

促销活动的策划与组织管理

课程背景

促销是营销的一大实效手段，现在已经演变成一种越来越频繁的短兵相接的地面战争，促销策划是目前企业营销策划中最普遍的策划项目，也是营销新人普遍最先接触到的策划项目。因此，学习和掌握促销策划与组织管理具有明显的现实意义。

课程目标

1. 提升营销人员促销方案的设计与策划能力
2. 提升营销人员的促销方案的执行和过程管理能力

课程对象

销售人员

课程时间

2天

课程方式

授课 40% (互动引导) + 小组练习 20% + 现场模拟演练 40%

课程大纲

第一部分 促销的概念、内容及作用

通过本节学习，学员理解促销概念、分类及作用，将能够从促销区域规划图来清晰了解促销的技巧，掌握最先进与因地制宜的促销工具。

一、促销的概念及作用

二、促销的分类

第二部分 促销策划流程与组织执行要点

通过本节学习，学员理解促销策划的流程与如何执行，将能够掌握促销策划的顺序掌握正确的促销决策模式及不同的促销方法。

一、 促销目标市场研究

1. 市场潜力和容量
2. 市场的接受程度
3. 促销门店情况（级别、会员联动等）

三、促销门店客户的促销意愿

思考：如何说服门店做促销？

四、实效促销方式及操作要点

1. 特价促销
2. 赠品促销
3. 联合促销
4. 抽奖促销
5. 活动促销

6. 路演促销

7. 现场演示

五、掌握促销活动的节奏

第三部分 周密的促销方案策划

通过本节学习，学员理解制作促销方案的逻辑程序，将能够实际应用到实际促销过程中，掌握促销方案实施过程中如何去做实施调整。

- 一、 活动目的及目标
- 二、 活动对象
- 三、 活动主题
- 四、 活动方式
- 五、 活动时间和地点
- 六、 广告配合方式
- 七、 前期准备
- 八、 中期操作
- 九、 后期延续
- 十、 费用预算
- 十一、 意外防范
- 十二、 效果预估

练习：（新产品上市）推广方案的策划

第四部分 完美执行的促销管理工作

通过本节学习，学员理解促销工作的团队合作重要性，将能够使促销团队更有效的分工合作，掌握团队工作的工作分析方法。

- 一、 明确促销活动的分工和责任人
- 二、 促销各项工作的准备（物料准备、场地、陈列位等）
- 三、 促销活动的全员培训和动员
- 四、 促销活动的现场控制与应急
- 五、 促销活动的效果的评估

（全文完）