

五一家电促销活动方案(实用8篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

五一家电促销活动方案篇一

为了迎接母亲节的到来，为母亲献上我们的一份祝福，同时也能回馈喜爱我行产品的客户，增加我们产品的营销量，提高支行在分行的排名。

传递“寸草心”对“三春晖”的浓浓爱意。

x银行济南分行营业部。

x月x日—x月x日。

xx银行全体客户。

定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感受“私人定制”的祝福。

线下活动主要包括：厅堂布置，赠送康乃馨，赠送蓝月亮洗衣液，赠送厨房餐具。

厅堂布置：为了让厅堂环绕着对伟大母亲浓浓的爱意，可在大厅门口摆上康乃馨，首先给进入厅堂的客户第一视觉的冲击力。另外，对公区，理财区，现金区摆上迷你小盆栽。

礼品赠送：凡是购买黄金产品的客户均可赠送金玫瑰和一束康乃馨，并且有机会免费参加我行周四举办的化妆活动，先

到先得，名额有限。针对年轻女客户，重点推荐周四化妆活动，针对中年以上女客户，重点推荐赠送蓝月亮洗衣液或厨房餐具。作为“民生银行济南分行营业部”微信公众号的粉丝，在以“母爱永恒民生传承”为主题设计的三个贺卡模版“妈妈我爱你”；“母亲节，我在您身边”；“世界上最爱我的'人”中，还可以享有编辑文字的定制权限，定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感受“私人定制”的祝福。

由于距离母亲节仅有短暂的几天，因此在综合考虑了各种情况下，根据实际情况制定出此次活动方案。赠送客户礼品是根据我行现有的礼品来做安排的，并且此次母亲节的活动恰好赶在化妆活动之前，两次活动恰到好处的可以做个交叉，也可以增加营销的噱头。希望此次活动不仅仅是用于母亲节的活动营销，也可以应用到其他的各类活动，以及各类产品的营销，并且也可以增加我们的营销氛围。

五一家电促销活动方案篇二

该现象是周边商场的恶意谣言所造成的，从而在消费者的印象中给本商场造成极坏的影响。

揭穿竞争对手的恶意谎言，打击竞争对手，提升电器的销售量及商场的名气。

以有意预购该商场家电的消费者为主。

寒冷12月，热情大放送

- 1、团购可打8.8折
- 2、现场消费达10000元以上可得大礼一份
- 3、以旧换新，以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠

4、活动期间积分为平时的2倍

5、有买有送。若顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电产品即可参与26寸液晶抽奖活动，单件满1000再抽一次，满5000再抽一次，2次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、电磁炉等大奖，买得越多机会越大。

6、专车接送(可借鉴大润发那种免费公交)

1: 促销方式

现场促销，促销销售，网络促销

2: 促销策略:

折扣、抽奖、礼品、以旧换新、积分、

3: 促销计划:

手段: 前期预热消费者给予气氛, 给予种种优惠。带动消费热潮
优惠期□a团购可打8.8折□b现场消费达10000元以上可得大礼一份□c以旧换新, 以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠□d活动期间积分为平时的2倍
有卖有送顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电即可参与26寸液晶抽奖活动, 单件满1000再抽一次, 满5000再抽一次, 2次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、电磁炉等大奖, 买得越多机会越大
广告定位: 广告的投放信息, 有利于对本商场活动的定位, 其活动最终目的为要迅速提升人气, 提高该活动的销量, 加快脚步进入强销期减少时间和成本。

广告目的: 快速集聚人气, 加强在外的形象, 增加销量, 吸引人群

寒冷12月, 热情大放送

1: 活动时间□20xx年6月19号(星期天)上午09: 30

2: 活动地点□xxx家电商场现场

3: 活动人员: 工作人员、现场经理、媒体人员、表演嘉宾、现场观众、厨师, 消费者

4: 人员安排:

现场经理: 指导全场工作

媒体人员: 漳州广播电视台, 《闽南日报》

5: 活动安排

1)、热辣四射的开场舞(拉丁舞);

3)、歌曲(夏日之歌);

4)、游戏: “猜猜看”;

现场任何人都可以参加, 以小组(人员数为3~6人均可)的形式猜电器的价格猜中或猜的最相近的可得礼品一份。参与人员可得印有xx商场标志的小扇子一把。

5)、小品;

6)、家电一元起拍卖, 价高的;

7)、现场抽奖;

8)、靓机展销、个别家电现场演示(例如电磁炉炒菜、豆浆机、压榨机等演示);

9)、前期活动结束;

注(其外场表演活动期间，室内家电展销一起进行。)

广告定位：应从消费者心里出发

五一家电促销活动方案篇三

一、活动时间：

20__年__月31日至__月20日

二、活动名称：

1、__月31日至__月8日

贺大中电器进驻省城1周年手机、电脑抢先登场

手机、电脑狂欢节隆重开幕

2、__月9日至__月15日

彩电、冰洗龙腾虎跃擂台比拼贺周年

3、__月16日至__月29日

星光闪耀周年庆纵情回报顾客情

华银店一周年庆典

4、__月30日至__月20日

大中家电航母乘风破浪

进驻周年一炮双响

天河店、蓝天店同喜同贺

三、广告语：

星光闪耀周年庆，纵情回报顾客情

四、宣传方式：

以大中电器进驻石家庄1周年为主线，各部门争先庆贺，设擂比拼，纵情回报省城顾客厚爱。其中大中电器石家庄旗舰——华银店1周年庆为闪光点，众家电明星品牌踏上星光大道，会聚大中华银店，全力助阵，绽放灿烂星光。

五、各门店活动要求：

重点加大现场执行力，每位员工对活动必须全面了解，充分体现现场活动气氛。

负责人：店面第一责任人：店长、部门第一责任人：各部门经理

产品丰富，选择余地大。

负责人：各事业部经理

电视媒体□dm□报纸媒体、电台媒体、终端媒体(pop□吊旗、条幅、气球、拱门、舞台背景等店面宣传品)与整体活动保持一致。

负责人：企划部

六、终端处理：终端设立现场危机处理人员

现场卫生处理：配备4名清洁工，定时对活动现场进行扫除确保活动现场的整洁。(店面内2人，广场2人)。

负责人：前台经理

现场秩序与安全保障：配备6名防损员对活动现场进行全面监控。

负责人：防损部主管

电工：庆典现场配备专业电工1名，检测维护用电，保障庆典活动用电正常。

负责人：店长

防雨措施：准备雨披500件，既可作为礼品赠送，又可防雨。

负责人：行政部

展板：放置于各店口醒目位置，对活动进行文字说明，避免可能产生的误解。

负责人：前台经理

前台：接受顾客咨询及投诉，前台活动专用背景板，放置于前后台后，渲染活动气氛。前台经理必须对整体活动全面了解，避免一切可能产生的错误回答。

负责人：前台经理

店内广播：根据活动要求播放，及时发布临时信息，起到促进销售的作用。对于主推产品重点播放，温馨提示及时到位。

负责人：前台经理
产品负责人：经贸部各事业部经理

现场产品堆卖及赠品堆头(各事业部根据主推要求店面进行堆卖)

七、活动媒体宣传：

参加活动的供应商广告统一调配。

供应商广告由各事业部统计于_月12日前完毕。

负责人：各事业部经理

媒体宣传投放：（省略）

五一家电促销活动方案篇四

国庆期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到；（具体时间：9月24日——9月30日）

国庆期间活动口号：贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。（具体时间：9月28日——10月5日）

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现xx辉煌历史。

3、活动时间：9月24——10月5日

三、活动地点：

xx各连锁店（包括xx店）

总监督：总负责部门：销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人：各分店店长（监督人：销售管理部、采购部）

五、活动内容及安排：

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a□库存量较大、急需处理商品

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型

c□我司主推商品

d□厂家规定特价商品。具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）

活动主要针对司庆期间光临xx电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送（购物送麦当劳券）

活动主要针对国庆期间在xx电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。日日新店由**负责联系券□xx店由**负责联系□xx店由**负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

主要根据厂家在我司活动期间所推出的优惠政策配送的赠品及日常所配送的赠品，要求在活动前由采购部根据厂家赠品配送政策及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到

各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、5日（星期六、日）开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。（具体内容根据采购部提供的资源再来安排）

6、一元超低价活动

a□活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b□超低价商品明细表（仅供参考，具体由采购部确定）

c□超低价抽号券2种领取途径：

(a)□每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。（凭单张排队）

d□方法：9月24日—26日；10月1日—3日各分店每天上午9:30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。

各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“xx商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序（廖总事先安排），派发人员：文

员、财务人员。

g□所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分店负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h□当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i□活动开始的前一天晚上（营业结束时），各店把超低价特价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j□在派发超低价购物券前由现场负责人通过咪头或大声公讲解超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由售后中心安排维修师傅（4人）维持现场秩序。

7、购物抓现金活动

a□活动时间：9月24日——26日；10月1日——3日

b□活动地点：xx各连锁店

c□活动方式：购物抓现金

d□方法规则：

(a)□活动期间凭本公司购物满1000元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次；购物满10000元以上可抓三次，最多三次。

(b)□抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

(c)□顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。（须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等）

e□美工在活动前书写抓现奖明细海报（活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f□各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾

a□活动时间：9月24日—25日、10月1日—2日、10月4日—5日

b□活动地点：xx各连锁店店门外

c□活动形式：根据厂家提供的文艺资源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系活动。

d□场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响（调试）、产品展示为主。

e□采购部根据厂家回复情况与市场部做统一调整和安排表演

具体时间、内容、具体厂家。

f)司仪、文艺节目、互动游戏、现场赠送礼品（糖果火为主）要提前由市场部审核，尽量做到最好最有影响力。

9、放心服务全方位体验

a)活动目的:目的是在消费者心中提升我司的服务形象，本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

b)活动时间:9月24日——10月5日（如消费者反应强烈可继续实施）

c)活动主题:xx电器放心服务全方位体验;

d)活动内容:(a)售前服务体验(b)售中服务体验(c)售后服务体验。

e)活动详解及分:

五一家电促销活动方案篇五

一、活动目的.:

在消费者心中提升品牌服务形象。本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时

推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

二、活动主题：

美的电器放心服务，双节优惠全新体验；

三、活动地点：

陕西省的中小城市铜川，商洛，安康，宝鸡，汉中，渭南，延安的周边县区，利用集会等当地居民乡镇村农产品贸易周边的广场等大型空旷地。

四、活动时间：

第一阶段——前期宣传

第二阶段——造势

从九月二十一日开始(中秋节前一天)

气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响(调试)、产品展示为主。以歌舞表演、互动游戏、礼品派送为辅，调节现场气氛，开展现场靓机展销等一系列活动。

地方宣传：车辆巡游和人员巡游并行

宣传车辆沿当地主的干道巡游，车身装有宣传标语。

由形象较好的女性并穿旗袍手拿宣传牌，宣传牌上书写“美的电器欢

迎您”，沿途发放单张印，在路上巡游其间人员不能走散，包保持单行

行走，到路口后，人员可散开并开始派发单张，隔段时间后人再排队

开始巡游。

第三阶段——以服务为主题，优惠为辅佐

从九月二十一日开始(中秋节前一天)至十月五号结束(如消费者反应强烈可以继续实施)

五、活动内容：

1、销售服务体验(分为售前、售中、售后)

售前服务体验

主要是指免费接送消费者

9月21日—10月5日，之前通过广告宣传，渐渐将顾客注意力注意到美的活动中，国庆前再通过广告宣传活动内容以此把活动推向高潮。

以打电话预约形式完成，通过广告形式向顾客说明预约电话号码，一般情况下是提前1天预约，次日根据顾客的购买时间定时到顾客家中接人。

由当地各片区、分店接电话负责人：登记顾客的姓名、电话号码、地址、及接送时间。统一整理接送名单至司机，司机负责到顾客家中接人。

顾客到车上后，司机负责给顾客发“购买商品意向”并告诉顾客把希望购买商品写在纸上，由顾客保留，司机向顾客说明到场地后交给接待的服务人员。

售中服务体验

接待：各个乡镇负责安排至少2名接待人员在店门口接待顾客，接待人员要统一着装，同时带公司绶带，接待服务人员不仅仅是在门口微笑、鞠躬，而也要带领顾客到店内对应销售项目负责人员，然后接待服务人员再回到原位。

销售：销售人员在接到顾客后要微笑向顾客解说并在顾客选商品的同时给顾客倒杯水。

售后服务体验

顾客购物后，如小件商品顾客自行提走，如是大件商品顾客可自愿选择自行走或跟车走。

顾客选择跟车走购物后到休息区休息，各分店安排一个休息区，休息去旁要有饮水机一台及当天或前日报纸，并在现场摆放一台彩电和dvd并播放精彩电影，现场安排一名服务人员负责现场倒水和处理其他事项工作，让顾客真正感受到的放心服务。

2产品优惠政策

小型家电

如豆浆机，电磁炉□dvd影碟机等每款机均比原价降100~150元左右，甚至个别型号降幅达200~300元。

大型家电

同时，每天前5名反现金50元和个别型号每天限量销售(凭当日开出发票证明量已售完)的方式，来引诱消费者第一时间前来购买，起到轰动效应。

为了打消农村消费者怕今天买了，明天会更便宜或促销时间完了，还是这个价的顾虑，我们发卡郑重承诺：若促销活动

完后，不调到原价或价格比促销价更低，专卖店将无条件退货并给消费者返人民币100元。

另外，为了增加促销的紧张、时间气氛，所有工作人员的午饭都在现场吃盒饭；总结语：家电市场的竞争越来越激烈，农村家电市场的促销活动已屡见不鲜，形式五花八门：特价、赠品、抽奖、返现金等等。厂家、商家花大钱精心策划的促销活动一次次的失败，农村消费者在店门前只是看热闹或为抢礼品而来的时候。这就大大丧失了促销活动的本意。本次活动旨在提升品牌知名度、信誉度。让农村的消费者对美的电器产生品牌忠诚度。其次才是促销美的电器的产品。

五一家电促销活动方案篇六

一、活动主题：

最适合送给爸妈的电器

二、活动时间：

20__年4月4日——4月6日

三、活动地点：

所有门店

四、活动内容

根据店内商品库存情况，每个店主推几款特价产品。

(一)线下活动

1、关爱礼包包包有爱

母爱礼包

洗衣机+电饭煲=___元

压力锅+吸烟机=___元

父爱礼包

电视机+足疗机=___元

剃须刀+手机=___元

每个电器礼包中都放一张印有__电器和“你的网”官方二维码的关爱卡。

顾客在关爱卡上写上对父母的牵挂，__把爱打包，爱送祝福回家。

【注】促销礼包可根据顾客意愿和店内商品情况自由搭配。

2、买电器留下最美记忆

消费金额达到5000元以上，赠送全家福一张，100元“__”电子券1张；

3、电子券使用须知：顾客持电子券在“__”购物，券内金额可抵现金，电子券的使用时限是3个月。

4、整点抢购

活动期间上午10点、下午__点举行“千元手机百元抢”的手机拍卖活动。

这个活动在店外举行，招揽人气。

(二) 线上活动

1. 扫描电子商场二维码下载“__”手机客户端，首次下单立享优惠。

购物满100元减5元、满200元减10元、满300减20。

2. 上“__”选电器，让爱提前到家

在__网上商城——__下单，城区内当天收货

__物流，让爱不再等候。

3. 预约优惠

通过__集团微信公众账号预约订购电器，进店在店内优惠基础上再减20元(商品价格在200元以上)。

五、活动物料

异形海报、主打宣传标语条幅、印有“__”二维码的关爱卡(关

爱卡可同商品一同送回家)，

六、活动宣传

dm单、微信等

五一家电促销活动方案篇七

本月__日、__日在__举行了为期2天的促销活动。本次促销活动以“__”为主题，主要是宣传目前的最新家电，活动举办的非常成功并使这一新品成为家喻户晓的产品。

这两天是这周以来的天气。难得的好天气为此次活动提供了成功的条件。在优越的条件下，我们搭建了具有家电产品形象的大型舞台，请到__具有实力的乐队和舞蹈团，主持人的幽默、舞蹈者们的激情表演加大了产品的宣传，受到了消费者的好评。现场周围10个精致的展销台和10名着装整齐的促销员为活动增添了气氛。具有__公司产品特点的太阳伞为顾客提供遮阳场所，方便顾客观看现场大型的表演。中心的领奖区吸引了大量消费者的目光，宣传报上标志着我们的奖品。这些精美、实用的礼品为活动增加了优势，加大了消费者的购买量。

促销员早早的来到促销台前，周到、热情的服务受到了消费者的高度评价，促销员们一浪接一浪的宣传也成为人潮拥挤的步行街中一道美丽的风景线。现场热烈的气氛使消费者停下脚步一边观看节目一边购买产品、试用产品。互动活动更拉近了我们的新品与消费者之间的距离。消费者现场试用我们的新产品，评价我们的新产品。凡是试用新产品的消费者都连声赞美，一致认为是个成功的新品。

促销员多数是大学生，为在校的大学生提供实践的机会，使大学生接触社会，了解社会，为踏入社会工作打下一定的基础。还有一部分人群来自于社会，为待业的人群提供了就业的机会。

活动能取得令人满意的成果有赖于领导的现场指导和活动前的策划。具有特色的现场离不开领导和业务员们精心的设置，现场整体的流程井然有序。同时促销员的业绩也为活动成功打下了基础。当然，___的成功更离不开消费者的大力支持。但是在此活动中，存在着这样一个现象，就是没有突出产品的特点和优势。在促销活动中销量可观，活动结束后是否还会有可观的销量是值得我们考虑的。__地区的___两大品牌也具有一定的实力，我们要利用产品本身的优势和大量的宣传增加产品在消费者心中的地位。不仅让消费者认识我们的产品，还要接受我们的产品。

另外，还应加大对促销员的培训。促销员的一举一动都影响着产品的形象。特别是促销现场，促销员与消费者是面对面的交易，促销员的言语和神态也是成功交易的关键因素。公司可以从知识、技能和态度三个方面有针对性的进行教育、培养和训练。以提高促销员的综合素质。