

# 2023年公司营销活动策划方案 装饰公司 活动营销方案优选(模板5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 公司营销活动策划方案篇一

随着人民生活水平的日益提高，百姓日益追求高品质的生活，家居环境的要求也越来越高。追求卓越完美，缔造家装文化，已成为普通百姓和各商家公司共同追求的时尚和目标。为感谢和真诚回报长葛广大市民和业主对房地产、建材、装饰行业的支持和厚爱，特隆重主办20xx“长葛百姓家装艺术节”活动。通过本次活动将大力宣传介绍房地产商、装饰行业、建材商产品的卓越品质，让消费者了解相关知识，增强环保意识和对相关材料的品质鉴别能力。同时□20xx“长葛百姓家装艺术节”活动期间，举行一次大型的优惠让利活动，目的让利百姓，回报社会，服务社会！

市场切入点：

(1) 采购一步到位，购物生活两全其美

(2) 广告与促销推广同步运作。

1. 市场定位：打造家装集会潮流

2. 形象定位：品牌联盟 带动市场(提供实惠、方便、便捷的消费潮流)

3. 消费理念定位：家装、建材、室内饰品一条龙服务，

4. 广告定位：一站式消费快乐大体验 不必东奔西走，万事无忧

大市场、大营销、大行动的战略借“恋家装饰成立1周年”之际，诚邀知名楼盘，知名家装公司、精品建材（油漆、卫浴、陶瓷、地板、灯具、橱柜、家具、布艺、床上用品、太阳能等）进行集体展销，在媒体上做形象展示，促销活动互动。

成立品牌联盟，相互拉动，促销活动相互推销产品，互帮互助，利用整体优势，让消费者得到实惠，拉动销售，抢占市场，实现经济和社会效益的双赢。

企业风采区-----现场文艺演出助兴，组织品牌家装、建材公司现场展示优秀、顶尖、独特的设计创意和装修设计理念并展示各家装企业特有企业文化及独特装修设计理念。

促销区-----品牌装饰器材（陶瓷、卫浴、电工、油漆、地板等）大型促销活动，以及待装户现场抽奖活动等，为消费者提供多种形式服务。

效果评估：将商家的销售以及消费者的购买行为有效的联系起来，加强了消费者对的品牌记忆，增加了其购买的概率。

现场签单大酬宾（暂定）

签单最终结算金额在两万元以上的，送室内加湿器+价值1000元的现金卡消费一张；

签单最终结算金额在八万元以上的，送家庭影院一套+价值4000元的现金消费卡一张；

一等奖：液晶电视 一台 （价值：4000元）

二等奖：全自动洗衣机 3台 （价值：2000元）

三等奖：名牌手机 5台 （价值：1000元）

四等奖：床上用品 10台 （价值：400元）

五等奖：电磁炉一套 20套 （价值：260元）

百万大奖等你拿（暂定）

奖品有液晶电视、全自动洗衣机、名牌手机、床上用品、电磁炉、空气加湿器、豪华电动自行车、家庭影院、等。最高奖项为价值4000元的液晶电视一台。

长葛百姓家装艺术节

黄金地——恋家与您共建绿色家园

一站式消费快乐大体验 不必东奔西走，万事无忧

此次活动以传播家居装饰文化为主题，服务广大长葛消费者为宗旨，推广长葛家装广告公司文化设计新理念，推动长葛各商家的整体水平，树立各商家业界的品牌形象。并在大众的关注下充分展示各商家公司的先进的企业理念、良好的企业文化氛围、一流质量等等。最终取得良好的社会效益和经济效益。

长兴区综合市场（锦华小区正门对面），4月10——4月13。

1：由长葛顶尖的多家装修设计公司参与，提供100套（恋家设计70，其他公司设计30）免费设计方案。

2：由多家大型建材品牌代理商参与活动并展开大型促销活动和高档免费礼品（进入活动现场的观众都有精美礼品赠送，现场签单订货的客户更有豪礼相送。）

3: 届时将会有大型演艺活动莅临现场。

房间为商家谈客户准备，房间内可以进行商务谈判。) 到益民或者金贝尔订一些高档的点心还有一些好的茶叶。

5: 现场签单的客户每人都有一次机会参加活动中心举办的大型抽奖活动。

6: 届时会有恋家家装公司为参与活动的消费者提供专业的家装知识讲座。

用这些亮点吸引客户，更大程度的扩大签单率。多家装饰、建材经销商提供优质产品展示和咨询服务。现场大型文艺演出气氛热烈，摸奖异彩纷呈，为送上一道家装文化大餐。

打动消费者、让消费者怦然心动、与之产生共鸣的行为，让长葛广大市民亲历家装生活，让消费者感受到省时、省力、省心、省钱，并且享受装修新房的快乐心情。

开幕式举行“共建绿色家园”主题活动，必将是盛况空前、意义深远、造福百姓、展现长葛现代人居的重要组成部分。100套家居装饰方案大赠送，凡在活动期间咨询并签单的客户均享受超值优惠！设计师陪同业主现场看样板房，免费接送参观，让工地开口说话。为数千个家庭提供了免费设计服务和绿色家装讲座。

1. 联系长葛电视台（由志博广告负责）；

2. 联系活动地点负责人（待定）；

3. 联系领导（工商局，文化局，）（待定）；

4. 联系商家包括：诚邀知名楼盘，知名家装公司、精品建材（油漆、卫浴、陶瓷、地板、灯具、橱柜、家具、布艺、床

上用品、太阳能等）（有恋家装饰和志博广告共同负责）。

## 活动宣传准备工作

1、 大幅海报指定恋家装饰专人在各在建小区门口张贴。  
（海报印刷事宜专人联络 暂未定）

2 □dm宣传单页（5万份）由人体广告宣传员在x月xx日和xx日于活动前三天开始发放。

（人体广告宣传员要求形象较好。联系聘请工作人员（志搏广告），印刷设计工作人员（汇德广告人员）

3 、《黄金地——恋家与您共建绿色家园》在活动前3天发行完毕。（杂志内容：介绍参展商公司简介、发展历程、产品类型介绍、公司实力等）

4 、出租车广告在活动前一个星期开始宣传，联络工作由王存负责，也同时设计稿件。（宣传内容：活动主题及亮点介绍）

5 、百人自行车游行市区，由恋家装饰专人负责，携带横幅和绶带在市区内进行环城游行。（游行3天，每天商务10点开始，游行长葛每条主要街道）（注意有关部门审批事宜，协调城管部门和相关管理部门）

通过媒体强势宣传，造就强大的广告的优势，让长葛各界和老百姓了解本次“家装艺术节”并积极参与到本次活动中来，树立恋家装饰的市场知名度和百姓亲和力，打造空前的盛况，成为市民关注的热点和长葛新的亮点，让恋家走进千家万户，贴近百姓生活，达到广告宣传的效应。

## 公司营销活动策划方案篇二

(一) 负责：董事会成员、总经办、企划部

(二) 成员：各部门负责人

### 二、活动时间：

9月18日至9月30日

### 三、活动目的：

借助中国的传统节日“中秋节”小长假和国人的七日长假“国庆节”营造商场第二个销售高峰，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓及减小销售下降趋势。

### 四、活动主题：

庆中秋，迎国庆，送大礼！

### 五、活动口号：

略

### 六、场景布置：

#### (一) 场外布置：

大门对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；外墙悬挂巨幅：宽：高=10\*13m□

在门上方悬挂大红灯笼8个。

#### (二) 场内布置：

- 1、分别在一、二、三、四楼电梯两端悬挂宣传指示牌。
- 2、在一楼大厅设立一个大月饼（由采购部洽谈）；
- 4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼；宫廷灯笼300个。
- 5、在各楼层主通道悬挂中秋、国庆节吊旗（各一面）；吊旗1000张。
- 6、楼梯护栏以金黄色绒布围边，同时加强对电梯口布置。
- 7、中厅中央吊一个大型（2、5米宽）的灯笼，在大灯笼下方吊方块字样“中秋节快乐”，在从再加上其它的装饰物。

## 七、宣传策略

（一）dm海报宣传

（二）电视媒体宣传

（三）宣传内容：月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内容；

（四）时间：

（五）费用收取：

（六）宣传形式：动画图片加文字。

（七）场外巨幅、展板宣传；

（八）场内播音宣传；

（九）社区各人流密集处以小条幅宣传，内容“xx购物广场

祝全市人民中秋节快乐。

八、活动策略：

活动一：购物满20留住快乐瞬间

活动时间：9月1——9月30日

活动内容：一次性在本商场购物满20元以上可凭电脑小票在商场入口处靓新新娘婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：

一等奖：奖价值288元摄影套餐

二等奖：奖价值198元摄影套餐

进行。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)



# 公司营销活动策划方案篇三

优秀作文推荐！

20xx年1月、2月将是商品销售高峰，融岁末促销、元旦促销、新年促销、春节促销于一体，一方面是冬季服装、珠宝首饰、家电等当季商品将会热销，另一方面是年货商品的促销也将迎来高峰，除了要围绕既定目标顾客群体展开促销外，还需要针对会员、单位团购、家庭等展开特别的促销。同时在举办各种商品促销活动的促销同时，也需要通过文化活动来吸引人气、渲染新年氛围，另外还要举办一些公益活动来提升商场形象。

## 一、新年惊喜换购价

$20xx = 200 + 8 = xx + 8 = ?$

购物满200元，加8元可换购价值18元的商品；

购物满xx元，加8元可换购价值88元的商品

(换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等)

操作说明：

凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换。

## 二、噼里啪啦迎新年

在商场内购物满200元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。

满400元扎两个，以此类推，单张小票限扎10个。

奖券设置：

(奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券)

一等奖：在奖券上标有5个大象，2名，奖品为价值xx元的礼品或消费券；

二等奖：4个大象，5名，奖品价值为500元；

三等奖：3个大象，10名，奖品价值200元；

四等奖：2个大象，20名，奖品价值50元；

五等奖：1个大象，奖品为价值10元。

操作说明：

可以在商场内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的. 气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

### 三、购物送马克杯——感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时，随着流行时尚的. 不断变化，人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上，又称马克杯，天天相伴，时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

## 四、一谏值千金——我们倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际，听听顾客的意见，是十分有必要的，有助于商场对过去一年进行更好的总结和反思，也有助于商场在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到xx的真诚。

选择周末两天，李总、谢总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物(价值5-20元，如台历、小型工艺品或印有“xx”的实用商品等)，而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予1000元的奖励，并于次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予1000元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，商场还可以聘为兼职监督员。

## 公司营销活动策划方案篇四

中国保险的营销创新，有三个前提：一是政府重视并予以支持，二是保险主管部门的理解和帮助，三是社会、客户认同。因此，保险/保险中介人公司必须高度重视营造一个良好的公共关系环境。

管理专家指出，未来企业的核心竞争优势只有三种——产品领先、运营高效和客户亲密。因此，一切营销方式的创新都必须立足于提高公司一个或几个方面的竞争力来展开，作者认为目前中国的保险及保险中介公司重点应在提升运营效率和亲密顾客关系上下功夫。

### 1、一对一深度保险营销策略。

“一对一营销”核心的实质是以“顾客份额”为中心（即在同一顾客更多地实现销售），与顾客互动以及定制化。即通过与顾客深入的对话交流，更精确、细致地分析、掌握客户的需求并以此引导保险产品的定制，从而为同一顾客提供更

多服务（获取更多利益）。

深度保险营销策略就是保险人及保险中介人通过长期人文关怀，使客户对本公司形成长期的品牌忠诚，认同公司利益与客户利益的。双赢原则，在关心满足客户的显性需求后进而关心其隐性需求，不断开发新的服务机会。

## 2、保险与理财联动营销。

保险人保险营销策略在充分满足客户投保需求的基础上，以更专业的素质为投保人提供系列化的理财服务。尤其是正寻觅多种投资出路的中产阶层以上的家庭和企业投保人，保险与理财联动，可以保险进门，在理财中（靠智慧）赚钱。

## 3、依靠保险中介营销

保险公司保险营销策略逐步从保险业务中专业化分离出来，集中于市场调研与精算，产品设计，售后跟踪与理赔服务，品牌建设等，而将目前花费大量人力、精力的产品营销交给专门化的保险代理人、经纪人公司，这是保险发达国家的共同规律。专业化可以提高经营的集约程度，降低各个经营环节的成本，更容易形成自己的核心竞争力，打造保险公司保险营销策略、保险中介公司自己的经营品牌。

## 4、业务流程重组。

业务流程重组的核心是对客户的高度关注和负责，是对企业传统经营理念的创新。重组包括变革企业的组织构建，绩效评估，激励机制以及企业文化的调整。

保险/保险中介人公司业务流程重组再造，根本的导向是建立二线为一线服务的运营机制，确立“客户的需求就是所有员工的工作命令”的理念，决不允许因保险/保险终结人公司内部规定而让客户坐等的现象。

5、增强团队合作

6、跟踪营销

为已有的投保人及其关联人，持续提供新的产品推荐，销了寿险销财险，作了财险挖掘人身险。

## 公司营销活动策划方案篇五

^v^欢乐进行时，健康每一天^v^

该主题既可以体现出本次活动中所给消费者带来的直接感受，又体现出xx一直以来向消费者传达^v^健康向上^v^的整体形象。整个活动主题朗朗上口，便于消费者记忆。

展示xx形象。

促进xx产品的推广。

拉动xx短期销售。

加深xx在消费者心中的地位。

1、孩子

他们的年龄段从4岁到18岁不等，他们喜欢玩，喜欢接触新鲜的事物，他们对任何产品的认识大多取决于第一印象。他们对产品虽然没有最终的确定权，但是他们是左右父母购买的引导权，父母对他们所提出的建议大多都是重视，而这也是实施最终购买很重要的一个环节。

而这次活动，我们就是让孩子像知道麦当劳一样记住xx□让xx留在他们的脑海里。

## 2、家长

他们极度关心孩子的健康，只要对孩子的健康有好处的产品，家长们都愿意去尝试。他们在购买此类产品时，可能基本处于一种理性的购买状态之中。但是他们在购买前，经常会听取孩子们的建议，然后再通过进一步地分析，决定最终购买。

而这次活动，就要让家长们的知道xx是对孩子的成长是非常有利的，同时通过相应有效的促销方案和免费饮用活动，吸引家长完成最终购买。

在北京2家家乐福(建议在方庄店、马连道店和中关村店中选择两家)门口，展开丰富多彩的现场活动。整个活动包括周末的户外主题活动和工作日的室内礼品派发活动。

因北京另几家家乐福门外均无太大场地，无法实施户外主题活动，故建议选其中两家(白石桥店、国展店)，进行全程的礼品派发、促销、青少年与儿童健康展览等活动。

工作日的礼品派发活动基本安排在每周一到周五，可以购买产品后换取或赠送小礼品的形式派发，也可采用促销员在客流较多时段进行产品派发。

派发的小礼品可以选择为纸灯笼、对联、中国结等，之所以选择这样的小礼品，是因为活动期间距离春节不远，选择一些符合春节气氛的小礼物，能够迎合更多人的心理。

另外，我们还建议：

一、也可以赠送一些印有xxlogo的小胸牌，摇摇卡、文具、杯子等小礼品。

二、可以在购买时赠送刮刮卡。刮刮卡现刮现中，中奖率100%，礼品分别为三个层次的奖品(如大奖为三星dv[]二等奖

为ps2游戏机，欢乐奖为xx小礼物等，具体形式、奖品设置待沟通)。

促销配送方案：

1、购买一桶xx产品送对联一幅

(杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个)

2、一次性购买二桶xx产品送纸灯笼一个

(杯子一个或胸牌、摇摇卡各一个)

3、一次性购买三桶以上(含三桶)xx产品送中国结一个

(或文具一套)

周末的主题活动可设计成标准统一的节目和舞台背景；也可根据每家^v^家乐福^v^门前场地的面积、形状大小、位置的不同，举行不同的活动。