

【课程受益】

促销是现代商业终端进行竞争的最有力武器，当加盟商正确运用促销策略，必能如虎添翼，快速提升销售业绩。本课程让您掌握：

- 促销主题设定及策划的实操方法
- 促销手法与自身经营的契合度选择
- 品牌 CIS 推动促销成效的陈列手法
- 促销活动执行时人员及货品的专业化配置

【授课时长】

1 天 (6 小时)

【授课形式】

理论分享、角色演练、体验式分享、案例分析、行动学习实践、分组讨论

【授课对象】

品牌加盟商、品牌公关人员、品牌零售管理者

【课程大纲】

第一部分：促销策划对品牌营销的意义及影响

1. 促销的定义及作用—Sales Promotion(SP)
2. 现代促销的六大特点--“三碗不过岗”留下的记忆
3. 促销分类三维度-重大程度、市场营销角度、沟通角度
4. 促销策划的定义及重要意义
5. 案例分析——“十一激情抢，流行我做主”

第二部分：促销战略与策划流程

1. 成功促销六要诀-兴趣、创意、实惠、推广、易操作、执行
2. 促销活动定位决定促销成功与否

- 促销活动细分
- 促销活动目标顾客分析
- 3. 促销活动设计 6W2H 原则
- 4. 促销活动策划流程十步走
- 5. 促销主题设计原则七原则及年度周期促销主题案例分享
- 6. 实操演练——“圣诞节促销策划方案”撰写

第三部分：常见促销手法优劣势分析

1. 价格促销种类及优劣势分析
 - 打折让利、有奖销售、购物返券、VIP 推广...
2. 非价格促销种类及优劣势分析
 - 游戏 PK、现场演示、组合销售、包装促销...
3. 联合促销定义、原则及优劣势分析
4. 云促销定义、特点及优劣势分析
5. 促销方法的衡量原则
6. 产品生命周期不同时期的促销依据“库销比”与“售罄率”

第四部分：执行促销 (PM) 的人员及货品契合度

1. 促销人员 PM 方案学习及话术训练
2. 促销人员处理顾客投诉及繁忙服务关键时刻
3. PM 目标分解及工作分配
4. 促销商品的备货及补货原则