促销的策划方案（31 篇）

促销的策划方案（通用 31 篇）

促销的策划方案 篇 1

活动主题：

劳动节脂肪高价回收计划

活动介绍：

《西虹市首富》有这样一个桥段。沈腾扮演的王多鱼为了能在 30 天内花掉 10 亿现金特别推出了脂肪险项目：每减 1 公斤可获得现金奖励，减得越多奖励越多，“脂肪险”这个词瞬间火爆起来。

所以我们可以借势电影和和五一劳动节做“你瘦了，才是对劳动最大的褒奖”推出《你减肥我买单，脂肪高价回收计划》

活动工具：

微健管理系统秒杀工具

活动内容：

你减肥我买单！高价回收脂肪，帮你登顶__市“瘦”富！

谢娜、阿 sa、林志玲、蔡依林、高圆圆、刘嘉玲、钟丽缇等女神级的女星都钟爱的速瘦课程火爆来袭！原价 20__元脂肪回收训练营，五一大放价！秒杀价仅需 510 元。享权威明星速瘦减肥指导，让你快速甩肉/持续瘦身/凹凸曲线，成功蜕变小腰精！

学员完成最后一节训练营，教练根据学员减重斤数按照51元/斤的'价格回购，即瘦1斤返现51元，瘦10斤返现510元，瘦20斤返现1020元。

减脂第一名额外有价值__元的惊喜大礼赠送！

活动建议：

1、如果场馆客流较小，可以做引流报名活动，卡项便宜一些，比如99元报名，然后按照1斤肉抵扣10—20元，也可以设置排行榜或者赠送课程等，吸引更多人报名。

如果场馆为了做转化推广集训营，那么可以价格设置贵一些，回收金额高一些。

总之，场馆根据场馆的瘦身课程体系和目标来制定科学的脂肪回收计划。

促销的策划方案 篇2

一、活动目的：

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为中秋篇与国庆篇。中秋篇围绕中秋情浓意更浓这个活动主线，全力突出中秋节的团圆情意礼品三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以欢乐国庆为主线，分幸运实惠会员时尚四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的.商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

二、活动时间：

__年9月23日——__年10月8日

7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的时间定为以上的时间。

三、：

同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联

四、活动内容：

中秋篇：欢乐中秋，情浓意浓

（本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。）

欢乐在华联，情浓意更浓

1、__年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办名月贺中秋——名牌月饼大联展，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2、__年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年广告大规模送礼送健康的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

促销的策划方案 篇3

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息.抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”，求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣（针对这次送福，送财）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、渲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。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式：

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1.媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2.销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、POP布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3.人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点:

1.属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2.属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近5成的消费人群,都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此,生动化及人员推销至关重要。

3.春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中,陈列还要注意以下主要原则：

1.一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2.重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充的货物无法按陈列标准执行，随意堆货；人流量太大，挤坏或拿走了生动化物品，来不及重新粘贴或悬挂等。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输陈列重要性的思想，如若没有充足的货品在陈列点上，消费者就会转向购买竞争品牌产品，如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等；此外，还要安排随时检查、随时培训。

四、简洁明快的 POP

在卖场内直接展现促销信息的 POP 中，空白海报和各类价格标

签是最有效的传递信息工具。

空白海报上促销价与原价同时标出，（但尽量不要过多打折，尽量以买赠捆绑的形式来促销）以示区别；尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容；但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以避免消费者误解。

价格标签要醒目、简洁，在价格随时变动后要及时更换价签，不能新老价签同时使用，造成价格混乱；一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中察觉促销信息，促成购买。

五、专业导购的口头推荐

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。

3、引导促销人员关注消费者心理变化

春节消费品由于消费周期短顾客购买率高，因此消费者在春节期间购物时，一般不会计较买多或买少，增加单次购买量成为促销人员增加销量的技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。

促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化，如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈，且易打动的消费者，促销人员不仅要在口头上介绍产品和促销活动，还应主动介绍其他关联性的商品让顾客选择。当然，这种推销方法不是针对所有人群的，弄不好，也会适得其反。但是，只有培养每一个促销人员注意观察消费者消费心理变化，不放过每一次促销机会才能获得促销成功。

4、利用卖场气氛鼓舞促销士气

消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的，直接面对消费者的促销人员的士气也是如此。鼓舞士气的方式多种多样，春节这种特定的节日气氛本身就是一个很好的条件，卖场内热闹非凡的购物场面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高；反之，士气低落，销量停滞。在后一种情况下，促销人员要表现得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定程度上会引起消费者好奇进而刺激消费。

在整个春节超市促销过程中，或许会遇到大大小小的意外，如促销方式的变更、各个促销环节连结得不够顺畅、其他部门工作脱节和竞争对手加大促销力度等等，随时保持与消费者沟通并认真地管理好整个沟通的过程，才能有效保证促销活动的顺利进行及促销效果的圆满达成。

促销的策划方案 篇 4

活动主题：疯狂万圣节美容院为你打造独特妆容

活动时间：20__年 11 月 1 号至 2 号

活动内容：

1、美容院布置得有万圣节气氛，工作人员做万圣节装扮为顾客服务；

2、凡活动期间内进店的顾客都可以得到美容院赠送的精美小礼品一份；

3、美容院员工(着万圣节装扮)并帮活动期间内进店消费的顾客

化万圣节妆容；

活动事项：

1、美容院负责活动的组织、宣传并进行店堂陈列的设计与摆设；

2、负责活动期间的安全工作;

3、安排好活动期间的店内广播;负责活动期间接待来店顾客的'咨询及活动解释工作;活动期间负责给进店消费顾客化万圣节妆容。

促销的策划方案 篇5

对三一五本身来说，三一五是一年当中促销大事件，在这个时期，不仅仅提升业绩，提升销量。同时也是品牌宣传的重要时期，在整个社会，315被当做了品牌宣传的一个最为重要的时期，同时315也是新的一年的促销活动，打响漂亮的第一枪对以后的活动意义重大。

一、活动目的：

利用消费者权益日这一特殊节日的销售特点，结合萨米特20__诚信服务推广的优势，在其前后公众效应显著的一段时间，进行一系列有针对性的促销推广活动。

通过消费者权益日从产品质量到售后服务及意识形式等各方面从消费者切身实际利益出发，有效地促进了销量提升，抢占市场份额。同也树立了良好的品牌形象。

为了打响20__年终端销售第一个旺季最响亮的战斗号角，遵循“精诚所至，金石为开”的销售理念，响应月月有活动，天天有促销的.促销政策，赢得良好的营销业绩。

二、活动主题：

诚信保卫战

萨米特陶瓷优惠大行动

三、活动时间：

20__年3月10日至3月17日

四、活动地点：

陶瓷各大专卖店

五、活动口号：

诚信保卫战，与消费者同阵线！

六、活动内容：

1、诚信保卫战之预约送大礼包，更关爱！

活动前交预约金200元，即可获得价值1020元的贝佳大礼包一份，活动当天交定金20__元以上，预约金可抵扣货款。

享受预约优惠截止到3月9日，活动当天及以后均不再送预约礼品。

活动当\天，补交齐定金20__元后，预约金即可抵作货款。所预约产品为免费赠送。不补交定金的，预约金转为购礼品的货款；？预约金不退；

每户客户限预约一次，同一客户不能预约几次。预约几次公司只承认其中一次有

效，其它预约无效；

定金只可用于购买萨米特品牌产品，不能购买其它品牌产品。

2、诚信保卫战之排队抢购，一战到底！活动当天排队的前30名顾客，均可享受萨米特大地砖、墙砖、厨卫小地砖全场折起（不含花片、腰线、洁具，限量）。

前 1—5 名客户享受折范围：

大地砖 15 平米，墙砖 10 平米，厨卫小地砖 3 平米

第 6—15 名客户享受折范围：

大地砖 10 平米，墙砖 6 平米，厨卫小地砖 2 平米

第 16—30 名客户享受折范围：

大地砖 5 平米，墙砖 5 平米，厨卫小地砖 1 平米 3、诚信保卫战之惊喜 315，萨米特全场折起；

提前预约的客户，活动当天补交定金，可享受萨米特全场产品任选折（以交定金金额为准；如：交 10000 元定金元，在全场按折选购 3150 元的产品，余额 6850 元按活动优惠价；洁具和五金件、画片、腰线除外）

交陶瓷定金的基础上购买萨米特洁具产品，单独交洁具定金。享受洁具折扣为：五金件折，浴室柜折，科奥原价折；

5、诚信保卫战之六星服务到你家！

1 星免费上门测量 2 星免费计算 3 星免费送货上门 4 星免费设计指导 5 星免费铺贴指导 6 星免费退换一次

促销的策划方案 篇 6

为了满足业主对车库的需求，香域加州二期车库促销活动开始了！

一、车位现状分析

1、项目车位概况

二期项目车位共 131 个，均分布在物业地下一层；

二期商品房共计销售340多套，但地下车库仅为131个；

8#、13#号楼为花园洋房，总户数24户，无地下车库；

2、项目车位定价

在实际销售过程中，车位的实用性是影响购买者的重要因素。根据现有的车位划分情况，我们依据以下原则，对二期项目车位进行具体划分：（见附表1）

距离车库出入口的远近程度；

是否靠近车库主要行车动线；

车位本身回车半径是否宽敞；

车位周围有无承重墙体、防火门等遮挡物；

依据以上原则及一期车库2100元/㎡均价为参考，进行定价。

二、车位推售思路

1、推售前车位需求摸底调查

在推售前一个月内进行摸底调查通过摸底调查结果，基本掌握二期多层住宅及三期小高层住宅业主购买车位的大体情况；

业主对车位价格的接受程度；

业主对车位的需求数量；

业主购买车位的大体时间；

备注：

要求置业顾问对二期业主进行电话咨询，并做好详细记录；

要求置业顾问对三期24#-25#购房业主进行车库销售电话通知；

2、创造有利的条件，提高入住率。车位营销，首要的是提升小区的入住率，这是车位营销的基础；目前香域加州一、二期已经接房入住，入住率相对来讲较低，对销售车位有很大的阻力。公司应尽量提供方便让业主尽早装修入住。

3、加大优惠力度，限期限额优惠。基于目前大部分二期业主尚未入住，购买车位热情不够的情况下，通过制定比较有竞争力的价格，以及较有吸引力的优惠措施来促进购买。

4、制造车位紧张气氛，提高销售比例。

①香域加州二期已售出340多套商品房，但二期地下车库只有131个汽车位，这就是说有一半以上业主的爱车将不能停在地下车库里，汽车位非常有限，停放紧张。

②本着二期业主优先、优惠的原则，从20__年11月1日至20__年12月1日，推出特大优惠真情回馈活动，并只限香域加州二期及部分三期已购房业主购买。（目前小区地上车位停放“爆满”，很大一部分车只能停靠路边。）

5、提高置业顾问销售的积极性，提高回收资金速度。由于车位金额小，提成较少，为增加销售人员的积极性，在本优惠期间对置顾问销售业绩进行适当奖励。（由销售经理制定奖励措施）

三、推售策略

树立项目车位供不应求的形象，实现车位的迅速去化向市场推出50%的车位，消化后补充，制造市场供求关系紧张度；

早期保证供求比不足的可选范围下，迅速消化车位中较差位置；

中期保证车位的充足供应，实现车位的快速去化，保证销售任务的按时完成；

后期放出位置优越车位实现车位价值的拉升，保持前期客户的消费满意度；

1、推售顺序

依据摸底调查根据业主所购买的物业类型及置业目的，我司建议分批次推售，针对二期多层及部分三期小高层住宅业主推售车位；

第一阶段：9#、14#、15#车位推售

推售时间：12 年 10 月 20 日——12 年 11 月 20 日；

客户群体：景观大道以西的二期多层、部分三期小高层业主；

备注：

为了配合交房工作，满足业主车库需求，利用交房之便加大对车库销售力度；本次推售车位合计数量 78 个。

第二阶段：6#、7#车位推售

推售时间：12 年 12 月 1 日——12 年 12 月 31 日

客户群体：景观大道以东的二期多层业主；

备注：考虑到本次时间段为元旦前期，返乡客户较多，推动车库销售;本次推售车位合计数量 53 个。

后续阶段执行部分

2、第一阶段优惠方式：

接交房之际，香域加州二期地下车库正式开放。为了答谢广大业主长期以来的支持与厚爱，在20__年10月20日至20__年11月20日期间，业主均可以以超低优惠价格购置一个属于自己的车位。20__年11月21日起恢复原价销售。优惠如下，敬请把握：

◆优惠期间，一次性付款可享受1万元优惠。银行按揭享受8000元优惠；

◆优惠期间，同一户主同时购2个或2个以上车位，第二个开始，每个额外优惠3000元。

◆优惠期间，购买花园洋房可以享受赠送爱心车库一个；

备注：

考虑到花园洋房总价过高，可以通过购买楼王来赠送车库，捆绑式销售，促进资金回笼；赠送的车库可以考虑位置相对来讲较差的来促销；

四、车位推售执行

1、车位推售执行方式

1）置业顾问电话通知；

销售人员电话通知每二期及部分三期小高层（24#、25#）业主，说明车位优惠和传播车位销售紧张；

2）公司短信通知；

短信内容：A、是中国领土！香域加州120㎡-135㎡有宽度的大三房感谢所有人关注。低总价大空间，为中国人设计！10月20日车位抢购中6601888

B、有了新家，不要忘了给自己的爱车安个家，香域加州二期车库公开推售，秋天收获财富！稀有车库抢购中！6601999

小区条幅：

A、香域加州车库特大优惠真情回馈业主，优惠额达 1 万元/个.6601888

B、祝贺香域加州二期车库公开销售，现推出 70 多个超值优惠车库，数量有限，先到先得。6601888

C、有了新家，不要忘了给自己的爱车安个家。6601888

3）公开信通知；

尊敬的各位业主：

你们好！接此交房之际，香域加州二期地下车库正式开放。同时，为了答谢广大业主长期以来的支持与厚爱，在 20__年 10 月 20 日至 20__年 11 月 20 日期间，业主均可以以超低优惠价格购置一个属于自己的车位。20__年 11 月 21 日起恢复原价销售。优惠如下，敬请把握：

◆优惠期间，一次性付款可享受 1 万元优惠。银行按揭享受 8000 元优惠；

◆优惠期间，同一户主同时购 2 个或 2 个以上车位，第二个开始，每个额外优惠 3000 元。

◆车位数量有限，先到先得售完即止，敬请谅解！

：0795－6601888，销售地址：香域加州售楼部。

促销的策划方案 篇 7

一、方案背景

临近国庆，为了使学院超市获得更广泛的传播效果，在放假前夕尽快减少超市库存，增加超市实训室的销售额，从而设计此次促销方案。

二、促销策略

三、广告促销

四、促销内容

1、时间：20__年9月29日—9月30号日，时间段9：00—11:00、12：00—14:00

2、地点:学校超市门口

3、促销口号:爱上生活，爱上统一

4、执行人员：促销组长：何赟 促销人员：卫江聪、王建、丁恺恒、梁英、姚建美（仪表要求:身穿促销统一服装，面带微笑，热情大方，活泼开朗.....）

5、促销政策：

a、促销形式常规试吃+买赠（活动价）

b、促销目的:以现场教授煮并免费品尝，引起顾客注意。扩大知名度，从而提升购买率，增加销售额。

c、试吃：

1、推荐主体：全院师生

2、方式：免费试吃，试吃现场陈列试吃台同时配合堆头陈列

d、事前现场踩点：

1、确定试吃台的位置（确保人潮动向）

2、确保电力、水源等基础设施

3、确保可否使用道具

4、试吃面的保管方式

e、场地要求：

1、人流量大

2、试吃点尽量提供免费免费对头或端架（活动期）

3、主要以场地试吃为主，场地选择对头旁

f、工具准备：

1、试吃台：可用现有的促销台围上统一海报，促销台上放置KT 看板

2、试吃面：试吃人员每天带入场内

3、物品：保温瓶、电热器、一次性试吃杯、筷子、一次性卷纸、抹布、垃圾袋、废水桶

4 其他:口罩（卖场要求时戴），手表（计时用，必须带)

e、现场控制：各地试吃点进行巡视：

1、现场布置是否正确

2、试吃用品是否齐全

3、试吃人员行为是否规范（话术、冲拌流程、分食方法）

4、检查货源是否充足，广告宣传品的使用状况

5、货源保证充足，正确陈列并有效使用广告宣传品

f 促销产品：

1、牛肉配宽面

口味有：番茄牛肉、泡椒牛肉、葱爆牛肉

2、鲜鸡肉配细面

口味有：香菇炖鸡、鲜虾鱼板

3、猪肉配圆面

口味有：肉骨茶、浓香排骨

4、酱拌面系列

口味有:七里香牛肉风味面、酱辣风味

g、促销人员:按常规步骤泡面，并且依靠搭配方案

h、限制条件：活动期间

五、人员安排及活动经费

1、各岗位职责落实：具体任务分配(第一天由何赟、丁恺恒、梁英，第二天由王建、卫江聪、姚建美。）吃饭时间可以相互轮流替换。

2、人员奖惩制度:凡是是现场购买 3 到 5 桶以上都有奖品可得，购买一箱可得一把雨伞。（赠品有：印有统一标志的纸巾、圆珠笔、扇子、笔记本、饭盒、雨伞、水杯，特等奖是统一形象代言人亲笔签名海报）

3、记录当天的信息：活动当天清点库存，提醒客户下单。

4、费用预估：

试吃面：1 箱_30 元/箱=30

场地费:100

运输工具：50

赠品费:100

劳务费：80（每人）80_6=480（一天）_2=960

合计：1240 元

促销的策划方案 篇 8

一、活动时间：

12 月 31 日(星期日) ——元月 3 日（星期三）（4 天）

二、活动主题:

缤纷元旦欢乐送礼

活动一：缤纷元旦 8 折酬宾购穿着及针纺类商品享全场 8 折。羽绒服、化妆品、照材、数码产品、小家电全场 9 折

火爆酬宾热卖。

注：（超市、手机、名烟酒、黄白金、特价、削价商品不参加打折活动）活动二：元旦灯谜会——猜谜获奖乐翻天活动期间，新世纪推出“元旦灯谜大街”，顾客无需购物即可买免费参加猜谜活动，猜的越多，赢得越多。

领奖办法：猜中 5 个领奖一份。总服务台领奖(赢 4.99 元的可口可乐一瓶)采购部负责组织活动赠品 500-1000 份。

活动三：缤纷元旦庆超市大行动

【超低价买大米】

活动期间，超市大米超低价热卖，每斤 1.39 元。

【投色子赢鸡蛋】

超市购物单张小票满38元，可凭电脑小票投色子一次，满76元投色子二次，并根据自己所投的点数为准，获得与点数相同的鸡蛋。企划部准备大色子一个，直径800_800（白色红字）超市准备好鸡蛋，在超市出口处参加活动。现场送鸡蛋。

三、气氛布置及广告宣传：

1.dm邮报10000张8开2页4版急定印刷28号发行

2.手机短信100000条。

3.电视台、气象局广告。

4.企划准备灯谜的内容。布置灯谜大街（一楼服务台东走廊、二楼）

5.二楼三楼电梯入口柱子用满100送活动内容写真装饰

6.a2广告架支撑活动版面10个（一楼4个，二楼2个，三楼2个，四楼2个）

7.一楼南门装饰元旦氛围,大活动版面2块。

8.临沂发货采购注水旗杆20套，制作布旗，放置楼前营造氛围

9.过大年背景做超市出口、入口及超市内立体版面悬挂。超市出口1个，超市入口1个，超市内写真悬挂40套，（写真、泡沫板、kt板制作）费用20__元已交。

促销的策划方案 篇9

【活动时间】11月25日

【活动主题】全球感恩节，__大厦感恩日——感恩大礼送给你!

【活动内容】感恩行动，真情摇奖，100份感恩大礼送给你!

11月18日——11月24日，在__大厦累计购物100元的.顾客就可以换取感恩节摇奖券一张，参加11月24日感恩节当天感恩节晚会后的摇奖活动，奖品为价值200dd__元不等的100份时尚感恩大礼。

奖项设置：

1、感谢母亲大礼，创维高清电视

2、感谢父亲大礼，海尔时尚冰箱

3、感谢恩人大礼，安吉尔饮水机

4、感谢丈夫大礼，飞利浦剃须刀

5、感谢妻子大礼，松下时尚洗衣机

6、感谢孩子大礼，千岛时尚mp4

7、感谢亲人大礼，亚都时尚加湿器

8、感谢同学大礼，格兰仕微波炉

9、感谢朋友大礼，康宝消毒柜

10、感谢恩师大礼，三星时尚数

促销的策划方案 篇10

百年一遇的光棍节就要到了，商家使出浑身解数想在光棍节来临之际大赚光棍钱。你看商场各家有各种有各种光棍节促销活动方案。普通的产品，也想借光棍节秀一把，那么应该采取什么样的光棍节促销活动方案呢?

光棍节促销活动方案怎么做：

1.单身礼品

过节送礼!这样的炒作方式很符合民意，尤其在这百年一遇的神棍节呢，是不是幸运的神棍，都想送自己一样特殊的礼品来纪念或者祭奠一下这个很特别的时刻。自己送自己礼物，当然也要有好友送自己礼物的刺激喽，光棍节本来就是个寂寞的节日，好友借此机会送礼，是不是会让人感受到一点点温暖呢?

2.11 元抢购

11 元抢购?这可是京东商城最近正热搞的光棍节促销活动方案呐。是不是很有创意?当然了，想搞好棍棍促销，首先要算好成本，要做到薄利多销，还要借此良机打好名气，为以后的生意做铺垫!11 元，真的不是很贵喽，每一个人都会舍得在这样的日子里话费不大的价钱，买到一件心仪已久的东东，所以你的产品还要有吸引人又实惠的优点哦!

3.降价促销

降价促销，永远都是节日促销不变的主题!降价，要巧妙地降价，要让消费者感受到真真正正的实惠，你才有销路，才能大赚一笔的哦!降价若不当的话，很容易给消费者造成负面的影响，这可是事关你以后生意能不能成功的`关键呢!

4.送光棍节吉祥物，祝福光棍们早日

每一个光棍都是不想就此光棍下去的吧!所以吉祥物会被奉为上品哦，光棍节促销活动方案中也可以专门买光棍节吉祥物，当然也可以“进店有礼”，送个性的光棍节吉祥物，这样能吸引大批的消费者进店的，进得人多了，生意自然就旺旺了。当然，您也可以在

消费者购物满多少元的时候送什么级别的光棍节吉祥物的。这绝对不是一个坏的光棍节促销活动方案。

目前来说，光棍节促销活动方案最适合大众的大致有这么四项!高档的服装店，ktv、酒吧等等的光棍节促销活动方案真是层出不穷。如果您不喜欢这样的光棍节促销活动方案，您还有更好的光棍节促销活动方案，欢迎您评论，留下您宝贵的意见，本人将不胜感激!

促销的策划方案 篇 11

一、微信公众平台的重要性：

1，微信成本低廉，传统的营销推广成本高，而在微信而言本身使用是免费的，而且使用过程中只会收取低廉的流量费用，那么通过微信开展微信推广与营销活动的成本自然非常低的，雨伞微信运营方案。

2，大势所趋，在移动互联网如此发达的今天，任何企业都不能忽视互联网的魅力，特别是手机客户端，所以，目前利用微信公众平台这个最大的自媒体平台来进行公司的品牌推广是最合适的。

3，微信推广与营销的方式是多元化的，相对较为单一的传统推广方式，微信则更加多样化，多元化。微信公众平台支持文字，支持视频，以及混合文本编辑，能推送漂亮的图文信息，尤其是视频传输，可以拉近和用户的距离，让推广活动变得更生动，更有趣，更有利于营销活动的开展。

4，微信推广方式人性化。微信推广是亲民而不扰民，用户可以许可式选择和接受，微信公众平台的内容推送即可主动推送，也可以把接收信息的权利交给用户，让用户之间选择自己感兴趣的内容，比如回复关键词就可以看到相关的内容，使得营销的过程更加的人

性化。

5，营销信息到达率高，由于每一条信息都是以推送通知的形式发送，你的平台所发布的每一条信息都会送到你的用户手机上面，到达率可以到达100%。

二、微信公众平台运营策略：

1，微信公众平台图文群发，通过制作精美的图文，吸引潜在客户的眼球，通过相关文章与图片的引导，让手机客户端的粉丝客户，生动而主动去点击观看，以求获取有价值的信息。文章的风格会严格按照企业的定位，进行编辑，由于图文板块可以增加，一般情况下会是三个板块的样式，其中一个板块必须是和企业的经营产品或者服务，紧密相关，其他板块采取多样化的形式，达到吸引粉丝的效果。

2，音乐微信场景是目前微信推广的过程，一个亮点，它可以不依附微信公众平台，也可以穿插在微信公众平台文章内最下面的阅读原文里面，优美的文字、精美的图片、震撼的音乐三者完美结合，制作出来的微信内容，发至朋友圈后，点击率是非常高的。

3，利用微信第三方制作平台，为企业公众平台增加多样化的内容，表现在微官网、幸运大转盘、刮刮卡等等生动的微信展示活动方面，可根据企业情况，个性制作，满足企业推广过程的个性需求。

4，互动吧微信报名是一种当前使用比较多的微信报名方式，可以通过制作图文结合的通知类活动，让更多的微信用户参与，不仅能推广品牌，更能增加活动的精彩度，微信用户看到微信报名活动之后，如果有意愿参与活动，可以填写姓名+手机号，这样的话，企业就可以轻松获取潜在客户的重要资料。

三、微信公众平台效果分析：

1，有利于企业品牌快速传播，由于微信用户的数量非常大，运营好企业的公众平台，也就是在自媒体广告端打开缺口，互联网的传播速度非常快，能短时间内让更多的客户关注企业的品牌。

2，有利于筛选客户，达成业务，公众平台消息推送出去时，每位微信用户都有机会关注，这便是微信最大的好处。而在关注我们的用户当中，肯定会有一部分的用户成为企业的忠实粉丝，最终转化为购买力。

3，有利于企业与用户之间的及时沟通，为企业的服务保驾护航，更有利于实现020互联网线上线下的完美结合。让企业在网上推广与客户实际体验相结合。稳定老客户、拉近新客户的距离。

4，微信公众平台粉丝数量随着运营的逐步深入，会越来越多。目前在中国，比较牛的微信公众号的粉丝数高达数千万，非常庞大的客户群体，对一个企业而言，如果能达到100万粉丝数量，可以想象一下，企业的客户根本不用愁。

促销的策划方案 篇12

一、活动时间

20_年9月5日——9月9日（5天）

二、促销目的

教师节学生对教师感恩的心，威智德为您传递真情，展开快递礼物传心意的活动，提高知名度，达到销售的目的。

三、宣传档期

20_年9月5日——5月9日（5天）

四、促销主题

“特别的爱献给特别的你”

五、商品促销惊喜不断

惊喜一：教师凭借教师证购物8。5折优惠。

促销方式：

在活动期间，凡是凭借本人教师证购物的客户享受全场消费8。5折的优惠。

惊喜二：学校教师团购礼物享优惠

促销方式：

团购总额300元—500元享受8折优惠，采购负责人可赠送相应的礼品一件。（礼品可选择下列产品中的任意一款：飞龙在天、金屋沙漏钟、烟灰缸系列）

团购总额500元—800元享受7。5折优惠，采购负责人赠送相应的礼品。（礼品可选择下列产品中的任意一款：2号迷宫、罗盘游戏、大富翁系列）

团购总额800元以上享受7折优惠，采购负责人赠送相应的礼品。（礼品可选择下列产品中的任意一款：诱惑、异度空间、电话系列）

惊喜三：快递礼物传心意

1、促销方式：

在活动期间购物可以在9月10日当天送到您想送的礼物

2、促销内容：

（1）登记自己要送礼物的教师名字及联系方式，并写下对较想说的话，并选购礼物。（表基本的样式在较后一页）

（2）本市地址：购物满100元，可免快递费；不足100元消费的客户，支付百分之五十的快递费。

（3）非本市地址：购物满200元，可免快递费；不足200元消费的客户，支付百分之五十的快递费。

（4）免费赠送礼品包装。

注：费用和价格标准可以根据当地市场的快递费用情况进行适当的调整。

六、店铺布置

在店内的收银台的位置，设置登记本，并要做好详细地记录，登记本的纸张选择较好精致一点的卡片纸。（卡片的样式在较后一页）

备足团购促销所需的优惠产品，产品数量可根据各店的情况而定，设置一个专门的赠送区域。（产品的种类个店也可以根据自己的店面情况适当的调整）

在活动期间要联系好快递公司，以保证礼物能准确地到达。

店内准备好包装用品。

促销的策划方案 篇13

活动时间：2月23日—2月25日

活动目的：吸引人气，增加销售，提高超市知名度和美誉度

活动内容：凡于2月23日—2月25日来本超市购物的顾客，可凭当日电脑小票到大门口免费换取现场制作的“浓情元宵”一份(三-五个)，每天限送500份。

活动细则：在超市大门口设现场烹煮元宵点，由一服务员专门服务为各顾客提供元宵赠品。

道具：准备锅一个，一次性塑料碗5条，牙签1盒(由供应商赞助)

促销的策划方案 篇14

一、活动目的：

为抓住国庆7天大假的有利机遇，以有力度的促销活动来带动客流量，扩展富成百货的知名度及市场占有率，使的旺季销售有一个好的开端，也为全年义务的完成奠定根底，特制定如下方案。

二、活动主题：

国庆佳节，相约富成，惊喜不时

三、活动时间：

负一层超市、一楼洗化超市特价时间：10月1日---7日

二楼以上穿戴类商品打折时间：9月28日---10月7日

四、活动内容：

活动总担任：马成章执行担任：戴煜萍、许雄伟

1、超市抢购风

担任人：魏红

每天推出10余种超低价商品，从12点开端限量抢购至售完为止。

每天在商场门前用pop标出超低价商品的种类价钱，负一层设有告示牌，告知顾客详细内容。

2、洗化特价潮

担任人：耿秀丽，何平

主要以买赠方式为主，在门前以商品图例展现，标出原价和特价。(费用商户承当)

3、穿戴类商品打折促销：

担任人：各楼层经理

详细内容：

1)、活动时间：(9月28日---10月7日)

2)、凡参与活动的商户结算时扣13个点，不含税。详细商品及折扣幅度：鞋帽类商品5---5.5折，箱包类商品5.8折，二、三楼男装5.5折，三楼休闲装6.5折，4楼女装6折，5楼针织6.5折。

3)、不参与此次活动的商户在原扣点的根底上加扣3个点。

4)、原合同中有1%广告费的商户不另加扣点。

5)、要求各楼层在26日前将详细商户参与此次活动的状况及不参与此次活动的状况报业务部。

4、寻觅侥幸顾客：你的侥幸，我的高兴

担任部门：业务部，礼品提供：洗化超市，负一层超市

礼品发送分为三个时段：11：00---1：00，

3：00---5：00，

7：00---9：00

顾客凭有效证件在总台登记支付。有限证件包括：身份证、户口、警官证、士官证

假如是10月出生的顾客送价值2元的礼品。

假如是10月1日出生的顾客送价值5元的礼品。

假如是49年出生的顾客送价值30元的代金券。

假如顾客名字中包括“国庆”两个字，送价值50元的代金券。

假如是49年10月1日出生，名字中包括“国庆”两个字的顾客，送价值1000元的代金券。(限每天一位)

五、门前的活动：

1、26日前各部门上报厂家宣传促销活动的详细状况，以便企划部一致布置，保证商场门前每天都有促销活动，以到达营建氛围，带动人气的效果。

2、建议举行一至二场服装展现会，以秋冬男女装或保暖内衣为主，详细后附节目流程单。

3、10月1日早上举行盛大的升国旗典礼，当天早班的全体员工务必参与，9：30分准时到岗，9：45各部门组织员工方队着工装在门前参与升旗典礼，升旗典礼由保安部详细担任。

六、展开以“送温馨，献真情”为主题的优服活动红旗评选，主要以站姿，定岗，定位，三声效劳为切入点，一致迎声“你好，欢迎莅临富成百货!”送声“欢迎下次莅临”，详细方案由业务部制定后下发。

七、媒体投放

1、报纸广告

9 月 26 日都市报：四分之一黑白版 6500 元

9 月 30 日晚报头版：二分之一彩版 5250 元左右

建议投放广告时间跨度相应增加，

八、卖场装饰布置

1、店外：

巨幅布标 20m_10m 约 1800 元

大型喷绘 3.6m_2.4m130 元

门头悬挂灯笼 4 个，内容为“祖国万岁或庆贺国庆”，

布标 1 条,内容以庆贺国庆为主。

拱门、气球、上演由商户提供。

2、店内：

1)中厅以气球彩链编织为主。费用约：3000 元

2)因布局调整，洗化搬至一楼、五楼增加布匹运营项目，一楼购物导示牌现有内容和实践不符，为方便顾客购物，现请求改换一楼导示牌和五楼水牌。费用约：50 元

3)“大型超市”牌子改换，因画起泡、变形、布局调整(洗化已

搬至一楼)规格：6.6m_1.8m 费用约：190 元

4)各楼层中厅悬挂相应商品折扣幅度为内容的喷绘。

费用约：4 条 350 元(可长期运用)

九、费用预算：

1、巨幅布标 1800 元(含制造和发布费)

2、楼层喷绘 350 元

3、大型喷绘 130 元

4、气球彩链 3000 元

5、时装展现 4000 元(一场)

6、媒体 20000 元

9 月 30 日晚报二分之一彩版 6500 元

9 月 27 日都市报 1/4 黑白版 2750 元

因思索到 10 月 1 日至 10 月 7 日各大报纸休报，为不使广告宣传呈现断档，以致影响销售，建议在 9 月 27 日至 10 月 7 日时期经过播送电台 974 或 929 滚动播出，每天 20 次 15 天 15000 元

7、超市广告画：190 元

8、一、五楼购物导示牌：50 元

促销的策划方案 篇 15

一、 活动主题

“全明星社团巡演”---20__年湖南省长沙市首届高校精英社团校园巡演；

二、 活动形式

选拔高校内的不同类别的精英社团，共同打造一台集小品、舞蹈、走秀、演唱、魔术、特技、乐器等多种类别，多种形式的属于社团自己的晚会，在校园内进行表演；

三、 活动时间

3 月—4 月

四、 活动地点

湖南师范大学、湖南商学院、湖南涉外经济学院、湖南大学、高桥电脑城广场

第二部分：活动流程

一、宣传阶段

宣传启动时间：2 月底

☆ 自活动宣传启动之日，校园杂志、校园网、海报、网络等多方位、立体式的宣传模式将高桥电脑城“全明星社团巡演”20__湖南长沙市高校社团校园巡演信息全面覆盖到湖南大学、湖南师范大学、中南大学、湖南商学院、湖南涉外经济学院、湖南第一师范、湖南省财专高等专科学校、湖南大众传媒职业技术学院、长沙理工大学、中南林业科技大学、湖南女子大学、长沙大学。

☆ 宣传内容

1、巡演的具体时间、地点；

2、参加巡演社团的`信息；

3、晚会现场的活动信息；（包括高桥电脑城现场派发的名额有限的 VIP 卡以及现场秒杀抢购活动）

4、“血拼“高桥；（血拼是英文 shopping 的谐音，意在最后一场巡演落地在高桥电脑城广场，社团在比拼实力和创意的同时，还能够获得社会的关注和丰厚的奖励）

二、高校社团校园巡演

☆ 高校社团，一个积极向上的群体，一个渴望超越的群体，一个魅力四射的群体，他们是高校中的精灵，他们拥有不断超越自我的能量，他们正在成群结队的以不同的方式在高校中集结，他们蓄势待发，他们时刻准备着

☆ 高校精英社团——拥有数量众多的会员、拥有极高的关注度、拥有各种类型的人才、拥有独特的魅力； 而全明星社团校园巡演，对于每个存在于校园的社团都具有相当大的吸引力，再加上晚会现场的各种互动活动，更能吸引校园内学生的关注和参与。

2.1 启动仪式

启动时间：3 月中旬

仪式地点：高桥电脑城广场

仪式内容：

1、宣布参加“全明星社团巡演”的社团名单及节目安排；

2、高桥电脑城领导上台致辞，并公布巡演时间和地点，宣布巡演正式开始。

促销的策划方案 篇 16

活动背景：

每年的 3 月__日是“国际消费者权益日” ，由国际消费者联盟组织于 1983 年确定，目的在于扩大消费者权益保护的宣传，使之在世界范围内得到重视，以促进各国和地区消费者组织之间的合作与交往，在国际范围内更好地保护消费者权益。

活动主题：

为响应 3“国际消费者权益日”，用诚信--共建消费与安全的环保新家园 活动方案策划：三大惊喜：

①预定 8.8 折

②购买 9.5 折

③网上下订或现场扫微信再降 5%

一个承诺：基础系列硅藻泥 3.5 折

五个套餐：

中式风格：100㎡平湖细雨+8㎡荷塘月色+4㎡花开富贵+5㎡砖艺【平湖细雨限 LS-01、LS-02 色】

欧式风格：100㎡平湖细雨+8㎡壁纸花+4㎡曲柳+5㎡土轮【平湖细雨限 LS-01、LS-02 色】 现代简约：100㎡平湖细雨+8㎡剪影（67）+4㎡发财树+5㎡如松【平湖细雨限 LS-01、LS-02 色】

婚房：99㎡平湖细雨+9㎡剪影 59 爱+9㎡心心相印+9㎡天使宝贝【平湖细雨限 LS-01、LS-02 色】

DIY：40㎡平湖细雨+㎡背景墙 不限颜色，不限图案

活动时间：20__年 3 月 2 日-3 月__日

促销的策划方案 篇 17

近年节日经济所蕴藏的商机引起了大家的取视，美发店如何根据自身的情况和资源，突破原有促销模式，充分利用节日消费特点来达到提升销售业绩，巩固顾客忠诚度，开拓新客源呢?很多美发店都会采用打折的方式。虽然这个是必然的方式，但是美发店要学会如何巧妙利用打折营销玩出新意。下面为大家提供范文提供参考，以下的(美发店元旦促销方案)

促销主题：__店圣诞(元旦〉欢乐美发节，让你美个够。

促销目的'

(1)当活动定位为美发节，一下子就把自己店的档次提高到了一个新的平台。

(2)此活动最好由美发连锁店来实施，这样效果会更好。

(3)利用商品换购优惠拓展新客源;

(4)提升顾客消费金额(客单价)

促进美发店销售业绩：

(5)加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度。

促销时间 20__年 12 月 23 日一 20__年 1 月 6 日

促销形式换购+抽奖+情感+送大头贴

促销内容

1、打折：

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院美发店开卡，可获赠该护理卡所剩余次数的护理(注：不超过该卡一半的次数〉，同时享受正常开卡优患政策：凭其它品牌护肤品空

瓶(或包装盒)美容院购买相应的产品，一个空瓶(或包装盒)可获九折优患，二个空瓶(或包装盒)可获八五折优患:，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优患(注：总数不超过三个〉

2、送会员卡：活动期间.所在老顾客可获赠由美容院美发店赠予的【美发节感恩金礼卡】一张〈金额为1月1日至11月30日顾客在本店消费总额的5%—10%，限在活动期间使用〉，活动期间凭此卡面值金额在美容院美发店可抵扣相应消费金额；

3、抽奖：活动期间，凡在美容院美发店消费金额在_元以上的顾客均可参加“幸运大转盘”一次转盘机会，〈即转盘里划分50至200元不等，由顾容转动转盘，指针指向哪个区域，就可以往她会员卡里充多少钱。〉

4、送贺卡：活动期间，顾客凡在美咨院美发店消费均可填写心愿卡一张，悬挂于美容院内圣诞树匕上，老顾客均赠予精美圣诞贺卡(或新年贺卡〉一张；

5、送发型图或大头：很多客人都想到一些自己没有过的发型，如果能采用一些发型设计软件给他们设计几个发型，或几个大头贴，作他们做完头发时送给他们，或发QQ给他们，客户一定会很高兴。

注意事项

1、关容院美发店店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望.

2、活动宣传可通过店门悬挂横幅(或_展架)派发活动单张,电话告知老顾客等形式进行传播.

3、制定活动销俜目标，并分解给各美容师(发型师)相应任务，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、采用美发店会员管理系统给顾客建立好档案

5、此种方式就比单纯的打折促销效果好的多，顾客既可以换购，又可以抽奖，还可以获得贺卡,挂在圣诞树上，把节日的气氛推向高潮。多元化的活动，陪顾客一同共度过佳节，你说好不好

促销的策划方案 篇 18

一、时间:_月__日 —— _月__日

二、地点:锦江大酒店

三、活动目标及活动宗旨:

1、让顾客了解锦江大酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。

2、 丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费;3、 开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力;4、 凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。

四、公众对象:端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

五、定位:“ 融融端午情 团圆家万兴 ”在祁阳酒店消费水平日益提高成为一个高档次的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

六、促销活动组合

1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，每现金开房 1 间送 20 元餐饮消费卷。

餐饮部以“ 融融端午情 团圆家万兴 ”的名义开展如下促销活动。

1)、美食城的菜价 10 元，燕京纯啤买一送一。

2)、贵宾厅菜金八折。消费 300 元以上送消费卷 20 元，并送

KTV 下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。

3)、以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团园宴，预定团园宴送KTV下午场。并推出几款特价端午菜品。

4)、在这一系列的活动过程中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的主要目的，也是此次活动中的主题项目。

七、营销活动效果分析

这次策划体现锦江大酒店“先谋势再谋利”的营销总体思想(也就是先做人气)，让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对锦江大酒店的'认识。

通过此次营销计划，应实现目标:客房1.2万元/天，餐饮1万元/天，KTV3千元/天，休闲中心1.2万元/天。总计3.7万元/天。

八、经费预算及广告策划:

1、祁阳县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由奉总负责。

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/745040024224011223