

# 家具商场营销活动方案(模板9篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 家具商场营销活动方案篇一

1□xx电器有限公司成立xx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。

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xx负责联系券□xx店由xx负责联系□xx店由xx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、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)

价位商品数量单价合计亏损

1元风筒5台20元100元95元

1元烫斗5台30元150元145元

1元电话机5台30元150元145元

1元风扇5台40元200元195元

1元微波炉1台280元280元279元

1元dvd1台280元280元279元

1元彩电1台600元600元599元

总计1760元1737元

3店共5280元5202元

两天共10560元10404元

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。

## 家具商场营销活动方案篇二

精彩华诞,举国同庆

中秋节的活动已经结束,由于人们在节日期间走亲串友,家中的礼品类商品比较充足,因此在国庆节期间,我商场的销售思路应在日常消费品上,因此我们在十一期间,可以再次组织,“超低商品、重拳出击”,推出十一超低商品的抢购大潮,再次吸引人气,带动商场的人流及销售高峰。

9月30日——10月7日

(一)欢乐重磅送——全场7折起,满200送300(b券)

活动时间:9月30日——10月7日

活动内容:活动期间,顾客来我商厦购物,在全场7折起的基础上单张电脑小票累计购物满200元送300元b券,满400送600元b券,多买多送,依次类推。

(二)欢乐家庭颂——国庆七天乐7级大礼送不停

活动时间:9月30日——10月7日

活动内容:活动期间,凡在商厦购物的顾客,当日购物累计满不同的购物金额,享受不同级别的礼品赠送,具体细则如下:

当日购物累计满57元价值5元的精美礼品(特殊商品满570元)

当日购物累计满500元价值15元的'精美礼品(特殊商品满1200元)

当日购物累计满800元价值20元的精美礼品(特殊商品满1800元)

当日购物累计满1200元价值25元的精美礼品(特殊商品满2500元)

当日购物累计满1800元价值40元的精美礼品(特殊商品满3200元)

当日购物累计满2400元价值80元的精美礼品(特殊商品满4000元)

当日购物累计满3000元价值120元的精美礼品(特殊商品满5800元)

特殊商品包括：烟酒、黄铂金、家电、手机、名表、数码产品、健身器材等惯例商品。

### (三) 欢乐惊喜颂——国庆中秋礼上礼晚间赠报大行动

活动时间：9月30日—10月7日18：00——营业结束

活动内容：

活动当天晚间18：00—营业结束，顾客在我商厦购物满400元(特殊商品满1000元)即可获赠2007年度全年都市报纸，每天限赠100份报纸，赠完为止。

### (四) 欢乐实惠颂——品牌专场特卖会

活动时间：9月30日——10月7日

活动内容：活动期间，1—4楼层卖场推出2个品牌在价格、款式区别与其他商场进行专场特卖会。

#### (五) 欢乐美丽颂——时尚靓丽日化展

活动时间：9月30日——10月7日

活动内容：活动期间，知名日化品牌开展国庆大展销，同时购物满200元赠送50元的b券。

#### (六) 欢乐团圆颂——丹桂飘香xxx

活动时间：9月30日——10月7日

活动内容：活动期间，顾客在我商厦单张电脑小票累计购物满98元，购月饼享受9折优惠；满198元，购月饼享受8折优惠；满298元，购月饼享受7折优惠。

注：中秋月饼长廊位于一楼大门口外走廊。

#### (七) 欢乐生活颂——超级宝宝故事会

活动时间：9月25日—10月29日

活动内容：为丰富少儿的业余生活，提升xxx的美誉度，联合合肥故事广播共同举办“xxx杯”超级宝宝故事大赛，由合肥故事广播负责全程跟踪报道。

具体细则：

1. 报名时间：9月26日——9月30日

地点□xxx一楼总台合肥故事广播三楼办公室

条件：3岁—8岁的小宝贝

## 2. 比赛时间：

初赛：10月01日—04日下午16：30——18：00

复赛：10月14日—15日下午16：30——18：00

决赛：10月29日(具体时间待定)

## 3. 比赛地点□xxx商厦(具体地点待定)

## 4. 投票方式：

(1)活动初赛开始，可以对您喜欢的小宝贝以及他所讲的故事进行投票。

(2)可以到xxx一楼总台领取选票一张(每人限定一张)，背面写上您所喜欢的小宝贝的选手号及姓名，投入投票箱中，比赛结束时做出相应的票数统计。

5. 评选方式：比赛阶段，采取公众投票和专家评选相结合的方式(各占50%的比重)，决定每次的晋级宝贝及最后的获奖宝贝。

6. 优秀宝贝推荐：故事广播《童话亮晶晶》节目主持人可与各个幼儿园联系，幼儿园老师可推荐优秀的小宝贝来参加故事会，得奖的小宝贝及推荐老师可获得相应的奖励。

## (八)、欢乐激情颂——精彩演出秀不停

活动时间：10月1日——6日

活动内容：活动期间，2、3、4楼层卖场部安排厂家进行场外



演出展示。每天2场，上下午各一场。

活动细则：

1. 场地设置在一楼北门口舞台；
2. 演出活动与金饰卖场的演出活动交叉进行；
3. 演出由各楼层卖场负责，2、3、4楼层每个楼层负责2场。
4. 其余6场演出由一楼负责安排。

## 201x国庆商场活动策划

活动时间：9月29日(周一)—10月5日(周日)

活动主题：缤纷国庆惊喜多开心购物乐洋洋

活动范围：某商城、某购物广场、某八一店、某北园店、某华信店、某金牛店

活动内容：

(一) “实惠先到手，开心再消费” (超市及特例品牌除外)

活动时间□20xx年9月29日—20xx年10月5日

活动内容：先抽优惠再消费，提前送您大实惠，国庆佳节好手气，满减活动同时用，重重优惠惊喜多。

活动期间，每日10：00—11：00，14：00—15：00可先免费抽取优惠卡再消费，最高价值30元，每人限抽一张。每日在门店总服务台或者活动区抽奖处放置抽奖箱供顾客免费抽取优惠卡。

活动细则：（抽奖箱内按比例放置优惠卡，各店自行准备抽奖箱）

1、抽奖可设为优惠卡，金额分别为5元，10元，20元，30元，比例分别为：20%、50%、20%、10%。

2、抽奖时间为20xx年9月29日—20xx年10月5日（每天10点—11点、14：00—15：00）

3、优惠卡限当天使用，过期作废。

4、优惠卡使用说明：

凡当日购物满300元（即同于满减活动基准金额）即可使用一张，对于参加满减活动的品牌，可累计使用，同品牌谈判时参加两个活动的品牌按照满300减110协商承担（两个活动累加），不参加满减的品牌应尽力动员参加优惠卡活动，统一按照300减30协商承担。

5、优惠卡部分不找零

即商品350元，顾客先抽到一张30元的优惠卡，可使用240元现金和30元的优惠卡，基本相当于6.9折扣，如购物基准大于300元，折扣力度实际达不到这个折扣。

6、优惠卡不累计，只能单张使用

7、使用范围：仅限部分穿着类、箱包、床品。

印刷优惠卡费用：210000张×0.06元=12600元

（二）部分穿着类、床品、箱包满300元减80（超市及特例品牌除外）

活动期间，凡单店当日购买部分穿着类、床品、箱包商品单张xxx满300元减80，多买多减。

活动期间，会员卡暂停积分打折功能。

原则上参加品牌范围要广，参加活动品牌数量不少于80%，济南6店相同品牌要保证相同力度。

(三)购物某，尽享意外惊喜—“幸运返还等你拿”（超市除外）

时间□20xx年10月1日—3日

凡当日单店购物满500元的顾客，可凭购物xxx参加抽奖，有机会获得该票全额和半额消费返还。

操作细则：

各店设置一个抽奖箱，内有20个乒乓球（其中全额返还1个，半额返还2个，18个纪念奖，可选择超市商品，价值不超过5元），工作人员需要在参加活动顾客xxx上加盖“1”章，即时开奖。

(四)超市送惊喜，开心换不停

(某北园店、某华信店、某金牛店)

加一赠三：

当日超市累计购物满58元，加1元即可获赠3件商品，建议市场价格透明，敏感度较高的日用品，如：日用调味品，酱油，醋，盐等低价值商品。加购商品由门店自行确定。

(五)黄金周旅游商品大展销

活动时间□20xx年9月30日—10月6日

活动内容：活动期间各店推出以户外旅游小食、护肤品套装等为主的特价商品集中陈列，突出国庆旅游特价商品的优越性，促进销售。门店自行确定展销商品和位置，并落实现场布置与场内外的宣传。

## (六)九州同庆国庆日

活动时间：10月1日至10月3日

各店正门和店内悬挂国旗以活跃国庆节日气氛。

## 家具商场营销活动方案篇三

### 一、活动背景：

相对于母亲，父亲羞于表达自己的爱。他们常把爱放在心底。母爱有声，父爱无声。中华民族作为礼仪之邦向来重视孝敬父母回报感恩，因此我们要充分利用这一机会开展互动的亲情文化营销。

### 二、活动主题：

礼赞父亲，孝行天下

### 三、活动时间：

6月\_日

### 四、活动内容：

#### 1、赠送生日蛋糕：

凡6月\_日出生的父亲凭有效证件可在\_\_店享受购生日蛋糕6折优惠。

2、喝啤酒的比赛在厦店换购处持本商场当日单张50元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛。

活动细则：每场次分两组，每组5人。由主持人下令，能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听啤酒。

3、五颜六色闯关中奖：

父亲节活动期间，商品全场88折，购买商品折后单票满128元以上者，可凭电脑小票参加“五颜六色闯关中奖，为父亲抽个父亲节礼物”活动，为父亲献上精美的父亲节礼物。

(1) 奖品设置：

特等奖：任选服饰一件；一等奖：送指定商品一个 二等奖：购买商品在打8折；三等奖：购买商品在打7折；(2)活动细则：

a)在商场收银台出入口处放一促销长桌，并铺上红布；于桌上放置两个抽奖箱，每个箱上都装着5种颜色的'乒乓球共11，分别是白色4个、兰色3个、绿色2个、黄色、各1个。

b)只要顾客连续两次从箱子里抓出来的乒乓球的颜色是一样的，即可获得相应的中奖奖品；球代表特等奖；黄色球代表一等奖；绿色球代表二等奖；兰色球代表三等奖；白色球代表四等奖。

4、为父亲父亲赢奖在商场门前搭建舞台，举行“为父亲父亲赢奖”趣味游戏，即让孩子戴上眼罩，去找找谁是自己的父亲父亲。口号：为父亲父亲赢奖！

(1) 活动细则：

a)从现场围观的观众当中选择57对父子，小孩子的年龄应该在4---7岁之间。父亲父亲们套上商场提供的一模一样的衣罩站在一边，衣罩上应该有编号牌，号码与自己的孩子身上的号码相对应。

b)将孩子们蒙上眼睛，由主持人一个一个轮流引着他们去找自己的父亲，可以采取摸、闻方法，但不能说话和做其它暗示性动作。违者取消资格。孩子找到自己的父亲父亲后就站在其背后，但不能摘下眼罩。接着完成下面几个孩子的找父亲父亲的游戏。

c)当所有的人都找到自己的父亲父亲后，就摘下眼罩看结果。

d)如果能准确找到自己父亲父亲，孩子将获得一份肯德基或麦当劳餐饮券，父亲将得到衬衣一件。其他没有成功找到自己的父亲父亲的孩子也将获得精美食品或饮品一份（5元左右）。

五、广告宣传及预算：

3、纸质宣传单5000份。预算金额：500元

3、节日促销活动方案参考

## 家具商场营销活动方案篇四

5月17日—19日

1、店庆期间通过在商厦一层共享大厅内设置6个顾客接待处，每个接待处分别根据自己的工作职责，接待顾客来访及回答顾客提出的疑问。6个接待处分别是：总经理办公室、招商处、招聘处、促销活动咨询处、温馨卡发放处、顾客意见接待处。每个接待处各有商厦职能部门的领导负责接待。

1、接待咨询时间内，各接待处不允许出现空位的现象。如遇特殊情况，须自行安排人员替代。

2、各接待处准备好相关的'资料。如招商手册、人事报名登记表等。

3、接待中要认真作好登记。

4、接待人员要求统一着装。（男5人、女5人）

5、行政部负责对各种资料的印制和桌椅的准备。

1、两椰树间挂一红布条幅，内容突出主题。

2、活动现场准备两块明示板。

3、摆放6张圆形谈判桌，每桌配4把椅子。

序号接待处名称负责人准备资料

1、总经理办公室无

2、招商处招商手册、厂商提供资信明细、商厦布局图

3、招聘处招聘岗位、招聘登记表

4、促销活动咨询处店庆期间商厦的各项促销活动

5、会员卡发放咨询处会员卡的登记表、联网电脑、会员卡、会员卡使用手册

6、顾客意见接待处顾客留言簿、处理退货簿等

# 家具商场营销活动方案篇五

## 一、活动主题：

秋节燃情

自8月28日起，各种精品月饼、烟酒、保健品等送礼佳品将在一楼大厅举行展卖活动，优惠的价格，精美的礼品，表达您一份浓浓的情谊！

## 二、促销活动

活动：海底捞月大行动

活动时间：9月15日至10月6日凡一次购买月饼或礼品满39.80元的顾客(特价月饼，带赠品礼品组合除外)可摸取刮刮乐奖卷一张。

一等奖为29寸大彩电一台，相应图片字样：中秋大团圆。

二等奖为精致vcd一台，相应图片字样：明月寄相思。

三等奖为小家电一个，相应图片：嫦娥奔月。

普通奖为月饼一个或点型食品一份相应图片：时代百货标志。

彩电两台1500元/台左右。

vcd6台120元/台左右。

小家电12个60元/个左右。

月饼8000个1元/个左右。



奖卷共做\_\_0份。

中秋送月饼，美味先品尝：

9月15日至10月6日凡来我商场购物满49元的顾客送月饼一个，89元送两个，味道如何，自己先品尝。单张小票限送两份。

(注：由采购部争取一定资源作为赠品由门店发放。)

合家团圆大联欢：

10月5日或6日晚中秋大演艺，将由“月饼供货商”联合举办，在此之前请密切留意时代百货超市月饼的所有信息，到时看精彩节日，现场答题拿价值268元的月饼礼品大奖。还等什么?赶快行动!

(注：由企划部联系惠州地区最负盛名的……演出公司进行演出，并与供货方共同设计一些有利品牌宣传和月饼销量的问题现场让顾客答题加深顾客的印象激刺顾客的购买欲，并对合种月饼月饼作主要的宣传，由采购部争取月饼供货商做几场文艺商品促销演出。时代百货超市将对其提供如下支持：

- 1、优先一级磁点堆码位置作商品陈列性展示。
- 2、场内外pop免费支持。
- 3、场内广播全天滚动播音。
- 4、场内喷绘广告制作提名。
- 5、舞台背景设计注明品牌名。
- 6、场内特色气氛广告布置。

同时建议各月饼供货商相应作一些礼品团购促销活动，如：

一性购月饼礼品盒\_\_元以上95折优惠，5000元以上送价值388元的中秋礼品一盒……等。并由时代百货超市采购部洽谈与名烟名酒等进行一些礼品搭配组合出售，在dm上扩大展示版面将活动做上出，提高中秋月饼销量。

好礼送亲人，中秋礼品大展销：

9月15日至10月6日时代百货一楼精美中秋礼，美食月饼大展销，够品味，够档次，价格更实惠是您过中秋购买礼品的理想选择！

(注：由采购部争取供货商，门店提前将中秋月饼，礼品作好商品陈列展示，加强节日的气氛，企划将卖场内的气氛做一定的布置使商品更有吸引力)

## 家具商场营销活动方案篇六

以节造市、以市促销、扩大内需、拉动消费，营造欢乐祥和的节日氛围，充分展示\_\_商贸流通业繁荣活跃、优质服务的良好形象，满足广大消费者消费需求，推进商贸服务业平稳较快增长。

### 二、活动时间

\_\_年11月10日—11月12日

### 三、活动名称

20\_\_购物节

### 四、组织机构

主办单位：\_\_市人民政府

承办单位：\_\_市商务局、\_\_市财政局、\_\_银行\_\_分行营业管理部、华商报社、\_\_银联\_\_分公司、\_\_连锁经营协会。

协办单位：各区县商务主管部门、各在陕商业银行、各行业协会、各大中型商贸服务企业。

## 五、主要内容

本次活动涵盖百货、超市、便利店、餐饮、家电、家居、通讯、汽车、婚庆、电子商务等行业，开展各种促销活动。通过财政资金、金融行业、商贸企业、媒体平台等多方联手促销，针对刷卡消费者采取多重优惠和抽奖相结合的方式，活跃消费市场，拉动企业销售增长，同时以优质的服务满足大众的多样化需求，拉动销售再创新高。

## 六、\_\_购物节系列活动

### (一)启动仪式

1. 时间：9月19日

2. 地点：\_\_\_\_购物中心广场

3. 活动内容：组织企业方阵参加开幕式，邀请市政府相关领导出席开幕式并讲话，市商务局宣布20\_\_购物节活动方案，企业代表发言；在华商报、\_\_晚报上进行整版宣传，并以企业为主体，统一标识，统一宣传。

### (二)20\_\_年\_\_市为民惠民刷银行卡促消费购物节

1. 时间：11月10—11月12日

2. 地点：\_\_市各大限额以上商贸企业，非限上商户不参与本次活动。限额以上企业名单由市商务局、中国银联\_\_分公司负责遴选公示。

### 3. 活动内容：

一等奖：当期单卡单笔刷卡满1000元，可获赠600元(税后)现金奖励；

二等奖：当期单卡单笔刷卡满500元，可获赠300元(税后)现金奖励；

三等奖：当期单卡单笔刷卡满200元，可获赠100元(税后)现金奖励。

特奖：当期在指定商户使用金融ic卡电子现金及nfc手机进行闪付交易、单笔金额满20元，即可自动参与抽奖，可获赠50元(税后)现金奖励。

幸运奖：从当期单卡单笔刷卡或插卡消费金额满200元，以及金融ic卡电子现金及nfc手机闪付单笔满20元的交易中，随机抽取幸运大奖，中奖者可获赠4998元现金或等值奖励。

### 4. 资金来源

本次促消费活动总体预算为1370万元，其中刷卡促消费奖励支出1250万元，活动宣传推广等费用120万元。活动资金由承办本次刷卡促消费活动的发卡银行、中国银联\_\_分公司及市财政共同筹集，其中由发卡银行、中国银联\_\_分公司共同出资750万元，市财政出资620万元(从现代服务业发展专项资金中安排)。

## 家具商场营销活动方案篇七

今年9月22日是中秋节，距离10月1日仅仅7天，又值9月28日商场五周年店庆，这种扎堆效应，潜在消费群体相对于单个节日来说要多很多，同时为了应对某某10周年大庆，提前引爆并释放消费高潮，因此对于我们来说，这是一次很好的提

高门店销售额、提升某商场品牌形象和应对某某20xx年大庆的好机会。

此次促销，应该做到参与促销的商品面广、数量多，力度大，利用节日的双重性，促进商品的连带销售。

具体内容如下：

活动时间：9月21日(周五)——10月7日(周日)

活动主题：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

活动范围：商场及各门店

活动内容：

中秋活动：【超市中秋档期dm海报9月5日—25日同步跟进】

各店中秋同步跟进

活动主题：月饼+红酒 某商场携您度中秋

(黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动)

活动时间：9月21日(周五)——9月25日(周二)

活动简述：因为商场现有品牌自行举行的折扣，某商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色。)

活动内容：

在所有品牌现有折扣上

当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。（单独包装，价值约8元）

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。（价值约40元）

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。（价值约80元）

各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

### “月圆中秋，情浓某商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

猜你感兴趣

## 家具商场营销活动方案篇八

二，快讯档期

6月1日—6月8日《端午节靓粽，购物满就送》

三，促销主题

1，端午节靓粽，购物满就送

2□xx猜靓粽，超级价格平

3，五月端午节□xx包粽赛

四，促销方式

一)商品促销

1，《端午节靓粽，购物满就送》活动

活动内容:凡五月端午当天，在xx各连锁超市一次性购物满38元，即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只，每店限送2只，数量有限，送完即止.

2，商品陈列

1)采购部要求供应商或厂家(如三全凌，思念公司等)，制作促销粽子的小木屋或小龙舟，每店一个;(因为便于厂家的销售，我们又免费提供位置，合作是可行的)

2)促销期间，要求场外有地理条件的门店将小木屋或小龙舟放在场外进行促销;无地理条件的门店要求放在本店主通道或客流较集中的地方，以便促进节日卖场气氛和商品销售(由采购部联系洽谈).

3)除小木屋或小龙舟促销之外，各店在促销期间，应在主通道摆放4-6个粽子堆头;

3，商品特卖

二)活动促销

1□□xx猜靓粽，超级价格平》

1) 活动时间:6月1日—8日

2) 活动内容:凡在6月1日—15日促销时间内,在xx各连锁超市一次性购物满18元的顾客,凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动.

3) 活动方式

在商场入口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽子,让顾客进行粽子品牌及价格竞猜;商品由采购部落实价格一定要相当低,以顾客意想不到的价格出售给顾客,使顾客感受到真下的实惠,为节子下一步的销售立下口碑打下基础.

2, 《五月端午节□xx包粽赛》

1) 我司去年已经举行过,顾客反响强烈,效果也不错,实施与否敬请公司领导定夺;

2) 操作步骤:采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛;

3) 参赛奖品:获得自己所包粽子,多包多得.

3, 《五月端午射粽赛》

1) 活动时间:6月1日—8日

2) 活动内容:凡在6月1日—8日促销时间内,在xx各连锁超市一次性购物满38元的顾客,凭电脑小票均可参加《五月端午射粽赛》活动.

3) 活动方式:



凭电脑小票每人可获得5枚飞镖，在活动指定地点(商场大门口有场地门店)，参加射粽子活动，射中的是标识为” “豆沙” “即获得该种粽子一个;射中的为” “肉粽” “，即获得该种粽子一个。

## 家具商场营销活动方案篇九

### 一 市场环境分析：

宏观分析：黄材位于宁乡西，属一个重镇. 崔坪，金马，白合，关坳，八渡水，祖塔，井冲等紧靠黄材，有一个广阔的客源空间.

微观分析：本镇已有五六家商场和众多的批发和杂货商店，将来可能还会有新开，所以本商场要急于改造和改良经营方式.

### 二 商场定位分析：

本镇企业少，居民收入的主要来源是□a□外出打工收入

b□农业收入，副业收入

针对此情况，本店应定位中低档产品，以生活必需品和食品为主的自选商场.

### 三 商场进货渠道与方法分析：

降低进货成本是本店发展最根本的因素.

a□在大卖场采购商品，降低商品的成本. 本店最接近的大卖场是高桥大市场.

b与供应商签定合同, 采取月结, 有利于达到融资的目的, 购买

新产品,以需定购。

c供应商定期送货,节省运费。

d与供应商达成协议,以提成来赢利,这样有利于陈货处理,本店可以全心投入销售,而不必考虑库存剩余。

e时刻关注市场动态,使本店的产品急于换新。

#### 四商场内部管理分析

a营造一个良好的店堂环境。(附录)

b员工统一着装,给人一个专业的感觉,吸引顾客。

c员工以服务第一,留住顾客。微笑对待顾客,5米注意,3米观注,1米搭讪。

d店堂应有一个振奋人心,共同向上的口号。

“小事做起,自己做起,各尽全力,展望未来”

e采取店长负责制。

每天举行晨会与晚会。晨会说明今天的任务和新动向。晚会总结,员工反映信息。

#### 五商场销售与顾客分析

销售是本店获利的总提前,本店要获利,就要全身心的做好销售。

销售□a采取员工责任制,以销售竞赛的形式提高积极性和销售量.

b每天主办一场促销活动，吸引顾客。

c每天采取定点特价。

d以“天天平价”的形式吸引顾客。

(a□b□c□d见附录)

顾客□a建立客户档案，进行网络营销。

b员工反映顾客最新动态，满足新需求。

## 六商场名称与发展空间分析

全民自选商场是一家经营数十载，有固定客户群的商场，在将来有更大的发展机会。

### 1注册商标

以“qm全民”□“qm全民自选”□“qm全民商场”□“qm全民商店”等为名称注册，商标的注册有两点优势□a商标的注册，给顾客一钟信任，留住回头客。

b可以开加盟连锁店，统一营销方案，达到融资的目的，扩大本店的规模。

### 2自创商品

本店现在所经营的一些商品是无商标的散装产品，本店可以通过自我包装，冠以自己的商标。

## 附录

### 一店面与店堂的设计

## 1店面设计

a采取“半封闭型”，即大店门，大招牌，大橱窗。

b店面采用红色为主基调，有一种热情向上之感。

c招牌设计：实体空心，以红色为底色，金黄色的字体。

灯箱；白色实体，红色字体。

d灯光；明亮，射程广的长筒的日光灯，闪烁的彩灯。

e店门入口占整个店铺的3/4。

## 2店堂设计

墙壁，天花板与地板的设计

a墙壁，天花板以浅红或浅黄为主色调。

b利用天花板来打广告，悬挂一些标志性的，大方，有个性的pop广告，或者通过刷漆。直接在天花板上打广告。

c墙壁靠店门10米内用玻璃作货架，有利于扩大视眼。

d地板应耐磨，防滑，防尘，图案大，图形少的瓷砖，也可以通过刷漆，利用地板打广告。

## 3橱窗与通道的设计

a四周橱窗紧靠墙壁，橱窗顶到天花板处的空白地方以所陈列商品的大幅海报作背景，既美化了卖场，又促销了商品。

b中间货架采取直通式，简单明了，能够使顾客对商品一目了然

然。

c货架分铁制和木制货架，木制货架应精致的的大方，放置在前头和拐角。

d靠近店门5米内放置柜台，设置商品专柜，如化妆品专柜，小型精品专柜。

e通道宽度以两人同时侧身通过为佳。

#### 4颜色与灯光设计

颜色能够激发顾客的购买欲望。

a卖场天花板应采用长筒日光灯，走向与货架的走向一致。

b灯光通过直接与间接照明，引起顾客的欲望。

c不同的商品采用不同颜色的灯光。

食品区：采用澄色或黄色，增加食欲。

化妆品：采用桃红, 给人健康, 优雅与清香的感觉。

日化：采用青绿，绿等，洁静的感觉。

厨具：蓝，白色等冷色光。

墙壁挂灯采用简单，有个性的灯具。

#### 5气味与声音的设计

a不同的商品区散发此种特有的气味，引发食欲。

**b**轻松愉快的声音，安抚顾客的心，从而逗留选择商品。

## 6形象设计

形象设计指的是从整个卖场环境表现出来，给顾客留下整体面貌，留下深刻的印象，经常光顾本店。

时间：主题，传统，当代，现代

空间：乡村，家庭

环境形象，通过灯光，装饰，服务，质量，员工素质体现出来。

## 二商场商品陈列设计

商品陈列主要有两个作用：1在有限的空间里陈列最多的不同品牌的商品。

2美化购物环境，本身起到了促销作用，激发顾客兴趣，快速购买。

本店商品陈列的要求：

整体分货架陈列与柜台陈列，一个品牌占有一个版位。同大类商品放置同一个货架。柜台主要设置专柜：化妆品，礼品，文具等专柜。

具体的陈列方式

**a**整齐陈列：商品包装大小统一，陈列在一起，突出量感，从而是顾客在意识上由“稳重”过度到“质量可靠”的效果。

**b**关联陈列：如：各种厨具陈列在一起，顾客产生联想，有效

的提高商品的购买概率。

**c比较陈列：**同一种商品不同规格，数量陈列在一起，价格差别来刺激购买。

**d主题陈列：**制造一个主题，运用艺术，促销手段，来吸引顾客。

**e悬挂式陈列：**悬挂份量轻的商品，创造立体之感，同时起到装饰作用，使顾客一看就想买。

**f随机陈列：**主要用与特价商品。，道具为圆形或方形的网状筐，给顾客特卖的感觉。

**g半塔式陈列：**在货架尽头，把商品靠货架陈列成半塔状，有一种舒服感觉。

总之，各陈列要经常变化移动，一个小小的变化，吸引顾客，让他止步逗留来创造购买欲望。

### 三商场促销方法

1形象促销的目的是提高本店形象与提高商品的形象，具体方法如下：

**a卖场内，使用pop广告，张贴相关产品的海报。**

**b发送传单，留住老顾客，引进新顾客。**

**c制作精致小巧的名片，放在顾客容易拿的地方，让顾客记住本店，让顾客为你做宣传。**

**d重大的促销活动期间，举办演唱会，宣传车作宣传。**

2实体促销指的是本店给予顾客的实际回报，让顾客在本店购物感到实惠。具体方法如下：

a每天举办一场促销活动，针对不同的产品。

b每天举行定点特价，短时间扩大顾客流动量。

c运用打折的手段进行促销，主要以数量折扣为主。

d采用积分制促销，长久的留住顾客，分档次送礼。

e逢年过节的时候，以摸奖的形式促销。

#### 四留住顾客的技巧

卖场是顾客的购物场所，忙碌与噪音大是主要特征，而顾客在作出购买决策的时候往往需要一个相对安静的地方，好让顾客作出自我决定，否则他会放弃购买。

1在门外放置几张小巧的坐椅，如木凳，竹椅，让顾客有一个休息的场所，也增添了卖场的美化。

2在卖场内放置一台饮水机，让顾客可以喝到开水，也许顾客在喝水的时候，也在做购买决策。员工空闲时，看到顾客在柜台前决策难定时，以热茶相送，也许顾客会为员工的服务而感动，坚定决策，记住本店。