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。 物料准备：根据活动的规模，提前准备好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、上货、广宣品、**pop**等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

人员培训

大河统一美丽生活人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训；第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

1、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到

-全球品牌网-明确活动目的、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

2、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态（推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动）、推销话术（消费者异议回答话术、目标消费者）等的培训。

活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了统一品牌的影响力和在民众中的美誉度，扩大了市场占有率，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的！
方案二：饮料促销活动策划方案

一、活动目的

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传和推广；

二、活动时间、地点

活动预热期：20xx年12月20号—29号（共计10天）

正式活动期：20xx年12月30日—20xx年1月1日（共计3天）

地点：各个高校校园内

三、活动对象

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/177054014044006056>