

市场促销策划案

市场促销策划案

节节高升

交费多 \neq 消费多

我们之前的促销模式

我们付出
成本促销



消费者一次
性高额交费



延长了消费
者交费周期

我们将简化模式

我们付出
成本促销

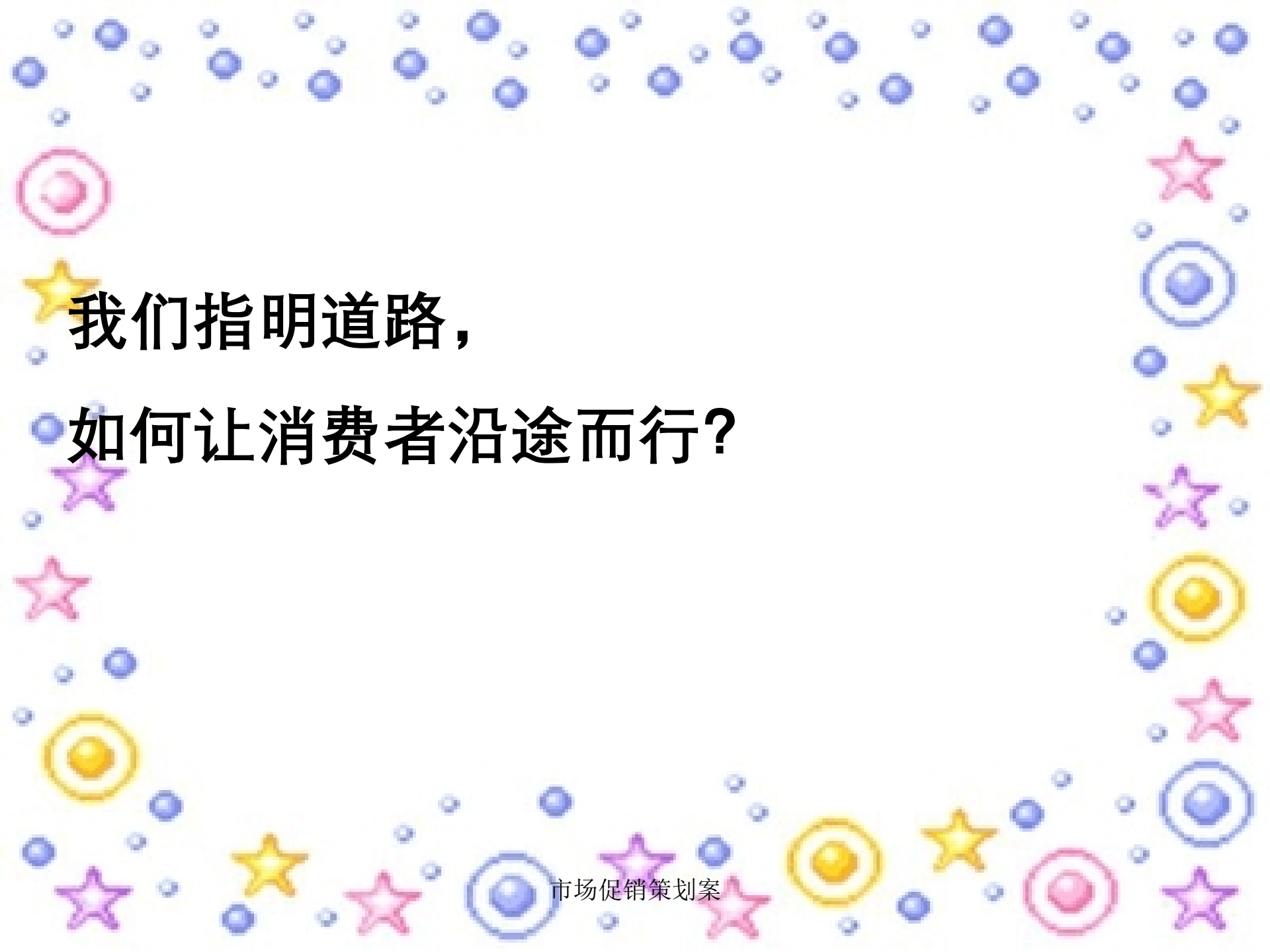


消费者予以我们
更多消费回报

本案目的

刺激客户增长式消费

提高通话量



**我们指明道路，
如何让消费者沿途而行？**

要告诉他们
路上有美好的风景
有他们追求的东西

市场促销策划案

人们追求的，
永远是他们欲望中的东西，
而人类的欲望又可以划分为
精神层面和物质层面
所以，
我们要满足他们
物质与精神的双方面追求

我们所勾画出的风景

增长式消费是有回报的

我们会通过赠礼来鼓励消费者增长式消费，

而在礼品选择上，我们要充分利用目前社会的正面热点——

奥运

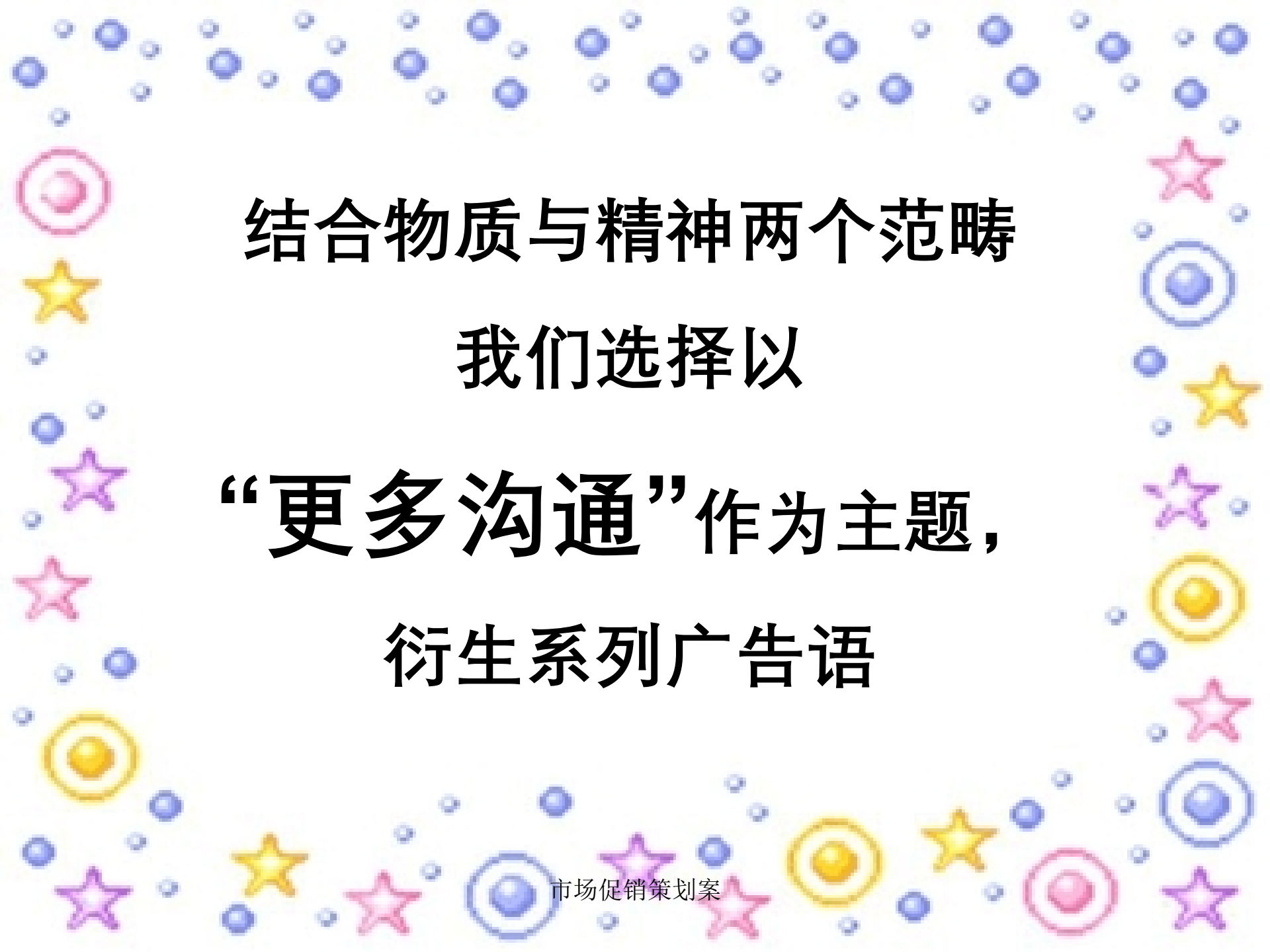
忽略增长式消费的“更多消费”特点，

提出他们在事业，情感上的更多追求，并告知他们“更多沟通”可以让他们在

**事业，情感，家庭方面
有更多收获。**

物质

精神



结合物质与精神两个范畴
我们选择以
“更多沟通”作为主题，
衍生系列广告语

- 十一黄金周假期了，工作这么久了，打电话给个旅行社，出去放松一下。
- 大学好友今天参加外企的面试，抽空给他打个电话鼓励下。
- 早上出门的时候看见天气突变，要打个电话给老公，出门的时候别忘记了带伞。
- 很久没联系在外工作的表弟，晚上就打电话调侃一下！
- 新买出了新款手机，要打个电话给父母，让老人家也感受一下科技的魅力。

更多沟通

- 6月7日，阿姨的生日，虽然在外工作，也要记得打个电话慰问阿姨。
- 下个周日小王的婚礼，虽然加班不能参加，还是要打个电话祝福。
- 老婆出差三天了，南方天气闷热，要叮嘱她注意身体。
- 妹妹刚刚收到大学录取通知书，要立刻恭喜她。
- 舅舅最近退休状况，要打个电话去慰问，让他好好享受这个假期吧。

从原始人的肢体动作，
到战国的烽火狼烟，
再到古人的飞鸽传书

.....

文明的发展史以沟通书写而成。

今天，
沟通已渗透在生活的每一个细微之处。

活动详情:

移动客户在8月至10月三个月内累计话费增长额度达到100元，300元，500元，800元，1000元，3000元，即可根据增长额度领取相应的奥运礼品。领取礼品的客户还可同时参与幸运抽奖，奖品为奥运会开幕式门票一张。

A decorative border surrounds the text, featuring various colorful elements: blue circles of different sizes, pink stars, yellow stars, purple stars, and yellow circles with a central dot. The background is white.

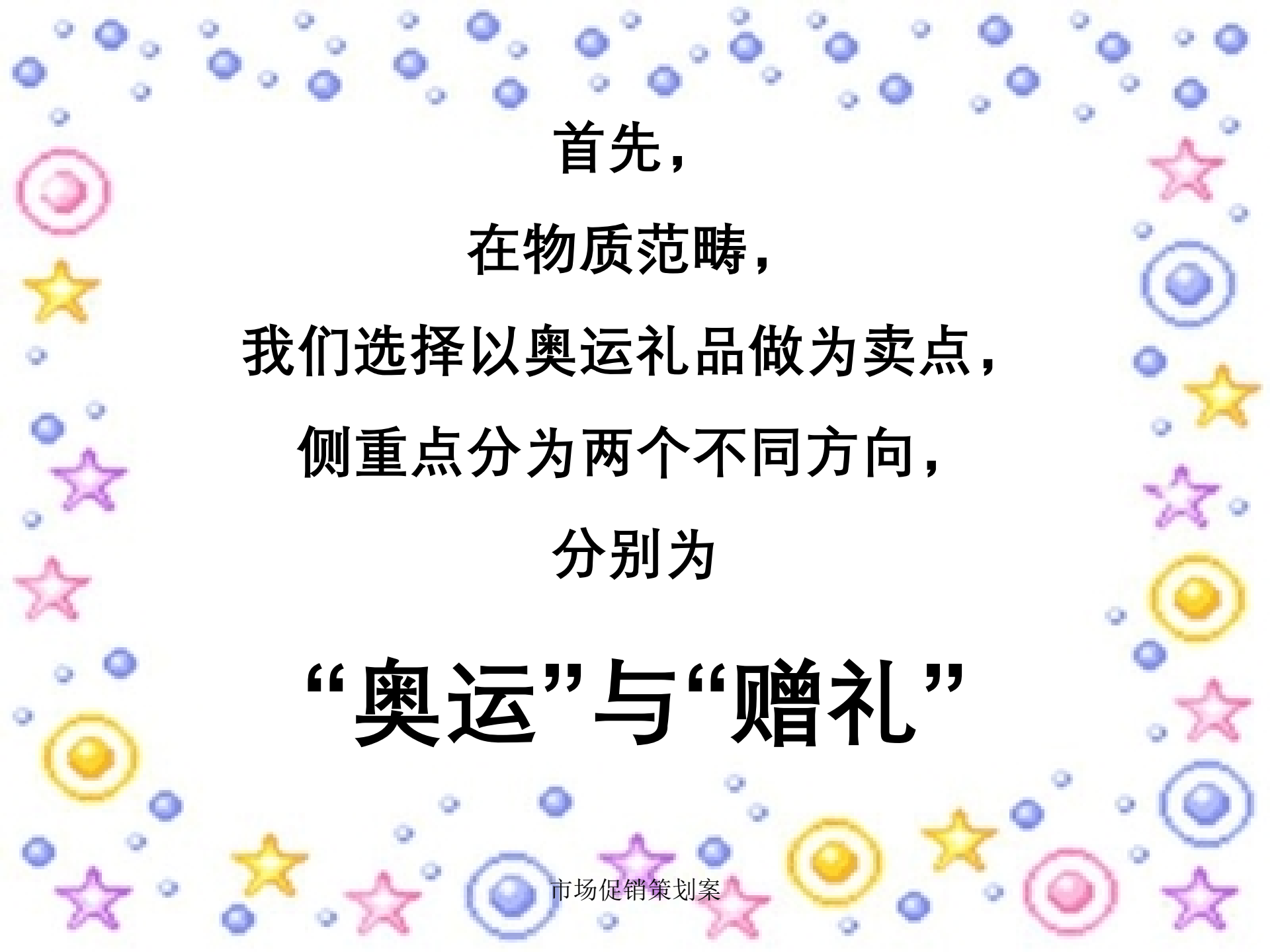
更多沟通，更近奥运

更多沟通，更多好礼

更多沟通，更多成功

更多沟通，更多温暖

更多沟通，更多欢乐

A decorative border surrounds the text, featuring various colored stars (pink, yellow, purple) and circles (blue, yellow, pink) of different sizes and styles, some with concentric rings or gradients.

首先，
在物质范畴，
我们选择以奥运礼品做为卖点，
侧重点分为两个不同方向，
分别为
“奥运”与“赠礼”

体育营销具体细则

在8月到10月三个月内，
提升的通话额度累计达到100元， 300元，
500元， 800元， 1000元， 3000元的客户，
将根据提升幅度得到相应的奥运相关礼品。
获得礼品赠送的客户还可以参加抽奖，
奖品为奥运会开幕式门票一张。

更多沟通，更近奥运

这则广告语意为多沟通，
便有机会靠近奥运，
在现场观看奥运开幕式，
获得奥运礼品。

市场促销策划案



距北京2008年奥运会开幕还有
448 天



更多沟通

更|近|奥|运

最近的“礼”“享”
聊到奥运去！

现在开始三个月内累计话费增长，就有奥运好礼相送，
更有幸运儿可获得亲临奥运开幕式现场的机会
就是现在，拿起电话吧！

1 5 9
1 5 8
1 3 9
1 3 8
1 3 7
1 3 6
1 3 5

活动详情：

移动客户在8月至10月三个月内累计话费增长额度达到100元，300元，500元，800元，1000元，3000元，即可根据增长额度领取相应的奥运礼品。领取礼品的客户还可同时参与幸运抽奖，奖品为奥运会开幕式门票一张。

市场促销策划案

客户服务热线：
10086
www.10086.com



**更多沟通
 更近奥运**

最近的“礼”“享”
 聊到奥运去！

现在开始三个月内累计话费增长，就有奥运好礼相送，更有幸运儿可获得亲临奥运开幕式现场的机会就是现在，拿起电话吧！

活动详情：

移动客户在8月至10月三个月内累计话费增长额度达到100元，300元，500元，800元，1000元，3000元，即可根据增长额度领取相应的奥运礼品。领取礼品的客户还可同时参与幸运抽奖，奖品为奥运会开幕式门票一张。

市场促销策划案



更多沟通 更近奥运

奥运到底有多远？
畅享畅聊，“礼”“享”奥运
它就那么近！

现在开始三个月内累计话费增长，就有奥运好礼相送，更有幸运儿可获得亲临
奥运开幕式现场的机会
就是现在，拿起电话吧！



活动详情 ▶ 移动客户在8月至10月三个月内累计话费增长额度达到100元，300元，500元，800元，1000元，3000元，即可根据增长额度领取相应礼品。领取礼品的客户还可同时参与幸运抽奖，奖品为奥运会开幕式门票一张。

市场促销策划案

客户服务热线：
10086
www.10086.com

更多沟通，更多好礼

这则广告语
主要突出“礼品”
旨在以礼品吸引
消费者提升通话量

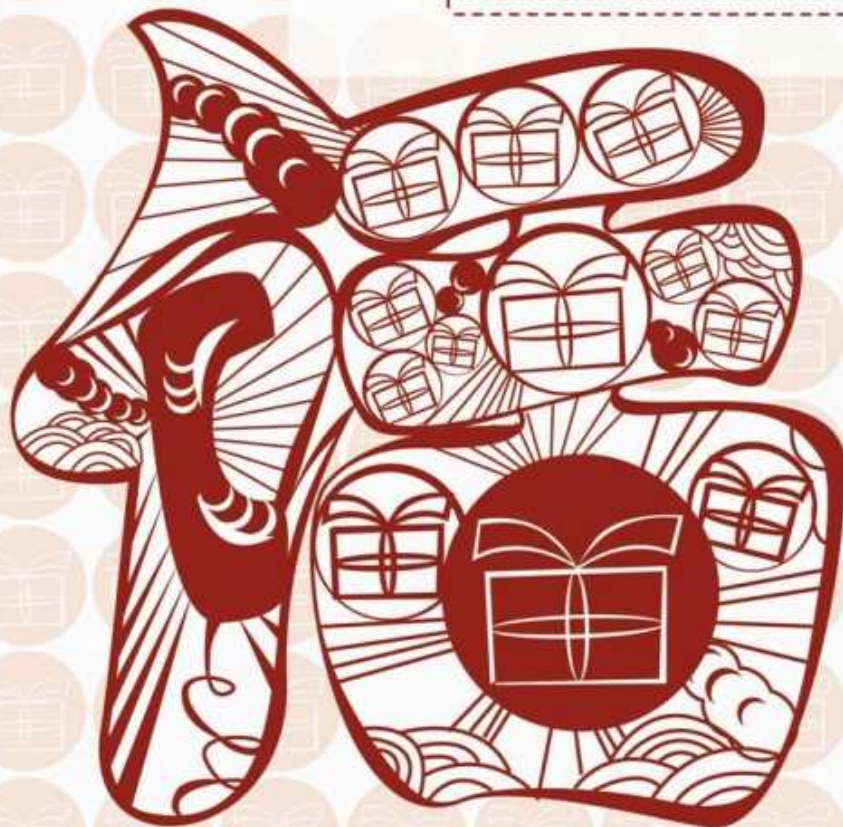
市场促销策划案



更多沟通 更多好礼

关于一则最新研究“礼”论——话多，就是“奖”“礼”!

现在开始三个月内累计话费增长，就有奥运好礼相送，更有幸运儿可获得亲临奥运开幕式现场的机会
就是现在，拿起电话吧!



活动详情▶ 移动客户在8月至10月三个月内累计话费增长额度达到100元，300元，500元，800元，1000元，3000元，即可根据增长额度领取相应的奥运礼品。
领取礼品的客户还可同时获赠奥运开幕式门票一张。

市场促销策划案

客户服务热线
10086
www.10086.com



更多沟通

更多好礼

关于一则最新研究“礼”论——话多，就是“奖”“礼”！

现在开始三个月内累计话费增长，就有奥运好礼相送，更有幸运儿可获得亲临奥运开幕式现场的机会
就是现在，拿起电话吧！



活动详情 ▶ 移动客户在8月至10月三个月内累计话费增长额度达到100元，300元，500元，800元，1000元，3000元，即可根据增长额度领取相应的奥运礼品。
领取礼品的客户还可同时获赠奥运开幕式门票一张。

市场促销策划案

客户服务热线
10086
www.10086.com



北京2008年奥运会开卡有礼
500天



公说公有礼 婆说婆有礼

活动详情：移动客户在8月至10月三个月内累计话费增长额度达到100元，300元，500元，800元，1000元，3000元，即可根据增长额度领取相应的奥运礼品。领取礼品的客户还可同时参与幸运抽奖，奖品为奥运会开幕式门票一张。

客户服务热线：
10086
www.hi.chinamobile.com

市场促销策划案

在情感范畴，
我们以提醒的方式将

“沟通更多，可得到更多”

的概念传达给消费者，

以期获得他们的心理共鸣，
达到提升通话量的目的。

那么

我们为何选择“情感及实际需求”作为切入点？

各种通讯工具已经成为当今社会不可缺少的必备品，

但是客户并未将着眼点放在沟通可带来的更深层的利益以及情感需求上。

因此，

我们在这里推出针对中国移动三个不同品牌的人群特点，

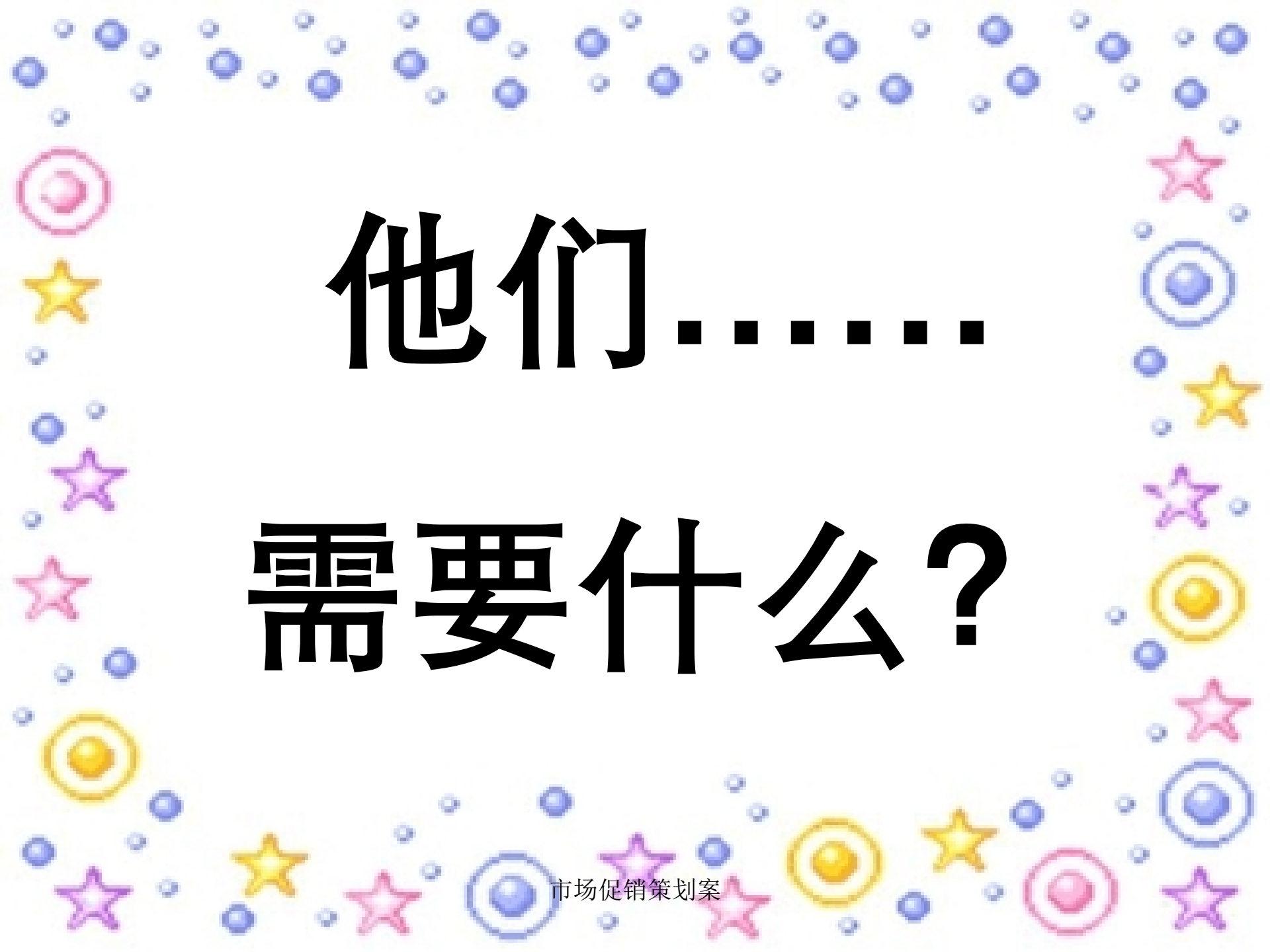
分析人群心理，可将策略分为三个方向。

在本策略中，主要以提醒客户沟通的重要性为手段，

针对不同人群特点选择不同的诉求点，
从“亲情”，“友情”，“商业”三个层面入手。

针对全球通客户

市场促销策划案



他们.....

需要什么？

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/958112062025006037>