



邵阳职业技术学院  
Shaoyang Polytechnic

## 学生毕业设计

课 题 ××药店“感恩母亲节”促销方案

系（部） 生物工程系

年 级 2021 届

学历层次 三年制大专

专 业 药品生产技术

班 级 药品 1181 班

学生姓名 唐斌斌

设计起止时间 2020 年 10 月 16 日—2021 年 6 月 5 日

指导老师 范丹

## 邵阳职业技术学院 毕业设计成果

产品设计	工艺设计	方案设计
		√

设计题目: ××药店“感恩母亲节”促销方案

学生姓名: 唐斌斌

学 号: 201810301515

系 部: 生物工程系

专 业: 药品生产技术

班 级: 药品 1181 班

指导老师: 范丹

二 0 二 一 年 五 月 三 十 日

# ××药店“感恩母亲节”促销方案

## 第一部分 设计背景

××大药房是一个连锁药店的总店，其店面选址在交通主干道，交通便利，商业繁华，以其药店为中心，在半径 500 米的影响力范围内有 6 家药店，竞争十分激烈，在其影响力范围内有 2 个社区，2 个家属院和 1 家公立医院××X 大药房是一个中西药，医疗器械均出售的综合性药店，有 2 层，其营业面积有 500 平方米。为了进一步提高知名度，增进消费者对××大药房的品牌认知，以品牌带动销售，现借助“母亲节”这一节日，策划母亲节感恩主题活动，提醒消费者对“母亲节”的关注，让活动主题深入消费者情感深处，引发其“回报养育之恩”的心结，从而达到共鸣，产生消费欲望。2021 年 5 月 6 日---5 月 12 日为××药店--以“母亲节”促销活动为主题，策划一次促销活动，达到增加影响力，累积有效顾客数，以此提升门店的销售和毛利。

## 第二部分 设计依据

### 1.1 设计思路

结合在校及实习单位所学，针对××药店“感恩母亲节”促销活动方案目的，阐述自己观点与想法，通过活动前期积极筹备、落实宣传工作，活动期间全力执行，活动结束后及时分析等方面，制定并实施、完成一次药店促销活动的策划方案。

### 1.2 设计技术依据

本设计的依据是 2020 版《药品经营质量管理规范》和《零售药店经营服务规范》。

## 第三部分 实施方案

### 1. 设计目标

通过今年的感恩母亲节促销活动方案，提高品牌知名度；充分利用母亲节的活动寻求在女性美容保健品、女性滋补药品、妇科药品等品类上的业绩突破。门店力求日后形成感恩母亲节的促销习惯，以达到争取更多新顾客、稳固老顾客，以此提升门店的销售和毛利。

## 2. 设计任务

通过采用“会员现场满赠”、“欢乐大赠送”、“降价和打折”“特价商品大回馈”等促销手段，达到一定销售额，圆满完成了活动目标。

## 3. 实施步骤

### 3.1 主要药品概况

#### 3.1.1 福牌阿胶

产品规格：250g

用法用量：烊化兑服，3-9g

成分：驴皮

主要功效：补血滋阴，润燥，止血。

#### 3.1.2 红参

产品规格：50g/盒

用法用量：3-6g，另煎兑服。亦可泡茶，磨粉，熬粥。

主要功效：大补元气，复脉固脱，益气摄血。

#### 3.1.3 大豆异黄酮

产品规格：0.2g/粒#60 粒

用法用量：每日 1 次，每次两粒，睡前食用。

主要功效：延缓衰老

不适宜人群：孕妇，少年儿童。

#### 3.1.4 鱼胶

产品规格：100 克

成分：鱼胶，干花椒，不含激素

用法用量：取适量，干蒸泡发后烹饪食用

主要功效：补充胶原蛋白

#### 3.1.5 冬虫夏草

产品规格：5 条/克

用法用量：泡水，煲汤，泡酒

主要功效：补肺益肾，止血化痰抗肿瘤，调节免疫

### 3.2 活动宣传

活动宣传主要以 DM 单为准，DM 单印刷数量一般控制在 5000 到 10000 份。

DM 单在发放前就应该确定好发放路线，并落实发放线路负责人；门店安排员工于活动前两天前的上午七点到八点半，下午五点到七点在门店覆盖区域内的菜市场 and 超市门口进行派发；DM 单派发应一人一份、一户一份；在发放 DM 单时要有针对性地发放，不要将 DM 单发放给没有消费能力的小学生，公园、菜市场门口、小区门口可作为重点发放地点；发放 DM 单时发放人员一定要做好口头宣贯工作，一定要向接受 DM 单的人简明扼要地讲述一下活动的主要内容，便于被发放对象快速了解是谁在做促销活动、活动的地点、活动能带来什么好处。配合 DM 单的宣传，门店门口可悬挂一条展现活动内容的横幅“特别的爱给特别的您，母亲节四重好礼送母亲！”

### 3.3 目标顾客群

目标顾客群主要锁定为三个群体：三十岁左右的年轻女性、四十五岁左右的中年妇女、六十岁左右的老年妇女。

### 3.4 活动方式

#### 3.4.1 母亲节鲜花来就送，红包大派送！

活动期间，到店的前 100 位顾客无论消费多少均获赠康乃馨一支，男性顾客也可以通过送花来告诉他们母亲节马上就要到了，请他们将花赠送给自己的母亲或夫人。

为了表示门店对母亲们的祝福，活动期间，每天上午 9:30~10:00、下午 3:30~4:00，门店向三十以上女性派发 100 个代金券，每个红包装有面额为 5 元的代金券，上下午时间段各派发 50 各。在门店消费达到 30 元即可使用代金券一张，每人每天限用一张。

#### 3.4.2 尽一份孝心，送一份美丽，让母亲青春永驻！

活动期间，维生素 E 胶囊买一送一，大豆异黄酮七折。这类产品的主要消费对象为三十岁左右的年轻女性，她们购买此类产品的目的多为送给母亲，让妈妈更加美丽健康。

#### 3.4.3 母亲节，百种特价商品任你选

这是作为整个母亲节促销活动的一个辅助环节，通过特价、低价商品来吸引更多的顾客进店，以带动其他商品的销售。

特价商品主要选择妇科产品（乌鸡白凤丸、金鸡胶囊、益母草颗粒、更年丸等）、滋补安神类药品（六味地黄丸、安神补脑液等）心脑血管类药品（阿司匹林等）。

#### 3.4.4 持医保卡消费满就送

持医保卡消费满 58 元送洗衣粉一包 非会员消费满 68 元送洗衣粉一包

持医保卡消费满 108 元送抽纸一包 非会员消费满 118 元送抽纸一包

持医保卡消费满 158 元送雕牌洗洁精一瓶 非会员消费满 168 元送雕牌洗洁精一瓶

持医保卡消费满 200 元送水杯一个 非会员消费满 210 元送水杯一个

持医保卡消费满 260 元送小沐浴露 1 瓶 非会员消费满 270 元送小沐浴露 1 瓶

持医保卡消费满 300 元送卫生纸一提 非会员消费满 310 元送卫生纸一提

持医保卡消费满 388 元送床单一块 非会员消费满 398 元送床单一块

持医保卡消费满 500 元送 4L 金龙鱼调和油 1 桶 非会员消费满 510 元送 4L 金龙鱼调和油 1 桶

持医保卡消费满 700 元以上送风扇一个

#### 3.5 经费预算及分配

项目	预算项目	小计（元）
奖品费用	康乃馨、代金券、满赠等	3000
宣传费用	彩页宣传单等	600
现场布置	节日气氛烘托	800
试行方案	调卷问查等	300
其他费用	设备维修等	1500
合计		6200

## 第四部分 预期效果

本次活动通过公司各级领导的支持，以及同仁们的齐心协力，取得了佳绩。2021 年 5 月 6 号至 12 号，是激动人心的一周，通过这一周振奋人心的促销活动！

我受益匪浅，不但提高了个能素质能力，增强了对各药品的了解，更懂得了以人为本的服务理念。当前促销活动往往不被消费者所关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动效果不佳，其实并不是促销本身不具备吸引力的问题，而是由于当前促销活动太多，太乏乱，部分活动在宣传中没有将促销活动的核心利益表达清楚，宣传执行力度也不够，但我们这一周的活动，克服了以上的缺点，达到了稳定忠实消费群的目的，在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送 1 支鲜花，给顾客进门第一印象就是“哇，划算!有东西送!”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。

## 第五部分 参考文献

- [1] 郑美慧.医药管理中如何规范药品零售市场[J].中国新技术新产品, 2018(22): 98~100
- [2] 师绘敏.在信息时代中国零售药店存在问题及对策研究[J].电子商务, 2017(06): 8~10
- [3] 吕晓明 .论促销对企业发展的重要性[J].管理观察员 2019(13): 36
- [4] 马妮娜.新医改政策下合肥市医药零售企业面临的困境、机遇与出路探讨[J].北京电力高等专科学校学报, 2018(10): 125~127
- [5] 李亚林袁景奉杰.商家促销刺激对消费者冲动性购后满意度的影响要促销方式及时间变化的角度[J].管理评论 2020,26(3):82

