

# 2023年家电促销活动方案 家电促销方案(模板15篇)

整改措施是为了解决问题而采取的具体措施，必须根据问题的实际情况来制定具体方案。小编为大家整理了一些成功的调研方案范文，希望对大家在实施自己的调研时能够起到一定的借鉴作用。

## 家电促销活动方案篇一

是企业在一确定时间针对某项促销活动的整体运作和安排的计划性文书。下面是小编整理的20xx家电促销

活动方案

，欢迎来参考！

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。

- 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。

## 6、专车接送（可借鉴大润发那种免费公交）

### 1：促销方式

现场促销，促销销售，网络促销

### 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  
广告定位：广告的投放信息，有利于对本商场活动的定位，其活动最终目的为要迅速提升人气，提高该活动的销量，加快脚步进入强销期减少时间和成本。

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

1：：活动时间□20xx年6月19号（星期天）上午09：30

2：活动地点：家电商场现场

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；

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

## 家电促销活动方案篇二

- 1、通过促销活动刺激市场需求，带动销售，抓住应季销售特征，增加市场销售额。
- 2、通过换季促销启动旺季销售，推动xx春季新品上市、动销。
- 3、通过促销活动的影响了和辐射面，进一步扩大品牌的知名度美誉度认知度

20xx年3月28日——20xx年4月26日

各区选择恰当的时间进行活动安排

各地活动时间根据当地气候和竞争品牌动向进行具

杉杉家纺全国各地专卖店、店中店、商场专柜、新开专卖店。

抢先五一 全国联动

- 1、新品上市 店庆酬宾
- 2、杉杉家纺 换季清仓大处理

随着气温的逐渐升高，“五.一”的到来很多新人会选择在这个时间段结婚，所以的婚庆消费会是一个主体。而且，现在正值季节更替的时段，季节特征很明显，消费者的消费目的也很明显，就是对床上用品的季节更换。

也随着新年消费高峰期、平缓期的结束，消费者的消费潜意识有待于进行激发，所以作为商家必须通过合理的平台和途径激发消费者的购买欲望，进一步扩大产品的使用普及率。

- 2、活动价格：特价产品统一促销价（允许5%改动），正价根

据地区差异进行定位

### 3、活动细则内容：

海报必须在比较显眼的位置注明：春夏新品全面上市

附：以上活动价格在商场进行活动时，允许20%的价格上浮。

### 活动累计金额 奖励政策

5—10万 海报0.5万份、吊旗20份□x展架2个。媒体费用500元

10万含—15万元 海报2万份，吊旗40份□x展架4个。媒体费用1500元  
15万含—20万元 海报3万份，吊旗40份□x展架8个。媒体费用2000元。  
20万元 海报5万份，吊旗60份□x展架15个。媒体费用4000元。

1、平面宣传（根据情况客户也可在当地制作、但希寄样品回公司备案）

### 项目 细则 备注

#### 1、海报

a□夹报：活动前1-2天夹送，对目标人群聚集的商住楼、社区集中投递；

b□邮寄：活动前2天通过商场和邮政公司对vip顾客、目标人群邮寄dm资料；

c□派发：活动前1天闹市区、临街店铺及高档小区内派发，同时预留1000份用于活动期间现场派发；公司统一制作配制。

2、单件产品海报 海报商品，摆放于活动产品的堆放位置上

公司制

3、区域特价牌 公司制

4、橱窗海报 根据橱窗数量，张贴于橱窗的4/5面积 公司制

5、促销纸箱 用于人气特价商品的堆积，置于店的醒目位置  
公司制

6、纸箱海报 张贴于纸箱上 公司制

7、门头横幅 悬挂于专卖店的门头上 公司制

8、包柱海报 根据柱子数量，张贴于专卖店的橱窗两侧的柱子上 公司设计

9、“x”架画 置于专卖店门口的两侧显眼位置 公司制

10活动吊旗 根据活动主题进行设计，悬挂于店内 公司制

11区域提示牌 公司制

## （二）辅助促销道具

项目 数量 细则 备注

1、充气拱形门 1只 店/厅入口处充用彩球做拱门造型，增加气氛 当地租用

2、地毯/地喷 数量自定 铺在专卖店门前地面增加气氛 公司设计

3、音响 1套 放置店门口，播放最流行歌曲和活动广播稿 自备

4、促销棚 2-4只 用于户外活动搭建促销场地 公司配送

### （三）人员宣传费用

项目 数量 细则 备注

- 1、模特 2人 巡街时的海报沿街发放，加深印象 当地
- 2、锣鼓队 20人 闹市区做巡街表演宣传，扩大声势 当地
- 3、游街方队 10人 执活动宣传牌在闹市区做巡街宣传 当地

### （四）户外媒体宣传

项目 分项 细则

- 1户外广告牌 自定 闹市区广告位及商场公共广告位做时效发布
- 2、宣传车 2—3辆 活动期间市区主要街道、周遍乡镇巡回宣传
- 3、报纸广告 自定 促销硬广告（1期）+软文（前期、中期、后期）
- 4、电视 生活频道

活动专题

流动字幕 选人气最旺场景制作活动专题播出，前期造势

活动图文信息

- 6、短信 通过当地的联通或移动，针对活动信息针对目标顾客群发

7、广播 当地交通台或商场轮回播出活动信息

8、其他形式 有助于活动促销形式（可自定）

结束活动

希望通过这次促销活动，本企业将会获的更多的利润，增加企业的知名度和信用度，使企业向更好的趋势发展。

## 家电促销活动方案篇三

，希望大家喜欢。

本次世界无烟日的主题是“烟草致命如水火无情，控烟履约可挽救生命”。

201x年5月31日(星期二)9：30—12:00。

西宁市大百大众店

(一)各镇(办)、区直各部门

按照属地管理的原则，结合世界无烟日主题，组织辖区内单位开展《烟草控制框架公约》的学习与宣传活动。

1、辖区各单位要结合今年世界无烟日主题和控烟履约工作新形势，因地制宜地开展禁烟宣传活动，提高公众对被动吸烟和环境烟草雾危害的认识，要明确禁烟工作职责，积极宣传《烟草控制框架公约》，创造性地开展履约工作。

2、韵家口镇、各办事处组织辖区单位举办以“禁烟、控烟”为主题的宣传活动，要求各镇、办制作宣传横幅2条，展板8块，回族自治县做好义诊和咨询活动。

3、各单位组织举办以“禁烟、控烟”为主题的宣传咨询活动，



在人群较聚集的地段集中开展宣传活动。

4、社区或居民小区利用宣传栏、宣传橱窗、板报等宣传方式开展控烟相关知识的宣传活动。

5、要求辖区各级事业单位、行政机关利用墙报、板报宣传吸烟的危害并对干部职工进行烟草危害的讲座。

6、各行业单位及公共场所要结合各自行业特点对控烟知识开展不同形式的宣传活动。

## (二) 相关单位

1、区教育局组织开展各种类型的主题活动。

一是“大手拉小手”活动。小学生与家长签约，家长承诺不吸烟。二是开展大、中学生“拒绝吸第一支烟，做不吸烟的新一代”的签名活动，“及吸烟的危害”主题讲座。

2、回族医院、辖区卫生服务站要做好医疗卫生单位全面禁烟工作。结合无烟日做好义诊、宣传和咨询活动。

## (三) 开展医疗卫生系统全面禁烟工作

以世界无烟日为契机，大力开展区属医疗卫生系统全面禁烟工作，严格按照无烟医疗卫生机构评分标准的要求，确保201x年内完成全面禁烟的阶段性目标。

(一) 提高认识，加强领导。各镇办、各部门要结合今年世界无烟日主题和控烟履约工作新形式，因地制宜地开展控烟宣传活动，提高公众对被动吸烟和环境烟草雾危害的认识。把落实“禁烟”和“控烟”工作当做重点工作来抓，制定好活动方案，精心组织、落实责任、加强检查、工作到位。各镇办、区直各部门、要将控烟工作与健康教育和健康促进结合

起来，从自身做起，从本部门做起，抓好落实。

(二)认真贯彻执行《未成年保护法》、《预防未成年人犯罪法》、《在公共交通工具及其等候室禁止吸烟的规定》等法律法规，广泛动员和鼓励各有关部门、社会团体及企事业单位积极参与控烟工作，以创建无烟医院、无烟学校、无烟政府机关为切入点，积极开展室内公共场所和工作场所禁止吸烟工作。减少烟草烟雾对公众健康的危害，特别是对女性和儿童健康的危害。

(三)因地制宜开展“禁烟”和控烟活动，办出特色。广泛宣传科学的戒烟知识和方法，加强控烟工作网络和能力建设，明确控烟工作职责。

(四)认真总结，反馈信息。各镇办、各有关部门，在这组开展活动期间，对发现的先进典型事例积极宣传报道，即使向区爱卫办及有关媒体报送，活动结束后，认真做好总结做好信息上报工作。

(五)本次无烟日活动各镇办、区直各部门要高度重视，积累方方面面的控烟工作经验，以点带面推动全社会的控烟工作，为全面履行世界卫生组织《烟草控制框架公约》，创建无烟环境奠定良好基础。

上报区爱卫办。

××小学第十九个世界无烟日大型宣传活动。

组长：黄东山 副组长：李翔云

组员：周满霞，各班班主任，全体男教师

使学生了解烟草对人体的危害，使学生能自觉抵制烟草的侵犯，增强学生参与控制吸烟的社会责任感。

- 1、举行“万种烟草，同种危害”主题升旗仪式。
- 2、举行“烟草吞噬生命”主题中队会。
- 3、通过板报，红领巾广播站宣传烟草的危害。
- 4、进行社会实践，学生进社区，向群众宣传烟草对人体的危害，号召市民戒烟。

是“万种烟草，同种危害”。

烟草危害是当今世界最严重的公共卫生问题之一，是人类健康所面临的最大的但又是可以预防的危险因素。目前，全球共有11亿吸烟者，每年有近500万人死于与烟草有关的疾病。尽管如此，令人忧虑的是大多数吸烟者并没有真正意识到吸烟的危害，也未真正了解吸烟危害健康的严重性。世界卫生组织指出，研究表明任何形式的烟草制品对人类都是有害的。烟草制品包括香烟、水烟、雪茄、鼻烟等，烟草制品不论其如何宣传无害，如何强调低焦油、温和、淡味、超淡味、柔和、超柔和、果味、自然、不上瘾等，甚至给烟草制品增加所谓的“健康”成分，仍然都是莫衷一是。

当前，控烟形势相当严峻，中国作为世界人口大国，同时也是世界上最大的烟草生产及消费国，生产和消费均占全球1/3以上。中国有60%以上的男性和4%的女性吸烟，吸烟人数达3.5亿，烟民超过美国的总人口数，占全球烟民总数的三分之一。根据最新发布的《中国慢性病报告》：中国的烟民数量在以每年300万以上的速度增长，与1996年相比□xx年我国吸烟人数增加了3000万；我国青少年吸烟率上升，目前青少年吸烟人数高达5000万；烟民趋于低龄化，与1984年比□xx年开始吸烟的年龄提前了4—5岁。此外，55%的15岁以上女性每天都遭受被动吸烟的危害，儿童被动吸烟情况更为严重。

为切实控制烟草对人民健康的危害□xx年8月28日，十届全国

人大常委会第十七次会议通过了全国人大常委会关于批准《世界卫生组织烟草控制框架公约》。

--

## 家电促销活动方案篇四

一、活动时间：

20\_\_年x月31日—x月20日

二、活动名称：

1[x月31日—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—x月15日

彩电、冰洗龙腾虎跃 擂台比拼 贺周年

3[x月16日—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—x月20日

大中家电航母乘风破浪

进驻周年 一炮双响

天河店 蓝天店 同喜同贺

### 三、广告语：

星光闪耀周年庆 纵情回报顾客情

### 四、宣传方式：

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。

### 五、各门店活动要求：

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□dm□报纸媒体、电台媒体、终端媒体□pop□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

### 六、终端处理：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，放置于前后台，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）

具体庆典安排方案附表 活动实施由行政负责

七、活动媒体宣传：

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：（省略）

## 家电促销活动方案篇五

如今的节日真多，一年下来土节、洋节有十多个，而每个节日都是家电商家必争的良机，或打折、或“送大礼”，将消费者的消费激情调动起来，以求赚个盆满钵满。猴年春节到来之际，长沙家电商家早早就张罗起来，使出各自的看家本领，呈现出与往年不同的新特征。

### 最绅士促销

在春节促销活动中，西门子算得上十分“绅士”，并没有搞什么打折之类的价格促销活动，而是制作了精美的礼包，外观采用中国式样的包装，把中国新年的气氛做足：大红炮竹、拨浪鼓、“福”字以及春联等贺春礼物充满了节日气氛，既有西方的理性，又有东方的热情，可谓别致。

### 最吊胃口促销

乍一看，让人吓了一跳：万和首推“一元利”消毒柜。细一看，才知道，其促销的内容是：万和消毒柜纯利润只有一元钱。春节前后，万和将其消毒柜价格普遍下降 10%，其中“80上

透窗”型由328元降为188元，“46干燥”型由748元降到588元，降幅近40%。既吊胃口，又让人心跳。

### 最热情促销

春节促销活动最活跃的莫过于小家电了。记者在家电卖场看到，健康水家电品牌司迈特提出了让消费者心动的口号“送就送大礼”，推出了“春节送礼经典组合”：购买立式司迈特沸水机和可利饮净水器，赠送价值298元的普尔龙头；购立式耐得饮水机 and 可利饮净水器，赠送价值298元的微型洗衣机和价值198元的浴霸；除特价机外，其他机型几乎都有礼送。美的小家电也当仁不让，提出“买美的，送美的”，买“美的”微波炉送“美的”电饭煲或电磁炉，并强调赠品决不送杂牌。就小家电的实力而言，其促销不可不谓热情。

### 最雅致促销

彩电、音影家电是春节的“宠儿”，在家里看看电视、唱唱卡拉ok是不少市民欢度春节的方式。不少彩电、音影家电品牌抓住机会，推出别出心裁的促销活动，丰富市民的文化生活。音响品牌cav丽声音响在春节前后给市民送上“文化套餐”：购买cavmd套型系列a8系列或f1—11套型系列等热销品类都将获得高级音响线cd大片、高级话筒等。创维将6款高清彩电优惠600元，并送安装费，同时，还对国安网络的用户送价值800元的机顶盒；如果不是国安网络则送dvd一台；如果不要dvd则送电视机架。三星彩电也有相应的活动，“买等离子、液晶、背投送dvd”丰富市民的文化生活，不可谓不雅致。

### 最稳健促销

春节前后是空调的淡季，不少空调早已挂起了“免战牌”。格力“行业老大哥”的姿态一如既往，春节促销正在进行中，



推出一些特价机型“与民同乐”。“清凉风”、“冰岛”等系列价格优惠，其中，特价机大3p7053系列降价1000元，大2p柜机5057“风秀”降价1200元，此外还送餐具及其他精美礼品。一年到头，格力站好最后一班岗的做法，不失稳健。

## 最震撼促销

最让人震撼的莫过于各大家电卖场的春节促销活动。通程、家润多、泰阳等本土专业家电卖场在年前倾情推出各项活动。1元的vcd□3元的电话机、9元的dvd□599元的1.25p冷暖空调、7699元的逐行背投彩电……通程电器(连锁)的6家店同时推出“八级红运级级送”的促销活动，超低的价格、优厚的让利，让市民心跳。泰阳商城的4家店从1月9日开始紧锣密鼓地促销，以超低的特价、丰富的赠品吸引消费者，还推出实惠的“购家电500元返50元现金”，让人心动。家润多则推出“买家电，送汽车”的活动。一位在家润多家电超市广场店购价值为238元的达阳电暖器的顾客，中了价值5万元的奇瑞qq车；在家电超市购三星47吋背投的姚先生则获得一个价值1万元的黄金足球……系列活动让人心跳加速。