

进取奔腾翻倍不止——
—店頭促销活动执行
手册课件



目录

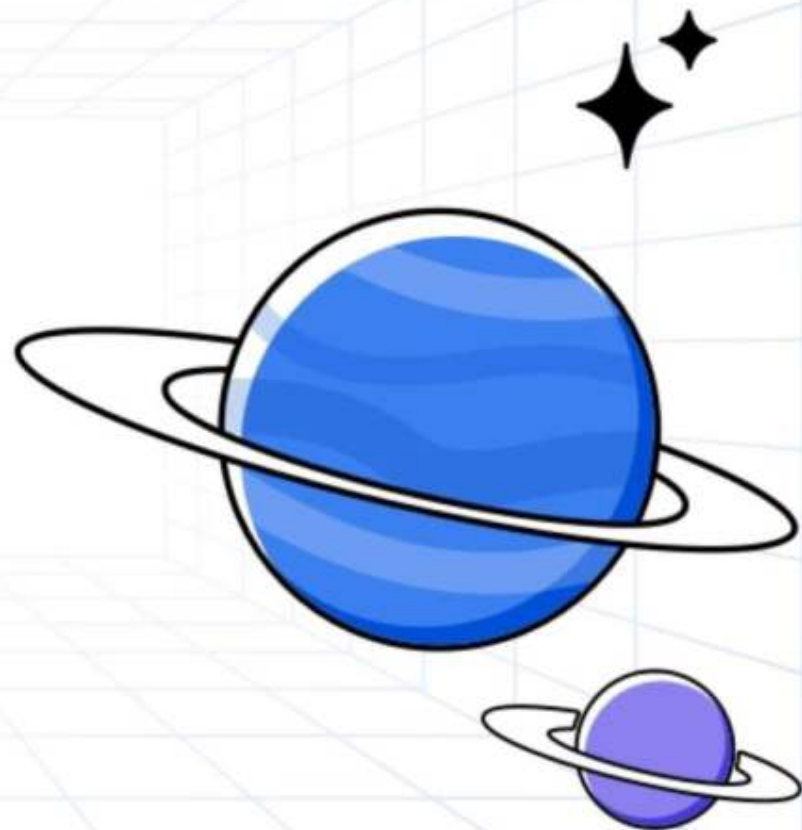
CONTENTS

- 促销活动概述
- 店头促销活动策划
- 店头促销活动执行
- 店头促销活动优化
- 案例分享



01

促销活动概述





促销活动的定义与目的



定义

促销活动是一种通过降低价格、提供优惠、赠品等方式吸引消费者购买，提高销售额和市场份额的营销手段。



目的

促销活动的目的通常包括增加销售额、提高品牌知名度、清理库存、推广新产品等。



促销活动的分类



折扣促销

包括直接打折、满减、满赠等，是最常见的促销方式。



赠品促销

通过购买指定商品或满足一定金额，赠送相关商品或礼品。



会员促销

针对会员提供专属优惠，如积分兑换、会员专享折扣等。



节假日促销

在特定节假日或季节，如春节、情人节、暑期等，推出相应促销活动。



促销活动的的发展历程

早期促销活动

起源于商品短缺时期，商家通过降价来吸引消费者。



现代演变

互联网和移动支付的普及，使得线上促销活动成为主流，同时线下实体店也通过数字化手段提升用户体验。

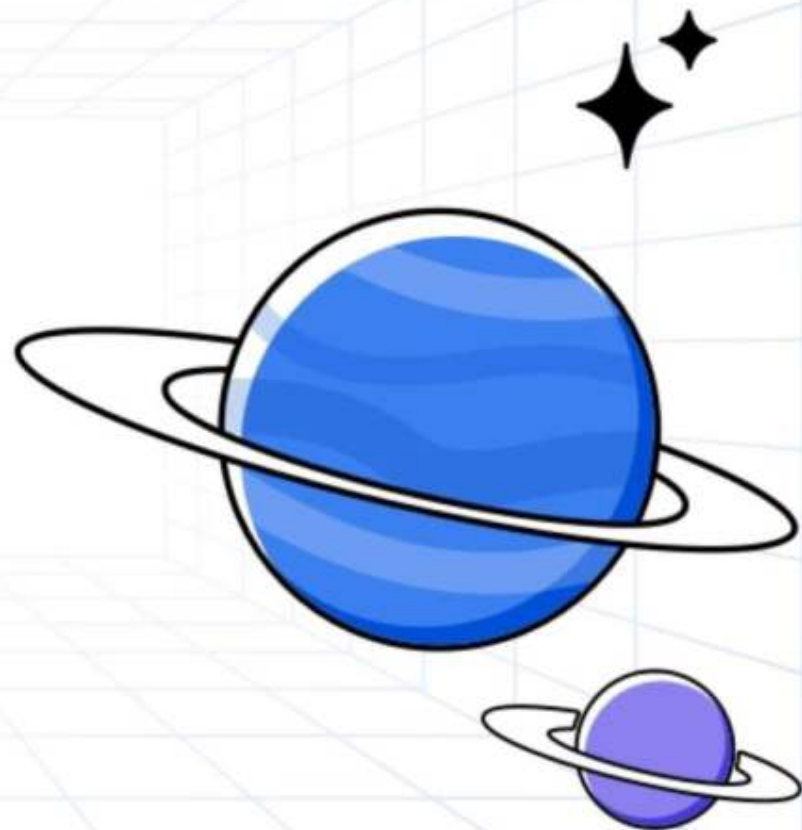
中期发展

随着市场竞争加剧，商家开始采用更加多样化的促销方式，如赠品、捆绑销售等。



02

店头促销活动策划





确定促销目标



01

提升销售额

通过促销活动吸引更多顾客，增加销售额。



02

提升品牌知名度

通过促销活动扩大品牌影响力，提高品牌知名度。



03

清理库存

通过促销活动消化库存，降低库存成本。



04

提升顾客忠诚度

通过促销活动提高顾客满意度，增加回头客数量。



确定促销策略

折扣策略

通过直接降价或打折的方式吸引顾客购买。



赠品策略

通过赠送相关产品或礼品吸引顾客购买。



捆绑销售策略

将多个商品组合在一起销售，以吸引顾客购买。

会员专享策略

针对会员提供专属优惠，提高会员忠诚度。



制定促销预算



促销成本预算

包括商品折扣、赠品成本、宣传费用等。

销售额预期

根据历史数据和市场情况预测销售额。

利润预期

根据成本和销售额预期计算预期利润。

预算分配

根据各环节的重要程度和预期效果分配预算。



确定促销时间与地点

促销时间

选择合适的促销时间段，如节假日、周末或工作日。

时机选择

根据市场情况和竞争态势选择最佳促销时机。

促销地点

选择人流量较大的店铺或商场，确保促销效果。

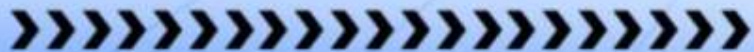
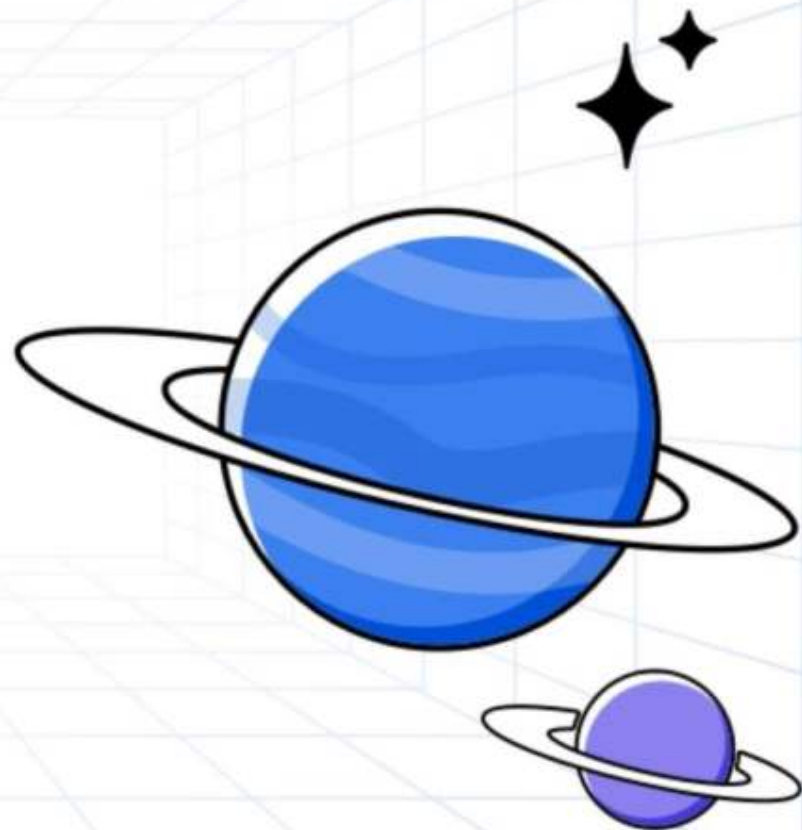
活动宣传

提前进行活动宣传，提高顾客的知晓度和参与度。



03

店头促销活动执行



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/428106107142006070>