

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2012〕519号

签发人：钟浩

关于“2012桐君阁冬季养生文化节” 川渝两地联合大促销活动策划方案的通知

各公司含各分中心：

活动时间：2012年12月15日——2013年2月8日

参与门店：桐君阁川渝片区全体直营药房

主题：2012桐君阁冬季养生文化节盛大开幕

口号：倡养生文化、迎健康新年、千店同庆贺、幸运抽大

奖

一、宣传造势

1、30-50场“品牌秀”场外促销宣传

详见“活动内容”部分。

2、大众媒体宣传：报纸广告、电台广告

选择当地主流媒体报纸及电台发布。成都片区和重庆片区各发2次报纸半版硬广告：第一次发布内容为养生文化节活动内容，突出“游泰国，泡温泉，新年暖多多”抽大奖内容，发布时间为12月13日；第二次发布内容为抽奖公告，发布时间

待定。电台从12月15日起持续发布1个月。发布内容由宣传组拟出草案，各片区根据各自情况可适当更改部分文字内容。

3、会员短信

面向川渝两地全体会员，成都片区和重庆片区各发2次会员短信。发布主题同报媒。

4、门店宣传

DM单、海报、货架促销卡、LED液晶字屏、买赠签、店长推荐等各类促销签、手绘POP海报等。DM单用于活动宣传前、中进行发放消费者及收银台摆放。货架促销卡张贴于每个货架分类牌上。

5、门店陈列

用堆头、花车或端架进行“新年健康礼品推荐”陈列；有条件的门店可开展滋补汤料的陈列及滋补靓汤免费品尝。

6、融合新年喜庆装饰

形式一、新年吉祥物大布偶（参与“品牌秀”活动的门店参与，真人外穿卡通布偶服装于“品牌秀”活动日在门店店前发放活动DM、派发新年礼品（如：小气球）等。

形式二、新年小气球（招商厂家，印制50—100万个小气球，正面印有“桐君阁大药房”、“西部医药商城”、“太极大药房”logo，背面招商厂家广告。小气球用于“品牌秀”活动日当街发放、新年期间发放、会员日发放、店内装饰等。穿布偶服的人员宣传由各零售公司具体安排工作人员执行。

二、活动内容

1、品牌秀

（1）每场“品牌秀”招商冠名厂家1个，协办厂家5-10个。每场厂家总数不低于6个。每周星期六开展一场，冠名厂家在店前搞“品牌秀”活动。冠名可以是品牌名，也可以是商品名，如“拜耳品牌秀”、“美美品牌秀”。用刀旗在店前展示秀名。约30-50场，可分区域同时开展，也可巡回开展，具体根据厂家招商情况而定。冠名权招商金额：2000元/厂家/场。

占道手续由药房负责办理，占道费由厂家分担。

(2)冠名厂家现场活动形式:小型路演 + 现场宣传 + 买赠促销 + 抓新年礼

A、小型路演:

细则:用背景板、红地毯、产品堆头组成小型T台。模特儿手持该品牌商品进行走秀展示。主持人现场口播该品牌卖点、针对卖点和消费者进行有奖互动问答、设计“套圈”小游戏邀请消费者参与,套中指定的品牌商品可获小礼品1份。

为倡导科学养生观念,现场还开展“500名养生达人大征集”公益宣传。主持人现场口播“养生十大法则”,与消费者进行有奖互动问答,答对3题者获评“养生达人”,得“新年健康大礼包”1份。每场现场送出10个大礼包。参与者送小礼品一份,

品牌宣传内容、卖点、小礼品、套圈道具由厂家提供,堆头由厂家搭建;现场布置由宣传组画出统一布置图,药房按照布置图进行布置,现场音响话筒由各公司自备,主持人由各公司在员工中选拔;大礼包招商解决(由多个厂家提供的商品进行组合,如滋补靓汤汤料、保健品、家庭常备药等,500套)。

B、现场宣传:

细则:该品牌在现场开展促销宣传,并开展买赠促销活动。厂家可在现场配置:现场促销宣传员、宣传桌、买赠签在商品旁醒目标注买赠内容、促销桌旁展示商品堆头、商品易拉宝或X展架、DM、手绘POP海报等。药房提供宣传桌、铺药房统一的桌布。

C、买赠促销:

细则:该品牌商品现场开展“买几赠几”或“满*元赠*”的促销活动。如:“买2赠1”或“买2赠牙膏1支”或“满38元赠牙膏1支”。买赠形式由厂家自定,并在招商回执表上如实填报,赠品由厂家提供。

D、抓新年礼:

细则:购该品牌商品的顾客满一定数量或一定金额即可抓新年礼一把。如:新年糖果 1 把或花生 1 把或大枣 1 把。赠品由各公司自购。盛装新年礼的道具:用铺土蓝花布或大红花布的藤编箩筐盛装,以突出新年喜庆气氛。

(3)协办厂家现场活动形式:现场宣传 + 买赠促销(即上述 B、C 两项)

2、游泰国 泡温泉 新年暖多多

细则:大抽奖活动。全体直营店参与。活动期内单票购满 58 元或 158 元即可获赠抽奖券 1 张。小票不累计不分零,每票限抽 1 次。

满 158 元者,中奖者可获:特等奖:泰国游。名额:10 个(川 4 个,渝 6 个)

满 58 元者,中奖者可获:养生奖:温泉票 1 张。名额:200 个(川 80 个,渝 120 个)

注:抽奖时间为 2013 年 2 月 25 日。成都地区和重庆地区同时分别抽奖,抽奖时需邀请公证处公证。公示时间为:2013 年 2 月 26 日始一个月。公示形式为:公示海报、会员短信、报纸公示。

3、冬季养生滋补汤料热卖会

细则:有条件的门店参与。由营运组收集 5-10 个滋补验方,如“人参杞归汤”、“当归羊肉汤”、“虫草鸭子汤”等滋“验方。药房自配易封袋盛装入玻璃坛子或藤编篮进行展示及优惠促销。形式可为:买几赠一、省*元等。宣传组设计宣传物品及瓶贴、袋贴。有条件的门店可现场用电炖砂锅煲煲滋补靓汤进行免费品尝宣传。药方可不限于营运组提供的 5—10 个验方。易封袋、玻璃坛或藤编蓝由各零售公司根据各自门店自身情况自备。门店可在附近用手绘 POP 海报、滋补小台卡、摆放养生 DM 单等形式进行宣传。开展滋补靓汤免费品尝的门店要配齐品尝杯。

4、满 58 元送 5 元（非会员日）

细则：全体直营店参与，活动期内各零售公司会员日活动照常开展，非会员日单张小票满 58 元即可获赠 5 元电子券（或纸质券）。小票以单张计，单票可累计不可分零，最高限送 100 元。部分商品不参与。

注：原则上送电子券。系统无法满足送电子券的可送纸质券。纸质券由各公司根据需求自制。不参与活动的商品类别请门店在海报上注明，以免引发顾客纠纷。

5、贵细 8.8 折，折后满 2888 元加赠 5L 食用油 1 提

细则：为抓住新年贵细的销售旺季，特开展此打折并满额送礼活动。活动期内八大贵细 8.8 折，单票满 2888 元可加赠 5L 食用油 1 提。小票以单张计，不累计不分零，最高限送 1 提。此活动不再参与“满 58 元送 5 元”活动。

执行：门店用手绘 POP 在贵细柜宣传促销内容。食用油赠品由各零售公司自行采购。

本次活动的实施方案和费用预算另行下文通知。

二〇一二年十一月二十八日



主题词：促销活动 策划方案 通知

重庆桐君阁股份有限公司办公室 2012 年 11 月 28 日印发

打印：卢骥

校对：邹四新

（共印 11 份）