

最新食品促销活动方案4篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/179200.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的格式和要求是什么样的呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

食品促销活动方案篇一

市场竞争的日益激烈，竞争手段也日趋多样化。广告，在市场竞争中的作用越来越重要，通过广告，能不断地增强消费者的信心，引导消费者的观念。随着媒体方式的日益多样化，供企业选择的余地也越来越多，让很多企业很难选择一种或几种媒体方式来有效的宣传和推广产品和企业。

目前我国肉类加工生产市场还是处于发展时期，厂家很多，鱼龙混杂，法律环境不成熟，市场秩序不同程度地受到影响；很多厂家为了获得利润，不择手段，金华的毒火腿就是一个很好的例子。

xx公司是xx著名的生产、加工肉食类产品的公司，公司在市场竞争中，通过资源整合，提高了竞争力，逐步形成了一套比较完整的产品系列，并在传统产品的基础上，新增了炭烤产品，在“回归自然，享受生活”成为越来越多城市人的追求时，独具特色的炭烤系列产品的横空出世必将得到人们的青睐甚至是追捧。同时，企业在市场竞争中，不断的利用电视和报纸等媒体方式来提高知名度，宣传企业形象；目前，企业在xx及附近地区做得比较好，随着公司的发展，其市场也不断扩充，有必要进入新地区，而在新市场，前期的广告宣传比较重要，一般情况下，其主要作用是在目标市场培养自己的品牌认知度和知名度，而并不是提高其销量。列车是连接各地区的媒介，也是信息传播的一个重要途径；另外，适应列车销售的特性，进行针对性的改进包装，使产品在列车上更加为旅客接受，从而有效地利用这一独特的销售渠道，最大限度地保证销售量。同时，这种全新的具有排他性的销售模式也彰显出企业超强的实力和独特的市场拓展策略，有利于宣传产品和增强企业的市场号召力。

现在，我们郑重而又真诚的向您推介一种新的媒体方式——xx电视传媒，它能给您带来惊喜地效果。

1、竞争对手分析：目前xx的肉食品市场竞争较为激烈，喜旺、得利斯、青联、德维等品牌在xx也拥有了一定的市场份额，他们通过不断的广告宣传和促销活动来提高自己的市场竞争力以及市场份额，xx面临着巨大的考验。

xx，拥有较长的生产历史，建立了庞大的销售网络，已建xx多家专卖连锁点，与众多国内外商场

、超市建立起销售合作关系。喜旺低温肉制品的销量和美誉度在所有销售区域均排名第一位；热心社会公益事业，受到社会各界的赞扬。

xx，集收购、加工、销售于一体，总资产4亿多元，先后获得多项荣誉，在全国肉类行业50强企业中排名第十五名，是xx省农业产业化龙头企业。拥有自己的养殖场；年生产能力强，产品品质高，受到消费者的信赖，尤其最近，加大了宣传力度和市场扩展的步伐。

得利斯，消化吸收国外食肉民族“低温肉制品”科学概念，在我国的低温肉食品行业有很大的影响力，在xx卫视等电视媒体大力宣传自己的产品和文化，其“但愿人长久，相伴得利斯”的广告语，更是家喻户晓。努力塑造现代企业形象，全方位导入cis形象一体化系统，积极开展了“5s”活动。

xx，20xx年被深圳市农产品股份有限公司的控股，资金实力大增强；同时“xx”牌生肉制品是x市唯一注册的“放心肉”品牌。在xx具有较大的客户群和影响力。

企业的生存要在竞争中求得，有竞争，才有提高，得利斯、喜旺等产品在xx市场云集，既说明了xx市场的潜力，又说明了市场竞争的激烈。他们在业界，无论资本还是技术，都具有很强的实力，要想在这样残酷的竞争中生存，必须积极的发展自己、宣传自己、提高自己的企业竞争力。

2、企业竞争力分析：

在xx，激烈的市场竞争告诉xx需要走出去，谋求更好、更广的发展空间，但这需要有很强的企业竞争力才能走出去。

强大的市场宣传力度。通过xx的报纸和电视广播媒体，提高市场地位和品牌的认知度及知名度；不定期举行促销活动，占据市场竞争的主动；最近，公开征集企业的徽标，从另一个方面显示了企业突破区域局限的欲望，更好的参加其他地区的竞争和扩张。

差异化的市场定位。以市场为导向，不断的增加新的产品和利润增长点，提高了自己得市场占有率，逐渐形成了比较齐全的产品类别。

先进的生产技术。努力学习国外先进经验，积极引进和研发先进生产技术；炭烤产品的出现，填补了我国肉类食品的空白。

优良的服务保证。拥有自己的物流系统，能够在最短的时间内，把最新鲜的产品送到消费者手中，这对于保鲜要求比较高的肉食行业无疑具有很强的竞争力。

较强的资本实力。在生产、设备、营销的投入，以及资金的募集和运用，具有较强的能力；在风险评估方面拥有比较丰富的经验。

良好的人才机制。重视人才的培养和储备，确保企业在扩展的过程中，有合适的人在合适的岗位上，保证整个系统的正常运作；较雄厚的技术研发人员，具备较强的产品开发能力。

企业的竞争力是一个各项指标综合性的衡量，它需要企业在发展过程中，达到各方面的有效协调和平衡。综上所述，xx在资本、技术、人才等方面已经具备了向更高目标发展的条件，在发展中，最重要的是要充分整合目前的资源，并且变成一种优势，及时有效的传递到客户和消费者

面前，这就需要我们打造出一个新的更广泛的信息传播平台，通过全新的传播体验，刺激消费者的消费欲望，增强消费的信心，占据市场主动。

3、营销策略分析：任何一个企业，需要有一个比较明确的营销策略，并且在其市场定位的指导下，逐步的发展。xx目前的目标市场主要是xx及附近地区，但随着企业的发展和形势的变化，我们更需要走出去，寻找新的利润增长空间。我们要综合各方面条件来选择目标市场，gdp是一个重要的衡量条件，由于北方偏爱家畜类食品，南方偏爱家禽和野生动物类食品，而且南方在饮食文化上和北方有很大的不同，因此，在目标市场上我们应该重点考虑北方市场，由于xx和xx的特殊关系，以及xx的gdp总量较大，我们首选的目标市场应该是xx市场，在xx省主要的投放市场应该是那些经济较发达的城镇；同时，还应兼顾考虑逐步开拓xx、xx、xx等周边地区，所以我们在选择广告时段时，重点应该考虑这些方面。在选择新地区的营销方式时，首先我们应该明白广告是一种无形的投资，需要一个较长的适应和影响过程，在市场前期，应该充分考虑到投入收益比；其次，在市场竞争中，在相同媒体的竞争宣传效果不理想，而且外地媒体一般有保护意识，这就对我们的营销方式和效果产生了很大的影响；再者，竞争对手在本地拥有一定的市场份额，地方的保护主义比较严重；最后，由于在央视、省卫视等全国性的电视媒体，投入大，且目的性不强，在塑造品牌形象方面具有很强的实效性，但在目标市场中的影响力并不大，因此，广告的投入要品牌塑造和产品推广相互配合，达到共赢；而列车媒体，正是具备了这一特点，能够把品牌的塑造和目标市场产品的促销相结合。

肉食品作为大众生活中不可缺少的一部分，它与人们的生活息息相关。xx很好的把握了这一点，在产品的品质方面，在软硬件方面不断提高，通过硬件设施的提高，提高质量检验的精度；通过质量管理等软件的执行，为“xx这一品牌的品质提供了可靠的保障，树立了良好的品牌形象。在目前越来越重视生活质量的条件下，“绿色环保”仍然是我们宣传的一大诉求点，产品要服务于人们，首先要具备最大众化的特征，其次才能做特色化的处理，因此，各行各业纷纷打出“绿色环保”的旗帜，这是一种生活观念，我们不能违背大的背景，还是要打“绿色环保”的旗帜，首先让消费者敢买、敢吃我们的产品，其次才能进一步搞特色化经营加工，把自己独特的美食文化融于其中，从而保证了竞争力。

在“绿色环保”日益大众化和泛滥化的情况下，要想在竞争中胜出，我们还应拥有自己的特色，凭借先进的技术设备和独特的文化思想，生产出具有自己特色文化的产品。原材料由政府或企业指定的地点提供，具有很高的质量保证和健康保证；在加工方面尽量保持食品的本来属性，其中，炭烤产品就在很大程度上保持了食品的原味，目前，大中城市的很多人，尤其是那些工作压力较大的人，非常向往大自然的生活，喜欢食品的绿色及食品的原汁原味，这样就让很少到野外的城市消费者在家享受大自然的美味成了可能，由此，我们提出了第二个产品宣传的诉求点：回归大自然。

产品是企业的利润来源，也是企业的生存基础，因此，只有生产具有竞争力的产品，才能有取胜的把握。我们生产的产品，最终由人们来消费，只有人们消费我们的产品，我们才能获得利润，企业才能生存。产品能够销售出去，不但需要在品质和服务等方面具有很强的竞争力，更重要的是要对社会和消费者负责，这样我们才能在履行社会义务的同时实现自己的利益，企业新产品的推出和扩张，都是为了把自己的美食文化传播给更多的消费者，因此，我们在实施和宣传扩张战略的时候，应该首先站在社会道德的立场上，由此我们引出了第三个理念：把健康送给每一位人，这既体现了我们的未来营销和发展战略，又体现了一种社会责任感。

根据列车的特点，我们为您制定了一套产品的营销方案，这套方案有两部分组成：

1、xx超市。利用火车自身的环境，我们考虑把超市搬到火车上。火车拥有庞大的客流量，每年约有xx万人次客流，我们所运营的线路，覆盖了沿海开放地区约x亿人口，因此，其中蕴藏着巨大的市场空间。我们可以为您提供在列车上买断其肉食品的销售，列车上销售形式多样，列车既拥有固定的餐厅和销售点，又有不间断多频次的流动餐车进行销售，而且能够近距离的接近每一位潜在的消费者，这就使消费的可能性大大提高；我们还可以通过列车工作人员的口头推销以及绸带宣传，并且可以根据市场开拓的需要，策划组织一些互动形式的节目，进行产品促销和宣传。与之同步的是在进餐时间播放由xx食品做成美味套餐的广告，并且设定广告语（xx提醒您现在是午餐/晚餐时间，请按时用餐，祝您身体健康，旅途愉快），这样能够进一步刺激消费者的食欲和购买欲。

另一方面，我们所运营的列车，其旅客大多是具有较强的购买力，他们一般具有较鲜明的生活理念和健康意识，因此，在我们降低列车上食品价格的情况下，我们的销售量会较之以前有大幅的提高。

最后，本着节约成本的原则，在xx上消费的食品对其包装要求就是简单、方便、保质。因此，在包装方面我们可以降低成本，从而增加了利润；针对大多具备高素质的消费群，他们的环保意识相对来说比较好，因此我们可以在提供食品的时候，辅助提供纸巾服务，纸巾的外包装可以对外进行广告招商，这样不但可以建立良好的客户关系，树立良好的形象，还可以降低总成本。

2、广告。我们的广告由央视系统监播，确保播放的质量；由于在列车上播放，对于广告的到达率和广告的效益比较容易统计和衡量。综合各方面考虑，我们为您设计了xx秒和x秒的电视广告，xx秒的广告通过对诉求点的把握和表现来塑造品牌的形象，播放时间为早上、中午、下午和晚间各一次，根据不同的时间、不同的季节、特定的节日、旅程的长短和客流量的多少，具体安排广告的插播，通过不同的广告形式来达到最终客户的认可。5秒钟的电视广告通过精美的画面和友情提示，在进餐时间（午间、晚间）播放，刺激人们的食欲。

食品促销活动方案篇二

通过系列促销活动，增加xx品牌知名度、吸引消费者购买x糖可营养片，帮助和拉动销售。

首场为xx各个已经铺货的新品分销点，次场为x个总经销商负责各自选定的县市分销网络，后场为县市分销网络负责各自选定的全国xx所有营销网络。

1、首场x月x日—x月x日，所有的周x周x

2、次场x月x日—x月x日所有的周x周x

3、后场x月x日—x月x日，所有的周x周x

1、凡持有本次活动的报纸广告者均可以到各个分销点，填卡领取xx集团xx糖可营养片赠送的精美礼品一份，让你有意想不到的惊喜，地址是。。。

2、凡参加本次活动，购买并填写糖尿病患者卡者，均可参加xx集团xx糖可营养片会场的抽奖活动。一等奖，全额返还购物款，（1名，100%

返还购物款，超过x元以x元计算）；二等奖，50%返还购物款，（x名）；三等奖，10%返还购物款，（x名）；四等奖，5%返还购物款，（x名）；无空奖。

1、三位女促销员，第一位促销演讲员由分销点日常营业员进行，第二位促销发放员由分销点营业员中零时聘请或社会聘请，第三位促销验收员由分销点营业员中零时聘请或社会聘请。

2、三位女促销员需全面了解“xx糖可营养片”活动的全布内容和活动细则。

3、经销商给促销员集合起来集中培训。

4、售后服务的跟进措施。

5、新产品的备货和销售高峰期的应对措施。

6、活动正试“启动前”的到货情况、生产情况、运输情况。

7、出现断货现象促销员的解释和应对策略。

1、活动当天，在各商场门口放一幅用来宣传“xx糖可营养片”的挂画易拉宝。

2、在各商场门口由促销小姐挂授带，向进入或待进入商场的消费者（最佳是中老年人）发放有奖答卷，热情微笑。

3、消费者现场填写有奖答卷。

4、消费者把填好的有奖答卷交给商场内促销验收员。

5、促销验收员仔细检查答卷，确认无误，把答卷放起来，热情地让消费者有秩序地排对队。

6、当长发放礼品，并进行登记，一份答卷一份礼品（xx糖可营养片纪念圆珠笔），避免虚报，然后备档。

7、促销演讲员不失时机热情地与消费者沟通，向消费者介绍xx糖可营养片的好处、优特点，把产品卖出去。

8、下午4点，促销验收员对当天购买后所收集的答卷幸运号抽奖，一等奖，全额返还购物款，（1名，100%

返还购物款，超过1000元以1000元计算）；二等奖，50%返还购物款，（2名）；三等奖，10%返还购物款，（3名）；四等奖，5%返还购物款，（4名）；无空奖（xx糖可营养片纪念圆珠笔）。

9、注意事项

（1）活动时间为xx糖可营养片上市后的星期六、星期日为佳。

(2) 活动前一天，布置好活动销售场，准备好促销验收员和促销发放员月资金、问卷、xx糖可营养片纪念圆珠笔、挂画易拉宝、抽奖箱、pop宣传资料。

(3) 控制人流量，避免出现混乱无序的局面。

食品促销活动方案篇三

本次策划是一次网络营销的策划，目的在于使休闲食品在网络上顺利推出市场，在琳琅满目的休闲食品网络市场获得更多的市场占有率，从而赢得消费者的青睐，获得更大的企业利益，在网络上得到广大网络消费人群的认可。

休闲食品的最主要卖点其独特美味或者给予消费者美好休闲享受而不是补充营养的东西。休闲食品主要有三种消费特征：风味型、营养型、享受型、特产型，消费者涵盖全部人群：儿童零食、青少年享受、成年及老年人暇趣等。

作为一个大的且快速膨胀的市场，中国休闲食品市场有如下几个特点，也是休闲食品的几个主流方向：

(一) 越来越贴近人的饮食习惯和心理，要适口

1. 带汤汁的，便于咀嚼，利于下咽和消化的，如将薯片与矿泉水捆绑销售；
2. 满足求新、求变心态，人的味蕾要不断的以新的滋味的或口感的刺激中才可以保持持续的满意；
3. 健康，尽管消费者对这一点不十分明确，但在其购买决策的诸影响因素中却很重要，消费者会对食品的功能性有一定需求，基于不同的功能成为市场细分的前提；

(二) 从人的购买和消费习惯与心理来看，要赏心、悦目、满足支配心。即“食、色、性”

1. 方便性，卖点要近，购买过程要体现休闲的概念；
2. 时效性，满足其心血来潮的非理性需求；
3. 可观性，休闲是一个全面的概念，不但要好吃还要好看，试问卖场里哪里最靓？散装产品区；
4. 参与性，每个人都有支配欲，好吃好看再好玩就更酷了；

1、休闲食品行业环境现状

上个世纪从xx年代开始，“洋”休闲大举进入国门，历经xx年，休闲食品市场发生了翻天覆地的变化。仅饼干一类xx年就达到xx万吨，全年销售收入在xx亿以上，年环比增长18.25%。近几年，我国休闲食品行业发展速度较快，受益于休闲食品行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，休闲食品行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。

2、网络消费者分析：

(1) 网络用户分析

随着互联网的普及，越来越多的人加入了网民的行列，截止到xx年3月份为止，中国的xx万网民，仅半年间我国的互联网络用户就增长了1330万。网民中xx-xx岁的年轻人所占比例最高，达到37.3%，其次是xx岁以下（17.6%）和xx-xx岁（17.0%），网民在年龄结构上仍然呈现低龄化的特点。网民中学生所占比例最多，达到了xx%。

(2) 网络购物消费的迅速传播

随着互联网的普及，网上购物逐渐成为人们的消费方式之一。网上购物有安全，方便，快捷的特点，是未来发展趋势。当前，网上购物的服务模式主要有两种：xx平台，即个人与个人之间的电子商务，即个体商户对消费者的模式；xx平台，是商家与个人之间的电子商务，即企业（或单位）对消费者的模式。

3、休闲食品特征分析：

年轻消费群体崛起 健康食品居于主导地位

休闲食品的种类不同，受欢迎的程度有很大的不同。 高收入家庭成为休闲食品消费主流
产品更新速度快

少年儿童和年轻女性是目前休闲食品的主流消费人群。对应分析显示，目前时尚食品尤其是休闲食品，不再是孩子们的专利，成人尤其是年轻女性已成为主流消费人群。调查显示，高中/中专及大专学历、xx岁~xx岁的年轻女性是引导时尚食品消费的主流群体，她们在购买食品时喜欢购买更为时尚的品牌；相反，xx岁~xx岁年龄段的男性群体则对于时尚食品不大“感冒”。

1、传统的网络营销盈利模式：建立企业产品网站；在网络的商务平台开设网店；网络广告推销等等。

2、新的衍生盈利模式：博客营销，微博推广，与大型的团购网站合作等等。

1、针对产品方面：树立休闲食品的健康品牌，积极推广绿色有机零食。

2、针对渠道方面：

(1) 在各销售平台开设网络商店（暂未实现）

(2) 建立xx，推出并介绍对应的商品

(3) 建立xx，推广有益可口的休闲零食

(4) 与大型的团购网站合作，开展低价团购活动

3、针对价格方面：(1) 限时折扣活动 (2) 定时定量竞拍 (3) 积分兑换活动

4、针对促销方面：(1) 免费试吃活动 (2) xx转发抽奖活动 (3) 休闲食品知识问答。

食品促销活动方案篇四

五月初五xx节。每一年的这一天，许多人家都会包裹粽子，涌现许多不同味道不同种类的粽子。关于端午节的由来，其实向来都说法不一。有人说，这一个节日在古代，是一个消毒避疫的日子。根据文献上的记载，以及历代相传流行下来的许多端午习俗，五月被视为“毒月”、“恶月”，五月初五是九毒之首，所以这一天便流传了许多驱邪、消毒和避疫的特殊习俗如插蒲子艾叶、喝雄黄酒、祭五瘟使者等。

后来xx节的意义起了变化。人们为了纪念爱国诗人屈原的爱国精神及崇高的人格，把一些原先未必是纪念屈原的划龙船及包粽子等习俗，联系到他的身上。关于端午节赛龙舟，其实现在不是端午节的到来赛龙舟的比赛项目也是处处有。

从驱邪避疫，到纪念屈原，端午节的意义起了很大的变化。今天，这个节日变成了一个中国人美食的节日。从旧有的角黍，粽子制作到今天的各式各样多姿多彩的包粽。许多的地方都融入自己的地方美食特点在粽子中。

xx节的主要习俗是赛龙舟。关于龙舟的竞渡，文字的记载始于公元五百年前梁代吴均的《续齐谐记》。较后，许多的记载中都可以找到有关赛龙舟的文字记载。现存中国各地的数千种方志中，共有xx种方志有龙舟竞渡的记载。端午划龙舟，龙舟竞渡的说法，包括有“大众舟齐出发，赶往丞救屈原。”及“一呐喊鼓乐吓退蛟龙。”这些都让人联想到屈原。每年的xx，在中国大江南北以及xx一带的华族，都还会举办龙舟竞渡，提倡端午龙舟赛。

今年的月初x端午节是x月x日，让我们一同来期待在x端午的浓浓风情吧！

20xx年x月x日（星期x~20xx年x月x日（星期x），为期x天！

又是一年端午情！

为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的；并回馈顾客，希望能提高乌海__超市知名度，吸引人潮，以及提高活动日的营业额。

1 xx超市新华店

2 xx超市大庆店

1商品特价（定特价商品80~100种）

本期创意以“又是一年端午情”为活动主题，但是本期活动的商品趋向分为两大主体群来进行特价商品的准备，共分为两个时间段来着手准备特价商品：

第一时间段为x月x日~x月x日（xx节）共计五天的时间，此五天主要以传统xx节为主体思想，准备特价商品。商品重点为节日商品，粽子及包粽子所用物料和用品等！可适当考虑主题商品品质外延，因端午属中国传统的特色节日之一，我超市所售特殊商品皆可作为特价商品的定位选择！（生鲜干散部门为重点）

商品小分类见如下：

粽子（xx，xx，xx系列sp形式，或特价，或买赠，或搭配销售！！或品尝！形式皆宜；

节日商品：红枣散或袋，葡萄干散或袋，莲子，红豆，花生米，果脯，红小豆，黄米，江米等为
宜；

另：联系供应商开展一期联商促销，作系列宣传（思念可考虑）开展有影响力的联合促销形式！

其它系列：xx，xx，xx，水果蔬菜等！！

第一时间段商品占比为总商品数的x%，约x种左右！降价力度要求惊爆（低与原售价30%~50%）

第二时间段为x月x日~x月x日，此时间段为本期营销活动的下一部分，为使活动的始终保持良
好的销售人气及良好的现在气氛，本重点商品的大向为夏季应季商品展卖，价格下调力度在15~2
0%左右，本地应季商品为主，外采商品可作花样补充。

商品小分类见如下：

休闲部门：山楂糕，冰糖，棉花糖，果汁系列，红绿茶系列，鲜橙多系列，奶制品系列等（10种
）

调味部门：方便食品，油类，肉罐头系列，粉丝，面条类，即食火腿等（10种）

针织部门：半袖t恤，凉席，季节套装，季节鞋类，内衣凉被类等（10种）

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发