

# 家电促销活动策划 家电促销活动方案(实用9篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 家电促销活动策划篇一

xx家电商场是在今年4月份刚刚步入市场，其地理位置处该市的`东

该现象是周边商场的恶意谣言所造成的，从而在消费者的印象中给本商场造成极坏的影响。

揭穿竞争对手的恶意谎言，打击竞争对手，提升电器的销售量及商场的名气。

以有意预购该商场家电的消费者为主。

火热6月，激情大放送

- 1、团购可打8.8折
- 2、现场消费达10000元以上可得大礼一份
- 3、以旧换新，以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠
- 4、活动期间积分为平时的2倍
- 5、有买有送。若顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电产品即可

参与26寸液晶抽奖活动，单件满1000再抽一次，满5000再抽一次，2

次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、电磁炉等大奖，买得越多机

会越大。

### （五）活动策略

1：促销方式

2：促销策略：

折扣、抽奖、礼品、以旧换新、积分、

3：促销计划：

手段：前期预热消费者给予气氛，给予种种优惠。带动消费热潮

优惠期□a团购可打8.8折

b现场消费达10000元以上可得大礼一份

c以旧换新，以旧家电来购买同等家电可有2.2%的优惠

d活动期间积分为平时的2倍

有卖有送顾客购买彩电、冰洗、空调、烟灶热等传统家电即

可参与26寸液晶抽奖活动，单件满1000再抽一次，满5000

再抽一次，2次封顶。有机会赢取液晶电视、电压力锅、

电磁炉等大奖，买得越多机会越大

广告目的：快速集聚人气，加强在外的形象，增加销量，吸引人群

火热6月，激情大放送

1：：活动时间□20xx年6月19号（星期天）上午09：30

2：活动地点□xxx家电商场现场

3：活动人员：工作人员、现场经理、媒体人员、表演嘉宾、现场观众、厨师，消费者

4：人员安排：

现场经理：指导全场工作

媒体人员：漳州广播电视台，《闽南日报》

5：活动安排

1)、热辣四射的开场舞（肚皮舞）；

3)、歌曲（夏日之歌）；

4)、游戏：“猜猜看”；

现场任何人都可以参加，以小组（人员数为3~6人均可）的形式猜电器的价格猜中或猜的最相近的可得礼品一份。参与人员可得印有xx商场标志的小扇子一把。

5)、小品；

6)、家电一元起拍卖，价高的；

7)、现场抽奖;

8)、靓机展销、个别家电现场演示(例如电磁炉炒菜、豆浆机、压榨机等演示);

9)、前期活动结束;

注(其外场表演活动期间,室内家电展销一起进行。)

广告定位:应从消费者心里出发

定位为:6月好礼送不停

买点:售后服务、销售人员的热情、优惠、家电质量

广告形式:传单、海报、户外、公车电视投放等

宣传环节各种形式的花费:主要是以传单、海报等广告形式的花费;

## 家电促销活动策划篇二

xx年x月x日—xx年x月x日

促销主题□xx小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号□xx□x豆浆机抱回家;xx□x多功能炖盅提回家;

xx□xx榨汁机带回家;xx□xx电水壶“捡”回家

xx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)

- 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。

1、促销对象：终端消费者

2、范围□xx□xx可控终端(是指有导购员的卖场)

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□xxx□xxx□促销价xx元；

电磁炉□xxx□促销价xxx元；

豆浆机□xxxx□促销价xxx元；

炖盅□xxx□促销价xxx元；

榨汁机□xxxx□促销价xxx元；

其它机型8.8折优惠

## 2、赠品形式

所有购买xx产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本(价值xx元)，电水壶顾客还赠送价值x元的除垢剂x包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值x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xxx□豆浆机xxxx□榨汁机xxxx□xxxxx;(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□xxxx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xxxxx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x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x日前发放演示台□x展架、赠品给经销商；经销商在x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——x总

活动负责人——x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xx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。

## 家电促销活动策划篇三

20xx年x月31日至x月20日

1□x月31日至x月8日

贺大中电器进驻省城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日至x月15日

彩电、冰洗龙腾虎跃擂台比拼贺xx周年



3[x]月16日至x月29日

星光闪耀周年庆纵情回报顾客情华银店一周年庆典

4[x]月30日至x月20日

大中家电航母乘风破浪

进驻xx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

以大中电器进驻石家庄1周年为主线，各部门争先庆贺，设擂比拼，纵情回报省城顾客厚爱。其中大中电器石家庄旗舰——华银店1周年庆为闪光点，众家电明星品牌踏上星光大道，会聚大中华银店，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[x]dm[x]报纸媒体、电台媒体、终端媒体(pop[x]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

终端设立现场危机处理人员

现场卫生处理：配备4名清洁工，定时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)

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：

## 家电促销活动策划篇四

20xx年12月25日—20xx年1月10日

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“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。

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：小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号：299豆浆机抱回家；366多功能炖盅提回家；

129榨汁机带回家；99电水壶“捡”回家。

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。

## 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，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

价格按“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！

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。

# 家电促销活动策划篇五

自x年x月x日起至x年x月x日止，为期3个月。

把握购物高潮，举办超级市场接力大搬家，促销x公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对接力大搬家活动的兴趣，引导选购x产品，以达到促销效果。

(二)接力大搬家活动在a□b□c三地举行，借此活动将进口家电，重点引向x国市场。

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买x公司家电，并利用接力大搬家活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1. 性能诉求：

真正世界第一！

x家电！

2.s.p.诉求：

买x产品，现在买！

赶上年货接力大搬家！

(一)为配合年度公司x家电国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。



(二)以x公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15"广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop□布旗、海报、宣传单、抽奖券。

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办年末促销分区说明会，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

(一)活动预定进度表

注：接力大搬家日期定于圣诞前后，理由有二：

1. 圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。
2. 圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻；交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在x国a□b□c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1. 接力大搬家幸运奖额

(1)a地200名□b地150名□c地150名，如下表：

表5-4 接力大搬家幸运奖地域分布

区别 次别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合计200名150名150名

(2) 以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3) 每户10分钟，以接力方式进行。

## 2. 猜猜看活动奖额

(1) 完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2) 附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠x品牌家庭影院一套，超抽签决定。

### (四) 活动内容说明

1. 收件期间：自x年x月x日至x年x月x日，在a□b□c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于x月x日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15□cf试搬情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

## 家电促销活动策划篇六

20xx年x月x日—20xx年x月x日

促销主题□xx小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号□xx□x豆浆机抱回家□xx□x多功能炖盅提回家；

xx□xx榨汁机带回家□ xx□xx电水壶“捡”回家

xx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）

- 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。

1、促销对象：终端消费者

2、范围□xx□xx可控终端（是指有导购员的卖场）

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□xxx□xxx□促销价xx元；

电磁炉□xxx□促销价xxx元；

豆浆机□xxxx□促销价xxx元；

炖盅□xxx□促销价xxx元；

榨汁机□xxxx□促销价xxx元；

其它机型8.8折优惠

### 2、赠品形式

所有购买xx产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本（价值xx元），电水壶顾客还赠送价值x元的除垢剂x包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值x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xxx□豆浆机xxxx□榨汁机xxxx□xxxxx□□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□xxxx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xxxx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x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x日前发放演示台□x展架、赠品给经销商；经销商在x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——x总

活动负责人——x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xx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。

## 家电促销活动策划篇七

20\_\_年\_\_月\_\_日—20\_\_年\_\_月\_\_日

## 二、促销主题

促销主题：\_\_小家电迎新贺礼大酬宾。

宣传口号：\_\_，\_\_豆浆机抱回家；\_\_，\_\_多功能炖盅提回家。

\_\_，\_\_榨汁机带回家；\_\_，\_\_电水壶“捡”回家。

\_\_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)

## 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：\_\_、\_\_可控终端(是指有导购员的卖场)

## 五、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折优惠和赠品

### 1、促销机型

电水壶：\_\_\_、\_\_\_，促销价\_\_\_元；

电磁炉：\_\_\_，促销价\_\_\_元；

豆浆机：\_\_\_，促销价\_\_\_元；

炖盅：\_\_\_，促销价\_\_\_元；

榨汁机：\_\_\_，促销价\_\_\_元；

其它机型8折优惠

### 2、赠品形式

所有购买\_\_\_产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本(价值\_\_\_元)，电水壶顾客还赠送价值\_\_\_元的除垢剂\_\_\_包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值\_\_\_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\_\_\_，豆浆机\_\_\_，榨汁机\_\_\_、\_\_\_；(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, \_\_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\_\_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\_张以上演示台并齐摆放演示。

现场演示布置要求: 一个\_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。

## 六、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\_日前发放演示台、\_展架、赠品给经销商;经销商在\_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——\_总

活动负责人——\_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\_\_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。

# 家电促销活动策划篇八

活动内容：

以中国传统的中秋赏月赏花灯 灯谜猜想

活动方式：

泛当日在嘉年华ktv消费顾客不论消费多少均赠送中秋月饼一份 以顾客人数进行计算。

当日所有每个包房消费个顾客 以包房计算赠送花灯一个 顾客可以在上边写上自己的愿望并悬挂在嘉年华ktv

活动当日在嘉年华消费的顾客可以参与猜谜活动。猜中的顾客均可赠送纪念品一份

注：再中秋佳节当日在嘉年华ktv各处悬挂各种样式花灯增加节日气愤 并在花等上张贴各种谜语。

活动准备及投入预算：

烟灰缸或酒杯100个酒水促销赠品

喷绘宣传海报2张\*20.00元/张

报纸平面广告宣传可以作为选择项目 价格在1000元左右\*2天

灯笼100个\*5元/个

执行部门：

企划部门负责所须店内宣传品及媒体宣传品的设计工作

注：9月12日前完成各项设计工作及谜语的选择并提交给主管经理审核

财务部门负责对整体预算开支及活动后的收入情况进行整体评估。

注：9月10日前完成预算审核

采购及仓库管理部门负责对相关所需物品进行支持。

注：企划部门协助采购部门在9月15前完成采购工作。

嘉年华ktv主管及服务人员负责具体活动内容执行。

注：嘉年华ktv管理部门在9月17前完成对员工的培训工作。

工程部门负责电力等相关的支持工作

注：在9月18日当天完成灯笼的悬挂

备注：

本计划属于公司的商业机密任何人不得外泄。

计划必须在主管经理签字批准的情况执行。

在活动期间发生任何突发情况嘉年华ktv主管负责根据实际情况进行处理。

4. 相关部门可以根据实际情况要求更改计划内容或推迟。

## **家电促销活动策划篇九**

1□xx电器有限公司成立19周年，为更好的证明了xx的实力，

传达xx的经营理念，提升企业品牌形象，开展全方位的推广活动势在必行。

2、直接竞争对手好万家利用大量资金(无论是在电视广告、报纸、单张上)全力反搏;国美电器欲于国庆前后在xx开业;大环境上，国美、苏宁、永乐等电器连锁大鳄正在吞噬二、三级别市场，家电行业激战越演越烈。

3、为了减少xx电器有限公司挂绿店的搬迁造成的负面影响，强势宣传博罗店的成功签约。

4、中国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。

综上所述，我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，带动经济增长，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

## 1、活动主题

国庆期间活动口号:诚信铸就、十九辉煌;众店齐庆、礼礼俱到;(具体时间:9月24日——9月30日)

国庆期间活动口号:贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。(具体时间:9月28日——10月5日)

2、活动思路:充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现xx辉煌历史。

3、活动时间:9月24——10月5日

xx各连锁店(包括xx店)

总监督：总负责部门：销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人：各分店店长（监督人：销售管理部、采购部）

### 1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a□库存量较大、急需处理商品

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型

c□我司主推商品

d□厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

### 2、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）

活动主要针对司庆期间光临xx电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

### 3、购又送（购物送麦当劳券）

活动主要针对国庆期间在xx电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由\*\*负责联系券□xx店由\*\*负责联系□xx店由\*\*负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

#### 4、厂家好礼送

及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

#### 5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、5日(星期六、日)开展老总签名售机活动，活动形式:签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。(具体内容根据采购部提供的资源再来安排)

#### 6、一元超低价活动

a□活动时间:9月24日——26日;10月1日——3日

b□超低价商品明细表(仅供参考,具体由采购部确定)

c□超低价抽号券2种领取途径:

(a)□每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。(凭单张排队)

d□方法:9月24日—26日;10月1日—3日各分店每天上午9:30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子

内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“xx商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序(廖总事先安排)，派发人员：文员、财务人员。

g□所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分店负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h□当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i□活动开始的前一天晚上(营业结束时)，各店把超低特价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j□在派发超低价购物券前由现场负责人通过咪头或大声公讲解超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由售后中心安排维修师傅(4人)维持现场秩序。

## 7、购物抓现金活动



a□活动时间:9月24日——26日;10月1日——3日

b□活动地点:xx各连锁店

c□活动方式:购物抓现金

d□方法规则:

(a)□活动期间凭本公司购物满1000元及以上收款单据,即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次;购物满10000元以上可抓三次,最多三次。

(b)□抓现金单据当日有效,对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖,此单作废”字样。

(c)□顾客所抓硬币,通过现场抓奖负责人点数核对后,可直接在兑奖区领取现金,并登记。(须登记有关资料:抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等)

e□美工在活动前书写抓现奖明细海报(活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法,控制现场气氛。

f□各分店美工负责各分店抓现金箱;行政专员兑取抓现金的一元硬币,数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾

a□活动时间:9月24日—25日、10月1日—2日、10月4日—5日

b□活动地点:xx各连锁店店门外

c□活动形式:根据厂家提供的文艺资

源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系列活动。

d□场地气氛营造:拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响(调试)、产品展示为主。

e□采购部根据厂家回复情况与市场部做统一调整和安排表演具体时间、内容、具体厂家。

f□司仪、文艺节目、互动游戏、现场赠送礼品(糖果火为主)要提前由市场部审核，尽量做到最好最有影响力。

## 9、放心服务全方位体验

a□活动目的:目的是在消费者心中提升我司的服务形象，本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

b□活动时间:9月24日——10月5日(如消费者反应强烈可继续实施)

c□活动主题:xx电器放心服务全方位体验;

d□活动内容:(a)□售前服务体验;(b)□售中服务体验;(c)□售后服务体验。

e□活动详解及分: