

2023年橱柜促销活动方案策划(大全5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

橱柜促销活动方案策划篇一

20xx年12月25日——20xx年2月16日每周六

珠宝全国各地专卖店/柜

“大声说sorry”美丽心灵假面秀

夫妻和情侣间的隔阂来自于猜疑和不能坦诚相见，加上中国人在情感表达上的含蓄，导致了更多的猜疑和隔阂，我们的“善美”和“信守”两款系列钻饰的诉求都在情感上，我们要从情感上消除这种猜疑和隔阂，达到“善美”和“信守”的目的，同时为了更好的提供给人们一个消除这种猜疑和隔阂的机会，我们策划了这次“大声说sorry”美丽心灵假面秀，使人们勇敢地对自己的爱人说出“sorry”来，同时又通过假面不暴露隐私，从而使夫妻或情侣之间隔阂全消和坦诚相待，突出“善美”和“信守”的情感诉求。

1、造势宣传：

(2)在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活动意义、参与细则、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

2、活动程序：

(3) 9: 30-9: 55向观众散发选票(一半是选票, 一半是珠宝的宣传页);

(5) 接着2号、3号……参赛者类似1号参赛者进行现场秀;

(7) 11: 50主持人公布获奖者, 奖项设置如下:

最深情情侣奖: 1名奖信守系列首饰一套及圣诞礼物一份;

(8) 以《明天更美好》或《同一首歌》谢幕。

1、珠宝模特秀: $300\text{元} \times 5 = 1500\text{元}$;

2、艺人现场演唱费: 6000元;

3、奖品(信守系列钻饰)费用: 4000元左右;

4、展架: $65\text{元} \times 2 = 160\text{元}$, 条幅: 150元, 假面: $10\text{元} \times 20 = 200\text{元}$;

5、场地布置费: 1000元左右;

6、选票: $0.5\text{元} \times 500\text{份} = 250\text{元}$;

7、媒体宣传费: 5000元左右;

8、总计: 18260元。

另: 活动控制与推广问题说明:

5、活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、顾客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商。

6、印制50元或100元的现金优惠券, 同时在今后通过与其他

强势非珠宝类品牌经销商、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

橱柜促销活动方案策划篇二

橱柜经销同策划促销活动的`第二种就是造势，不能像诸葛孔明一样“借东风”，就只能自己“造东风”了，能借势是上策，在不能借势的情况下，再考虑自己造势。造势的方法很多，笔者列举如下：

造势的第一种方法是造事件。造能成为媒体和消费者关注、能成为热点和亮点，能有行业影响力、社会影响力的大事件。造事件上最成功的案例就是家居建材行业里一战成名的富雅漆了。这个品牌的漆为了表示油漆里不含对人体有害的挥发物质(voc)企业老板现场把一杯油漆喝掉，当时造成了很大的轰动，媒体竞相传播，这种健康漆的好处不胫而走，品牌一炮打响，后来这种漆还进了“鸟巢工程”。

造势的第二种方法是造概念(造卖点)。这点是中国企业的强项。中国的家电企业，竞争最激烈，也是玩概念，造卖点最激烈、最白热化的地方。任何家电的品类都有一大把让消费者头晕目眩的概念、卖点，如什么氧吧空调、正弦波变频空调、网锐电视、酷开电视等等，让消费者目不暇接。

造概念、造卖点也是一种非常适合中国国情的促销方式。笔者在服务某国内知名橱柜品牌时，也造出了3g厨房的概念(3g是好看goodlook,绿色环保green,高品质goodquality的意思)借企业刚刚被认定为环境标志产品的东风，在全国范围内展开了“3g厨房中国行，亿万好礼送不停”的大型促销活动。

造势的第三种方法就是造节日。没有节日，就要造节日。如文化节、艺术节，鉴赏节等。总之是文化搭台，品牌唱戏，终端收钱。笔者在家居建材业首创了8月8日丈夫节，倡议“男人下厨一小时烹制丈夫菜”，在此节日丈夫为自己亲

爱的家人和老婆亲自下厨，烹制出饱含对家人爱和责任
的“丈夫菜”。不仅在线上传播，还在全国终端如火如荼地
开展了以丈夫节为主题的各式促销活动，斩获颇丰。

盟等。目的是，不管是厂家还是经销商，大家抱团取暖，联
合让利，联合优惠，联合获取更多的目标顾客，联合制造更
大的声势，联合占有更大的市场份额。

要做好一场促销活动，活动的主题策划是开始，也是最难点。
良好的开始就是成功的一半，学会了借势和造势，促销活动
策划的难题，在很大的程度上就可以迎刃而解了。

观点：橱柜概念营销，简单制胜

在任何行业内或者对于任何一个行业，都会有企业采用“概
念营销”的营销策略进行营销传播和信息告知。在橱柜行业
同样也存在企业采用“概念营销”的现象，并且运用的极其
成功，取得了不俗的市场战绩，在行业和消费者当中留下了
深刻的印象，并且成为消费者消费该类产品的的一个重
要“卖点”。那么什么是“概念营销”呢？笔者认为有必要
解释一下。

概念营销是指企业深入了解消费者的理性需求和市场需求趋
势，并且结合着这种需求进行产品研发、设计和制造，通过
营销传播、活动促销、人员说服等方式将这种需求以“点”
的形式进行传播，引起消费者关注和认同，和实现厂家“卖
点”与消费者“买点”之间的有效对接，引起消费者对该类
产品某新特点的一种期待的营销策略和营销手段。

尤其橱柜行业内的领袖企业在企业对外宣传语中做的几乎大
相径庭，通过企业宣传语并没有给企业带来过多的形象塑造
意义。宣传语在一定程度上能将自己的企业实力和形象留给
消费者，是消费者由一个简单的总体性的认识，但是每个企
业都说自己是“行业领航者”“龙头企业”等自封名号(国家

相关部门有不对企业进行类似的称号加冕)，消费者便开始困惑了，都说是龙头，哪有那么多“头”，谁说自己是“尾巴”，肯定是在忽悠我们。于是乎，次类宣传语除了在不同级别间的企业间能起到一定的差异化作用，同级别企业中所起的作用并不大。

但是，概念营销确有效解决了同级别的企业间产品的差异化，简单化的营销宣传语更是使企业营销传播“如虎添翼”。

橱柜促销活动方案策划篇三

早在，阿里巴巴首次做“双”电商抢购时，销售额还不过亿。经过6年的沉淀与发展，今年双交易破亿仅仅只用了1分11秒，互联网电商的发展势头在这几年正呈现锐不可当的发展趋势！

虽然不少橱柜品牌在今年“双”电商抢购中有所斩获，但是在电商的发展征程中，橱柜企业仍然显得有些稚嫩。面对未来一系列电商挑战，不仅仅是橱柜十大品牌，想要分电商一杯羹的企业都需步步为营。

对于“双”电商抢购来说，企业拼实力只是一方面，更重要的是要重视产品营销推广。例如今年天猫推行的提前预购、充天猫宝送红包等方式，就给了橱柜企业良好的示范。并且，在电商活动中还有橱柜品牌将“线上抢购”延伸到“线下”，形成线上线下的联动效应，从而起到事半功倍的效果。

最后，需要强劲的物流保障；据统计，在11月10日-17日之间，全行业需要处理的邮件量将达到5.86亿，比去年同期增长近70%。另外，橱柜产品属大宗物件，这就对各橱柜企业的物流能力提出更高的要求。消费者畅快抢单，企业如若不能畅快地将产品完好无损地送到消费者手里，一切都是“空谈”！

橱柜行业历经二十来年的发展，不仅有中国橱柜十大品牌来增强品牌美誉度，更有智能橱柜、大家居和势头正盛的电商

模式来给橱柜行业指明新的发展方向，行业未来看似一片光明，如何走，还需企业砥砺前行！

橱柜促销活动方案策划篇四

1. 缔造精典空间！品尝美味人生！
2. 年年鸿运来，天天好兆头——好兆头橱柜！
3. “艺”恋新生活，依然好兆头。
4. 年年岁岁美生活，暮暮朝朝好兆头。
5. (时尚)健康好厨卫，生活好滋味——好兆头厨卫！
6. 生活好品质，好兆头橱柜。
7. 爱满厨香，温馨到家。
8. 橱柜一开，开了个好兆头。
9. 品味一种人生，成就一种高贵。
10. 新好厨房生活——好兆头橱柜。

橱柜促销活动方案策划篇五

中秋、国庆佳节是举家团聚、共享亲情的日子，也是保健品的黄金销售期，市场将着重于重点药店开展倾情买赠促销活动，以此换取药店在促销政策、终端陈设等一系列市场建设行为上赐予我司的优待或免费支持、提升我司保健品销量。

二、活动目的

1、通过对重点药店驻点促销并强化管理、培训，开展对重点药店的集中攻坚，推出限期建设“百盒店”“万元店”终端工作。

2、分别把握两个方面的消费者需求：

1)风光、精致礼盒装，迎合节日送礼需求；

2)实在、功效，为解决身体某些问题而买保健品，用有劝说力的实例、承诺打动消费者的心。

3、充分消化现有药品保健品库存。

二、活动时间

1、造势时间：

2、活动时间：

四、活动地点：

五、主推产品：

六、活动形式：

形式一：购x1盒送x或xx1盒

形式二：购x2盒送x或x1盒

七、促销策略：

1、紧抓药店，强化终端促销力度及助销效果，活动前期在终端点以pop、kt展板、货架贴等多种形式大力宣扬“xxx特殊相宜免疫低下、易疲惫者”“xx——中国驰名商标产品”。

2、用大的陈设面、好的陈设位置协作、承接平面媒体宣扬，赠品要求插有赠品标识，让顾客一目了然。地堆陈设统一为：产品+赠品+手绘pop□

3、活动前组织导购员明确活动内容、任务，进一步熟识公司保健品成份、功效，统一输出口径。

为推动各地连锁事业的进展，为更多的零售企业供应相互沟通的机会，盼望全国各零售连锁超市选购总监、选购经理、企划经理、企划主管等都能够踊跃参与，把我们新奇、独特，可操作性强的金点子方案都呈现给大家以便相互沟通，相互学习。

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](#)