

MAI CHANG
CU XIAO FANG AN
DA QUAN

卖场促销 方案大全

每个时段都让顾客找到购买的理由

一线营销实战专家倾囊奉送
屡试不爽的实操模板精华集结

新产品通过促销迅速占领市场，领导品牌通过促销阻击竞争，扩大疆域。
不同的市场阶段，不同的品牌地位，
必然有不同的促销策略。

盛斌子
◎ 编著

北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



卖场促销方案大全 >

每个时段都让顾客找到购买的理由

盛斌子◎编著

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

卖场促销方案大全：每个时段都让顾客找到购买的理由/盛斌子编著.
—北京：北京理工大学出版社，2014. 1
ISBN 978 - 7 - 5640 - 8426 - 4

I. ①卖… II. ①盛… III. ①促销 - 方案 IV. ①F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 244473 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)
82562903 (教材售后服务热线)
68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京普瑞德印刷厂

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 19

字 数 / 306 千字

版 次 / 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 39.80 元

责任编辑 / 王俊洁

文案编辑 / 王俊洁

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换

MAI CHANG
CU XIAO FANG AN
DA QUAN



前言

从神农氏时，就已经有了物物交换，到了商朝，商业已经成了一种行业。近年来，我国商业社会的发展速度十分快，各种超市、商场、店铺林立在大街小巷中。对于消费者而言，有了更多的自主权和挑选的权利，而对于商家而言，这既是机遇，也是挑战。

每一个商家都在绞尽脑汁地想办法将有限的客源吸引到自己的店铺里，达到利润的最大化。如何能在激烈的竞争中谋得一席之地，是所有商家都在思考的问题。商家都知道产品销售是生产链条中最关键的一环，商业最重要的就是将商品卖出去。即便是世界上最好的产品，如果卖不出去，也无法实现它的价值。而将产品卖出去的关键，就在于在促销过程中找到顾客购买的需求点。通常，在市场上卖得好的商品，说明此商品符合大多数消费者的需求点。可是并不是所有的商品都是畅销品，总有销售的瓶颈期和困难期。这时候该怎么办呢？其实也不难，第一就是明确市场的走向；第二就是进行促销。

说到促销，大家都不陌生，有人说：“商品促销是提高商品销售最直接、最简单、最有效的方式。”所以走在街上，几乎随处可见促销信息，尤其是节假日，促销宣传更是铺天盖地，但看来看去无非就是“跳楼价”、“血本大甩卖”、



“合同到期，最后3天大甩卖”……这种促销方式太过老套不说，消费者也早就摸清了商家的套路，所谓的“跳楼价”不过是一个幌子罢了，价格并没有低多少，而且商品还是过季的款式，而挂着“最后3天大甩卖”牌子的店铺，几乎甩卖了一年，房子也没有到期。

这样的促销怎么能够笼络人心呢？这些不但起不到促销的作用，还会让消费者商家的诚信产生怀疑，可谓得不偿失。同时，在当今商业社会中，传统的促销方式已经广被运用，无法激起顾客的消费热情，很多促销声势很大，最终却是赔钱赚吆喝。所以，商家在促销之前，要先对促销本身进行深刻的认识，对促销手段、方式、方法能够恰到好处地运用。这样才能制定出有创意的促销方案，既解决卖场的销售难题，又让顾客心甘情愿地掏出钱包。

促销活动发展至今，已经积累了多种多样的方式，有打折优惠，有即买即赠，有抽奖有竞赛，还有限时抢购、办理会员卡等。商家如何去选择？如何对促销过程进行有效的管理？如何对促销的效果进行评估呢？

本书根据众多商家的促销方案，分别从节假日促销、季节促销、各式各样的广告促销、最常用的折扣促销、主题促销、服务促销、心理促销、逆向促销、另类促销9个方面论述，汇总了80个促销方案，每个方案都是实战的经验之谈，具有极强的实用性和可操作性。

不管是店铺还是超市，不管是经营者还是促销的执行人员，都能够从本书中获得促销活动的行动指南。

MAI CHANG
CU XIAO FANG AN
DA QUAN



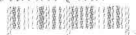
目录

01 节假日促销 ——黄金时间的捞金大法

- 方案 1 红包大派送——春节礼品促销 002
- 方案 2 开心又团圆——元宵节元宵促销 006
- 方案 3 情意有价——情人节玫瑰花促销 009
- 方案 4 1+1 式巧卖——清明节鲜花促销 013
- 方案 5 买粽有“礼”——端午节粽子促销 016
- 方案 6 抽奖赢礼包——妇女节女性用品促销 020
- 方案 7 感恩母爱——母亲节中老年女性商品促销 023
- 方案 8 献礼父爱——父亲节男性商品促销 026
- 方案 9 欢乐童年，小鬼当家——儿童节卖场促销 029
- 方案 10 回馈师恩——教师节商品创意促销 033
- 方案 11 抢滩黄金周——十一国庆节欢乐促销 037
- 方案 12 花好月圆——中秋节月饼促销 041
- 方案 13 夕阳无限美——重阳节老年健康保健用品促销 046
- 方案 14 祈福平安——平安夜苹果促销 049
- 方案 15 圣诞狂欢，惊喜连连——圣诞节商品促销 053

02 四季促销 ——以变应变的赢利之术

- 方案 1 漫步春天，运动有“礼”——春季运动商品促销 058



- 方案2 清凉夏日，冰点特价——夏季商品高效促销 061
- 方案3 秋日童话，缤纷王国——秋季儿童用品促销 065
- 方案4 寒风瑟瑟，温暖相送——冬季用品爱意促销 068

03 广告促销 ——诱惑人心的促销捷径

- 方案1 现场效应——卖场现场做广告 074
- 方案2 暗示效应——暗示顾客“自以为是” 079
- 方案3 名人效应——名人光环威力大无边 083
- 方案4 夸张效应——夸张手段惊爆眼球 086
- 方案5 第三方证人——集齐他人证明，效果更佳 090
- 方案6 搭顺风车——巧妙搭车借力赢利 093
- 方案7 爱心一元——爱心促销一举两得 096
- 方案8 电视促销——商品促销的绝对主角 100
- 方案9 网络促销——从虚拟市场攫取财富 104
- 方案10 报纸杂志促销——为顾客提供消费导航 108
- 方案11 POP广告——无言的低成本促销 113
- 方案12 橱窗广告——以尽可能的新鲜感引导消费者 120
- 方案13 DM广告——利用邮政系统传播广告信息 124
- 方案14 广告单——提供顾客最需要的“有利购买情报” 128

04 折扣促销 ——最令顾客感觉实惠的促销手段

- 方案1 打折加赠品——双重优惠抓人心 134
- 方案2 自动降价——明亏暗赚薄利多销 137
- 方案3 奖品促销——做好定位最关键 142
- 方案4 即买即赠——不降价的变相促销 145
- 方案5 免费赠送——最大程度获得顾客认同 149
- 方案6 多买多赠——让实惠更明显 154
- 方案7 抽奖促销——无风险抽奖吸人气 157

方案 8 技能型竞赛——主题明确问题简单更适宜 163

方案 9 错觉折价——心理错觉刺激消费 167

方案 10 配套销售——一次让利给顾客 170

方案 11 网上秒杀——“秒”可值千金 173

05 主题促销 ——“没事找事”的促销魔术

方案 1 大发红包——开业优惠组合重拳出击 178

方案 2 有奖征集——周年店庆提升影响力 182

方案 3 心系玉树——“良心卖场”经营有道 185

方案 4 喜迎盛会——倒计时优惠大酬宾 188

方案 5 栽树命名——环保话题提升品牌力 191

方案 6 开户有礼——层层递进赢大礼 195

方案 7 时间诱惑——计时购物惹人爱 199

06 服务促销 ——牢牢锁定客户的促销秘笈

方案 1 样品试用——“免费午餐”招揽更多顾客 204

方案 2 先予后取——赢在抓住顾客诉求点 207

方案 3 无理由退货——目标放在长远利益上 210

方案 4 免费维修——有效的超前感情投资 213

方案 5 额外服务——真心诚意换回顾客青睐 216

方案 6 梧桐招凤——三赢局面巧开创 219

方案 7 体验促销——亲身体验赢得忠诚顾客 222

方案 8 积分促销——充分刺激顾客增加消费额度 226

07 心理促销 ——打开顾客心扉的促销技巧

方案 1 货比三家——消除顾客的怀疑心理 230

- 方案 2 有奖问答——激发儿童兴趣巧促销 233
- 方案 3 多给一点——多点给予能赢大利 237
- 方案 4 谢绝男士——排斥是为了更好地吸引 240
- 方案 5 制造断货——营造火爆氛围吸引顾客 243
- 方案 6 残品打折——低价格残品仍有利润 246
- 方案 7 档案管理——一份祝福赢得一个固定顾客 249

08 逆向促销 ——刺激顾客跃跃欲试的促销奇招

- 方案 1 冰冻旅馆——逆向思维激发顾客好奇之心 254
- 方案 2 自曝家丑——无天时地利仍可赢得诚信 257
- 方案 3 提高价格——不降反提的“反顾客”营销 260
- 方案 4 自我否定——欲扬先抑制造畅销 263
- 方案 5 按斤卖书——打破顾客惯常思维 266
- 方案 6 反季销售——激发顾客新的消费动机 269
- 方案 7 现金返还——让顾客第一时间感受惊喜 272

09 另类促销 ——给顾客带来别样感受的非凡之举

- 方案 1 分期付款——为顾客提供方便的服务 276
- 方案 2 美丑分明——对比出震撼的视觉效果 279
- 方案 3 创意涂鸦——让顾客主动进你的店铺 282
- 方案 4 另类导购——让顾客看到意料之外的场面 285
- 方案 5 气味促销——神奇的“气味促销员” 288
- 方案 6 破坏试验——通过商品质量征服顾客的心 291
- 方案 7 独一无二——突出个性才能留住顾客 294



MAI CHANG
CU XIAO FANG AN
DA QUAN

01

节假日促销

——黄金时间的捞金大法



方案1 红包大派送 ——春节礼品促销

促销策划

春节是我国的传统节日，为了迎接春节的到来，人们都会选择在春节前大量购物，然后安心在家中过年。因此，在春节期间举办促销活动成了商家必然的选择。

1. 促销主题

春节象征着新一年的开始，有红红火火、万象更新的意味，人们互相之间利用送红包表达祝福，很具有中国特色，所以春节的促销活动要围绕这个主题进行，如某超市在春节期间以“送红包”为内容进行促销活动。

2. 促销商品选择

春节促销期间可以选择的促销商品种类非常之多，只要与春节有联系的商品都可以囊括其中，例如：各种肉类、零食、糖果、饮品、酒类、服装、吉祥物、生活用品、电子产品、旅行用具……

同时，还可以配备一些赠品，如春联、挂历等，作为额外的奖品赠送给顾客。

3. 促销时间安排

春节促销时效性较强，通常时间都是从春节前三周开始持续到大年初三。

4. 卖场布置

(1) 场外

- 在卖场的入口处上方挂上“迎新春，送红包”条幅，春节临近时，在大门口挂上红灯笼，窗户上贴窗花。

- 在大门入口处、寄存处，制作春节促销活动宣传海报。
- 将印着新年促销内容的海报张贴在卖场周围做宣传。

(2) 场内

- 在卖场内上方挂上红色的中国结以及鞭炮样式的装饰物，重点促销的产品旁边可以摆放一些气球渲染气氛。
- 用幕布、万通板、自贴纸等制作活动宣传材料，颜色以红色、金色为主要色调，如果能够做成与当年生肖形状相同的样式更好，如果不能，也要在内容中体现出这个主题，然后将其摆放在促销产品旁边。
- 主要服务人员的穿着由普通的工作服变为喜庆感强烈的红色唐装。

5. 促销方法

(1) 购物赠礼

凡是在本店购买商品的顾客均有赠品相送，根据顾客的消费额分别赠送不同的产品，最低赠送“福”字、春联、挂历。过年期间，消费满68元后，便可以参与抽奖，奖品为金额不等的红包。

(2) 捆绑销售

可以将几种礼品放在一起包装，例如：不同口味的饮料，或者将零食做成大礼包的样子，寓意为“春节团圆”。

(3) 专设柜台

尽可能体现出过年的气氛，将商品摆放越多越好，比如：在货架上堆满以“龙”为形象的吉祥物，给顾客一种取之不尽的感觉。

|| 参考范例 ||

2011年春节促销方案

活动主题：红包大派送

活动时间：2011年1月20日—2月5日

活动说明：

(1) 迎新春，送春联（1月20日—2月1日）

- 在此期间，凡是在本店购物的顾客，可凭购物小票到店内指定地点领取春联一副。

(2) 新年到，红包送不停（2月1—3日）

- 在此期间到店内消费满68元的顾客，可凭购物小票在店内指定地点随机领取红包一个。红包中的购物券必须在规定日期内在本店使用。

活动细则：

店内的服务人员根据顾客的消费金额，10元以下赠送“福”字，10元以上均赠送春联一副，50元以上赠送挂历一副外加春联一副。红包内的购物券要加盖本店的专用章，使用有效期为一个月，顾客使用后店内要进行回收。

流程要求

送红包的促销手段看似商家在亏本，其实不然，毕竟大奖少之又少，大部分顾客手中领到的红包都是几元、十几元，但是真正用购物券购买商品时，不会仅仅选购与购物券数额相等的商品，通常都会超出，等于带动了顾客第二次消费。商家在具体实施春节送红包促销活动时，需要注意以下3个关键点：

1. 赠品虽小，但要暖人心

物美价廉的赠品有很多，但是春节送春联是最明智之举，因为家家户户都要贴“福”字，贴春联，买新挂历，单独够买既花费精力又花费金钱，如果在商店购物后能够得到这些赠品，能够让顾客有“雪中送炭”之感。

同时，不要忘记在赠送给顾客的“福”字、春联、挂历以及红包上注明商店的名称，如“××商店祝您新年快乐”。这样做一方面能够让顾客体会到商家的真挚情感，一方面能够为商家做宣传。

2. 送红包，既要合“情”又要合“理”

之所以以送红包作为促销的手段，是因为过年拿红包很符合我国的传统，应了过年这个景。红包内为标有金额的代金券，数额最好是“6”“8”“9”等比较吉祥的数字，最低为6元，最高，根据商店的规模，一般可设置到299元。

通常最高金额都是根据商店自己的经营状况设定的，不要让顾客觉得太寒酸，但也不能高得离谱，要控制在合理的范围内。

3. 将红包送到对的人手中

有些顾客购物时并不是一个人，那么我们应该将红包送到谁的手中呢？如果顾客带有小孩儿，那么就将红包送给小孩儿；如果是情侣，就将红包送给女士……这虽然只是一个细节问题，却能体现出商家的贴心。

|| 促销评估 ||

为了回馈广大顾客的支持，不要弄虚作假，每天至少有一名顾客能够领到高金额的红包，这样才能增加促销活动的可信度，吸引更多的顾客。



方案2 开心又团圆 ——元宵节元宵促销

促销策划

春节过后，就是一年一度的元宵节，元宵节吃元宵、赏花灯、猜灯谜、舞龙舞狮……处处都呈现出热闹非凡的景象。此时，长假已经结束，学生们即将开学，又是一个购物的时机，这为商家进行元宵节促销提供了大好机会。

1. 促销主题

元宵节促销要围绕“开心、团圆”这个主题进行，可重点围绕跟元宵有关的食物、商品展开促销。同时借助烟花爆竹、舞狮舞龙、挂灯笼、猜灯谜等传统活动来营造元宵节热闹的气氛。

2. 促销商品选择

元宵节的促销商品以各类汤圆为主，包括各种品牌、各种口味的汤圆。同时，元宵节过后，学生面临着开学，因此，学生用品、服装等也可加入促销商品的行列。

3. 促销时间安排

元宵节之前是春节促销，人们已经大规模地采购过，元宵节促销的时效性较强，一般只热闹两天，即正月十五与正月十六，一般商家通常将促销时间控制在3天左右。

4. 卖场布置

(1) 场外

在卖场门口挂两盏红灯笼是必不可少的，大门正中央的位置，贴一张横幅，内容为“喜迎元宵节”。

（2）场内

场内挂一些花灯，灯内放置谜语，谜语可以是打印的，也可以找写字漂亮的人来手写。

重点布置陈列汤圆的展示柜，在卖场冷冻区上方，挂一些彩灯和小灯笼，并连上电源，让它们发出彩色的光。

卖场内的主干道上，悬挂灯笼、彩灯、POP广告、海报等，并播放一些传统的、带有民族特色的喜庆音乐。

5. 促销方法

（1）开设专柜

元宵节吃元宵，这是传统习俗，所以应在商场内开设元宵专卖的柜台，并将不同口味不同品牌的元宵分门别类放好。

同时，考虑到有的家庭人数少，但是又想品尝多种口味的元宵，商家可以将整袋的元宵拆开散卖，然后按照不同的口味摆放好，这样顾客就能够根据自身的实际情况选择不同口味、不同数量的元宵。

（2）捆绑销售

元宵节时人们不仅要吃元宵，同时也会吃些饺子、鱼等，所以卖场可以将饮料、速冻水饺、小吃、酒酿、水果等与汤圆、元宵一起销售。

（3）特色销售

每个地方制作元宵的手法和味道不尽相同，因此，商家可以根据元宵的地方特色进行特色促销，如：宁波小元宵、水果汤圆等。

（4）气味销售

商家还可以与厂家联手进行促销，在超市现场煮一些元宵，然后邀请顾客品尝，用煮元宵的气味吸引顾客购买。

参考范例

喜洋洋超市元宵节促销活动

活动主题：喜迎元宵节，开心又团圆

活动时间：2012年2月4—6日

活动说明：

(1) 在店铺门前开设“小吃一条街”，将店内的各种小食品摆到外面，或者商家与一些小吃摊合作，如：奶茶、烤鱿鱼、糖葫芦等，吸引过往的人群注意。

(2) 凡是在超市购物满38元者，均可参加“猜灯谜”活动，灯谜分为初级、中级、高级，每一级别都有相对应的奖品，初级奖品是一袋汤圆，中级奖品是一个保温杯，高级奖品是一个蚕丝被。

活动细则：

在“猜灯谜”活动中，需要顾客猜中初级灯谜，才能晋级猜中级灯谜，最后才能猜高级灯谜。

流程要求

1. 食品安全是首要的

元宵节除了逛街赏灯玩乐外，吃也是重要的项目，所以超市门口设置小吃一条街是吸引顾客的好办法，但是一定要注意食品的安全问题。如果是与一些小吃摊主合作，那么一定要选择干净安全的食品，同时还要避免油烟污染及灰尘影响。

2. 主题灯谜，内容积极

灯谜的种类有很多，商家在选择时，可以选择表达同一主题的，比如：家庭和睦的主题，或者是寓意万事如意、身体健康的主题。但不管选择什么样的主题，内容都要积极向上，不能带有淫秽或者是有侮辱他人意思的灯谜。

促销评估

元宵节促销体现的就是一个热闹，所以商家一定要把现场的气氛炒热，必要时还可以请一些嘉宾在现场表演，或是请个舞龙舞狮的队伍增加节日的气氛，让大家流连于快乐的气氛中，在不知不觉中进行消费。