

XXXX 年度促销计划

产品名称	
日期	
联系人	
部门	
职位	
Email	
联系电话	
文档接收人签字	

文档修改记录：

日期	修订版本	修改人	核定人

目 录

1、文档介绍.....		4
1.1 文档目的.....		4
2、市场概况.....		4
2.1 市场背景.....		4
2.2 优劣势说明.....		4
2.3 威胁说明.....		5
3、促销目的.....		6
4、时间安排.....		6
5、促销策略.....		8
6、总结.....		10
7、参考资料.....		10

1、文档介绍

1.1 文档目的

本文档的目的是针对“XXXX（产品名）”产品的阶段促销计划进行说明，通过该计划，以便销售部门制定更为详尽的促销执行方案。

2、市场概况

2.1 市场背景

撰写说明：

概要说明产品所在目标市场的竞争情况。

撰写样例：

目前XX市场竞争激烈，一方面，竞争品牌不断采用完善产品线或不断优化产品特性的策略稳定现有细分市场，另一方面，通过深化客户需求，寻找新的卖点，进一步对现有市场进行细分，占领新的潜在消费人群。

撰写注意：

本部分只要简单说明竞争情况即可，但是一定要突出竞品目前采用哪些方法在哪些方面给自己的产品造成了压力。

2.2 优劣势说明

撰写说明：

概要说明目前你所负责的产品的优劣势情况。

撰写样例：

劣势：

- 1、进入门槛低，大量中小企业涉及该领域；
- 2、消费者普遍对品牌忠诚度不高；
- 3、中低价位产品竞争激烈；
- 4、缺乏针对高端用户群的高端产品。

优势：

- 1、生产规模大，具有一定的成本优势；
- 2、研发能力强，能快速适应市场的需求变化；
- 3、经销商网络比较稳定。

撰写建议：

可基于 SWOT 进行分析。

2.3 威胁说明

撰写说明：

概要说明本阶段促销是为了应对哪些现实的竞品威胁。

撰写样例：

- 1、竞品即将开始新的市场促销活动，会对我们的渠道和产品构成威胁；
- 2、新品牌的不断进入，将对当前的经销商产生影响，例如，会让产品的同质化更加明显，会争夺货架空间，会短期内对我们的产品销售额产生影响。

3、促销目的

撰写说明：

详细说明本阶段促销要实现的目标都有哪些。

撰写样例：

- 1、配合完成公司XX亿元的销售任务；
- 2、促进潜在消费人群在购买，争夺竞品的现实客户；
- 3、不断传递产品的品牌信息，强化企业和产品品牌在消费者头脑中的印象；
- 4、进一步开拓三、四线城市的市场，从目前的15%提升至20%；
- 5、强化产品品牌在市场中的领先地位。

撰写建议：

- 1、以列表形式说明，切忌长篇大论。
- 2、如果有明确的数据，一定要清晰出来，比方说市场份额，销售额，利润等。
- 3、通常需要从财务指标、市场指标和客户指标考虑。

4、时间安排

撰写说明：

以表格形式说明本阶段促销的时间规划以及每个时间点要采用的促销形式和目标。

表格 1：促销时间策略

时间	方法	目的

撰写样例：

时间	方法	目的
01-03 月	利用消费者促销“消费有奖”的形式	刺激消费欲望，拉动末端销售
04-05 月	渠道促销	尽快挤占经销商的流动资金，为下个销量增长旺季做好准备
06-07 月	特惠装产品销售	达到包装陈列差异化的效果，使终端产品形象上一档次

撰写建议：

促销活动一定要有清晰的目标，并且目标之间一定要有紧密的关系，也就是说，促销的时间安排是一个整体的行为，而不是分割或独立的活动。

5、促销策略

撰写说明：

详细说明在本阶段的促销中，都要采用哪些具体的策略，这些策略的内容包括：

- 1、时间、地点；
- 2、促销对象；
- 3、促销方法和内容；
- 4、促销的产品；
- 5、促销设备；
- 6、促销的范围；
- 7、促销的宣传方式；
- 8、促销预算

除此之外，如果涉及到有奖促销，那么，还需要说明奖品设置、奖项投放原则以及费用。

撰写样例：

刮奖卡促销	
<i>时间和地点</i>	<i>01-03 月所有零售终端</i>
<i>促销对象</i>	<i>产品现有的目标消费者</i>
<i>促销方法和内容</i>	<p><i>1、印刷新包装，在包装上体现促销内容，例如“开瓶有奖”；</i></p> <p><i>2、利用电视、海报、横幅、户外广告等综合媒体的整合传播。</i></p>

促销的产品	列举要进入到本阶段促销的产品名称和详细规格
促销设备	易拉宝、海报、横幅、地面宣传物料等
促销的范围	华东、华南、华中、华北、西北、西南、东北(全国范围)
促销的宣传方式	零售网点,超市悬挂张贴海报,横幅明确我们的“开瓶有奖”信息,增加渠道客户及消费者对促销活动的理解、提高活动的影响力、提升企业知名度,直接拉动末端消费。
奖项投放原则	2 万元货物中均含一等奖 1 名,二等奖 10 名,三等奖 20 名,鼓励奖 30 名
促销预算	1、组数:按 1-3 月预计销量 12.6 亿,2 万元一组,一共有:12.6 亿 ÷ 20000 元/组=63000 组; 2、预计费用:63000 组 × (A+10 × B+20 × C+30 × D) 元/组=5985000 元。
奖项设置说明	1、一等奖 1 名:XXXX 奖品(价值:A 元) 2、二等奖 10 名:XXXX 奖品(价值:B 元) 3、三等奖 20 名:XXXX 奖品(价值:C 元) 4、鼓励奖 30 名:XXXX 奖品(价值:D 元) 5、兑奖形式:一、二、三等奖由经销商 7 天统一配送,鼓励奖在零
CPRC-促销计划文档	
Page 9 of 11 Pages	
Monday, November 07, 2016	

	售网点直接兑换；
--	----------

撰写建议：

常见的促销形式包括：刮奖卡促销；箱外促销；特惠装促销；派发促销；经销商抽奖促销；集卡促销；造势促销等。

你可以根据促销目的选择合适的促销方式。

6、总结

撰写说明：

对以上促销活动进行总结说明，主要内容包括促销活动的意义、促销活动的安排以及本阶段促销可能受到的影响因素。

撰写样例：

- 1、本促销计划按6个月进行规划；
- 2、在促销的实施过程中，要按月度促销计划执行；
- 3、要根据每个月的促销情况，适时调整下个月度的计划；
- 4、本计划仅为6个月整体计划，需由销售部门基于本计划撰写和提交详尽的《月度促销计划执行方案》；
- 5、如企业年度战略目标调整或相关资源发生变动，要实时调整本促销计划。

7、参考资料

撰写说明：

列表说明该促销计划参考了前期的哪些相关文档，以及数据的来源。

CPRC-促销计划文档	Page 10 of 11 Pages	Monday, November 07, 2016
-------------	---------------------	---------------------------

本文档为 CPRC 版权所有，任何人，任何组织都不得在无 CPRC 授权情况下传播、复制、销售本文档，违者将受法律制裁！

撰写样例：

本文档中促销目标基于《XXXX 年度产品营销计划》中设定的年度营销目标。

本文档中竞品情况基于《竞争对手评估表》和《产品比较表》。