



开启商智|成就梦想



中国零售业提升业绩必选培训教材

零售业365天 促销方案

365-day Marketing Promotion Plan in Retail Business

刘 军 曹海灵 谢 炎◎编著



中国发展出版社



中国零售业提升业绩必选培训教材

零售业365天 促销方案

365-day Marketing Promotion Plan in Retail Business

刘 军 曹海灵 谢 炎◎编著



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

零售业 365 天促销方案/刘军, 曹海灵, 谢炎编著.
北京: 中国发展出版社, 2011. 9
(零售工具箱系列丛书)
ISBN 978-7-80234-641-3

I. 零… II. ①刘…②曹…③谢… III. 零售商业 - 促销策略 IV. F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 045579 号

书 名: 零售业 365 天促销方案

著作责任者: 刘 军 曹海灵 谢 炎

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-641-3

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京广益印刷有限公司

开 本: 700×980mm 1/16

印 张: 12.25

字 数: 188 千字

版 次: 2011 年 9 月第 1 版

印 次: 2011 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1—7000 册

定 价: 28.00 元

咨 询 电 话: (010) 68990625 68990692

购 书 热 线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电 子 邮 件: drcpub@126.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

前言

在浩如烟海的图书中寻找一本适合自己的书，需要眼光；在忙忙碌碌的职场生涯中确立一种自我职业定位，需要智慧。

商业源远流长，从神农氏时即有物物交换，至商朝时商业已成职业；零售无处不在，从流通领域进入消费领域，它就是关键的最后一环。现如今，零售商业（以下简称零售业）与人们生活息息相关，零售业是一国经济发展的晴雨表，社会商品零售总额反映了国民经济发展的动态；零售业提供的商品丰富程度和购销过程中的礼仪服务、语言艺术、市场秩序等，都生动地展示了一个地区或一个国家的生产力水平、人们的文化素养和道德水准、从业人员职业习惯以及市场管理水平等综合状况。

零售业学什么？零售学是什么？答案自然是仁者见仁、智者见智。我们的看法是，零售业学人财物、进销存，核心是做好销售和服务；零售学就一定意义上说是研究商品如何才能以最短的时间、最低的成本去满足消费者不断变化的需求，使商品以最快的速度自流通领域进入消费领域的一门科学。

既为科学，如何规划、如何经营、如何管理、如何提升管理品质等一系列现实问题，就需要有一套系统、完整、规范的经营管理理论去阐述。

“中国零售业工具箱”系列丛书是为了应对近年来国外零售业巨头和国内零售业新锐在市场不断扩大的基础上，对人力资源的需求越来越大，但其能力却不能满足市场发展需要这一矛盾，组织零售业一线的培训师、管理者和职业院校专家共同开发编写的。

“中国零售业工具箱”系列丛书由《店长管理手册》、《卖场管理手册》、《零售业365天促销方案》、《零售业100个管理制度》、《零售业100个管理表格》五本书组成，主要介绍了零售业最具代表性的经营管理操作实务，具有

极强的实用性和可操作性。

实战出真知，思想赢未来。本丛书的内容都是经过众多商业企业在实际运作过程实践检验、证明的，可操作性极强。本丛书是一套不可多得的企业参考工具书，可作为商业企业的培训教材，也可作为大中专技术学校的培训教材。

本丛书分别由刘军、王云胜、陶建波、谢炎等人主持编写，在编写过程中，得到以下人员的帮助和支持：崔湘德、郭奇、涂辉龙、庄陆坤、苏丽明、徐楠、程风波、向志刚、韩东辉、徐敏、任华峰、刘珍、杨冬琼、柳景章、林友进、高淑芬、李峰、赵建学、林红艺、滕宝红等，最后，全书由刘军和匡仲潇老师统稿、审核完成。

由于编者水平有限，书中不足之处在所难免，欢迎广大热心读者批评指正，在此表示衷心感谢！

编 者

2011年9月

目 录

导 读

假日促销

- 一、解读假日促销 2
- 二、365 循环图 3
- 三、全年促销节日各季时间一览表 4

第一章

假日促销方案策划

第一节

选择假日促销模式 8

模式 1：特价促销 8

模式 2：有奖促销 12

模式 3：样品派送 14

模式 4：服务促销 14

模式 5：短期促销 16

模式 6：长期促销 17

模式 7：开业促销 17

模式 8：周年店庆促销 18

模式 9：重大节日促销 18

第二节

选择假日促销工具 19

工具 1：优惠券 19

工具 2：样品赠送 24

工具 3：竞赛和抽奖 27

工具 4：免费赠品促销 29

工具 5：附加赠送 32

工具 6：返还促销	34
工具 7：POP 促销	37
工具 8：折价促销	41
工具 9：以旧换新	43
工具 10：现场演示	44
工具 11：量感陈列	46
工具 12：试吃	46
工具 13：面对面销售	47
工具 14：广告促销	47
工具 15：竞赛活动	48
工具 16：会员制促销	49
工具 17：分期付款	52
工具 18：赊账促销	53

第三节 形成方案

第一步：市场调查	55
第二步：出台活动方案	56
第三步：现场执行要点	57
第四步：活动结束后总结会	57
第五步：形成方案	58

实操表格：

表 1：促销活动计划表	59
表 2：促销活动广告宣传计划表	59
表 3：促销活动费用预算表	60
表 4：专柜促销活动表	60
表 5：广告投放、广告制作申请单	61
表 6：促销活动计划申请表	62

第二章	假日促销方案实施	
第一节	假日促销公关管理	64
	一、假日促销公关四要素	64
	二、假日促销六大关系	65
	三、假日促销公关原则	72
	四、假日促销公关操作步骤	73
第二节	假日促销人员管理	80
	一、假日促销人员结构设置	80
	二、假日促销人员招聘培训	84
	三、假日促销人员奖励及考核	86
第三节	假日促销卖场管理	89
	一、假日促销卖场个性化设置	89
	二、假日促销卖场策略	92
	三、假日促销卖场陈列	96
	实操表格：	
	表1：假日促销公关申请表	103
	表2：假日促销公关成本分析表	103
	表3：促销人员出勤表（一）	104
	表4：促销人员出勤表（二）	105
	表5：促销活动人员安排表	106
	表6：促销所需物品准备表	106
	表7：促销员工作日报表	107
	表8：促销员工作周报表	108
	表9：促销部产品组工作日报表	108
	表10：促销部工作日报表	109
	表11：促销部____月第____周周会报告 ..	109
	表12：促销宣传品领用申请表	110
	表13：短期促销登记表	111

第三章

假日促销评估

一、业绩评估	114
二、查找和分析原因	117
三、促销效果评估	118
四、供应商的配合状况评估	118
五、商场（超市）自身运行状况评估	119

实操表格：

表1：假日促销活动检讨表	122
表2：假日促销活动成果汇总表	123
表3：促销人员评估表	124
表4：促销计划执行表	125
表5：促销成本分析表	126
表6：促销效果与经验总结表	127
表7：促销阶段周报表	128
表8：促销效果评估表	128

附录

假日促销方案范本

范本1：元旦促销方案（一）	130
范本2：元旦促销方案（二）	132
范本3：春节促销方案（一）	134
范本4：春节促销方案（二）	136
范本5：春节促销方案（三）	139
范本6：清明节促销方案	140
范本7：“五一”节促销方案（一）	141
范本8：“五一”节促销方案（二）	143
范本9：端午节促销方案（一）	145
范本10：端午节促销方案（二）	146
范本11：中秋节促销方案（一）	149

范本 12：中秋节促销方案（二）.....	151
范本 13：国庆节促销方案	154
范本 14：情人节促销方案（一）.....	155
范本 15：情人节促销方案（二）.....	157
范本 16：“三八”节促销方案（一）	158
范本 17：“三八”节促销方案（二）	161
范本 18：母亲节促销方案	163
范本 19：“六一”节促销方案（一）	164
范本 20：“六一”节促销方案（二）	165
范本 21：父亲节促销方案	168
范本 22：七夕情人节促销方案	170
范本 23：教师节促销方案	171
范本 24：重阳节促销方案	172
范本 25：圣诞节促销方案	174
范本 26：开业促销方案	176
范本 27：店庆促销方案	178
参考书目	182



导 读

假日促销

一、解读假日促销

假日促销解读如图 1 所示。

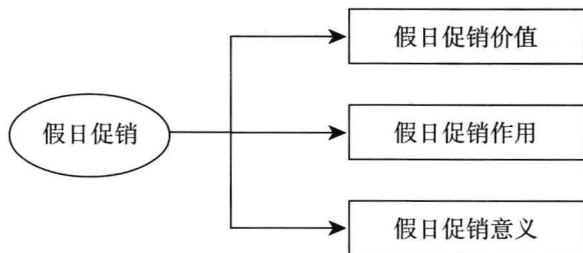


图1 假日促销

解读一：假日促销价值

由于中国人的节日越来越多，使得促销活动的力度越来越大，加之外国的节日也融入了国人的日常生活中，比如情人节、母亲节、父亲节、圣诞节等，再加上三八节、五一节、八一节、中秋节、国庆节、春节……还有护士节、教师节等，可谓“节连不断”，利用这些特殊时机进行促销活动自然是花样满天飞。

解读二：假日促销作用

“假日经济”在商场（超市）中得以充分体现，假日消费形成了四大旺季，即主要集中在五一、国庆、元旦、春节四个节假日时段，这是假日消费的基本特征。另外，还有“三八妇女节”、教师学生的寒暑假以及从国外“引进”的一些节日如“情人节”、“圣诞节”等，也都显示出了日益明显的假日消费效应。配合国家规定的节假日而举办的促销活动为商场（超市）带来可观的销售收入。

通常，促销期间的业绩比非促销期间将提升 30% 左右。节假日期间如何才能吸引消费者有限的注意力，做大做活节假日市场，已成为各大商场（超市）任务的重中之重。如果能够真正把握节假日消费市场的热点和需求变化趋势，做出符合目标市场的策划方案，必能获得可观的回报。

解读三：假日促销意义

假日促销与一般的促销意义不同，节（假）日受传统文化的影响较大，所以更加需要注意节（假）日的各种风俗、礼仪、习惯等民族特点。

假日促销是商场（超市）销售的重头戏，也是促销活动发挥的关键时刻，在一般性的促销任务上，着实需要对促销管理、促销执行、促销反馈等管理上有新的突破。在商场（超市）推出的众多促销手段当中，要细心挑选与品味假日促销的含义，而有些商场（超市）促销是有目的的，有些是为了气氛等，跟踪与反馈节日促销的由头与目标是节（假）日促销的最初要点，也是促销的基本保证，为了节（假）日而促销的促销，效果可能只是一种附加的广告效果，甚至更差或者起到反面的展示作用，因此，在节（假）日促销的关口，理性促销与细心促销成为抓住顾客的关键。

二、365循环图

每年的365天的节日是一样的，通过如365循环图（图2），可以看到每个季节主要的节日，对一年的节日有初步的了解与印象。

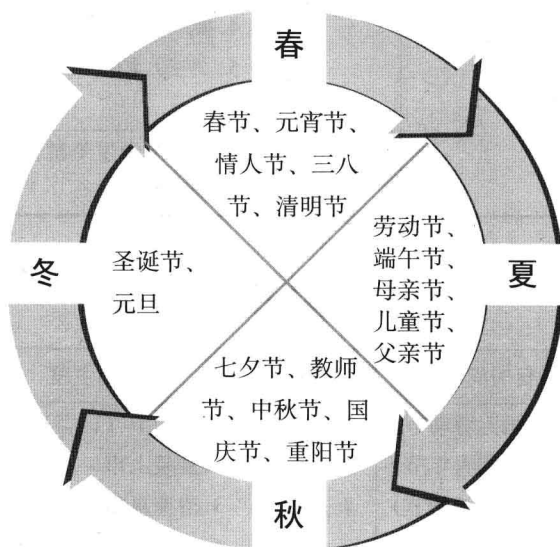


图2 365循环图

三、全年促销节日各季时间一览表

全年促销节日各季节一览表(表1至表4)将主要节日的时间及促销主题都明确地分列出来,可以通过该表详细地掌握一年中每一季度的各种节日的具体时间,从而为年度促销计划做准备。

表1

全年促销节日春季时间一览表

季节	节日时间	月份	促销主题	备注
春季	正月初一(春节)	二月份	1.年货展销	春节长假: 七天
	正月十五(元宵节)		2.元宵节活动	
	2月14日(情人节)	三月份	3.情人节活动	
	3月8日(国际劳动妇女节)		4.欢乐寒假	
	3月15日(消费者权益日)		5.寒假电脑产品展销	
			6.开学用品展销	
			7.玩具商品展销	
			8.家电产品展销	
		四月份	1.春季服装展	
			2.春游烧烤商品展	
			3.春游用品展	
			4.换季商品清仓特价周	
			5.“三八妇女节”妇女商品展销	
			1.清明节学生郊游食品节	
			2.化妆品展销会	

表2

全年促销节日夏季时间一览表

季节	节日时间	月份	促销主题	备注
夏季	5月1日(国际劳动节)	五月份	1.劳动节(1/5)活动	五一假期:三天
	5月4日(中国青年节)		2.夏装上市	
	5月12日(国际护士节)		3.清凉夏季家电产品节	
	5月第二个星期日(母亲节)		4.母亲节商品展销及活动	
			5.端午节商品展销及活动	

续表

季节	节日时间	月份	促销主题	备注
夏季	6月1日(国际儿童节) 6月第三个星期日(父亲节) 五月初五(端午节)	六月份	1.儿童节(1/6)服装、玩具、食品展销及活动 2.父亲节商品展销及活动 3.考前补品展销 4.考前用品展销 5.饮料类商品展销 6.夏季服装节 7.护肤防晒用品联展 8.热带水果节	五一假期:三天
		七月份	1.欢乐暑假趣味竞赛,商品展销 2.暑假自助旅游用品展 3.COOL 在七月冰激凌联合促销 4.暑假电脑促销活动	

表3

全年促销节日秋季时间一览表

季节	节日时间	月份	促销主题	备注
秋季	8月1日(中国人民解放军建军节) 七月初七(七夕情人节) 9月10日(中国教师节) 八月十五(中秋节) 10月1日(国庆节) 九月初九(重阳节)	八月份	1.夏末服饰清货降价 2.升学用品展销	十一长假:七天
		九月份	1.教师节(10/9)卡片、礼品展 2.中秋节礼品展销 3.敬老礼品展销 4.秋装上市 5.夏装清货	

续表

季节	节日时间	月份	促销主题	备注
秋季		十月份	1. 运动服装、用品联合热卖 2. 秋季美食街 3. 大闸蟹促销活动 4. 金秋时节礼品展 5. 国庆节旅游产品展 6. 重阳节登山商品展 7. 入冬家庭用品展 8. 羊绒制品展	十一长假： 七天

表4

全年促销节日冬季时间一览表

季节	节日时间	月份	促销主题	备注
冬季	12月24日~25日(圣诞节) 1月1日(元旦)	十一月份	1. 冬季服装展 2. 火锅节 3. 护肤品促销活动 4. 烤肉节	元旦假期： 三天
		十二月份	1. 保暖御寒用品展销 2. 冬令进补火锅节 3. 圣诞节礼品饰品展销 4. 岁末迎春商品展	
		一月份	1. 元旦迎新活动 2. 新春大优惠 3. 春节礼品展 4. 除旧迎新活动 5. 结婚用品、礼品展 6. 年终奖金优惠购物计划 7. 旅游商品展销	



第一章

假日促销方案策划

面临越来越激烈的竞争局势，如何吹响假日促销的号角，我们首先需要做的工作是假日促销的策划。这一章主要介绍如何选择促销模式、选择促销工具、最后形成促销策划方案。