

2023年家具活动方案(优秀6篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

家具活动方案篇一

一、主题：红色圣诞，圆满新年□xx家具，豪礼相送。

二、活动目的：

1、提高公司知名度，美誉度，扩大市场销售量。

2、提高销售业绩，增加公司客户销售信心。

三、活动范围□xxxx全国经销商以及自营店

四、时间□20xx年12月20日至20xx年1月10日

五、活动促销内容：

1. 沙发促销

序号套餐名称型号规格等级原价促销价备注

套餐一红色圣诞

小转角

配套产品

配套产品

配套产品

套餐二圆满新年全家福1+2+3

配套产品

配套产品

配套产品

套餐三转角单套xx家具，单套订购可享受每订一款优惠5%

1+2+3单套.com

家具单套

套餐四豪礼相送凡在活动期间订购产品除享受折扣外，每套沙发赠送一个抱枕一个皮凳

六、活动宣传及要求：

（一）、场外宣传：

1、报纸宣传：分别于12月20日和12月24日两天必须在当地新闻报纸发布1/4版面硬广。

2、以移动短信平台为基础，向宁海消费大众发送促销内容短信、节日祝福短信。

（二）、场内宣传：

1、店内海报□x展架□dm单页宣传。

2、店内人员口头讲解。

3、短信：3分/条，以20万客户为基础量，发送两次，共：1元。（公司统一编制短信内容，以xx公司品牌做推广）

七、活动布置和物资需求：

1、门面布置：

各经销商根据自身店面进行烘托氛围，可以彩色气球点缀或彩丝带。

2、店内布置

于店合适的位置，一般在门口不影响产品又可以起到醒目的作用，用一棵圣诞树，树下摆满各种精品小礼物，为赠礼区。

门口左右两侧放置活动内容x展架一个，活动内容可自行定制。

3、人员装饰

每个销售人员戴上圣诞帽，主要烘托节日气氛。

4、元旦布置

以圣诞布置为基础，在厅内每个吊旗下悬挂红灯笼，可沿用至春节后。

八、成本预算：

1、报纸硬广：1/4版面，5000元/次，1次共：5000元。

2、电视滚动字幕宣传：1200元/天，两次共：2400元。

3、短信：2分/条，以10万客户为基础量，发送两次，

共：4000元。

4□dm单：

5□x展架：

6、会场布置：圣诞树：500元一棵。

喷雪、贴纸和其它装饰品：300元。

小礼物：

7. 以上费用预估费用，实则可能不会超出，估计推广费用约14000元。

九、本次活动说明：

1、红色圣诞：订单红色圣诞套餐满10套的，即可享受公司价格10%优惠让利。

2、圆满新年：凡在元旦期间客户订单圆满新年套满10套的，即可每套返现20xx元。

3□xx家具：凡在活动期间订购公司单品的客户订满3套即可享受公司价格5%优惠让利。

4、豪礼相送：凡在活动期间返单的客户，除享受产品折扣外，每套沙发赠送一个抱枕一个皮凳。

5. 凡本次活动下单超过20万的客户，公司除以上优惠之外可享受广告支持费用50%的补助。

十、活动注意事项：

1. 所有参与活动的客户，需要做广告及其它推广的，需在20xx-12-3将申请单传回公司，超过时间则视为放弃。

2、所有特价产品必须将至少30%的订金打到公司账户，公司方可安排生产；

6、享受本次公司广告支持费用的客户，不再享受公司其它本年度广告支持。

7、本次活动业绩不计入年终返点。

家具活动方案篇二

生活离不开空间，空间需要装点，全友家具愿与您一同走进大自然。

1) 客户预约：5月20日—5月31日。通过店面、小区推广、设计师等多种渠道沉淀并告知客户，全友大型促销活动信息。

2) 活动宣传：5月20日—5月31日。全面正式启动活动宣传与传播，整合网络、报纸、建材市场、小区等营销传播方式逐步加大宣传与传播力度。

3) 促销实施：6月1日—6月5日。集中销售。

时至夏季，正是购房装房、购置、布局、结婚的大好时间，也是客户沉淀的黄金时期。

1) 意向客户蓄集：

(1) 新交楼盘小区客户资料

小区推广员与小区物业搞好关系，获取新交房或装修登记客户的一手资料。搞好关系有助于广告费用的谈判和全友在小

区内的活动宣传推广，如小区专场团购等。

(2) 品牌联盟共享客户资料

同行业非竞争性品牌共享客户资料，是获取客户资料最简便的一种方式，达到互惠互利共赢的效果。

2) 市场终端拦截：

现阶段大部分的经销商销售模式还是停留导购在专卖店内坐着等客户，淡旺季店内没有太大的人流量，孰不知现阶段竞争的客户都是靠“抢”来的。

a□建材市场入口

星期六、星期天由市场部的人员在全市主要家具市场的主要入口处、电梯口寻找意向客户并带进店内交给导购员进行下一步产品推销。

b□竞争对手拦截

索菲亚、双虎等竞争性品牌未签单客户进行店外拦截，强调全友品牌及产品优势，针对竞争品牌的报价策略选择有价格优势产品或全友优势款式进行放大渲染，达到成交签单的目的。

c□小区拦截

在重点高端小区、新交楼盘配备市场部人员进行蹲守，派发促销单页，介绍全友品牌及产品、对意向客户重点强调全友产品优势卖点，邀约客户到全友专卖店进行参观选样，并及时将客户信息报备到店面。

3) 小区/网络团购：

针对目标顾客所在的中高档小区，进行近距离，面对面的宣传，会让消费者有熟悉的感受，可以在短时间内打动顾客；新交楼盘通过网络召集或小区集采团购的方式，选用走量产品特价提升全友小区的市场占有率，进一步扩大全友品牌的知名度和影响力。

a□小区的宣传要有力度，人越多越热闹效果越好；

b□在小区内有全友的样板房或全友产品的使用者，则实物营销效果极好；

c□对有意向的顾客，一定要留下姓名、联系电话、住址等有效信息，并在促销期间及时传达优惠信息，邀请到专卖店参观及购买，才能形成良好的召集效果。

4) 老客户转介绍：

b□老客户可以享有业务提成，并给予一定的奖励，以提高其营销积极性。

做好每一成单客户的咨询、测量、安装、售后的服务，充分获取客户的信任，体现客户使用全友大品牌产品的优越感，只有把我们售前售后的每一个环节都服务到位，定期回访维护，最终才能使客户主动转介绍客户。

一等奖：

二等奖：

三等奖：

四等奖：

纪念奖：

（这个由经理定）

这样可以增加店内的气氛，增加人气，更加的吸引顾客购买。

2、购物送红包：活动期间在店内放一棵红包树，购物满20xx元就可以在树上取一个红包，4000元两个，以此类推。红包里可以是礼物，可以是打的折扣，可以是大家福源的购物卡等，顾客抽到后，由刘英在店内广播播出，由此吸引更多的顾客，让顾客快签单。

3、六月份的节日是儿童节，可以制定一个特价套吸引顾客。并且在活动期间到店定儿童套的顾客可以享受7、5折的优惠（或更低的折位，这个由经理定）。

4、家具由您定，您想几折就几折：活动期间，购物满5000元以内就可参加抽奖，在原折位的基础上再打9、8折、9、7折、9、6折等（由经理定折位）；购物满5000元以上抽奖，可以在原折位的基础上再打9折、8、9折、8、8折等（由经理定折位）由此吸引大批顾客进店参观选购。

因为是第一次做家具行业的促销活动，所以还有很多不足和考虑不周的地方，希望经理给予指点，以上是我个人的想法，活动想出上面的几种，不知道哪种更适合，如若选出，将会制定详细的计划实施方案。

家具活动方案篇三

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。

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。

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。

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：

1、售前服务

为尚未确定是否购买企业产品的顾客提供前期服务，比如停车场，产品介绍，答疑等。

2、开放式商场

方便顾客选购，为顾客提供方便，可直接进入，随意挑选。

3、订购服务

订购可以方便顾客，更大范围地扩大销售。

4、设计服务

如果顾客对所购买物品的尺寸和规格有特殊要求，可以为顾客设计订做。

5、送货服务

解决顾客的困难，送货上门。

6、售后服务

为顾客提供方便，帮助进行安装、调试及维修。

7、培训服务

为顾客提供使用、保养、维护的知识。

8、保险服务

在提供产品的同时，为顾客办理保险。

二、联合促销

联合促销包含两个方面，一方面是指企业联合起来共同开展

促销活动;另一方面是指企业通过联合,加强自身的经济实力、竞争能力和市场地位,并借此推动促销工作的开展。联合促销使某一个企业单独无法开展的促销活动能够得以实现;大大增加了推广产品的品种、规格、款式、更为齐全,分担了企业的资金压力。

一、优惠券

优惠券是企业给予持券人在购物或消费时享受折扣价、特惠价或换取某种赠品的凭证。它分为零售商型优惠券和厂商型优惠券两种。具有以下作用:

- 1、扭转产品下跌的局面,刺激消费。
- 2、稳定旧客户,并吸引新客户。
- 3、推荐新的产品和品牌。
- 4、扩大产品的销售量

二、免费样品

免费样品是将产品直接送到消费者手中的一种促销方式,它能更直接更有效的刺激消费。有助于扩大品牌影响力,建立新的营销网络,吸引新的顾客和开拓经销区域。

三、竞赛与抽奖

竞赛与抽奖是一种通过让顾客参与而刺激消费的方式,它能够很好的调动客户的兴趣,达到促销的目的。

四、包装促销

是通过包装物赠送赠品,以达到吸引顾客,推销产品的目的。

运用促销宣传手段提升品牌知名度，制定详细的促销方案，巧妙地运用促

销形式，能很好地提高产品的声誉，扩大企业的影响，赢得更多的顾客。使企业的营销业绩更快地增长。

家具活动方案篇四

金九银十对于任何商家来说都是不可错过的提高销量的'好时机，此时人流大，人们的消费欲望也很高，同时十月又是婚庆高峰，要利用有效的促销条件，提高销量，扩大影响力。

9.10-10.10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)。

1、团圆饭指定饭店，指定人数，指定时间范围内消费。

2vip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”

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。

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”

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。

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”

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。

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9.3折，满4000元相当与9.5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。

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。

家具活动方案篇五

一、活动时间□xxx年4月23日(周六)—xxx年5月8日(周日)

二、活动主题□o利特价款给力更给力——小长假大让利

三、活动目的：

1、通过五一，利用特价产品超低价格获取客户的吸引力，拉动全场销售。

2、通过全场折扣让利，促使客户更多购买，培养更多新客户。

3、加强新老客户的沟通，通过口碑宣传，传播品牌形象。

4、让旺季更旺，抢占终端市场，给竞争对手以打击，迅速扩大市场占有率。

四、适用城市□xxxxxx(城市名)xxx专卖店

五、促销内容：

(一)活动内容一：超低特价，仅限五一

五一促销特价品

序号型号名称数量批发价促销价毛利率

1as-20xx-41.8m双人床11014148832%

2as-9932四门衣柜12448358032%

3as-99331.2m儿童床169398029%

4as-20xx组合书桌1143420xx31%

5as-50181.25m餐桌164389028%

注：1、通过以上产品带动其他销售，如套房可让客户补床头柜，书桌等

2、餐厅让客户补餐椅等

(二)活动内容二：五一小长假，天天团购价

活动期间各系列正价品达到以下条件，可以享有以下团购价：

(3)正价品消费满16000元以上的可以享有5.5折团购价；

注：(1)6000以下自行定价，建议为6.8折

(2)以上为建议折扣，具体折扣与额度可根据实际情况定

(三)活动内容三：优惠无极限折后又返券

活动期间各系列正价品达到以下条件，可以享有以下优惠

消费每满3000元，同时送抵金券1000元一张；买6000元，送2张，以此类推！

抵用券使用说明：

1、抵用券第二次消费时使用。

2、不找零，不兑现，逾期作废。

3、公司盖专用章后有效。

4、不与其他优惠同步使用。

注：活动二与活动三可同时享受。

(四)活动内容四：1元购家具给力更给力

活动期间，凡是每单总购物金额满10000元(正价打折优惠前)的客户，加1元获赠xxx小件家具产品一个，款式由经销搭配。每单限送一个，每天赠送5个，先买先送，送完为止。

注：1、仅限5月1日、2日、3日

2、五一三天之外的销售，可不送，根据库存而定。

六、宣传组合：

1pop喷绘(2种不同主题的)pop喷绘为x展架经销商当地制作，2张

2吊旗请根据卖场实际情况及人流动线进行悬挂经销商当地制作一个店30张

3特价kt板每件特价产品制作一个特价牌，经销商当地制作，5个

4地贴每个门口地面做一个经销商当地制作，1-2个

5宣传单页针对五一可以做些个性化的宣传单页经销商当地制作，1000份

6抵用券每满3000元发一张经销商当地制作，建议做60张

图片模拟演示：

注：详情请见《五一宣传相关图片》

七、操作要求：

- 1、活动内容一要求各专卖店按特价要求进行操作，吸引人气
- 2、活动内容二为除特价品外所有正价商品累计销售额给予的`优惠，若有特别优惠的商品不得享有该方案的优惠政策。
- 3、活动一与活动二不得与其他优惠活动同时共享。
- 4、以上要求经销商务必在五一前通知培训各卖场营业员，以统一口径和说词告诉客户，请执行。

八、其它：

- 1、以上如有疑问请来电咨询xx营销中心

xxx营销部

xxx年4月1日

家具活动方案篇六

充分利用十一长假契机，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，更好的传达合美嘉家具的经营理念，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。

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来合美嘉

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、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合美嘉的品牌影响。

20xx年x月x日—20xx年x月x日

郑汴路凤凰城合美嘉家居自选商场

- 1、合美嘉一元“秒杀”更劲爆！
- 2、合美嘉预订套装家具更惊喜！
- 3、合美嘉套装组合家具更超值！