# 药店营销活动策划方案范文

来源：网络 作者：柔情似水 更新时间：2024-02-01

*在药品的整个营销环节中，药店是最后一环。产品进入药店，摆上柜台，只是从商业单位转移到下游而已，只有把产品销售出去，才完成了整个销售过程。下面是小编为大家整理的药店营销活动策划方案，希望能够帮助到大家。药店营销活动策划方案1一、活动主题甜蜜情...*

在药品的整个营销环节中，药店是最后一环。产品进入药店，摆上柜台，只是从商业单位转移到下游而已，只有把产品销售出去，才完成了整个销售过程。下面是小编为大家整理的药店营销活动策划方案，希望能够帮助到大家。

**药店营销活动策划方案1**

一、活动主题

甜蜜情人节，甜蜜蛋黄派

二、活动门店

1、重点活动门店：家纺城药店、许巷药店、通元药店、皮都药店、双山药店、城北药店、百步药店。

2、非重点活动门店：医药其他门店

三、活动时间

2月11、12、13、14日(重点活动门店)

2月13、14日(非重点活动门店)

四、主要目标客户群

春节后返回工作岗位的青年务工者。

五、活动目的

1、针对春节促销活动没有覆盖返乡人群的缺陷，针对该部分人群进行一次促销活动;

2、发放现金券，固化客户群体，增加销售额和销售机会;

3、消化春节期间购进，尚未使用完毕的蛋黄派。

六、活动形式

1、主推活动形式1：购满(含购现金券，现金券可无使用限制)158元，送800克装福马蛋黄派一提;

2、主推活动形式2：穿越情人节，保健送父母。所有营养品均8折酬宾，写上地址和祝福话语，免费邮寄回家乡(不需要免费邮寄的，折后金额满100元者再赠送无使用限制的现金券10元)

3、其他活动：全场(杜蕾斯、杰士邦、爱超系列)每满30元送5元无使用限制现金券;男性滋补类用品和妇科治疗

**药店营销活动策划方案2**

一：活动背景

是单身人士的狂欢，但只有拥有健康才能更好享受智慧的成果。在这样一个的节日，\_\_\_\_更渴望表达她的报答之情!彰显我们品牌的价值!

二：活动主题

三：活动目的

1.利用节日消费高峰，提高销量

2.借势推广我们产品，促进认知

3.回馈广大消费者，建立忠诚度

4.加强与终端合作，改善彼此客情

四：活动时间和地点

\_\_x各药房及专卖店

五：活动产品

主推产品：\_\_\_\_三个规格(96粒、192粒、400粒)

辅推产品：48粒

六：活动规划

(一)：活动内容

1.凡在活动期限内购买\_\_\_\_系列产品满48元，就可参加我们的《触摸“”赢幸运摸奖活动》一次

2.凡在活动期限内购买\_\_\_\_系列产品满96元，就可参加我们的《触摸“”赢幸运摸奖活动》两次

3.以48元计，以此类推，凡在活动期限内购买\_\_\_\_系列产品满400元，就可参加我们的《触摸“”赢幸运摸奖活动》五次，最多五次

4.活动的最终解释权归\_\_集团皖南分公司

(二)：活动形式

1.每一个专卖店设一个摸奖箱，摸奖箱用kt板制作(尺寸长30cm宽30cm40cm)，摸奖箱四个面：两个面为\_\_\_\_的log0;另两个面为《触摸“”赢幸运》字样。

2.每个摸奖箱放五十一个乒乓球，乒乓球上标志设计为“五”“一”“”字样，用白板笔写。

3.乒乓球上〈字样标志〉分配：10个球上写“五”;5个球上写“一”;一个球上写“”;另外35个球上写“幸运”

4.乒乓球的形式可以用其他东西代替

(三)：奖项设计

1.一等奖的标志为“”，奖品为价值192元的\_\_\_\_远红内衣

2.二等奖的标志为“一”，奖品为价值96元的\_\_\_\_靠枕

3.三等奖的标志为“十”，奖品为价值48元的\_\_\_\_48粒装

4.四等奖的标志为“双”，奖品为价值28元的\_\_\_\_护眼

(四)：补充说明

本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条

七：活动终端要求

(1)现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒陈列

(2)此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名

(3)此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础

(4)需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行

(5)在此店要有重点产品的dm支持，同时在dm上告知活动内容，及抽奖地点和方式

终端的布置设计：

(1)在店门口要有活动的告知(比如海报或kt板展示活动内容或易拉宝告知活动内容)

(2)在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放

(3)店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气氛

(4)在店内堆头上要放上赠品进行展示，激发消费者购买欲望

(5)店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅

在活动开始前三天，需要在目标终端附近的小区进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力。

八：控制点

1.产品进场

2.促销员进场、培训

3.堆头的落实

九：效果预估

1.促进现有产品的销售

2.提升产品的知晓度

3.树立彼此的信心

**药店营销活动策划方案3**

药店多半会在节日里举行促销活动，即给顾客带来好处，又给药店带来利润。纵观成千上万的药店促销活动，发现许多药店不缺少创意，缺少的是执行到位。一般包括四个执行到位：物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位。

物料到位

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品。

首先根据季节、节日、地区、常见疾病和畅销产品，进行数据分析，找出常见疾病对应的畅销产品、重点产品，进行充分备货。譬如，我们找到了30款秋冬季节重点产品，如果每月要货8次，某次要货时库存有35盒，上月销量为160盒，平时补货公式为，要货量=160/8=20，202=40，40-35=5，5盒就是要货量，要保证库存有两个周期销量，根据经验可以适当上调，这样确保重点产品有足够库存，便于满库存丰富陈列。在活动期间，通常建议重点产品保证一个月的销量作为库存，这就是商品到位。再次根据活动制订的销售目标和买赠档位，测算赠品种类和数量，并准备到位。最后根据活动宣传所需横幅、DM单、音响、录音、POP、海报、喊话器等做好宣传品准备。

氛围到位

店内店外氛围到位，拉拱门、挂横幅、招牌干净、做主题橱窗、做喷绘写真、厂家门口撑伞摆台义诊宣传、店内音响店外音响播放活动录音、重点产品推介录音、企业文化录音、养生录音、店内悬挂相应活动和产品POP等。

一定要确保卖场营销氛围足够，员工满面堆笑，热情服务;商品丰富丰满陈列、重点产品用POP、爆炸卡、云彩卡提示;比如陈列阶梯状、圆形、心型、做一个空盒中国结，做一个风铃、来些葵花卡……。这些是氛围到位，让顾客进店感觉很美。愿意多停留一会儿，增加与店员互动时间。

宣传到位

以店为中心分小区，分时段，分小组发放宣传单。

发单界定统一的话术：您好，我们是\_\_药店，X月X日-X月X日举行十万礼品大放送活动，欢迎您来参加。界定动作，界定表情，制作活动录音，买赠录音、抽奖录音、养生录音……店外音响播放，拱门、横幅、门口义诊、会员电话、会员短信、电子字幕等。

培训到位

让每个店员对活动方案了如指掌，是关键。一定要让全体店员演练出来，不只是简单培训和背诵。

注重三个统一：统一使命、统一语言、统一动作。

使命就是明确每天销售指标，客单价、交易次数目标、重点产品目标，然后交代每个店员想尽一切办法让每个顾客拿一份礼品走。

语言就是统一从第二档开始说，为了提升客单价。比如说第一档买满48元送两包洗衣粉，第二档买88元送不锈钢盆一个。要求全体员工对顾客说一句话：您好，今天我们做活动，买满88元送不锈钢盆一个!

动作就是要求全体店员在营业时间里全程抬盆，盆内装好既定物品(一张DM单、一包第一档赠品洗衣粉、一个第三档赠品水杯)每一个细节必须到位。如果是连锁总部统一对店长培训，店长统一对店员培训，总部到门店抽查，总部再活动前一天统一对店长培训检查落实，提出考核奖惩，执行不到位，考核分数不及格的店长甚至就地免职。

药店做促销活动通常是三分策划，七分执行，可见重要的是执行到位。若药店在执行促销活动的过程中能够把活动真正的执行到位，那促销活动也就成功了。

**药店营销活动策划方案4**

一、活动前媒体宣传

通过促销活动，吸引大量目标消费者，形成参与和购买热潮，传播产品和服务理念，形成口碑传播。活动前后配合新闻炒作和广告，将产品信息发布出去，以达到迅速占领市场的目的。

二、活动内容根据主题确定

活动成功的前提就是内容要有吸引力。包括打折、免费赠送、专家义诊、购药大抽奖等，都是吸引目标人群必不可少的手段

三、活动前的准备工作

1、信息发布

①、活动信息可选择在《娄底广播电视报》报刊上发布，因为电视报的受众面是各家各户，而且其发行量有4万份，效果相对其他报纸媒介要好。

②、娄底人民广播电台，从9月26日10月6日开始发布促销活动广告。时间从早8：00晚9：00每天10次滚动播放。

③、在心健大药房中心店门口挂横幅一条，内容为活动主题口号，时间为9月25日10月7日。

④、刊发可提高参与热情和人数的信息，例：活动在9：30开始，请不要太早排队。

⑤、注意要在广告边角上加上活动解释权归公司所有内容，以避免惹一些不必要的麻烦。

2、电视：电视广告为飞字广告，内容以介绍活动为主，辅以简单的产品介绍或干脆不提产品的功能等内容。

3、现场布置

活动现场布置得好，可以使活动进行的有条不紊，增加活动气势和氛围，吸引更多人参与。

(1)写有活动主题的横幅。

(2)突出产品形象和活动主题内容的大幅展板和背板。

(3)挂旗、桌牌、大幅海报、宣传单。

(4)咨询台、赠品(消费券)发放台、销售台等等。

人员安排：

(1)安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡或绶带，便于识别和引导服务。

(2)现场要有秩序维持人员(安排集团公司保安协助)。

(3)现场咨询人员、销售人员既要分工明确又要相互配合。

(4)应急人员(一般有领导担任，如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

4、公关联络

提前到工商、城管等部门办理必要的审批手续。

四、现场执行要点

1、工作人员第一个到达现场，各就各位。

2、宣传人员派发宣传单，介绍活动和产品，引导顾客至销售台。

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应。

4、销售人员准备销售事项，介绍销售产品。

5、赠品在规定时间发放不宜太早太晚，发放时登记个人资料、签字。

6、主持人宣布活动结束，现场暂时保留至可能时间。

7、现场销售台继续销售。

8、现场清理，保留可循环物品以备后用。

五、活动结束要开总结会

评估活动效果及得失是十分重要的一环。只有不断的总结，才能避免以后的活动中少走弯路。[\_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！