

最新家具促销活动方案活动(模板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。方案的格式和要求是什么样的呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

家具促销活动方案活动篇一

20xx年11月28日早上8点在学院举办了质拓展训练营培训，本次培训在大体上取得圆满成功，这是工商管理系在本学期举办的第一次素质拓展训练营的培训，为今后素质拓展部对此类活动的举办提供了模版基础。活动的各个流程进行得较为顺利，并且基本上达到了预期的目的，教练的耐心指导，同学的积极配合都有力地促进了本次活动的进行，有趣而又富含意义的游戏使得同学们积极主动地融入到了活动当中，各营的队长在活动结束后分别发言，表达了自己对此次活动举办的感言。大家都感触颇深，收获颇多。

当然此次活动也存在着一些不足之处，需要我们通过不断的反省，去进一步地改进与完善。下面是对本次活动优、缺点的分别概括和总结：

尽管天气严寒，但是教练员和参加人员仍然准时到场，活动进行过程中，大家踊跃提出自己关于玩游戏的建议，主动出谋划策，各个营的教练员积极组织各营成员参与到活动中来，各个成员积极配合，12级系干各司其职，完成各种准备工作，为活动的开展提供了很好的环境，准备工作齐全，这将作为我系素质拓展部开展活动的经验。

由于音响设备原因，活动开展中的部分讲话、指令传达、集体安排等事项没能起到预期效果，致使活动刚开始时，参加人员的积极性没能很好地调动起来，活动场面气氛不够活跃。

游戏开始后，部分同学对游戏规则不够了解，致使游戏过程中耽误了一些时间，能够开展的游戏种类较少，这将作为我们本次活动的教训，下次活动中坚决避免出现同类问题。

本次活动的组成部分共分为赤、橙、黄、绿、青、蓝、紫七个营，每种颜色都代表了不同的精神，活动突出“洪战辉精神”的主题，让学生在一定程度上释放了压力，认识了自身潜能，增强了自信心，也进一步加强了12级新生之间的沟通与交流，为我系日后各类工作的开展打下了良好的基础。

家具促销活动方案活动篇二

方案一：发放的购物券作“销售费用”

1. 发放购物券：销售费用=3000万元；预计负债=3000万元。

2. 确认销售收入。库存现金=3510万元，预计负债=2340万元；主营业务收入=5850÷(1+17%)=5000万元，应交税金——应交增值税(销项税额)=5000×17%=850万元。

此方案产生应交增值税382.5万元(850-467.5)，毛利2250万元(5000-2750)，名义毛利率为45%，但除去返券产生的2340万元销售费用后，实际利润为-90万元。

此方案产生应交增值税42.5万元(510-467.5)，实现毛利250万元(3000-2750)，毛利率为8.33%，无其他销售费用。与方案一相比，仅增值税一项即可为公司节省340万元。

四、“抽奖”促销的税务处理

“抽奖”促销通常是顾客消费达到活动条件即凭购物小票参加抽奖，奖品多为实物。对于百货公司来说，送出奖品与发放赠品在会计和税务处理上并无差别。但中奖顾客应根据《国家税务总局关于个人所得税若干政策问题的批复》(国税函

[20__]629号)第二条的规定：个人因参加企业的有奖销售活动而取得的赠品所得，应按“偶然所得”项目计征个人所得税。赠品所得为实物的，应以《中华人民共和国个人所得税法实施条例》第十条规定的方法确定应纳税所得额，计算缴纳个人所得税。税款由举办有奖销售活动的企业(单位)负责代扣代缴。在实务操作中，部分顾客不了解代扣代缴个人所得税的法规，从而对活动的真实性产生质疑，为避免相应的纠纷。商场应该在活动规则的说明上做明确的提醒。

促销活动的举办需要各个部门全力配合，促销方式要不断推陈出新，吸引顾客参与其中，方能使活动达到预想的效果。对促销活动的税收筹划，亦应根据活动方式的变化而不断创新，提出合理化的建议，在不违反国家税收政策的前提下，尽量减轻企业税负。

家具促销活动方案活动篇三

本月__日-__日是__电器为期3天的中秋促销活动日。本次活动以__30年，感恩有你为主题，主推__20m大吸力烟机套餐，力求通过__大吸力烟机扩大帅康烟机在高端烟机市场上的占有额，从而带动__品牌其他厨电产品。目前天气转凉很多家庭忙于装修，再加上这次公司买赠促销力度较大，我们此次的促销活动总体效果较好。

本次企划案的前期准备也十分充足，且配合前期魏总的两次动员大会的认真讲解和部署，各门店店长及公司各部门人员的认真论证，还有门店销售员工们的大力积极配合。本次促销方案真正形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们针对目前厨电市场油烟机品牌良莠不齐，且价格混乱，大品牌烟机促销力度较小，重磅推出年仅一次的大力度买赠套餐帅康大吸力套餐活动，在中秋三天与业内各大品牌的竞争中达到了应有的效果，消费者们对我们帅康品牌的反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

在商品方面，__中国厨卫电器领导品牌，曾六年雄冠厨卫行业品牌价值榜，__大吸力烟机稳居行业十大畅销机之首的高端烟机。本次主推套餐中的t928大吸力烟机□qa118系列灶具，和k10消毒柜，均属当前国内厨电行业最高端的产品。我们有能力也有实力与老板方太一争高下。再加上门店的陈列配合，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉上和心理上给消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

但是，我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：在本次中秋促销活动中，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

1部分门店的现场执行力度不够，没有真正做好上传下达。

2新商品开发，部分业务没有充分的跟进，致使很多经销商没有配合本次活动，这是本次促销活动最大的遗憾。

3门店在本次中秋促销活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

4门店在本次中秋促销活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。

5_x_用心主做高端厨电产品的大品牌，广大促销人员对帅康产品的定位始终模糊，没有做到以己之长攻彼之短总用自家的低端产品和别人家的高端产品比，自家的高端产品束之高阁，导致在本次促销活动中，很多门店口径不一，促销力度受阻。这是生意中的大禁。

当然，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的促销工作作好。希望广大帅康家人们能吸取总结本次工作的不

足，完善自身，与卓朗共同进步。

家人们中秋三天所付出的辛劳和汗水，卓朗都历历在目，有你们的奋斗才有卓朗的今天，卓朗不会忘记为这个大家庭奋斗的每一位家人，卓朗与大家同在。

希望各位家人在休息过后，调整好状态。预祝家人们国庆再创新高，加油！

家具促销活动方案活动篇四

我们可以将消费者的消费心理历程划分为注意、兴趣、联想、欲望、比较、确信、决定7个阶段，新年期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，广告位招商也就是说，在此期间这7个阶段的消费心理变化时间将大大缩短。有效地与消费者沟通就是采用视觉，语言，演示的方式将新年促销信息传递给消费者，抓住消费心理变化的瞬间，促使消费者快速形成购买决策的过程。

在新年促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息。抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，新年购物也希望讨个“口彩”，求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣（针对这次送福，送财）新年是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的`兴旺。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）

一：新年促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1. 媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。
2. 销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列□pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程当中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深新年的气氛，又可以更贴近老百姓。
3. 人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1. 属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。
2. 属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

新年期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该

类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3. 新年高利润的商品应以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在新年促销活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1. 一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2. 重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程当中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。新年经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

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](#)

家具促销活动方案活动篇五

安全月工作开展以来，林牧站按照《师2011年安全生产月工作要点》和《关于开展全国“安全生产月”活动的通知》等文件精神，按照团党委的部署，认真贯彻落实安全生产月工作内容，结合本站实际情况。把各项安全工作落实到了实处，把安全防范知识宣传到了各个岗位。通过安全月各项宣传，培训，知识竞赛等活动的开展，我单位职工思想和安全意识有了普遍的提高，从源头上杜绝了安全隐患。为团各项工作的开展，提供了有效的安全保障。

首先成立了“安全生产月”活动领导小组，由书记付思明同志全面负责，建立了监督、监管体系，制定了相应的职责制度，明确责任、层层分解、逐级管理。让广大干部职工从思想上彻底认识到安全生产的重要性和必要性，真正把认识转变为高度警惕融汇到日常工作生产中去。形成安全生产无小事，人人关心安全，安全关系人人的良好氛围。

活动期间，我单位安保部根据实际情况，广泛的利用企业内刊、宣传栏、横幅、标语等大力宣传各种安全知识、预防事故的方法和自我保护的相关知识。提高全员的安全生产素质，保证安全生产宣传的针对性和实效性。提高人们的防范意识，将各类隐患事故降为零。

各单位在“安全生产月”活动期间，针对各自的工作实际，补充完善了各种规章制度，并严格执行，对重点部位的薄弱环节进行整治。将制度张贴到各个岗位，让广大职工在工作中有章可循、有法可依，杜绝了违章作业所造成的各种不良

后果。

根据方案要求各单位进行自查、自纠的同时，项目部组织了全方位的安全大检查，检查组织有分管理领导带队，组织主管部门及相关人员进行了横到边，纵到底，细致入微的检查，特别对小型机动车、小四轮进行了日常跟踪和针对性检查。对本单位人员住房用电进行了全面检查，漏电保护装置是否灵敏，线路是否整齐。本次大检查，随查随纠，立即整改，不流于形式。有这次活动的督促给安全生产工作打下了坚实的基础。

总之，通过本次活动的开展，在林牧站收到了良好的效果，提高了全员的安全生产意识，增强了管理人员的责任心，促进了各项工作的顺利实施，也取得了较好的成绩。我们将以这次活动为契机，努力抓好安全生产工作，达到以月促年，全年无事故的目的，使各项任务顺利完成。