

2023年家电五一活动方案(实用5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

家电五一活动方案篇一

5.1-5.7

圆梦钻石超值送

1. 圆梦钻石柜：设立“圆梦钻石柜”，即对部分钻饰和翡翠超值价销售，最低价达510元，圆顾客一个超值钻石梦。

2. 爱心帽买就送：凡在“五一”期间购买××珠宝钻饰或翡翠者即送××珠宝爱心太阳帽，每天限送18顶爱心太阳帽，先到先得，送完即止。

(2)在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做“圆梦钻石柜”、“爱心帽买就送”活动的意义、参与细则、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

2. 活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至××珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

1. “太阳帽费用：15元×18×5=1350元；

2. 宣传费用约3000元；

3.x展架：85元；

总计：1350+3000+85=4435元。

家电五一活动推广方案篇二

一、活动背景：

1、xx电器有限公司成立19周年，为更好的证明了xx的实力，传达xx的经营理念，提升企业品牌形象，开展全方位的推广活动势在必行。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金(无论是在电视广告、报纸、单张上)全力反搏;国美电器欲于国庆前后在xx开业;大环境上，国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场，家电行业激战越演越烈。

3、为了减少xx电器有限公司挂绿店的搬迁造成的负面影响，强势宣传博罗店的成功签约。

4、中国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。

综上所述，我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

二、活动主题及思路：

1、活动主题

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)

四、活动组织:

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

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)

价位	商品	数量	单价	合计	亏损
----	----	----	----	----	----

1元	风筒	5台	20元	100元	95元
----	----	----	-----	------	-----

1元	烫斗	5台	30元	150元	145元
----	----	----	-----	------	------

1元	电话机	5台	30元	150元	145元
----	-----	----	-----	------	------

1元	风扇	5台	40元	200元	195元
----	----	----	-----	------	------

1元	微波炉	1台	280元	280元	279元
----	-----	----	------	------	------

1元	dvd	1台	280元	280元	279元
----	-----	----	------	------	------

1元	彩电	1台	600元	600元	599元
----	----	----	------	------	------

总计	1760元	1737元
----	-------	-------

3店共	5280元	5202元
-----	-------	-------

两天共	10560元	10404元
-----	--------	--------

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列活动。

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：

针对家电维修的经营状况，结合目前家电维修市场现状，特制订如下推广方案：

总体策略

诚信经营造声势 有形服务招客源 拓展模式 促销推广 精准打击 基地建设

如果贵店要让顾客尽快了解自己的与众不同，从而为建设品牌做好第一步工作，那么利用这种阵地战的推广方式不仅能提升销量还能锁定第一批客户，这种亲历亲为，让消费者眼见为实的推广模式不仅是信任度、美誉度的丰收，更让客户感觉到零距离的服务。

方案的指导思想：

因此必须将此项业务拓展活动纳入贵店经营指导思想的范围，为了在家电维修市场上尽快脱颖而出我建议贵店打诚信牌。将贵店的经营指导思想确定为“诚信经营奠基业、打造百年维修行”。在统一共同愿景的前提下组织员工做一次规范、专业、不同寻常的促销活动，使这次活动既要有声又要有形，扎实细致地打好市场拓展的第一炮。

方案实施的方法程序：

1、 促销活动市场的选择：

根据贵店所在市场的同行业竞争状况我建议进行深耕细作的社区推广活动，主要集中在以贵店所在地为半径的方圆几公里范围内，集中5至10个社区做推广活动。家庭客户从众心理

强，如果服务到位。其口碑效应将使贵店收益无穷。

2、 促销的首要目标顾客选择：

一部分可以考虑现有顾客的重新回访活动，借次机会深入小区做宣传推广活动；另一部分顾客选择社区意见领袖或对推广活动有重要帮助的社区人员。

还可以考虑社区内行动不便的老人、残疾人和贫困家庭。

预计每个社区10家，共100家。

3、 促销产品的选择：

抓住人们当下生活最关注的产品展开促销活动，冰箱、冰柜、空调是日常家居生活的必需品。针对这些产品的维修推出优惠活动：每个社区的前十家报名客户可享受免费检测、免收人工维修费，活动期间所有报名顾客均免收上门服务费，辅料费，只收取零配件费用。

4、 促销活动主题：

5、 促销的配套资源：

时间：每个小区两天

人数：每个小区3-4人。

分工：至少有一名宣传讲解员，两名维修员。宣传时最好有两名工作人员在场。设施：条幅一个、展板一个、桌子一个、椅子一把、客户登记簿一本、服务折叠卡若干、家电维修知识宣传页若干、海报几十张。（维修设施及配套工具零件自行安排）

要求：工作人员统一制服、佩带胸卡或工作证。

6、 配套资源操作细节：

条幅： 内容为活动主题， 建议为绿色背景条幅

展板： 包括本次活动的优惠项目具体说明、 同类服务的市场明码标价

服务卡（折叠状）： 一面为贵店的联系方式、 另一面为贵店的服务承诺； 在服务折叠卡醒目位置将贵店经营的指导思想突出出来， 折叠卡设计要相对精美， 最好把绿色设为主色调（根据季节不同， 可以适当更换宣传色调， 如夏天是清凉色调， 针对制冷降温家电维修； 冬天可以将名片等宣传品主色调设为红色， 既象征进行的是取暖保温家电维修， 又象征家电维修部服务的热情与温暖。）

贵店的服务承诺应针击时弊， 解决焦点热点问题， 建议在以下方面予以考虑： 十项承诺

7、 其它配套活动：

在活动期间与社区相关负责人争取到社区墙报和板报宣传阵地（一般不用争取， 自行宣传即可）， 借以作为长久宣传阵地， 活动过后仍可宣传）

墙报内容为冬季使用电器常识须知， 板报张贴贵店的介绍和酬宾活动。

8、 活动推广前一定要做好员工的思想动员工作， 做好培训工作。

精准打击

适应症：

市场没有足够的需求， 工作人员都有基本的业务素质可采用

此办法。所谓精准打

击就是直接瞄准拥有较多电器的大客户，如：宾馆、酒店、旅馆、写字楼、企事业单位、政府机关、学校等。发现需求后沟通洽谈上门服务。这种获取优质客户资源的办法就是精准打击。这些客户每家都有几台故障机子放在那里等人修理，只要我们变坐商为行商直接上门服务，他们就会欣喜若狂。通过这种办法既降低了推广成本，又在短时间内创造了效益。

实施办法：

- 1、 电话销售：找一本当地黄页，根据上面提供的电话号码拨打，挖掘客户。此种办法较多针对于小单位小团体客户。
- 2、 派维修人员直接上门洽谈。（针对大客户）
- 3、 在单位团体接触较多的平面媒体上做几次广告，以软文为主，也可考虑直邮刊物。
- 4、 上门服务时注意服务内容与程序的规范性。服务人员不仅要身着工作服，佩带胸卡，还要用语文明得体，要具备业务人员的基本素质。
- 5、 贵店对上门洽谈的人员要按照业务人员的日常管理进行，并将开发客户的数量作为业绩与待遇挂钩。
- 6、 与这些大客户签定长期维修保养协议。

基地建设

适应症：

贵店所在地人流量较大，同行业竞争对手经营手段落后，专业化形象差。可重点采用此中办法。该办法也可配合上述两种方式同时进行，效果更好。此种办法投入少，工作重点明

确。该办法旨在做好店面形象建设，立足长远，通过与传统家电维修行业的外在形象区别，在客户心中树立独树一帜的崭新面貌从而改变客户的心智模式，其卖点是专业、规范、服务新潮。

- 1、 进行vi设计，通过装饰贵店适当装饰，以在同行业中突出店面形象为原则，不必铺张浪费。
- 2、 店内布路要改变脏乱差的局面，要明快、简洁，具有现代时尚感，力争按照现代服务行业的标准模式运做。
- 3、 设计好服务流程。从来电（来人接待）、记录、下定单、派工单、上门服务、收银结帐，最后的售后服务跟踪等不仅要分工明确，还要有可执行的表单等相关软件配套设施。
- 4、 店面外布路要有迎宾气氛，挂促销主题条幅，店门外可放路展版，易拉宝等宣传工具。
- 5、 在店面门前进行促销宣传，可以科普知识宣传为重点，印发关于家电维修保养常识的宣传页。宣传页主题设计要引人注目，具有视觉冲击力，如：家电维修必备常识、家电坏了找谁修、冬季家电使用怕什么等人们一看就关注的话题。在宣传页的另一面把贵店的服务写上去。
- 6、 门头主题设计：家电维修 xx市首家专业化家电维修
- 7、 店内必须有服务价位公示牌，十项承诺、十项杜绝。为适应客户特殊需求可增设急诊服务，从而实现24小时服务。
- 8、 也可发放贵店名片，突出家电维修工作性质与客服电话。
- 9、 将自己的现有客服电话申请为简单易记的号码。在推广时处处突出该电话号码。力争将自己的客服号码变成xx市家电维修客服电话。

上述三种推广模式各有利弊，可以灵活组合，不受限制，总之我建议还是在调查和把握清楚竞争对手的情况、消费者情况和市场需求规模的情况下再针对性采取对策才能产生效益。在区域市场的选择上也正是要综合考虑以上几点然后选取对自己最为有利的市场进行业务拓展，既回笼第一批资金，又积累了拓展经验锻炼了队伍，还增强了自信心。

家电五一活动推广方案篇三

又是一中第一个黄金周，怎么样能在众多的家电品牌中脱颖而出。在五一期间光临百安电器的消费者，均可参加“早安晚安，百安有礼”的活动。并且有机会以“超低特价获得超级大礼”的活动等等。这一系列都可以充分体现百安品牌的人文关怀和亲情关爱，在消费者心中树立良好的品牌形象。

- 1、借“事”营销，制造市场亮点，抢占先机，树立并扩大品牌效应。
- 2、在销售旺季中掀起销售高潮，扩大销量，争夺市场份额。
- 3、通过活动触动消费者心弦，提升品牌潜在性好感，塑造品牌形象。

4月30日——5月7日共计8天

时尚家电精致生活百安为您着想

早安晚安百安有礼超低特价超级好礼

- 1、在“百安开业活动”期间（1号—3号），凡光临百安电器卖场的顾客，均可参加“早安晚安，百安有礼”活动。上午卖场开门营业之后，早安有礼时间10:00——10:45，卖场广播通知“各位顾客您好，百安关怀，早安有礼活动现在

开始，请有意参加的顾客在xxx排队领取礼品，因为礼品有限，本次赠礼限前100位顾客，没有领取到礼品的顾客，敬请谅解，并请继续关注其他时间段的5次活动。在排队中请注意先后次序，不要拥挤，谢谢。欢迎您光临百安家电，希望您心情愉快，购物开心”。该前50位顾客，赠送牛奶一箱。下午将近营业结束时候，晚安有礼时间17：15——18：30，卖场广播通知“各位顾客您好，百安关怀，晚安有礼活动现在开始，请有意参加的顾客在xxx排队领取礼品，因为礼品有限，本次礼品只限50位顾客，前20位顾客赠送10元车费，后30位顾客赠送光盘一张，其余在卖场的不在此50位以内的. 顾客，均可赠送百安电器赠送的小礼品一份。请继续关注明天的“早安晚安，百安有礼”活动。在排队中请注意先后次序，不要拥挤，谢谢。营业时间即将结束，再次感谢您光临百安电器，希望您心情愉快，一路顺风”。

2、在“百安开业活动”期间（1号—7号），凡光临卖场的顾客，均可参加“超低特价，超级好礼”活动，并且有机会以超低特价购买百安特供产品。在卖场设置[a.冰箱，洗衣机b.彩电，空调c.小家电类）三个超低特价区，事先由广播通知超级特价抢购时间段（第一时间段11：15——12：30，第二时间段14：45——15：30），但是提前通知时并不说明是哪个区域开放，在超低特价时段开始的时候通知开放的区域，一次开放两个区域。超低特价时段顾客排队领取票号，限前100位，票号单放置在现场一个透明箱中，100张票号单中其中80张是特价供应单，另20张为超低特价供应单（特价：价位比展台标价低。超低特价：价位比特价低）。

3、在“百安开业活动”期间（1号—7号），凡光临卖场的并消费5.1元—5.7元的（从1号—7号递增）顾客，均可参加“惊喜礼品开心送”活动，并且免费获赠礼品。事先通知发放礼品时间段（第一时间段13：00——14：15，第二时间段16：00——16：45），在发放时间段内，随机选择时间通知发放礼品开始，并且通知有意参加的顾客请在xxx排队领取

票号，只限前30位，领到票号的顾客于x时x分在xxx领取礼品。第一次礼品为清油，第二次礼品为大米。

4、在“百安开业活动”期间（1号），开业典礼。由舞台演出和威风锣鼓演出组成。典礼前由威风锣鼓在舞台前营造声势，然后主持人宣布开业典礼正式开始，领导讲话然后各位嘉宾剪彩（室外）。舞台演出开始，演出中间穿插有奖问答，由主持人向现场观众提问，提问内容为卖场的知识，答对者获赠奖品。奖品由公司承担（室内。奖品为印制有百安logo的t恤衫）。

5、在“百安开业活动”期间（1号—3号），凡上午12点前持报广光临卖场的顾客均可获赠小礼品一份(洗衣粉)，赠完为止（控制为50位之内）。

百安电器卖场

活动前期和后期，需要报纸媒体的大力宣传，让消费者了解并且认知本次活动，积极的参与到活动中。本次活动报媒宣传定为《晨报》，《都市报》，《乌鲁木齐晚报》，活动前3天在报纸版面做宣传，规划方案。考虑到5月到10月为销售高峰期，活动期间人流量会比较大，此次活动一定要准备充分。活动期间的排队领取票号环节，店员主管和店员一定要控制好卖场局面，一定避免拥挤和一些其他不必要的事情发生，及时引导顾客。

1、报媒宣传费用

2、礼品费用

3、其他费用

主持人费用：

舞台演员演出费用：

威风锣鼓表演：

音响租用费用：

共计：（不包含报纸媒体和dm单发布费用）

- 1、同期销量增长比率。
- 2、品牌的知名度和美誉度。
- 3、创造出五一黄金周的“超黄金效应”。

家电五一活动推广方案篇四

又是一中第一个黄金周，怎么样能在众多的家电品牌中脱颖而出，家电开业活动方案。在五一期间光临百安电器的消费者，均可参加“早安晚安，百安有礼”的活动；并且有机会以“超低特价获得超级大礼”的活动等等。这一系列都可以充分体现百安品牌的人文关怀和亲情关爱，在消费者心中树立良好的品牌形象。

- 1、借“事”营销，制造市场亮点，抢占先机，树立并扩大品牌效应。
- 2、在销售旺季中掀起销售高潮，扩大销量，争夺市场份额。
- 3、通过活动触动消费者心弦，提升品牌潜在性好感，塑造品牌形象。

时尚家电精致生活百安为您着想

早安晚安百安有礼超低特价超级好礼

1、在“百安开业活动”期间，凡光临百安电器卖场的顾客，均可参加“早安晚安，百安有礼”活动。上午卖场开门营业之后，早安有礼时间10：00——10：45，卖场广播通知“各位顾客您好，百安关怀，早安有礼活动现在开始，请有意参加的顾客在xxx排队领取礼品，因为礼品有限，本次赠礼限前100位顾客，没有领取到礼品的顾客，敬请谅解，并请继续关注其他时间段的5次活动。在排队中请注意先后次序，不要拥挤，谢谢。欢迎您光临百安家电，希望您心情愉快，购物开心”。该前50位顾客，赠送牛奶一箱。下午将近营业结束时候，晚安有礼时间17：15——18：30，卖场广播通知“各位顾客您好，百安关怀，晚安有礼活动现在开始，请有意参加的顾客在xxx排队领取礼品，因为礼品有限，本次礼品只限50位顾客，前20位顾客赠送10元车费，后30位顾客赠送光盘一张，其余在卖场的不在此50位以内的顾客，均可赠送百安电器赠送的小礼品一份。请继续关注明天的“早安晚安，百安有礼”活动。在排队中请注意先后次序，不要拥挤，谢谢。营业时间即将结束，再次感谢您光临百安电器，希望您心情愉快，一路顺风”。

2、在“百安开业活动”期间（1号—7号），凡光临卖场的顾客，均可参加“超低特价，超级好礼”活动，并且有机会以超低特价购买百安特供产品。在卖场设置[a.冰箱，洗衣机b.彩电，空调c.小家电类）三个超低特价区，事先由广播通知超级特价抢购时间段（第一时间段11：15——12：30，第二时间段14：45——15：30），但是提前通知时并不说明是哪个区域开放，在超低特价时段开始的时候通知开放的区域，一次开放两个区域。超低特价时段顾客排队领取票号，限前100位，票号单放置在现场一个透明箱中，100张票号单中其中80张是特价供应单，另20张为超低特价供应单（特价：价位比展台标价低；超低特价：价位比特价低）。

3、在“百安开业活动”期间，凡光临卖场的并消费5.1元—5.7元的（从1号—7号递增）顾客，均可参加“惊喜礼品

开心送”活动，并且免费获赠礼品。事先通知发放礼品时间段（第一时间段13：00——14：15，第二时间段16：00——16：45），在发放时间段内，随机选择时间通知发放礼品开始，并且通知有意参加的顾客请在xxx排队领取票号，只限前30位，领到票号的.顾客于x时x分在xxx领取礼品。第一次礼品为清油，第二次礼品为大米。

4、在“百安开业活动”期间开业典礼。由舞台演出和威风锣鼓演出组成。典礼前由威风锣鼓在舞台前营造声势，然后主持人宣布开业典礼正式开始，领导讲话然后各位嘉宾剪彩。舞台演出开始，演出中间穿插有奖问答，由主持人向现场观众提问，提问内容为卖场的知识，答对者获赠奖品。奖品由公司承担（室内；奖品为印制有百安logo的t恤衫）。

5、在“百安开业活动”期间，凡上午12点前持报广光临卖场的顾客均可获赠小礼品一份(洗衣粉)，赠完为止（控制为50位之内）。

百安电器卖场

活动前期和后期，需要报纸媒体的大力宣传，让消费者了解并且认知本次活动，积极的参与到活动中。本次活动报媒宣传定为《晨报》，《都市报》，《乌鲁木齐晚报》，活动前3天在报纸版面做宣传，规划方案《家电开业活动方案》。考虑到5月到10月为销售高峰期，活动期间人流量会比较大，此次活动一定要准备充分。活动期间的排队领取票号环节，店员主管和店员一定要控制好卖场局面，一定避免拥挤和一些其他不必要的事情发生，及时引导顾客。

1、报媒宣传费用

2、礼品费用

3、其他费用

主持人费用：

舞台演员演出费用：

威风锣鼓表演：

音响租用费用：

共计：（不包含报纸媒体和dm单发布费用）

- 1、同期销量增长比率。
- 2、品牌的知名度和美誉度。
- 3、创造出五一黄金周的“超黄金效应”。

执行促销活动的一重要原则就是讲求实施速度要快。

家电五一活动推广方案篇五

为了增强我校校园文化建设，提高我校学生思想文化素质，活跃校园气氛，创建和谐校园，结合我校实际，经校团委、工会研究决定，本学期开展以“加强校园文化建设”为主题的校园活动，特作出如下安排，望各班积极组织参加。

一、成立活动组委会

组长：

副组长：

成员：

二、“五一”、“五四”活动内容安排

1、演讲比赛参赛办法：由各班推荐同学参加预赛，在预赛选出优秀选手10人，在活动当天进行决赛，取一等奖一名、二等奖二名、三等奖三名、优秀奖四名进行奖励。

2、文娱活动比赛

(1)每班组织一个大合唱要求：人数40人(站三排一排13人、指挥1人，可请夏婵娟老师伴奏)，演唱歌曲自选下列参考曲目中的一首。

奖励办法：各年级取一、二、三名及优秀组织奖一名进行奖励。

(2)每班组织一个自选节目要求：节目形式人数不限(演唱、舞蹈、相声、小品、诗歌朗诵等)，要求积极、健康向上、具有爱国主义及当代中学生时代气息。

班级自选节目不进行评分，只作表演不设奖项。

(3)书法、绘画作品比赛要求：作品形式不限。书法、绘画每班不得少于两幅作品(书法由潘家明老师负责、绘画由吴洪艳老师负责)。该项比赛作品由各参加人员将作品交负责人，截稿日期4月23日，评比时间：4月24日，获奖作品在活动期间展出。

教师也可以参加。

3、教师队表演节目

(1)为了提高活动娱乐性，给学生作出榜样，教师组织一个大合唱，陈圆老师具体负责，人数40人(指挥陈圆、伴奏夏婵娟)。

参加人员：甘元林、潘运德、龙永宪、陈群、黄春、朱仕荣、

袁刚琴、朱明先、饶正秀、罗帮丽、陈乔先、张大平、邓婷、殷永先、刘兴琴、刘明凤、吴洪艳、刘兴权、唐健、赵坤、陈福海、陈远锋、王启立、方国贞、尚荣志、王维权、叶真勇、杨友谊、张华平、李景波、周兴明、程明学、陈其斌、宋光辉、马嘉、倪祖俊、任永富。

(2)组织一个小型校园集体舞表演，人数8人，由魏刚老师负责。参加人员有魏刚、陈园、吴洪艳、夏婵娟、任永富、黄春、朱明先、陈远锋。

4、新团员入团宣誓

三、活动日期：

暂时定于4月30日(如天气情况有变或特殊原因临时通知)

四、主持人：陈园、吴洪艳

五、活动评委会

1、文娱评委：

王永琴、张华平、陈乔先、王启立、潘运德、陈群、赵坤、徐德勇、龙永宪、唐健。

记分统计：罗永军、马嘉。

2、“抗凝冻、迎奥运”演讲评委徐德勇、潘运德、龙永宪、潘家明、殷永先、陈福海、倪祖俊、王启立、方国贞、陈群。

记分统计：罗永军、马嘉。

六、报名时间□20xx年4月16日-----18日。

七、活动期间的`后勤工作

由任永富同志负总责，其中舞台设计：潘家明、刘顺元、吴洪艳、魏刚、陈园；音响：宋光辉；安全保卫：陈其斌、陈远锋。

八、本次活动的日程安排待节目报完后统一编制。

九、活动有不完善之处望广大师生指出并另行通知