

# 秒杀家具的经典话语 家具活动策划方案(大全10篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编帮大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 秒杀家具的经典话语篇一

促销指的是企业通过一定的方式向顾客传递信息，并与顾客进行信息沟通，以达到影响消费者的购买决策行为，促进企业产品销售为目的的营销活动。促销在产品上市前以及产品的成熟期尤为重要。20xx年的五一将至，家具企业也都想在这个寒冬之后的第一个黄金小长假有一番收获，那么，制定一份科学而实用的促销策划必不可少。

促销宣传手段：

### 一、广告促销

家具企业通过各种传媒进行信息传递，刺激消费者的购买欲，扩大产品的销量。广告是家具企业用来直接向消费者传递信息的最重要的促销方式。

### 二、人员推销

家具企业推销人员直接与顾客接触和洽谈，向顾客宣传产品，从而达到促进家具企业产品销售的目的。

### 三、营业推广

直接针对产品采取的促销活动，在短期内能引起顾客和有关经营者对其产品注意，从而扩大产品的销售。

#### 四、公共关系宣传

家具企业为获得人们的信赖，树立企业或产品形象，用非直接付款的方式在各种媒体上发布商业新闻，广播电视报道等进行的宣传活动。

促销五步骤：

##### 一、建立销售促进目标

不同类型的目标市场上，销售促进的`特定目标各不相同。建立目标是其它一切工作的基础，没有目标就失去了工作方向和行动的动力。

##### 二、选择销售促进工具

工具的选择决定于以下因素：市场类型、销售促进目标、竞争状况、外部环境等等。

##### 三、确定促销方案

销售促进工作方案的制定，应注意以下问题：

- 1、选择和确定方案对市场及顾客的刺激程度。
- 2、选择对象，确定是哪类人，哪些团体。
- 3、选择合适的媒介。
- 4、选择合适的机会。
- 5、合理地进行资金分配，以便采用最有效的方式进行。

## 四、促销方案的监控实施

实施促销方案时，要认真注意市场与顾客的反应，不断对实施过程进行监控，并及时进行工作的调整。

## 五、效果的评估

通过对促销活动开展前后的销售情况的比较可以对效果做出评估，也可以参考一些调查结果。通过进行评估，可以进行工作的改进，以更好地适应市场需要。

促销方法：

### 一、服务促销

服务促销是以消费者为中心和出发点，通过周到的服务使顾客得到实惠，通过服务促销可以提高企业的声誉，可以把顾客吸引到企业的周围，建立长期稳定的经济联系，可以使市场的渗透顺利实现，并通过准确的信息反馈，不断完善和更新产品。服务促销包括以下方式：

## 秒杀家具的经典话语篇二

深有体会！甚至一些参加双11的商家，“幸福一天，痛苦半年！”

接下来的文章本人从宏观角度给大家提供一下双11筹划的思路，以飨读者！

### 一、营销定位

双11作为一场消费者、卖家、平台、服务商等多方参与的狂欢盛宴，具备巨大的影响力与号召力；作为卖家的我们，在去年双11大促的经验基础上，今年我们如何做好这次营销活动，

需要有一个明确的思路与定位。

在活动前夕，我们需要制定明确的营销思路和规划，包括流量、转化率、客单价、客户服务、品牌传播等方面，制定详细可行的营销方案，并按照计划严格执行。

## 二、产品定位

根据店铺现状以及活动需求，确定双11的活动产品，包括为双11准备的特供款。按照品类、风格、价位等因子进行分类，确定店铺的引流款、利润款、形象款，以便于后期的合理备货。

对于传统企业而言，双11活动产品既要保持让利促销，又要避免与线下的专柜的差异化，避免产生冲突；这就需要在双11的产品上进行合理定位，找出权衡利弊的产品方案。

## 三、合理备货

根据产品定位以及活动期间的预估销量，对双11产品进行合理备货；

因此我们需要事先对双11的销量有-

## 四、理性促销&店铺预热

### 1、理性促销

双11对商品价格的要求中提到，活动商品价格必须小于等于xx年9月15日至xx年11月10日期间天猫成交最低价的9折。

店铺主推商品要有足够的利润空间，不至于在双11历史最低价的9折基础上，无利润可寻。拥有一定的利润空间才能为消费者提供更好的售前、售中、售后服务。

## 2、店铺预热

从8月中旬开始，我已经观察到一些商家开始在店铺内对今年的双11进行预热，采用收藏店铺送现金券、限量大额优惠券免费抢等形式，为双11活动预热，这样有助于提前为自己的店铺积累人气，避免在活动前夕与众多卖家“直面相战”。

## 五、打造店铺人气爆款

打造店铺人气爆款，对于双11活动引流起到至关重要的作用！以众多参加过双11的商家案例分析来看，除了类目的主会场之外，一些大型店铺的分会场流量仅占到全店流量的10%左右，更多的流量来自于自然搜索；这也是买家购物的一种习惯。

9月份确定了店铺的主打款之后，在-

接下来的2个月内，需要利用各种渠道和资源，将店铺的主打款打造成类目的人气单品，以期在活动中获得好的排位和搜索流量。

2016九九重阳微视屏作品征集公益活动方案

2016年商场七夕情人节系列活动策划方案

2016年国庆节、重阳节活动策划方案

关于双11活动策划

----

## 秒杀家具的经典话语篇三

近些年来，随着家具行业的日趋激烈，促销活动日益频繁，“买就送”、“全场清仓”、“进店有礼”、“满××

送××”、、、、、、层出不穷，五花八门，但很多活动效果很差甚至是赔钱赚吆喝，铩羽而归，那如何做好家具店的大型促销活动呢？记得前些年，市面上非常流行一本书叫《细节决定成败》，讲述细节管理的重要性，让很多营销人员如获至宝。但做好一个大型的促销活动，不仅需要关注细节，更需要对整个过程进行系统的管理。系统即某种模式，是行为的标准、程序化，开展大型促销活动的标准和程序包括以下几个步骤：

## 一、广告多宣传；

“酒香也怕巷子深”，一个成功的促销活动，活动的内容是否具有吸引力非常重要，但同样需要全方位的广告配合，在一定程度上，形式要大于内容。一般情况下，大型活动前10—15天，广告就要投放，将市场充分预热起来。做什么形式的广告，视具体情况而定，报纸广告、电视广告、街道横幅、夹报广告、大牌广告等等，下面我讲下本人以前经常采用的一些广告形式：

- 1、自行车队：店面购买10辆26圈标准自行车，在车子后座上插上竖排，双面都可以贴广告画面。另外再招聘10个临时工，每人骑一辆车，按照计划好路线巡游全城。
- 2、大篷车：可以借亲戚朋友的车，也可以找专业的宣传车租赁公司，大篷车四面全包，确定路线后，通过扩音器播活动信息，行车速度不超过25码/小时，专人跟车，早上以7：30—9：30为主，下午以4：30—5：30人流高峰期为主。
- 3、举牌：雇请15—30个人按身高排成一支队伍，最好是学生，着统一服装，每个人手中举着广告牌，沿街道行走，由于人行走的速度较慢，留给路人观看的时间较长，易于为人记住。
- 4、短信群发：通过短信平台，活动开始前的1—3天将活动内容的信息群发给意向客户，字数不能太多，言简意赅，主

题突出，清晰明了。这种方式的最大特点是费用低，覆盖面广，通过短信平台发送的短信可低至6分钱/条。随着行业竞争的日益激烈，家具行业的促销逐渐常态化，对家具店来说，短信平台会经常使用。上述几个广告的传播范围广，针对性、精确性都比较低，而下面这种广告的就很好克服了这个问题。

## 二、员工要兴奋；

“三分策划，七分执行”。没有良好的执行，再好的方案也只是白纸一张，所以如何让自己的员工富有执行力是很多家具店的老板头疼的难题。笔者认为，一定要让员工兴奋起来，只有他们兴奋起来，精气神上来了，工作才有干劲。

### 1、坚持晨会制度

家具这种大件产品属于耐用品，很多人一辈子就买一次，平时很少关注，所以家具店的人流量跟服装店、餐饮店不能比，家具的导购人员通常比较空闲，闲则生事，积极性和工作状态很容易下滑。团队管理的一个重要原则就是情绪原则，坚持晨会制度，每天早上花10-20分钟的时间组织员工跳舞、分享案例、高喊目标等，引导员工的情绪，提升员工的士气，这样他们工作才有干劲。

### 2、导购激励方案

每个人都有自己的强项，做大型促销活动，一定要给导购设立很多奖项，让多数人都有可能通过努力获得荣誉，有利于提升团队的凝聚力。下面是福建中部某县城的3000平米家具店开业活动的导购激励方案：

个人最大单奖开业期间单笔数额最大奖金500元；

个人最多单奖开业期间签单数量最多奖金500元；

元

最早开单奖开业期间第一个开单奖金500元；

团队销售奖开业期间完成总体目标，每人额外奖励200元

这个方案共有7个奖项，激励所有的导购加倍努力，最终这次只有3天时间的开业活动销售额达到了316万元，定金收了168万元，平均每人销售额达到了20万，这在一个小县城里堪称奇迹。

### 3、促销动员会

促销动员会放在活动前一天，最好是晚上，会议一定要隆重，每个人精神倍受鼓舞，通常促销动员会要突出这么几个内容：

2) 导购激励方案，前文已有详述；

4) 销售细则，包括送货时间、产品折扣等临时注意事项；

## 秒杀家具的经典话语篇四

xx家具双11活动方案如何制定?以下是小编收集的xx家具双11活动方案，仅供大家阅读参考!

活动时间□20xx年x月x日 活动地点□xxx家居 活动主题：春季家具特卖惠，惠聚全城!(xxx再度掀起家居热潮，联手知名装饰公司、高档建材、洁具。惊喜不断，大奖不断，仅此一天，莫失良机!)

活动目的：针对春节过后，整个家具市场还处于销售淡季。抢占市场等于争取商机，在别人还没有开始的时候，我们将“惠”的口号喊响。



## 一. 活动内容:

1、全场折扣及特价产品

2、抽奖

3□xxx强强联合装饰公司、高档建材、洁具齐力打造春季家居特卖惠!

## 二. 活动前商场内部准备:

1. 商户协调组:

(2人)建立商场内各商户数据库档案,及时将活动的相关信息传达至各商户。将商户的意见与建议搜集,统一整理并上交至总经理处,做好各商户的解释工作,将需要商户配合的事项以及相关促销政策准确告知于商户。

活动期间,为了确保各项促销活动能做到有机配合,形成一个完善的系统,商户协调组负责全程协调各商户的相关工作。

2. 接待组:(4人)做好整个活动的接待安排工作。并做好促销活动商场服务台的组织协调工作。礼品的采购,分类,包装,以及活动现场负责礼品的发放。

3. 物业组:(8人)包括保洁(4人)、保安(4人)。

保洁负责现场卫生清理与整理工作,保证现场活动环境干净整洁。保安负责现场的巡视工作,引导车辆的通行,保管好顾客的物品以及交通工具,发生特别事故时,及时处置,冷静操作。以免事态向不可控制方向发展。发生突发情况及时向上级报告。

## 三、物料准备:

根据活动内容确定，部门负责人列出以下采购清单，由领导审批，商管部、财务室进行采购□20xx年2月27日准备到位。

1、活动喷绘，条幅制作；

2、需准备奖品：电冰箱1台、洗衣机2台、空调8台、电饼铛30台、洗衣粉450袋；

3、装饰：桁架广告2面，红地毯1张，拱门1个，花篮6个；

#### 四、促销活动

##### (一)活动准备

##### 一. 广告宣传

1、组织人员发放彩页.

2. 悬挂喷绘或条幅；

3. 电台广播宣传本次活动内容。

4. 商场大门口桁架广告宣传本次活动内容

##### 二. 联系加盟单位

1、由专人联系装饰公司、高档洁具准备就绪

##### 三. 活动车辆安排

1. 专车接送。

##### (二)活动内容：

#### 五、全程工作安排

1、制作、实施阶段工作安排：各种活动用品(印刷品、礼品等)应完成制作、采购工作并入库指定专人进行保管。(接待组负责。)广告方面应完成活动所需物品的前期制作工作，至此广告公司与相关协作单位的确定工作应全部完成。广播稿的撰写应全部完成。(策划组负责)

2、现场布置阶段工作安排：装饰公司、高档洁具协同xxx家具专员安排具体位置 装饰公司、高档洁具完成现场布置。广告公司必须完成所有条幅、彩旗等安装工作□(xxx派工作人员配合，确认准确位置、广告执行组负责监督完成。)完成充气拱门、地毯，大门前布置工作。活动实施阶段工作安排：

1、现场卫生清理：配备4名清洁工，对活动现场进行清扫确保活动现场的整洁。

2、活动经费安排：对活动所需的经费应指定专人专项进行管理，确保活动得以顺利实施。

3、活动当天安全保卫及应急措施：配备4名保安员对活动现场进行全面的监控。

4、交通秩序：4名保安负责活动现场秩序，门前不得停放任何机动车辆。车辆的摆放由专人负责指定停放。

5、消防：配置灭火器，保安员确保进入活动现场范围内的人员禁止携带任何易燃易爆品进入现场。

6、电工：活动现场配备专业电工2名，确保活动不出现任何线路问题。

xxx家具 20xx年x月x日

活动时间:活动内容:庆祝国庆xx家具送您团圆饭活动细则:凡活动时间内在xx家居购正常价商品满6000元即送价

值600元的中秋团圆饭一桌(8-10人)。

活动须知:

1、团圆饭指定饭店,指定人数,指定时间范围内消费。

2、vip顾客参与活动不再打折,促销、处理品除外

3、团圆饭抵用现金、不折现

4、团圆饭酒水须顾客自备。费用预算:略

“庆国庆、新品展 四天折扣爽到底”

活动细则:整个活动月期间,商场推出家具新品展,10月1日到10月4日将对新品展的所有商品进行劲暴折扣让利活动。

第一天,展出新品消费者可以获得九折的优惠。

第二天,展出新品八折优惠。

第三天,展出新品七折优惠。

第四天,展出新品六折优惠。

活动须知:

1、活动新品数量有限,销完为止。

2、售出产品不可退换。费用:略

“国庆有礼,新婚送祝福”

活动细则:凡9月10日-10月10日内结婚的顾客,凭结婚证买就送电子相框一个。

活动须知：

- 1、一证送一个。
- 2、参与顾客需登记个人资料，夫妻同时在场有效
- 3□vip顾客消费持同等待遇。费用预算：略

“开门有礼，礼送现金券”

活动细则：凡活动时间内每天开门前60名顾客即送价值200元购物抵用券一张。

活动须知：

1、购物券须当日消费，购物满3000元方可使用，每人每券限用一次。

2□vip顾客、促销、处理品不参与活动。费用预算：限制购满3000元可使用

200元抵用券，相当于最低折，满4000元相当与折，买的越多，折扣越低。每天限前50名，既可限制费用又可吸引人气，提高人流量和销售。

活动宣传

- 1、店内布置。包括吊旗，展板，充气门等。
- 2、报纸、无线电、电视宣传。
- 3、宣传单的发放。
- 4、网上论坛宣传。

# 秒杀家具的经典话语篇五

## 活动

### 一、富士家具外馆宣传活动策划

#### 活动主题：

富士家具 “赛拉” 欧美家居精品 艺术品签会

星光大道冠军张扬精彩演绎《新贵妃醉酒》 13：30 敬请期待！

#### 表演活动流程安排：

注：活动过程中，及全天，富士商学院学员都要向观众发放富士宣传资料。及向有意向的客户发放晚会邀请函。3月17日活动流程同上。

## 活动

### 二、富士家具招商晚会策划

会议主题：2012年富士家具 “赛拉” 欧美精品家具系列发布会

暨富士家具商学院第一期终端系统金牌导购特训营学员结业颁奖典礼

会议地点：东莞·厚街·嘉华大酒店5f大宴会厅

会议时间：2012年3月16日18：30—20：30

嘉宾签到时间：18：00—18：30

特邀嘉宾：明星嘉宾（张扬）中国建材家具顶级培训师 二胡

（胡谢群）

媒体邀请：由家财富谢小姐负责 预计12家媒体左右。

活动流程安排：

18：30主持人宣布大会开始、介绍出席本次大会的嘉宾、企业代表。富士家具经销商及专卖店精英导购、家具行业经销商朋友、及到场的社会各界同仁。并表示欢迎。

18：32邀请富士家具董事长 林淦泉先生为大会致词。3分钟

大会第一环节——富士家具商学院第一期终端系统金牌导购特训营学员颁奖及结业典礼

18：35——主持人宣布富士家具商学院第一期终端系统金牌导购特训营学员颁奖及结业典礼正式开始，介绍胡老师。胡老师闪亮上场。（灯光、掌声）。胡老师发言（顺便赞下富士），颁奖及结业典礼正式开始。

18：39富士商学院精英导购 1+4终极pk活动表演赛正式开始。（四组成员分别表演，每队4分钟，共16分钟）。

18：45 颁奖环节主持宣布奖项及得奖名单。富士家具领导为得奖小组或成员颁奖，并邀请经销商一同上台合影留念。

18：50毕业仪式 全体学员上台，由富士领导向学员发放结业证书。全体学员高唱富士之歌作为结业之歌。董事长向全体学员作激励讲话。全体学员激情回应“富者无疆、士能行广，开拓进取、共创辉煌。

颁奖项目：

最优秀的“1”——领导

最优秀的“4”——队员

冠军团队奖

18: 50富士家具全国优秀店长颁奖由富士领导为富士家具优秀店长8名颁奖（证书、奖杯、现金1000元）。

大会第二环节——2012富士家具赛拉欧美家具精品发布会

19: 05主持人宣布2012富士家具赛拉欧美家具精品发布会正式开始

19: 06介绍并邀请星大光道冠军 张扬，并在台上和张扬互动表演 新贵妃醉酒

19: 14富士家具营销总监发言（新品推荐、新营销政策、晚会加盟抽奖事宜）

19: 20星大光道冠军 张扬，并在台上和张扬互动 表演 《天生有才》

19: 26富士家具生产副总发言（生产组织、强优管理、承诺、改善、目标）

19: 35优秀专卖店

大会第三环节——酒会环节

19: 36主持人宣布酒会正式开始，富士家具企业领导及管理精英上台向经销商集体敬酒。由王总致敬酒词。

19: 38星大光道冠军 张扬，上台为大家献上表演《牡丹》



19: 50节目欣赏

20: 00富士家具专卖店店长才艺表演

会议活动资源整合:

宣传牌: 12个

礼仪: 12名。用途 : 明星造势、晚会导引、颁奖礼仪、会场巡游两天

主持人: 1名 女主持用途 : 馆外主持、晚会主持2天

其它物料: 手提袋、招商宣传册、结业证书(100个)

会场布置: 灯光、音响LED屏。

外馆布置: 富士三个系列宣传背景、富士商学院宣传背景、主要活动主题宣传背景、观众休息区、接待区、展示区。嘉宾一楼产品及广告展示 签到工作安排。

董事长大会致词:

尊敬的各位嘉宾、富士家具经销商、店长、及各位家具界的朋友们。感谢大家不辞劳顿，出席富士家具今晚的盛会！！在此对各位表示衷心的感谢，并送上诚挚的祝福。祝愿大家在新的一年里，身体健康、家庭幸福、事业辉煌。

成长·蜕(退)变·腾跃·辉煌，是富士家具2012年发展的主题。表达了富士家具不断成长、追求卓越、开拓创新的勇气，富士家具和广大经销商一起实现更大的事业和理想。

在过去的一年里，富士家具，在企业管理和品牌建设方面展开了一些工作。得到了广大经销商朋友的认可，并取得了优

异的成绩。2012年，富士家具将和广大经销商携手共进，创造更大的辉煌。

## 秒杀家具的经典话语篇六

- 1、花一年工资，买一天家具，
- 2、华日家具：实木时代绿色生活(承诺伴您一生)
- 3、世纪京洲：创造力决定生命力
- 4、天工家具：天工家具·精益求精
- 5、温馨和浪漫的生活，我们与你一同创造!
- 6、香港巨佳家私：巨佳家私家的选择
- 7、雅宝：家具好家更好
- 9、中南家具：给你一个温馨的
- 10、尊贵而不奢华，典雅却不失自然。
- 11、金花四溅，送大礼!
- 12、金马·凯旋家居：品非凡·家非凡
- 13、巨王星床垫：健康睡眠专家
- 14、快乐圣诞，一起“家居”生活!
- 15、联乐床垫：好人好梦联乐一生
- 16、南洋·迪克：品质见证实力

- 17、欧美家：实实在在的欧美家
- 18、期间特推出某某优惠，限时限量敬请选购!
- 19、曲美家具：(时尚选择，个性生活)来自北欧，服务中国
- 20、荣星家具：邻先潮流飞耀无限未来
- 22、巴洛克地板，五重大礼淘“宝”生活家
- 23、百强家具：“德国设计.德国工艺.德国板材”
- 24、本公司于五一期间特推出某某优惠，限时限量敬请选购!
- 25、大班沙发：钻石品质首领风范
- 26、帝罗伦家具：华贵典雅彰显时尚
- 27、福乐床垫：为你塑造健康每一天
- 28、国奥：完美家居一切从国奥开始

快乐五一、惊喜5+1

幸福直通车站站有好礼

五一大酬宾，全场3.8折起

迎世博，迎五一，8折优惠酬宾

全场7折后再打8.5折

来就送,买即赠,购就返

服装行业五一促销广告语:

站在街头看美女，不如走进店内陪美女(适合成都春熙路商家)

外面太热，进来脱吧，

我们拥有足够的试衣间!(适合大型商场)

本店为旅游形象店，地居民请节后进入!(档次高的大店)

店独家推出五一七彩套装，用色彩渲染你五一七天

餐饮行业五一促销广告语：

五一走来走去，一定要吃好喝好!

黄金周不产黄金，五一节却有五折!

七天度假好时光，三餐美食好味道。

## 秒杀家具的经典话语篇七

20xx年x月x日—x月x日

合美嘉家居自选商场

合美嘉专业的室内设计师设置了40多平方—200多平方的多种不同户型、五大主题风格、20多套家具组合方案，根据客户不同需求进行自由搭配组合，免除顾客东奔西走、东拼西凑、风格不一的诸多烦恼，所有套装组合家具总价低于单品拆分价10%—20%。

时尚达人组合5980元起（适合40平方左右户型）；

1在活动促销过程中，着重凸显组合家具的优势；

3在设定好的套装组合基础上，顾客如感觉与房间整体或局部不符，允许自由调换，调换时按所调换单品的原价论，以同等价位相调换，调换价格高的顾客需补钱，调换价格低的合美嘉不退钱。

## 秒杀家具的经典话语篇八

为了活跃家具界行业气氛，提高武汉市家具行业在全国家具领域的地位，促进家具行业制造商与经销商之间的联系，使其在面对面的沟通中，达到产品开发和销售更上一个新台阶的良好效果，提高各家具制造商和经销商的销售业绩，我公司决定与武汉市家具行业协会联合举办武汉市首届家具艺术节，本届艺术节将特别邀请湖北各地市县的家具经销商作为嘉宾，所有活动安排均以他们为核心，旨在让他们了解我市场各家具厂商的基本情况，以确定双方深层次的合作。

### 一、主办单位

武汉市家具行业协会

欧亚达家具批发市场

### 二、活动时间

20xx年三月二十九日、三十日

### 三、活动地点

欧亚达家具批发市场

### 四、活动内容

本次活动由我市场出资，利用欧亚达十几年来所建立的优势和广大的客户资源，邀请武汉市及周边地市县的家具经销商

来汉参加会议、聚餐、观展等一系列活动。活动中我市场将组织建立经销商资料库，以供到会的主办方、联办方、协办方作为重要参考依据，以便进一步扩大客户群体。具体活动内容如下：

### 1、首届家具艺术节新闻发布会

新闻发布会邀请省市各新闻媒体中相关行业的记者参加，以新闻稿的方式将本次艺术节向公众宣传，重点宣传艺术节对于推动武汉家具行业的发展所带来的巨大影响力。

时间：3月29日14：00

地点：三五酒店（吴家山）

### 2、汉产家具研讨会

会议主要讨论汉产家具存在的弊端、汉产家具如何与外来家具的竞争、汉产家具如何创造名牌、如何抵御本土家具和外来家具中水货的侵蚀、汉产家具新产品的'研制开发等。

时间：3月29日19：00

地点：三五酒店（吴家山）

### 3、制造商与经销商茶话会

增强制造商与经销商之间的感情，促进双方更好的沟通，以便确定双方更大的合作项目。

时间：3月30日10：00

地点：三五酒店（吴家山）

### 4、家具精品展示会

在我市场各厅中，组织精品家具进行展示，让我市场的精品家具在广大经销商眼前亮相，一方面体现我市场的实力，另一方面提高我市场商户的知名度。

时间：3月29日14：00—3月30日16：00

地点：欧亚达家具批发市场

## 5、艺术节歌舞联欢会

本项活动针对广大的终端消费者，通过歌舞联欢会的形式，向消费者宣传本届艺术节和欧亚达家具批发市场，同时展示欧亚达在家具领域的龙头地位。

时间：3月30日14：00

地点：欧亚达家具批发市场广场

## 五、艺术节招标细则

1、冠名权（“杯”武汉市首届家具艺术节）标榜价位：八万元，具体回报如下：

所有活动均以该公司名称或品牌作为冠名

邀请企业作为本届艺术节主办单位

在所发布的媒体广告中预留版面或时段

邀请公司领导作为嘉宾参加所有活动，并聘请其作为本届艺术节的首席顾问

在活动过程中对该公司进行介绍

邀请公司领导在相关会议中讲话

在家具精品展示会中，该公司作为首要展示对象

在活动现场可设置彩虹门二个，空飘汽球四个，布标四幅

在艺术节会刊中享有二个版面的宣传空间

2、联办（限四家）标榜价位：三万元，具体回报如下：

邀请企业作为本届艺术节联办单位

在所发布的媒体广告中预留版面或时段

邀请公司领导作为嘉宾参加所有活动，并聘请其作为本届艺术节的高级顾问

在活动过程中对该公司进行介绍

在家具精品展示会中，该公司作为重要展示对象

在活动现场可设置彩虹门一个，空飘汽球二个，布标二幅

在艺术节会刊中享有一个版面的宣传空间

3、协办标榜价位：五千元，具体回报如下：

邀请企业作为本届艺术节协办单位

在所发布的媒体广告中预留版面或时段

邀请公司领导作为嘉宾参加所有活动

在活动过程中对该公司进行介绍

在家具精品展示会中，该公司作为重要展示对象



在活动现场可设置空飘汽球二个，布标二幅

在艺术节会刊中享有半个版面的宣传空间

## 六、广告宣传

### 1、报纸广告

《楚天都市报》通栏8，黑白版，一次；

《武汉晨报》通栏8，黑白版，一次；

《武汉晚报》通栏8，黑白版，一次。

### 2、电视广告

武汉一台，10秒广告，1次/天，十天；

武汉二台，10秒广告，1次/天，十天。

### 3、电台广告

《湖北经济电台》，30秒，3次/天，二十天。

### 4、宣传单

80g双浆纸，5000份。

### 5、宣传袋

220mmx320mmx80mm□256g铜版纸□xx个。

### 6、布标

七支沟——体育馆（107国道、工农路、解放大道）设置跨街

布标50条。

## 7、会刊

32p□16开，铜版纸，5000份。

## 七、费用预算

1、招待费（嘉宾食宿）： $400\text{元/人}\times 200\text{人}=80000\text{元}$

### 2、广告宣传费：

报纸广告： $28000\text{元}+8000\text{元}=48000\text{元}$

电视广告： $(8801200)\text{元/次}\times 10\text{次}=20800\text{元}$

电台广告： $90\text{元/次}\times 3\text{次/天}\times 20\text{天}=5400\text{元}$

宣传单： $5000\text{份}\times 2\text{元/份}=10000\text{元}$

宣传袋□ $\times 2\text{元/个}=4000\text{元}$

跨街布标： $50\text{条}\times 100\text{元/条}=5000\text{元}$ （含发布费）

会刊： $5000\text{份}\times 4\text{元/份}=20000\text{元}$

小计：104200元

3、现场布置（门面装饰、展厅布置等）：5000元

4、彩虹门、空飘汽球、布标费：8000元

5、新闻发布会红包： $10\text{人}\times 200\text{元/人}=2000\text{元}$

6、演出团体费用：17000元（武汉市说唱团）

7、其它费用：5000元

合计：221200元

## 秒杀家具的经典话语篇九

一、活动主题：

劳动节感恩回报

xx家具下乡、明码标价惠市民

二、活动时间：

20xx年4月20日至5月20日

三、活动地点：

xxx

四、市场分析：

综合xx市周边县、乡镇以及农村家具市场的整体分析有以下几点情况：

- (1)各县区，家具市场不完善，价格偏高。
- (2)各乡镇以及农村市场家具市场基本上处于空白状态。
- (3)各县、乡镇以及农村的客户群到市区采购不方便。
- (4)市区各家具卖场价格不完善，存在价格差异。

(5)再者地方消费者对于产品和品牌的信息来源较少。

由此可见，各县、乡镇以及农村市场具有极高的开发价值。

## 五、客户分析：

消费者主要有如下特点：

(1)消费者对产品价格持怀疑态度，对产品质量不放心。

(2)县、乡镇以及农村的广告宣传不杂乱，在宣传的时候容易取得效果。

(3)县、乡镇以及农村需要一个方便实惠的购物环境。

(4)县、乡镇以及农村对市区的产品信任度较高。

## 六、创意方案：

(1)家具送下乡，让地方消费者能享受到方便实惠的统一消费。

(2)实行部分商品明码标价式经营，让消费者不再为价格烦恼。

(3)抽取现金大奖，刺激消费者消费。

## 七、运作方式：

### 1、五、一家具下乡真情回馈活动

(a)进店有礼活动

(b)家具下乡补贴

(c)你购物，我买单

2、商品明码标价、平价销售

3、抽奖活动

二等奖两名：送价值3188元的休闲沙发一套(按2000元每套成本计算)。

三等奖五名：送价值588精美衣帽架一个(按100元每套成本计算)。

幸运奖一百名：送公司提供的精美礼品一份。

八、活动宣传：

1、单页的发放。

2、黔中早报的宣传。

3、车身广告。

4、乡镇张挂布标。

九、经费预算：

1□dm单页□a3x50000份x0.28元/份=14000元

2、半版报纸广告宣传：2000元/每期x2期=4000元

3、车身广告费用：15平米/每车x4车x10元/平米=600元

4、活动奖品费用：9688元

6、抽奖卷：500张x0.1元/张=50元

8、出差车费：1824元

合计：38674元

## 秒杀家具的经典话语篇十

篇一

一、前言：

经过市场调查统计及多年的专卖店零售经验所得，目前我们绝大部分是刚购房或新装修的顾客。但是现在平均每间志达终端零售店占有该市场份额不到10%，仍然有许多潜在消费者没有去过志达家居布艺专卖店。因此，本次推广活动有的放矢地针对刚购房的消费群，利用精美礼品吸引他们过来专卖店，再用“超值大套餐”提升他们购买欲望，最终交易成功。

二、活动的时间：

20xx年x月x日-x日

三、促销活动的目的：

- 1、快速让消费者认识，接触xx家居专卖店。
- 2、提升xx家居专卖店的销售业绩。
- 3、提升xx家居品牌的知名度及美誉度。
- 4、宣传“家居配套专家”的品牌核心价值。

四、活动主题：

五、促销活动的对象：

1、活动针对的目标市场：新楼盘、婚纱影楼。

2、促销的主要目标：正在装修的房子、刚拿钥匙的新房、结婚新房、常介绍新客户消费的旧客户。

六、促销活动步骤：

1、专卖店把宣传单及赠券派给新楼盘业主

2、新楼盘业主凭赠券及任何的业主证明文件到专卖免费取得精美礼品一份

3、业主填写一份资料档案表

4、填写完毕，由营业员介绍本专卖店概况、产品情况。

七、促销活动单张内容：

1、凭赠券可到当地志达家居布艺专卖店免费领取价值xx元的一套。

提示：领取时请出示本楼盘购房合同复印件。（时间20xx年x月x日~x月x日）

2、顾客凭促销单张或xx家居的服务存折，可享受折价后再折的优惠，特价产品除外。

注意：参加促销活动的专卖店，必需让领取赠品的客户填写好调查问卷并回传公司。谢谢您的支持。

篇二

一、活动目的：

充分利用节日契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

## 二、活动主题：

活动主题：

活动口号□

## 三、活动思路

充分利用节两大契机，通过秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展品牌影响。

## 四、活动时间：

20xx年x月x日-20xx年x月x日

## 五、活动地点：

家具广场

## 六、活动内容：

- 1、“秒杀”更劲爆！
- 2、预订套装家具更惊喜！
- 3、套装组合家具更超值！

## 七、活动注意事项：



- 1、每场活动抽出x位幸运顾客，且有顾客自己抽取，以免引起质疑；
- 3、活动开始前及结束后，合美嘉员工多注意引导顾客光临合美嘉卖场，推荐特惠活动；
- 5、每场秒杀活动的幸运顾客，主持人当场进行身份核实并当场公布。