# 手机的创意营销策划方案范文

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-01-30

*手机是可以在较广范围内使用的便携式电话终端，全称为移动电话或无线电话，最初只是一种通讯工具，早期在中国有“大哥大”的俗称。今天小编在这给大家整理了一些手机的创意营销策划方案，我们一起来看看吧!手机的创意营销策划方案1一、参与门店:永丰县欧阳...*

手机是可以在较广范围内使用的便携式电话终端，全称为移动电话或无线电话，最初只是一种通讯工具，早期在中国有“大哥大”的俗称。今天小编在这给大家整理了一些手机的创意营销策划方案，我们一起来看看吧!

**手机的创意营销策划方案1**

一、参与门店:

永丰县欧阳修乐享营业厅

永丰县恩江大道乐享营业厅

永丰县直街开心100乐享营业厅

开业时间:20\_\_年8月8日-20\_\_年8月11日

二、开业氛围布置:

1、连续三天腰鼓队游街宣传

第一天移动支持,后两天我们自行组织;

2、鞭炮

开业当天燃放鞭炮两挂,鞭炮摆放成”8”字型，晚上燃放烟花。

3、门店氛围布置

开业当天厅内布置气球彩带吊旗;门口布置帐篷、彩虹门、花篮、篮球架、气球墙。

三、开业宣传

1、移动群发短信宣传

2、门店各种海报,单页宣传,开业前在主要人流聚集地派发单张

3、音箱录音循环播放,内容:永丰县乐享手机卖场盛装开业,进店就送礼,手机低至99元起,还可以参加抽奖活动,平板电脑、空调扇、压力锅等你抱回家;开业购机，优惠到家，机会不容错过;亲爱的永丰父老乡亲，赶快行动吧!

四、现场促销活动主题及细则

1、进店有礼享免费贴膜

开业期间凡进店用户，可赠送纸巾一包或鼠标垫一个、4G环保袋一个。在有条件的情况下可以提供免费贴膜(礼品赠完为止)

2、热门手机享特价

开业期间热门手机产品销售压低，特价活动机型如下:

品名开业特价原价

小米315991999

三星916812991699

华为G620\_991599

酷派873010991699

酷派8720L9991399

红米1S8991199

酷派87057991199

华为Y516699899

三星7898499799

华为Y325299499

腾信T1899299

3、购机有礼、抽奖赢大礼。

开业期间购机用户除可以享受多重好礼，还可以现场抽奖，中奖。现场置一抽奖箱。

名额与奖品设置如下:

特等奖1名平板电脑一台

一等奖3名空调扇

二等奖5名电压力锅

三等奖8名电磁炉

参与奖50名纸巾一条

4、手机知识能值钱:

开业活动期间，用户进店体验，回答五道与手机相关的问题，即可获得现金券50元(可购买店任一款手机，特价机除外)。

5、3G/4G智能机办理送话费，还有礼品拿

1、移动现有3G/4G智能机政策，赠送话费，合家欢手机销售。

2、开业期间智能机办理送话费的客户都可获赠洗衣液一袋。

五、物料需求

名称数量用途单价总价

单页50000张宣传物料

吊旗100个宣传物料

汽球1000个厅内布置

洗衣粉20礼品10200

洗衣液30礼品10300

纸巾500进店礼品0.5250

鞭炮2开业

烟花4开业

**手机的创意营销策划方案2**

手机已经成为人们必备的用品，也成为通讯市场的竞争力。那么如何促销自己的手机品牌呢?接下来我们看看一些手机促销方案和活动。手机促销手段直接影响着手机促销活动的好坏，影响着人们对于手机促销活动的注意程度，因此，如何选择合适的手机促销手段成了手机促销活动前商家们最重要的一件事性。

1、降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但一定要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

2、送赠品或者抽奖。在购买产品时赠送物品和购买产品时可以参加厂家举办的抽奖活动，赢取奖品。

3、特价机就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的作用。特价机都是限量的，这是特价机和降价这两种促销方式的区别所在。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮助清理库存，三是帮助经销商完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。有些经销商为了扰乱竞品市场，就选择先进一批竞争品牌的畅销产品，然后以特价销售，打乱对手的市场价格，乘虚而入。

4、展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

5、人员促销。利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的积极性。当然促销的活动还有很多种，只要用心去做，一定会做好，如果你想了解更多的手机促销方案，不妨在一品威客网发任务让更多的人帮助自己寻找最适合自己的产品的推广方案。

**手机的创意营销策划方案3**

活动目的：双11到来之际，针对各电商大势炒作之际，香港路信准备借势造势，策划双11重大营销活动，针对双11这天卖场内的所有手机进行低价促销活动，以吸引顾客形成气势、促成销售。重点体现实体店也可以享受网购价，更安全、便捷、实惠、售后更有保障)

一、 活动主题：购机狂欢节——中国电信\_聚划算

双11疯狂购全场2折起——实体店也可以享受网购价

(安全、便捷、实惠、售后更有保障)

二、活动时间：20\_年11月9日-11日

三、活动专柜：大兴路天翼卖场——联想专柜

香港路综合营业厅(香港路怡信数码城正对面)

四、活动预热：

1、 群发短信、微信、QQ群：

双11来了，大兴路电信营业厅——联想专柜，香港路综合营业厅(香港路怡信数码城正对面)，全场疯狂机低至2折，实体店也可以享受网购价，你还在等什么?安全、便捷、实惠、售后更有保障，赶快来抢购吧!活动时间仅限11月9日——11月11日。

2、DM单页宣传：计划10000份(单页)

发放地点：大兴路、中华路、丁字口、香港路、万里路、澳门路

(临促10人，6人乘5天乘50元/天=1500元)

门店拦截：一句话营销：

手机5折了，仅限双11，赶快抢购吧!

发放时间：11月7日—11月11日

3、宣传车(由电信公司支持)

宣传时间：11月8日—11月11日

五、活动内容：

1、光棍不光 惊喜满框

(1)“一”见倾心：活动期间所有进联想专柜用户试机均有好礼相送

(2)“一”如既往：凡在柜内办业务、交话费的用户，免费赠送“幸运刮刮卡”一张;(礼品为牙膏、抽纸、洗衣粉、洗碗精、陶瓷小杯子等)

(3)“一”诺千金：凡在柜内购机的用户(不限金额)，均可 参加;扎“幸福金球“一次(礼品：充值卡、米，油，充电宝，牛奶，不锈钢锅)

(4)“一”面之缘：活动期间，每日第11位购机客户将享受特惠配件礼包

2、单身无罪 低价万岁

双11疯狂购全场2折起

A、双11精选配件特惠全场2折起

B、“老年专场——特惠5折”

中维恒泰H520原价298元 5折价149元

中维恒泰H530原价398元 5折价199元

百合C6 原价358元 5折价179元

C、(9号)“三星专场——品牌直降”

三星W789 原价6999元 优惠价5999元

三星S4 原价5699元 优惠价4888元

三星I869 原价2588元 优惠价2288元

三星I879 原价2790元 优惠价2190元

D、(10号)“华为\\HTC专场——品牌直降”

华为A199 原价1999元 优惠价1590元

华为8813D 原价1590元 优惠价1111元

HTC802D 原价4980元 优惠价4380元

HTC528D 原价2199元 优惠价1699元

E、(11号)“全场特惠“

中兴N980 原价1590元 优惠价1111元

中兴N986 原价1790元 优惠价1290元

中兴N880G 原价1090元 优惠价800元

酷派9150 原价202\_元 优惠价1690元

酷派5890 原价1090元 优惠价800元

酷派5876 原价990元 优惠价800元

联想820E 原价1390元 优惠价1111元

联想A375E 原价699元 优惠价499元

海信EG958 原价1090元 优惠价800元

F、充电宝9元抢 (每日限量10个)

双11精选品牌特惠

双11新款热销机型底价促销

说明：年末最后让利，双11疯狂购全场2折起，周末重点以品牌吸引用户，重磅推出三星、HTC、华为系列品牌机进行让利促销，双11则以全场优惠为主吸引用户，时间重点把控在下午的4点至6点进行最后的让利促销。争取借双11的打折嘘头形成一定的气势和带来可喜的销量。

六、外围炒作

1、活动现场免费“手机加香消毒”服务;

2、礼品区：通过礼品堆头陈列，激起客户购买欲

3、广告制作

地贴、舞台背景、横幅、\_展架、气球拱门

4、路演

(1)活动主持 1名

(2)学生舞蹈 4人

1. 最炫民族风 2.遗失的心跳 3.love love love 4.So Crazy

(3)三星宝贝迷你秀 4人 ：欢乐颂

(4)员工歌曲

肖丽：1. 爱死了昨天 2.潇洒小姐 3. 火

陈涛：1.你的眼睛背叛了我的心 2. 一个人的天荒地老 3. 听海

(5)员工卡通舞蹈 6人(由销售组负责执行)

七、费用预算

**手机的创意营销策划方案4**

一、企业和产品介绍

1、\_\_公司简介

\_\_技术有限公司是一家总部位于中国广东省深圳市的生产销售电信设备的员工持股的民营科技公司，于1987年由任正非创建于中国深圳，是全球的电信网络解决方案提供商，全球第二大电信基站设备供应商。\_\_的主要营业范围是交换，传输，无线，数据通信类电信产品，在电信领域为世界各地的客户提供网络设备、服务、解决方案。在20\_年11月8日公布的20\_年中国民营500强企业榜单中，\_\_技术有限公司名列第一。同时\_\_也是世界500强中一家没有上市的公司，也是全球第六大手机厂商。

我们看到\_\_的logo就能体现出\_\_坚持以客户需求为导向，持续为客户创造长期价值的核心理念，将继续以积极进取的心态，持续围绕客户需求进行创新，为客户提供有竞争力的产品与解决方案，共同面对未来的机遇与挑战;\_\_将坚持开放合作，构建和谐商业环境，实现自身健康成长。该公司以技术研发为核心，希望为广大顾客带来持续价值。\_\_公司科技力量雄厚，拥有87000名员工中的43%从事研发工作，截至20\_年12月底，\_\_累计申请专利42,543件。在3GPP基础专利中，\_\_占7%，居全球第五。\_\_数据通信认证提供从数据通信工程师到数据通信专家的三级通用认证体系。HCDA(\_\_认证数据通信工程师)、HCDP(\_\_认证数据通信资深工程师)、HCDE，\_\_认证数据通信专家

其企业文化总结为“狼性文化”。此处狼性并非贬义，而是说目标明确，确定目标后，不计代价达到目标。对于狼性文化，\_\_总裁任正非曾有过详细解释，他认为更全面准确的说法是“狼狈组织计划”，狼有敏锐的嗅觉、团队合作的精神，以及不屈不挠的坚持，而狈不能独立作战，但很有策划能力，很细心。也正是凭借这种精神，\_\_战胜了许多危机，最终取得了今天的成就。

2、\_\_手机简介

就本身而言\_\_具有较强的技术研发能力，并有一支销售能力很强的销售队伍，但是手机毕竟不是和通信系统那样只要技术含量高、运行稳定性好就可以满足顾客的需求，另外，通讯系统、增值服务的推广和销售面对的大多是重点大客户，而手机的销售却要面对为数众多、千差万别的消费者。进入手机领域并不久的\_\_，如果试图进入所有可能进入的消费者市场，直面来自全方位的竞争，必然要承担较大的风险。所以我认为\_\_面临目前的中国手机市场，较适宜采取重点以培育\_\_手机中端品牌形象为根本，着眼于未来3G发展机遇，采取集中化策略，服务于较为狭窄的细分市场。就消费群而言，东部区域高等教育水平较高，在校大学生人数众多，而且相对集中于各个省会等大中城市。一般来说，受教育的程度高，收入水平也就相对偏高，那么现在在校的大学生一旦走上社会参加工作，他们将是社会中高收入阶层的大多数。所以，现在关注他们，实际上在很大程度上关注了未来。而且，\_\_在中国大学生中已经有了一定的知名度，这就为\_\_手机打开大学生市场奠定了良好得基础。

针对于\_\_现在的状况，应该采用无差异营销战略，集中研发中端产品。为此\_\_公司将“普及型”智能手机作为其移动互联网的重要切入点，与产业链各界的发展思路相契合。今年年初中国电信宣布将采购500万部中档价位3G手机，并表示20\_年的重点是“发展千元3G智能手机”;中国联通副总裁李刚也表示，中国联通将从6月中下旬力推1000-1500元左右的3G智能手机;而中国移动董事长王建宙也认为，中国移动推广1000元甚至1000元以内的3G手机将是大势所趋。在此背景下，终端厂商和芯片厂商力推“普及型”智能手机也就顺理成章。\_\_推出的中端商务手机在质量上和功能上不落后于同类国外一流品牌企业的产品，而采取满意定价时，这势必将对一些中端商务手机消费者会产生较大的吸引力。

二、SWOT分析

(一)\_\_的优势

1、规模优势

\_\_是全球的电信网络解决方案提供商，全球第二大电信基站设备供应商，也是全球第六大手机厂商，有87000名员工中，\_\_累计申请专利42,543

2、低成本优势

劳动生产效率高，规模大，科技含量高。协作化程度高。

3、先发优势

\_\_是全球的电信网络解决方案提供商，全球第二大电信基站设备供应商，科技力量雄厚，在全球是地位。

4、国际市场优势

国际市场份额大，价格低。\_\_的产品和解决方案已经应用于全球140多个国家，服务全球运营商50强中的45家及全球1/3的人口

5、国内市场优势

国内市场份额大，价格极具竞争力。

(二)\_\_的劣势

1、营销网络的劣势

\_\_销售渠道较窄，大多与运营商合作，定制手机较多，分销网络和营销终端基本依赖外部力量，对市场控制力度弱。

2、产品档次组合劣势

产品线窄，没有形成结构合理的等级产品，中档，高档产品较少，梯度力分配不明显

3、品牌劣势

\_\_的知名度不高，相对于手机，\_\_手机的名气较低，中高档手机较少，市场认可度不高

(三)\_\_面临的机会

1、我国经济高速发展，人民收入越来越高，国内手机潜力市场巨大

2、国际市场广阔，欧洲，非洲等国家市场巨大

3、可以利用销售网络终端的时候，附带销售手机，提高手机的市场占有率。

4、利用\_\_雄厚的科技研发力量，加大科技研发，制造高档，优秀手机，大力提高品牌形象和价值

5、现在正处于手机市场更替时期，智能手机迅速占领市场，诺基亚等老牌实力的手机品牌竟然毫无招架之力，\_\_应该趁此机会大力开拓，占领市场。

(四)\_\_面临的威胁

1国内竞争对手多

(1)中兴和\_\_的产业结构相似，不论是手机产业还是终端都是

强劲的对手

(2)老牌国产厂商多：酷派，金立等老牌厂商都有强劲的实力

(3)新兴品牌不断崛起：魅族，小米，oppo等迅速发展，知名度提升较快，产品优势明显，深的青年，中年顾客的喜爱

2国际竞争对手实力强劲

(1)国际手机品牌像诺基亚，三星，LGhtc等品牌他们手机优势明显，品牌知名度较高，深的国人的喜爱。

(2)手机专利大部分都被国外手机厂商占有，国内手机厂商必须付高昂的专利费

(3)手机核心技术和关键部件，大都被外国手机厂商和零件供应商掌握，价格较高，讨价还价能力小

三、营销目标

根据以上分析，我们可以看出\_\_手机在普通民众的知名度不普及，然而对于一个企业来说，品牌的知名度是非常重要的。对于一个企业来说，创造利润是最终

目标，所以销售是非常重要的。因此为他制订了两个目标，暨销售目标和品牌推广目标。

销售目标主要是为\_\_手机拓宽销售网络，借助网上的交互性、直接性、实时性和全球性为顾客提供方便快捷的网上售点。凭借互联网的各种形式多样的方式向消费者传递者各种有利的信息。利用网络销售成本低等特点，为企业创造利润。品牌推广目标主要是在网上树立起自己的品牌形象，利用各种互联网上的资源，宣传\_\_手机的各种有利形象，加强消费者对自己的印象，建立顾客的品牌知名度，为企业的后续发展打下扎实的基础。配合企业现行的销售目标，提高销售收入。

所以我们要具体实现：

1、20\_年出货量5000万步

2、市场占有率提升5%

3、利润增加8%

4、在宣传\_\_手机的同时，将\_\_的企业文化传递给顾客

5、提高品牌定位，开发高端产品市场

四、营销策略

(一)、定位与价格策略：

产品定位为高性价比的放心手机，核心卖点是高配和软硬一体，以及手机配件和免费软件。\_\_手机向来以质量著称，高品质的手机质量造就了\_\_手机的品牌和口碑，严格的工业制造程序，精准的市场手机定位，公司将“普及型”智能手机作为其移动互联网的重要切入点，与产业链各界的发展思路相契合。今年年初中国电信宣布将采购500万部中档价位3G手机，并表示20\_年的重点是“发展千元3G智能手机”;中国联通副总裁李刚也表示，中国联通将从6月中下旬力推1000-1500元左右的3G智能手机;而中国移动董事长王建宙也认为，中国移动推广1000元甚至1000元以内的3G手机将是大势所趋。在此背景下，终端厂商和芯片厂商力推“普及型”智能手机也就顺理成章。\_\_推出的中端商务手机在质量上和功能上不落后于同类国外一流品牌企业的产品，而采取满意定价时，这势必将对一些中端商务手机消费者会产生较大的吸引力。

(二)、销售渠道

以网络作为载体进行B2C电子商务销售方式。此销售方式优点：为企业提供销售渠道同时具有调查、服务、咨询一体的特点

网络营销应该考虑到的因素：1完善的配送中心：与大型配送企业如凡客合作，完全采用凡客、如风达配送资源2网络营销渠道的流畅性:建立一个完善的订货系统减少销售费用节约成本

网上商城：和大型网上商城合作，利用其资源进行优势互补。积分促销手段，通过购物获得积分，顾客再利用一定积分换取购物优惠

(三)、促销策略

1、口碑营销(病毒式营销)

\_\_手机需要一个环境：即使你不关注手机也知道有\_\_这个手机。利用国人看热闹的特点，制造“绯闻”如某某某看好\_\_手机(名人效应);\_\_pkiphone5(品牌效应)等消费者爱看的事情提高关注度和品牌层次。并且就\_\_的售后服务方面进行个性宣传，一次区别并独立出普通售后服务，给人以安全的感觉。

2、事件营销

召开发布会利用\_\_手机高配低价吸引媒体关注

3、饥饿营销

成功吸引了消费者关注后，不能一下子满足消费者需求，从产品发布到正式售卖需要一定时间段，给消费者以想象的空间

(四)、广告策略

网络广告是常用的网络营销方法之一。主要价值表现在品牌形象、产品促销等方面。

标志广告之网络广告的最主要也是最基本的形式之一。HTC公司可以在一些导航网站，门户网站上发布标志广告，通过发布一些促销信息，最近产品信息等吸引用户点击，增加产品的知名度，吸引潜在用户。

**手机的创意营销策划方案5**

一、 手机卖场的促销方案：表演形式+文艺汇演+购机抽奖

马上就是一年一度的“3.15”消费者权益保护日了，为了提高我们市区专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量。并且在即将来临的淡季进行销售量的提升，特此以“3.15”为主题设立一种促销方案，具体如下：

1：活动的时间：3.8-3.15，日期为一周。

2：活动的地点：市区，县区的手机卖常

3：准备工作：

1) 卖场内需准备好促销的机型，价格标签，促销机的功能介绍。

2) 详细了解各厂家是否有促销活动，这样可以借用厂家促销的机型做为亮点，可以有效的降低成本;

3) 营业员以及促销员的

培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量;

4) 宣传单页(a4)，促销dm单，店面外展版/喷绘(尺寸待定)，汽车促销宣传以及宣传词。

5) 卖场内的布置：吊旗悬挂，气拱门的安放，气球的布置，以及促销服装的准备，货源的准备等。

4：活动的内容：

1) 与卖场的老板协商，投入一部分资金进行礼品的购买：手机挂绳，屏保，环保袋等，以此吸引路过的行人，以此增加人气。

2)
找当地的文艺团体进行一些提高人气的演出以此提高人气不旺时的补救工作，如：锣鼓齐鸣，本土舞蹈等，并且可以吸引更多的路人来参加我们的活动，并为开场进行人员的聚拢。

3) 准备一些很简单的关于3.8/3.15的问题及游戏，使消费者看到获得奖品的希望，从而调动顾客参与积极性;

4)
针对消费者心理及习惯，设计一档简单好玩的游戏：请活动现场的各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛，编写“老婆，你辛苦了。”发送至指定号码。以最短时间编写者为胜，并设置其奖品;或者在现场设置捅气球看纸条，并获得奖品的形式来调动顾客的积极性。

5) 举行店内购机抽奖活动：购机在500元以上者(含500)即可参加抽奖，具体奖品待定。

6) 团购机型，比如购买宝捷讯系列手机超过6部的团体，赠送饮水机一台，等

5：活动安排：

1) 鸣炮，民间文艺团体锣鼓齐鸣，开场舞蹈表演。

2) 司仪讲开场白并安排卖场经理致辞，活动开始。

3) 由模特展示本次活动的促销机型(模特需要各个年龄段都有，以此显示手机的多样性)

4) 现场的互动节目，并现场进行颁奖(奖品：手机)让消费者稳定心态。

5) 文艺的演出。

6) 购机抽奖并由主持人大声念出抽奖的礼品名称。

6：活动现场安排：

1) 场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

2)
人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强;现场控制人员1名，保证与主持人以及文艺团体的良好沟通;礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品;交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3) 奖品的确定：待定

4) 经费预算：略

7：对活

动的事前事中事后分三部分来控制，各部分应考虑到的问题：

1) 活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2) 活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3) 活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销(如五一)。

二：乡镇手机店铺的促销方案：宣传+重奖+价格优惠

俗话说，酒香不怕巷子深，就是说，再好的产品，也需要宣传。大凡实体小店，基本就没有做过什么宣传。很多乡镇店铺本身规模不大，就是死死地开在那，等顾客上门购机，这样绝对不行，必须要做宣传，必须要做活动。而且现在马上就要进入手机的一个淡季，根据我们手机的定位在二线品牌，并针对的是三四级市场，那么，乡镇的手机店铺就是我们的重点销售客户，所以我们一定要和店铺的老板一起通过做宣传，活动，把店铺的人气和气氛搞起来，以此带动我们手机的销售量和知名度的提升。

1) 宣传的噱头：开张大吉，厂家厂庆，店铺几周年庆等。

2)
根据宣传的噱头录制专门的光碟，在宣传活动的前一两天(乡镇不逢集的时候)，找一个面包车，将促销的内容简明扼要的做到一个喷绘上悬挂在车上，并在车顶放置一个喇叭，在附近的乡镇和村子去吆喝，并且在人多的地方：茶铺，广场等地方停留几分钟，把这次的促销的机型，店铺名称，奖品等优惠给老百姓喊出来，因为老百姓都喜欢买优惠的东西，而且以此要造势，让附近的人提前知道，在那一天哪一个店铺可以买手机送什么东西，可以享受到打的优惠。

3)
店铺的装扮，要把活动的气氛弄出来。也可以让乡镇的锣鼓队来店铺面前吹吹打打，搞搞气氛，也可以吸引到那些不想买手机的人来凑凑热闹，增加店铺的人气。

4)
店铺内的手机，如果是开张，那么价格一定要便宜，非常的便宜，有的产品甚至可以在保本的情况下卖出，并且要用大纸条明码标价上去，如果是周年庆，那么把奖品要摆放在门口，并且把买手机送\_\_的活动印制成彩页，到处发放，并在购机后领取奖品时要放鞭炮给其造势，同时也给别人看到奖品是实实在在的，不是虚造的。总之所有的手段，都是要造成一种万人抢购的浪潮。人都有一种从众的习惯，看到别人在抢购，他也会忍不住手痒，本来不想买的，也会去买，还有本来是看热闹的，看到实在的奖品，他

也会跟过去购买

5)
“套餐”式销售，比如你购买我的手机，我可以送手机卡，话费，以及内存卡等，做成套餐式的，这样商家也可以从手机卡，配件等上可以赚钱，老百姓也认为很实惠，一举几得，让顾客在你的店铺里同时购买几种东西，是很重要的。

6) 宣传的期限不能太长或者太短，一般在7-10天。

7) 宣传活动时的人员安排，场面的控制，费用的预算，礼品的发放等要合理。

8) 做宣传活动要因地制宜，因店而宜，要根据店铺的周边的消费人群和环境来制定具体啊宣传内容和促销的机型以及奖品的确定。

9)
多多让利给消费者，少让利给终端。要让顾客知道在促销期间，终端的加价利率低于平时的加价利率，让顾客确实感到商家是把大的实惠给了自己。这样顾客就会心无旁虑的购买。

10) 促销特价后的零售价格的制定：效仿超市的价格表示，突出\_99，并赠送\_\_礼品顾客就认为自己享受到了双重优惠。[\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！