

最新装修送家电活动方案(实用5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。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。

装修送家电活动方案篇一

20__年12月25日—20__年1月10日

二、促销背景

元旦前后是小家电特别是电热水壶、豆浆机等可以做为礼品的产品的消费旺季，为抢夺市场，各品牌都纷纷有所行动;同时豆浆机、榨汁机等产品价格高昂，消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为了抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我司特策划了本次活动。

三、促销目的

- 1、利用“元旦”黄金周的机会，提升我司终端零售量，加大分销力度;
- 2、通过终端现场演示，提升我司产品知名度、激发犹豫徘徊消费者的购买欲望;
- 3、有效的打击竞争对手，为实现明年我司的销售任务打好第一仗;
- 4、通过促销机型，带动其他产品的销售;

5、增强经销商操作我司产品的信心，振作导购员的士气。

四、促销对象与范围

1、促销对象:终端消费者

2、范围:广州、深圳可控终端(是指有导购员的卖场)

五、促销主题

促销主题:yl小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号:299□yl豆浆机抱回家;366□yl多功能炖盅提回家;

129□yl榨汁机带回家;99□yl电水壶“捡”回家

yl电水壶老顾客不买也有礼送

过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧

(横幅标语为上面宣传口号或促销主题)

六、促销方式

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8.8折优惠和赠品

1、促销机型

电水壶:8901、8902，促销价99元;

电磁炉:3018fb□促销价199元

豆浆机:20__b□促销价299元;

炖盅:9121, 促销价366元;

榨汁机:5002b□促销价129元;

其它机型8.8折优惠

2、赠品形式

所有购买yl产品的顾客除随机赠品外, 还赠送精美新年台历一本(价值25元), 电水壶顾客还赠送价值5元的除垢剂2包, 电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值5元的除垢剂1包。(以上赠品特价除外)

3、现场演示

演示机型:炖盅9121, 豆浆机20_b□榨汁机5002b□5000d;(这四款为必须演示的机型, 其它机型商家可根据销售情况增加)

演示地点:商场入口处或楼梯入口处或商场门口

演示要求:炖盅要求炖骨头或鸡肉(禽流感期间可用其它代替), 蒸格内放玉米、馒头、鸡蛋、红薯等并热气腾腾;豆浆机要求不间断打豆浆(豆浆加糖)并让所有前来演示台的顾客品尝;渣汁机要求现场演示榨汁过程并现场演示清洗过程, 突出易清洗□5002b演示榨奶汁过程时, 原料为香蕉、纯牛奶、冰糖等或青瓜、红萝卜等, 演示完演示人员先尝喝表示干净再给顾客尝喝。以上所有演示给顾客尝试的东西必须要求卫生、干净(不仅演示中卫生而且后台操作也要卫生, 以防品尝的顾客喝了生病闹肚子而投诉)。

演示人员要求:演示人员一定要声音洪亮、吐字清晰, 条件允许尽可能带耳麦, 动作自然, 说话有亲和力而且幽默风趣, 吸引顾客前来观看、咨询。同时, 演示人员还要突出演示5002b易清洗的过程, 现场准备水桶一蘸即干净的效果;演

示过程注意顾客的疑问并边演示边解答。

演示台要求:至少3张以上演示台并齐摆放演示。

现场演示布置要求:一个x展架、二张以上海报、一条以上横幅、产品与赠品分开堆码并在赠品上贴上醒目的“赠品”或“赠品区”字样;通过一些气球、鲜花、彩带、以及导购员自做的蝴蝶结等美化现场,哄动现场促销气氛。

七、促销配合

1、产品

业务经理/区域经理提前督促经销商提货(特别是促销机型要备足库存)、网点提货。

2、促销物料准备

市场部在20日前发放演示台x展架、赠品给经销商;经销商在25日前自行印刷促销信息的黑白单页和促销主题、宣传口号的横幅及小赠品等物料。

3、人员分工与责任

活动总指挥——张总

活动负责人——李部

方案的撰写、下发、检核——市场部

物料发放——客服部

4、导购培训

各经销商导购管理人员、业务经理/区域经理要对促销活动的

内容、终端演示技能等做活动前的培训。本次促销活动除了给顾客介绍我司产品的卖点外，还要从以下方面引导顾客购买本次我司主推的机型：

豆浆机：用yl全自动豆浆机只需十几分钟就可以做出新鲜浓香的熟豆浆，成本不到三毛钱；一天三毛钱，全家喝上新鲜豆浆，不算不知道，一算还真划算。更为关键的是，放心豆浆自己做，卫生新鲜自己把握；黑心豆浆喝不得，要喝上卫生新鲜的香浓豆浆，还是自己做，选豆和用水自己把握，卫生绝对有保障；随时做，随时喝，新鲜没得说。（可以和外面买一杯豆浆一元相比给顾客解说）

榨汁机：家里的胡萝卜、青瓜等那样放着谁想吃它，但如果把它变个做法榨成汁，那就不一样呢；特别是家里来了亲戚朋友的小孩，那感觉就更不一样。

炖盅：隔水蒸炖的好处是：一密封性能好，能保住炖品特别是是补品的原气不被挥发；二是热力均匀平衡，能使炖品的营养结构不被破坏；三是炖出的食品不但质地烂酥，原汁原味，而且汤色澄清、鲜味浓郁，别具美食风味。

5、活动执行人

经销商市场负责人、经销商导购管理人、业务经理/区域经理、朱波等

八、活动要求

严格按“yl终端促销活动指引”的要求执行。

本次促销活动如有任何疑问请致电市场部联系！

中国店网—中国最专业、面的开店创业网

九、促销点评

1、促销时间:今年的元旦离传统春节相距较近,元旦前后恰是一些打工族回家的高峰期(广州、深圳外来打工人员特别多,这些人员为了躲开春运高峰,往往提前回家),打工族一年打工出头,总想带些东西回家,随着人们生活质量的提高,小巧便于携带的榨汁机、豆浆机成了他们的首选;还有年由于煤气上涨,使得电磁炉也成为他们更青睐的首选。我们在现场促销时,发现确实不少顾客都是带回家用的,也有一些是做为礼品送给亲戚、朋友的。本次促销活动正是基于这一背景而策划的,实际效果不错,目标消费者抓的很准。

2、促销机型:考虑到这次促销主要针对要回家的打工一族,所以我们选用了体积小、功能简单的机型做为特价机出现。如129元的榨汁机只有单一的榨汁功能,而且体积也很小;199元的电磁炉体积也很小。促销机型的恰当选择对本次促销活动的销量有很大的作用。

3、宣传口号:采用“抱回家、带回家、提回家、捡回家”等富有煽情味道的宣传语,不仅让打工族有马上回家的情绪,而且还要一定带个什么回家的感觉。“抱”、“带”、“提”、“捡”等字语不仅暗含产品体积小易于携带而且暗含价格极其优惠。“过年了,给远方的父母带个豆浆机回家吧”更是让人产生购买的欲望,不管怎么样,这是给父母的。有意无意中,把公司的产品跟家联系起来,产生了亲切感、认同感。

3、现场演示:豆浆机、榨汁机等产品,消费者想买但又怕买回去不会操作或操作复杂而犹豫,通过终端活生生的演示,就能打消消费者的这些念头,产生立即购买的欲望。有些消费者说自己随便看看还没打算购买豆浆机,但你给她演示一遍并给她一杯香喷喷的新鲜豆浆,她就马上都开单了。因此,消费者说随便看看,肯定是有原因的,无事不登三宝殿,我们要找到化解她犹豫的原因,现场演示是的方式。本次促销

活动的现场演示准备特别充分，就连演示物料、演示人员语言都提前写好，一边演示一边诉求豆浆自做的好处、榨汁机的好处等，这样消费者更易接受。

装修送家电活动方案篇二

20xx年12月25日——20xx年1月10日

春节前后是小家电特别是电热水壶、豆浆机等可以做为礼品的产品的消费旺季，为抢夺市场，各品牌都纷纷有所行动；同时豆浆机、榨汁机等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为了抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我司特策划了本次活动。

- 1、利用“春节”黄金周的机会，提升我司终端零售量，加大分销力度；
- 2、通过终端现场演示，提升我司产品知名度、激发犹豫徘徊消费者的购买欲望；
- 3、有效的打击竞争对手，为实现明年我司的销售任务打好第一仗；
- 4、通过促销机型，带动其他产品的销售；
- 5、增强经销商操作我司产品的信心，振作导购员的士气。

1、促销对象：终端消费者

2、范围：广州、深圳可控终端（是指有导购员的卖场）

促销主题：yl小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号□299□yl豆浆机抱回家□366□yl多功能炖盅提回家；

129□yl榨汁机带回家□99□yl电水壶“捡”回家

yl电水壶老顾客不买也有礼送

过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧

（横幅标语为上面宣传口号或促销主题）

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8.8折优惠和赠品

1、促销机型

电水壶：8901、8902，促销价99元；

电磁炉□3018fb□促销价199元

豆浆机□20xxb□促销价299元；

炖盅：9121，促销价366元；

榨汁机□5002b□促销价129元；

其它机型8.8折优惠

2、赠品形式

所有购买yl产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本（价值25元），电水壶顾客还赠送价值5元的除垢剂2包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值5元的除垢剂1包。（以上赠品特价除外）

3、现场演示

演示机型：炖盅9121，豆浆机20xxb□榨汁机5002b□5000d□
□这四款为必须演示的机型，其它机型商家可根据销售情况增加）

演示地点：商场入口处或楼梯入口处或商场门口

演示要求：炖盅要求炖骨头或鸡肉（禽流感期间可用其它代替），蒸格内放玉米、馒头、鸡蛋、红薯等并热气腾腾；豆浆机要求不间断打豆浆（豆浆加糖）并让所有前来演示台的顾客品尝；渣汁机要求现场演示榨汁过程并现场演示清洗过程，突出易清洗□5002b演示榨奶汁过程时，原料为香蕉、纯牛奶、冰糖等或青瓜、红萝卜等，演示完演示员工先尝喝表示干净再给顾客尝喝。以上所有演示给顾客尝试的东西必须要求卫生、干净（不仅演示中卫生而且后台操作也要卫生，以防品尝的顾客喝了生病闹肚子而投诉）。

演示员工要求：演示员工一定要声音洪亮、吐字清晰，条件允许尽可能带耳麦，动作自然，说话有亲和力而且幽默风趣，吸引顾客前来观看、咨询。同时，演示员工还要突出演示5002b易清洗的过程，现场准备水桶一蘸即干净的效果；演示过程注意顾客的疑问并边演示边解答。

演示台要求：至少3张以上演示台并齐摆放演示。

现场演示布置要求：一个x展架、二张以上海报、一条以上横幅、产品与赠品分开堆码并在赠品上贴上醒目的“赠品”或“赠品区”字样；通过一些气球、鲜花、彩带、以及导购员自做的'蝴蝶结等美化现场，哄动现场促销气氛。

1、产品

业务经理/区域经理提前督促经销商提货（特别是促销机型要

备足库存)、网点提货。

2、促销物料准备

市场部在20日前发放演示台、展架、赠品给经销商；经销商在25日前自行印刷促销信息的黑白单页和促销主题、宣传口号的横幅及小赠品等物料。

3、员工分工与责任

活动总指挥———张总

活动负责人———李部

方案的撰写、下发、检核———市场部

物料发放———客服部

4、导购培训

各经销商导购管理员工、业务经理/区域经理要对促销活动的内容、终端演示技能等做活动前的培训。本次促销活动除了给顾客介绍我司产品的卖点外，还要从以下方面引导顾客购买本次我司主推的机型：

豆浆机：用yl全自动豆浆机只需十几分钟就可以做出新鲜浓香的熟豆浆，成本不到三毛钱；一天三毛钱，全家喝上新鲜豆浆，不算不知道，一算还真划算。更为关键的是，放心豆浆自己做，卫生新鲜自己把握；黑心豆浆喝不得，要喝上卫生新鲜的香浓豆浆，最好还是自己做，选豆和用水自己把握，卫生绝对有保障；随时做，随时喝，新鲜没得说。（可以和外面买一杯豆浆一元相比给顾客解说）

榨汁机：家里的胡萝卜、青瓜等那样放着谁想吃它，但如果

把它变个做法榨成汁，那就不一样呢；特别是家里来了亲戚朋友的小孩，那感觉就更不一样。

炖盅：隔水蒸炖的最大好处是：一密封性能好，能保住炖品特别是是补品的原气不被挥发；二是热力均匀平衡，能使炖品的营养结构不被破坏；三是炖出的食品不但质地烂酥，原汁原味，而且汤色澄清、鲜味浓郁，别具美食风味。

5、活动执行人

经销商市场负责人、经销商导购管理人、业务经理/区域经理、朱波等。

严格按“yl终端促销活动指引”的要求执行。

本次促销活动如有任何疑问请致电市场部联系。

1、促销时间：今年的春节离传统春节相距较近，春节前后恰是一些打工族回家的高峰期（广州、深圳外来打工员工特别多，这些员工为了躲开春运高峰，往往提前回家），打工族一年打工出头，总想带些东西回家，随着人们生活质量的提高，小巧便于携带的榨汁机、豆浆机成了他们的首选；还有年由于煤气上涨，使得电磁炉也成为他们更青睐的首选。我们在现场促销时，发现确实不少顾客都是带回家用的，也有一些是做为礼品送给亲戚、朋友的。本次促销活动正是基于这一背景而策划的，实际效果不错，目标消费者抓的很准。

2、促销机型：考虑到这次促销主要针对要回家的打工一族，所以我们选用了体积小、功能简单的机型做为特价机出现。如129元的榨汁机只有单一的榨汁功能，而且体积也很小；199元的电磁炉体积也很小。促销机型的恰当选择对本次促销活动的销量有很大的作用。

3、宣传口号：采用“抱回家、带回家、提回家、捡回家”等

富有煽情味道的宣传语，不仅让打工族有马上回家的情绪，而且还要一定带个什么回家的感觉。“抱”、“带”、“提”、“捡”等字语不仅暗含产品体积小易于携带而且暗含价格极其优惠。“过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧”更是让人产生购买的欲望，不管怎么样，这是给父母的。有意无意中，把公司的产品跟家联系起来，产生了亲切感、认同感。

3、现场演示：豆浆机、榨汁机等产品，消费者想买但又怕买回去不会操作或操作复杂而犹豫，通过终端活生生的演示，就能打消消费者的这些念头，产生立即购买的欲望。有些消费者说自己随便看看还没打算购买豆浆机，但你给她演示一遍并给她一杯香喷喷的新鲜豆浆，她就马上都开单了。因此，消费者说随便看看，肯定是有原因的，无事不登三宝殿，我们要找到化解她犹豫的原因，现场演示是最好的方式。本次促销活动的现场演示准备特别充分，就连演示物料、演示员工语言都提前写好，一边演示一边诉求豆浆自做的好处、榨汁机的好处等，这样消费者更易接受。

装修送家电活动方案篇三

随着市场竞争的日益激烈，每到逢年过节的时候，家电市场便是旌旗猎猎。下面是有20xx家电周年庆活动方案，欢迎阅读。

一、活动背景

每年的8月8日是永盛公司传统的店庆日，在往年的活动中，公司的销售业绩都有较大幅度的增长。今年恰逢奥运会之际，我公司也应该在此次店庆活动中有所突破，争取更好的销售业绩！

二、活动主题

永盛8月8，惠动千万家

——价格无极限，“降”到您满意

三、活动时间

20xx年8月8日——20xx年8月12日

四、活动地点

天水永盛公司新亚店，天水永盛公司金都店

五、活动信息发布

1、短信平台的信息发布，预计发布10万条，内容：（永盛8月8日，店庆惊喜不断，32寸led液晶1468元，42寸led液晶2568元，更多惊喜店内咨询）

2、dm单页的信息发布，预计印制2万份，内容：（待定）

3、巡游车辆3辆，两侧及车尾做喷绘广告（内容同dm单页，车头或车尾内容同dm单页正面，两侧内容同dm单页背面），在车顶装扩音器播放活动内容（内容同店内广播稿），预计巡游3天，区域包括：麦积区及周边乡镇（主要是甘泉、街子、元龙、伯阳、三阳川、社棠等地，秦城区及周边地区）。

4、店内信息发布，印制宽度4.3米*长度5米喷绘1张，高3.2米*长度6.5米的喷绘2张（新亚店），长度6.8米*宽度3.5米的喷绘一张（金都店），粘贴于新亚店和金都店的进门处地面及外侧玻璃门厅（内容同dm单页），录制广播稿（内容同dm单页），在新亚外围广播中循环播放。印制竖幅200条，在新亚和金都店的外围玻璃幕墙上悬挂（内容：贺天水永盛公司20周年店庆）。制作1.5x2.0米的kt伴7块（内容同dm单页）

六、活动内容

(一) 进店有好礼，件件表心意

活动期间顾客可以凭我公司的dm单页进店领取小礼品一件(饮料或者环保袋)。

流程：顾客持dm单页进店——到礼品发放处领取小礼品——发放员做好登记——发放礼品。

(二) 预存100元当500花。

细则：1、顾客预存100元，在活动期间可顶500元抵扣卷使用。

2、顾客在使用抵扣卷时，惊爆机、特价机、及部分品牌不参加活动。

3、顾客预存100元后，可领取500元预存卡一张。

4、使用方法：购物满1000元可以使用100元，满20xx元可以使用200元，以此类推。最高使用500元。

5、预存卡的使用，必须是同一顾客在活动期间使用，不得与他人合用。

6、顾客预存以后，如果在活动期间没有使用，过期则视为作废，所交预存款不予退还。

7、工作人员要做好预存登记工作，每位顾客的姓名，电话都要有详细的登记，不得遗漏。

流程：顾客在预约点交纳100元现金——预约工作人员填写预约登记——发放预存卡——顾客在活动期间至店内购机——顾客出示预存卡成交——导购员在小票右上角填写预存卡

号——至收款台交款——收款员核对小票金额——按照满1000元减100元的方法收取货款——将预存卡与小票一对一装订——顾客交纳实际货款后开据信誉卡。(注：在当晚统一造表登记，填写清楚预存卡号、小票号、所购机型、票面金额、实付金额、优惠金额。)

(三) 价格无极限，“降”到您满意

细则：惊爆机型：32寸led液晶1499元(补贴价)，42寸led液晶2599元(补贴价)，冰箱20611599元(补贴价)，洗衣机5.0kg899元(补贴价)□1p冷暖空调1888元。(以上机型待定)

(四) 特价不限量，购物购实惠

细则：1、特价区机型以我公司库存较大以及残损滞销机型为主，目标明确，加大销售力度，争取一次性清库。

2、由厂方现场指导销售，采取销售保点的方法，由厂方在活动后一次性给予销售补差。

3、特价机应该占到现场销售机型的60%

4、对于我公司的清样机，残损机要在活动现场给顾客交代清楚，以免产生售后投诉!

(五) 购机有好礼，套购更实惠

细则：1、满888元，即可获得价值80元的苏泊尔炒锅一只。

2、套购满2088元，即可获得价值180元电饭锅一台。

3、套购满4088元，即可获得价值300元的爱仕达3件套一套。

4、套购满8088元，即可获得价值1000元数码相机一台。

5、套购满15888元，即可获得价值2380元32寸液晶电视一台。

操作说明：1、套购商品，必须是两件以上商品，单件金额满1000元。2、套购商品，惊爆机型和特价机型以及小家电、数码、手机不参与套购活动。

3、套购商品的销售小票，必须注明“套购”字样，否则无效。

4、套购商品必须统一造表登记，要确认顾客信息无误。

5、套购商品的附加赠品就低不就高(即顾客的消费金额不满最高限额，赠品则选择低一档的赠品；如：顾客消费总金额为8699元，赠品则应该选择6888元的赠品。)

6、套购商品必须是同一顾客，不可与他人合计累加。流程：顾客进店购机——声明套购，(出示预存卡)——选择机型——导购员开据小票(在小票顶部注明套购)——至收款台交付货款——收款员核对小票——收取货款开据信誉卡——至礼品台——发放员登记信息(包括日期、姓名、电话、地址、购买机型、总计金额、礼品名称、顾客签名确认)——导购员填写送货单——送货。

七、活动的实施

(一)活动目标任务及投入资金预估

活动目标销售任务300万(8月8日——8月12日)，新亚店180万，金都店120万。

活动预计投入物料、广告、赠品以及各项投入大约2.5——3万元。

(二)实施步骤

1、8月2日，确定活动内容，指定各部门负责人，确定信息发布的方式及喷绘dm单页的内容和印制工作。与厂方沟通货源及厂方所能够提供的资源。

2、8月3日，联系临促人员(10人)，确定带队负责人。确定条幅、喷绘dm单页的交货日期。联系巡游车辆，录制广播稿。落实厂方资源及货源情况。

3、8月4日，确定条幅、喷绘dm单页的到位情况。落实库存常规机型，滞销机型，残损机型，以及需要清库的单一机型(样机)，制定价格体系，落实赠品以及制定巡游车辆出行路线，临促的分工。

八、活动负责人名单

总负责人：王总

职责分工：负责活动的监督和实施过程，检查活动实施进度和实施效果。

执行经理：王海津(经理)

职责分工：负责监督活动的执行实施情况，礼品的的采购，货源的补充，活动资金的申报与发放，资金的流向与核销以及各部门之间的、协调工作。

店内负责：李晓峰(新亚店店长)

职责分工：负责店内信息发布，活动内容的解释，店内海报及价格操控，解决售后与顾客质疑，配合执行经理处理各项活动事务，督促检查活动落实情况 and 完成效果。

龚国民(新亚店副店长)

职责分工：负责活动期间店内的美化，商品的上样，协助店长做好活动的组织工作，配合各部门具体执行活动期间的各项工作。李猛(金都店店长)

职责分工：同新亚店长职责。

(金都店副店长)

职责分工：同新亚店副店长职责

活动总协调：王春辉(行政经理)

职责分工：组织协调各部门之间的各项工作，调配各项工作所需人员，外围信息发布，预存卡、喷绘□dm单页□kt板、条幅的制作与悬挂发布，临促人员的招聘、巡游车辆的租赁与装饰。督促活动的推进与落实，组织各部门的碰头会。

财务总协调：熊会计(财务总监)

职责分工：整理库存商品的明细表，督促财务人员核对现场产品的价格体系，配合执行经理制定活动期间的价格，制作活动所需的各种登记表格并装订成册，配合执行经理处理活动期间的财务方面各种事物。

一、活动思路

5月黄金周过后市场进行了淡季，需要在行内制造话题，进行个体营销。根据员村店的特点，在6月提出“店庆”话题进行促销，可以引起消费者的关注，同时也可以给场内的商户带来支持。另一方面在淡季阶段，更多的商户为了增加销售，会愿意提供更多，更有力度的促销资源进行配合，这样一来，就很容易达到一个双赢的局面。开展店庆，关键点在于如何让消费者关注，制造声势。单一促销显然不适合，相反，跟多元化的促销组合拳会使活动具有强有力的

吸引力，最能给消费者带来冲击。

二、活动时间

20xx年6月21日—27日

三、活动主题

员村店2周年火爆店庆

四、促销活动说明

活动一、浓情感恩惠倾全城店庆感恩价

活动时间：6月21日—27日

活动说明：活动属于普惠性质。

(1)要求招商专柜提供商品的折扣优惠率，折扣统一比其它商场同品牌同型号的商品低5%—10%，价格必须真实，到位，不得故意虚高标价。(2)活动前，广告上会以“店庆感恩价，承诺价格低于市场价，差价3倍返还”的形式向外公布，同时金海马会向广大消费者承诺“如经查实同品牌同型号价格没有低于5%—10%”，我们将补三倍差额价。

活动二、火爆店庆万人秒杀至“抵”价

活动时间：6月26日—27日

活动说明：活动有助于吸引人气。

(1)收集招商专柜有意向提供的各类商品，在活动期间进行秒杀抢购。(2)秒杀家具：由商户提供成本价商品，秒杀活动以抽奖的形式进行。

活动流程：在场内设立若干个“秒杀家具抽奖箱”，有秒杀沙发家具箱、有秒杀大床家具箱、有秒杀衣柜家具箱。

届时，顾客购物后抽奖后，凭礼品票即可参加秒杀，根据自己的需求将票投入相应的秒杀家具箱内。26日、27日指定某时间，金海马会从中进行抽奖，抽出的幸运儿就有机会以成本价选购秒杀产品。活动物料：市场部会特地制作“秒杀活动宣传册子”（类此香江mall）宣传册内附有秒杀产品的图片，也可以适当加入一些商户的促销内容，广告之类，所有信息由门店进行收集；同时，由市场部协助筹集6个抽奖箱。

“秒杀活动宣传册子”派发的方式：

方案一，前期派发到附近的主要小区楼盘（由市场部跟楼盘进行协商）；方案二，前期通过正常的邮寄渠道进行入户投递；方案三，活动周六日，安排美女进行现场派发。

活动三、店庆购物王再送40寸sony液晶彩电

活动时间：6月27日

活动说明：活动有助于吸引人气。

(1) 店庆期间，每天筛选出购物金额最大的前三名顾客参与活动。统一在27当天，从中选出店庆购物王，金海马再送豪华家电（原则是店庆期间凡在维亚金海马收款台交款最多的顾客，金海马免费赠送40寸sony液晶彩电一台；排名第二的顾客，金海马免费赠送格力空调一台；排名第三的顾客，金海马免费赠送名牌电饭煲一个）

(2) 奖品统一在场内三楼进行实物展示（液晶电视上可播放金海马、部分商户的形象广告宣传片）

(3) 物料：现场需要制作kt板，市场部协助

活动四、店庆“狠”有礼来就送环保袋/雨伞

活动时间：6月21日—27日

活动说明：活动有助于吸引人气。

(1) 凡在活动期间进入维亚金海马的顾客，凭活动短信，广告单张或宣传单张，即可加送金海马家居或招商品牌环保袋一个/雨伞一把。(2) 物料：礼品由行政部统一采购，数量为5000。(3) 此活动还涉及一个小环节，“万人祝福金海马”。届时我们在中庭设立一个背景板，顾客来店后，可以写上对金海马员村店2周年店庆的祝福语，粘贴到该板上，就可获得环保袋一个/雨伞一把，这主要是为了增加现场的店庆气氛。

活动五、购物再送好礼优惠100%

活动时间：6月21日—27日

活动说明：活动有助于提供商户成交率。

(1) 凡在活动期间购物的顾客可凭收款台统一加盖公章后的《商品销售单》领取精装礼品一份，保证100%可以得到礼品；(2) 礼品由各专柜提供，要求各招商专柜准备充足的礼品资源；(3) 届时，在店内设立一个抽奖箱，顾客凭统一的《商品销售单》到抽奖箱内抽取礼品票，然后再持该票到对应的专柜里领取礼品；(4) 物料：市场部制作礼品票，该票共三联(第一联礼品联，上面附有礼品信息，对应品牌专柜的位置信息；第二联秒杀联，上面由顾客填写自选秒杀产品，并将此联投入秒杀活动的抽奖箱；第三联副联，由顾客保留，秒杀兑奖时出示此联)。

活动六、配套家具全场买就送——商户自己执行

活动时间：6月21日—27日

活动说明：活动有助于提高商户成交率。

凡在活动期间顾客，购物后可选择加一定金额，即可加送配套商品(如：买沙发3000元+200元送配套茶几)。本活动要求每个各商户都根据自身情况积极参与，操作过程自我控制。

五、媒体宣传

b□现场需要美女一名，主要负责现场派发秒杀活动宣传册子，并协助主持人

c□现场需要“商场广播录音”，由商场收集各商户专柜的优惠信息，上报市场部协助制作

d□现场需要若干个护栏，由市场部协助提供

六、商场包装

(1)外墙户外广告换“活动促销广告”；(2)一楼转二楼的灯箱广告(第一块横版)换“活动促销广告”；(3)一楼处树立一块背景板(上活动促销内容)；(4)一楼入口处门头画换上活动促销内容；(5)外场入口处，第二块广告位(现在上着办公内容)换上活动促销内容；(6)更换场内的所有吊旗；(7)店庆期间不做水牌。

七、户外布置

(1)门店负责跟城管沟通

(2)6月20日前更换30面户外刀旗

(3)现场拱门、双腿舞星、灯笼柱(具体视实际情况而定)

河南省企业管理咨询协会爱笑的咖啡评：毛泽东同志在革命

斗争时期曾提出过一个理论：“对被领导者给予一定的物质福利，至少不损害其利益。”店庆营销策划方案中，商户制定出具体的营销方案，引导消费者的购买意向。从某种意义上讲，商户是领导者，消费者是被领导者。在商品价格上实行一定的优惠，折扣比其他商场同品牌同型号的商品低，给予消费者一定的物质福利，不损害消费者在价格方面的利益。文章中提到商家在价格方面的措施还包括“补三倍差额价”，这样就相当于给消费者吃了一颗定心丸，布了一个利于商品销售的局，更有利于拉近商家与消费者的距离，距离近了，两者就更容易往同一个目标迈进：商品高效地从商家转移到消费者手中，造出一个利于商品流转的势。消费者想多购买价格便宜的商品，而商家想增加商品的销量，如此共赢的模式是值得大家借鉴的。

一、活动主题：汇丰15周年，豪礼低价15天

二、活动目的：

- 1、回报老顾客，加强汇丰电器品牌在顾客心中的口碑传播，提升汇丰品牌价值；
- 2、提高销量，扩大汇丰电器的市场占有率；
- 3、树立所代理商品的品牌形象，为品牌持续增长奠定基础。

三、活动工作内容：

1、活动宣传阶段：时间为12月4日—12月29日

宣传形式：

2、店内销售活动准备：（12月?—?日）

(1)店内棚顶悬挂店庆宣传吊旗、灯笼。

(2) 参与特价商品张贴统一活动特价签，要求醒目，标明原价及现价。参加活动商家展台前张贴本产品活动“手写促销海报”（可以标明原价、现价及赠品明细）。

(3) 购物赠品活动赠品准备，需要堆码的提前做好布置，赠品发放流程安排。

(4) 相关销售道具准备。

3、演出活动准备(演出活动时间：12月?日)：提前一周联系演艺公司，协调具体活动事宜，活动前一天确认各部门到位。具体可以有：

(1) 舞台、音响、背景及周边促销活动喷绘、海报、易拉宝等。

(2) 演艺人员准备工作：歌手x名、舞蹈x人、主持人、礼仪小姐x人

(3) 现场组织活动可以分为三项：（此类活动可迅速聚集人气，培养销售宣传气氛）a有奖知识问答，提问若干有关汇丰公司的问题，由主持人根据公司要求发放礼品□b现场答卷抽奖活动，可以准备1000份问卷，问卷内容可有相关活动内容、公司相关讯息及市场调研信息等，可于特定时间组织抽奖(圣诞/元旦等)。

c现场互动，根据演艺节目选定。

活动小礼品(例如：油笔、钥匙扣、通讯录、小本等，计x份)

活动小奖品(例如：雨伞、淘米器、水具等计?份) (4)、演艺公司确定节目单四、促销活动内容：

感恩十五载，回报老顾客八店同庆迎圣诞，八大豪礼相送

1、生日当天送蛋糕：凡阳历12月16日生日者，当日可凭身份

证免费领取生日蛋糕一个。(数量100名, 先到先得, 赠完为止! 需提前5天预订, 预订电话:)

3、套购超值赠: 活动期间, 当日购三件大家电以上(含三件)礼品免费送(本次活动特价机、工程机除外)

满25999元送微波炉+套刀+七件宝+高档米桶

4、买家电赠移动无线宽带: 汇丰电器携手中国移动公司推出免费入网中国移动宽带的活动, 活动期间每天会在当天所有购买电脑为顾客中抽出一名幸运顾客, 免费赠送中国移动宽带上网2880小时。(宽带咨询电话:)

5、天天抽大奖, 再送元旦抽奖卷: 15万礼品(奖品)现场免费抽(送)。小点单间满200元以上, 大家电单间500元以上即可参加抽奖!(单件商品限抽一次)

一等奖: 名牌冰箱15台 二等奖: 微波炉30台 三等奖: 开水煲150台 纪念奖: 若干名现场开奖, 100%中奖!

6、回馈老客户, 先到有好礼: 活动期间, 每天凡持本单页和购物发票进店的前100名老顾客, 均可免费获得精美礼品一份!

8、买家电免费测甲醛: 活动期间购买任何一件家电产品, 您都有机会免费获得价值200元的室内甲醛含量检测卡一张(数量有限, 赠完为止)

五、活动组织机构设置及人员职责(活动期间):

活动负责人: 职责: 负责活动期间的所有决策及处理突发事件。

重点: 监督并协助做好活动各部门的具体工作事宜。

装修送家电活动方案篇四

20xx年x月31日—x月20日

1□x月31日—x月8日

贺xxx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□x月9日—x月15日

彩电、冰洗龙腾虎跃， 播 贺周年

3□x月16日—x月29日

星光闪耀周年庆，纵情回报顾客情□xxx店一周年庆典

4□x月30日—x月20日

xxx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

星光闪耀周年庆 纵情回报顾客情

以xxx电器进驻xxx1周年为主线，各部门争先庆贺，设播比拼，纵情回报省城顾客厚爱。其中xxx电器xxx旗舰——xxx店1周年庆为闪光点，众家电明星品牌踏上星光大道，会聚xxxxxx店，全力助阵，绽放灿烂星光。

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

现场卫生处理：配备4名清洁工，定期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）

具体庆典安排方案

附表

活动实施由行政负责

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x月12日前完毕。

负责人：各事业部经理

媒体宣传投放：（省略）

装修送家电活动方案篇五

如今的节日真多，一年下来土节、洋节有十多个，而每个节

日都是家电商家必争的良机，或打折、或“送大礼”，将消费者的消费激情调动起来，以求赚个盆满钵满。猴年春节到来之际，长沙家电商家早早就张罗起来，使出各自的看家本领，呈现出与往年不同的新特征。

最绅士促销

在春节促销活动中，西门子算得上十分“绅士”，并没有搞什么打折之类的价格促销活动，而是制作了精美的礼包，外观采用中国式样的包装，把中国新年的气氛做足：大红炮竹、拨浪鼓、“福”字以及春联等贺春礼物充满了节日气氛，既有西方的理性，又有东方的热情，可谓别致。

最吊胃口促销

乍一看，让人吓了一跳：万和首推“一元利”消毒柜。细一看，才知道，其促销的内容是：万和消毒柜纯利润只有一元钱。春节前后，万和将其消毒柜价格普遍下降10%，其中“80上透窗”型由328元降为188元，“46干燥”型由748元降到588元，降幅近40%。既吊胃口，又让人心跳。

最热情促销

春节促销活动最活跃的莫过于小家电了。记者在家电卖场看到，健康水家电品牌司迈特提出了让消费者心动的口号“送就送大礼”，推出了“春节送礼经典组合”：购买立式司迈特沸水机和可利饮净水器，赠送价值298元的普尔龙头；购立式耐得饮水机和可利饮净水器，赠送价值298元的微型洗衣机和价值198元的浴霸；除特价机外，其他机型几乎都有礼送。美的小家电也当仁不让，提出“买美的，送美的”，买“美的”微波炉送“美的”电饭煲或电磁炉，并强调赠品决不送杂牌。就小家电的实力而言，其促销不可不谓热情。

最雅致促销

彩电、音影家电是春节的“宠儿”，在家里看看电视、唱唱卡拉ok□是不少市民欢度春节的方式。不少彩电、音影家电品牌抓住机会，推出别出心裁的促销活动，丰富市民的文化生活。音响品牌cav丽声音响在春节前后给市民送上“文化套餐”：购买cavmd套型系列□a8系列或f1—11套型系列等热销品类都将获得高级音响线□cd大片、高级话筒等。创维将6款高清彩电优惠600元，并送安装费，同时，还对国安网络的用户送价值800元的机顶盒；如果不是国安网络则送dvd一台；如果不要dvd则送电视机架。三星彩电也有相应的活动，“买等离子、液晶、背投送dvd”□丰富市民的文化生活，不可谓不雅致。

最稳健促销

春节前后是空调的淡季，不少空调早已挂起了“免战牌”。格力“行业老大哥”的姿态一如既往，春节促销正在进行中，推出一些特价机型“与民同乐”。“清凉风”、“冰岛”等系列价格优惠，其中，特价机大3p7053系列降价1000元，大2p柜机5057“风秀”降价1200元，此外还送餐具及其他精美礼品。一年到头，格力站好最后一班岗的做法，不失稳健。

最震撼促销

最让人震撼的莫过于各大家电卖场的春节促销活动。通程、家润多、泰阳等本土专业家电卖场在年前倾情推出各项活动。1元的vcd□3元的电话机、9元的dvd□599元的1.25p冷暖空调、7699元的逐行背投彩电……通程电器(连锁)的6家店同时推出“八级红运级级送”的促销活动，超低的价格、优厚的让利，让市民心跳。泰阳商城的4家店从1月9日开始紧锣密鼓地促销，以超低的特价、丰富的赠品吸引消费者，还推出实惠的“购家电500元返50元现金”，让人心动。家润多则推出“买家电，送汽车”的活动。一位在家润多家电超市广场店购价值为238元的达阳电暖器的顾客，中了价值5万元的奇瑞qq车；

在家电超市购三星47吋背投的姚先生则获得一个价值1万元的黄金足球……系列活动让人心跳加速。