

家电促销活动方案 家电的促销活动方案(模板5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

家电促销活动方案篇一

20xx年12月25日—20xx年1月10日

二、促销背景

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。

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：广州、深圳可控终端(是指有导购员的卖场)

五、促销主题

促销主题□yl小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号□299□yl豆浆机抱回家;366□yl多功能炖盅提回家;

129□yl榨汁机带回家;99□yl电水壶“捡”回家

yl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)

六、促销方式

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8.8折优惠和赠品

20xx年元旦促销策划书--策划方案20xx年元旦促销策划书--
策划方案

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□b□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2000b□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。

七、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

更多热门文章推荐：

1. 元旦家电促销活动方案
2. 元旦家电促销活动方案(2)
3. 元旦促销活动方案
4. 羊年春节超市促销活动方案
5. 世界电视日促销活动方案
6. 关于世界电视日的活动促销方案【详细】(3)
7. 20迎新年音乐会活动方案
8. 产品市场营销策划书
9. 元旦家电促销方案

家电促销活动方案篇二

节假日是家电商家做活动的最佳时期，家电行业也不例外，很多小型超市都会在节假日进行家电活动策划。对此，先知品牌就家电活动策划方案范文给大家分享一下，希望大家有所收获。

二、促销目的

- 1、利用“xx”黄金周的机会，提升我司终端零售量，加大分销力度；
- 2、通过终端现场的演示，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，振作导购员的销售士气。

三、促销时间

1月25日—2月10日

四、促销主题

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

五、促销对象与范围

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)

六、促销方式

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8.8折优惠和赠品

1、促销机型

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；

电水壶：8901、8902，促销价99元；

电磁炉□3018fb□促销价199元

其它机型8、8折优惠

2、赠品的形式

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、现场演示方式

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。

七、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——xx

活动负责人——xx

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

八、促销目标：

(广州按20个卖场、深圳按15个卖场预测)

型号单个卖场日销量广州(台)深圳(台)合计(台)

912126004501050

20xxb10300022505250

5002b5150011252625

890110300022505250

890210300022505250

5000d5150011252625

其它620xx18003800

合计48145001125025850

九、促销费用

费用数量成本价(元)合计备注

除垢剂

台历

x展架

海报

横幅

黑白单页

其它

说明：

- 1、其它费用为总部人员组织活动的差旅费和一些不可预测的机动费用；
- 2、以上成本价为采购价，终端包装价按公司统一包装价输出；
- 3、赠品两地分配按终端数量比例分（广州按20个卖场、深圳按15个卖场）。

十、活动要求

严格按“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！

家电促销活动方案篇三

一、活动主题：

买4k送4k 四倍清晰一样价格——端午盛宴强创维，双重补贴更美丽

二、活动时间：

6月14—16号

三、活动内容：

1、买4k送4k□买65e810u送39e780u□以买送的策略来推广创维4k极清产品。

2、双重补贴—“以旧换新”和“创维补贴”相结合，最高双重补贴20xx元。

四、操作方法：

1、买4k送4k

(1) 消费者凭购65e810u发票到办事处提39e780u□提货后工作人员在该发票上盖章，证明已享受该利益点。

(2) 与渠道谈好□65e810u与39e780u合并开单，一起送货。

2、双重补贴

(1) 创维补贴，厂家让利，直接价格下调

(2) 以旧换新，顾客可凭旧家电，如旧电视，冰箱，洗衣机，微波炉等，提前预订交50元订金，并收取登记簿黄联作为依据，顾客购机后，由收机师傅上门收取旧家电，签字，顾客凭借签字收据到门店取回50元订金。

五、聚焦产品及利益点

2、主推机型：买65e810u送39e780u□买50e780u送云精灵和脂肪仪，购买39e780u送低音炮和脂肪仪。

六、终端执行要点

2、6月14日之前门店做好活动预订，顾客预交50元方可享受

双重补贴优惠。

3、活动前期，终端布置好地贴、展架，二展等物料

4、活动门店安排1—2个兼职发放单页，大力宣传好活动促销信息。

5、做好门店聚焦产品，可实施单品包装促进创维极清产品的推广和销售。

6、培训门店导购员和兼职人员，做好销售分工，贯彻活动促销策略，灌输产品主推思想。

家电促销活动方案篇四

(3) 市场定位物美价廉、即买即走的奶茶饮品。

(4) 价格在价格策略上，产品的价格低于或等于同行的价格，处于被动状态，定价紧跟同行业。

(5) 渠道多采用加盟店的渠道方式。而且奶茶店加盟一直是以连锁经营的方式出现。主要的渠道模式是：总公司——加盟店——消费者。

(6) 消费者紧贴目标消费群体。由于奶茶店的目标消费者多数是高校学生，所以其门店多分布在各大高校附近，利用各高校间的紧密联系，口耳相传而不断赢得更多的知名度。

营销组合策略

产品策略：定位于时尚健康休闲饮品。

价格策略：结合竞争者的定价和自身产品的生产成本制定相应的价格。

分销策略：店面销售为主。

促销策略：根据具体的销售情况和节日采取相应的促销活动。

提高促销力度，加强目标顾客与企业的联系。奶茶店应该抓

1、尽最大努力提高服务质量，改善服务态度。

2、不断加强对学生的宣传力度，增强学生对奶茶店的顾客忠诚度。

3、不断创新，完善和增加奶茶品种，适应广大学生需求。

4、海纳百川，在店内增设意见簿，学生有意见或建议可直接提出或书写。

5、适时推出促销策略。

(1)促销资讯公开化，网络化。高校学生是奶茶店的目标顾客，针对年轻人经常上网的习惯，利用信息技术，建立针对各高校的信息沟通平台，在此台上提供论坛区域让学生针对企业的产品和服务提出意见和建议、及时在网络平台发放最新促销资讯。

(2)人员促销。

必要时，可以到各高校附近派发促销传单，这是最直接的宣传手段。

(6)广告促销

看了也学到了东西。

b.宣传单。在各学校、路边印发宣传单，提高品牌知名度。

c.提供商业赞助时，在横幅上注明店名.

d.店面上增设宣小杯免费品尝奶茶，既可以让同学方便饮尝，了解口味，又可以让学生留下良好印象，从而于人流中起宣传作用，扮演间接促销的角色，可谓一石二鸟。

家电促销活动方案篇五

元人民币且前后是小家电特别是电热水壶、豆浆机等可以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。

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)

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

yl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元人民币；

电磁炉□3018fb□促销价199元人民币

豆浆机□20xxb□促销价299元人民币；

炖盅：9121，促销价366元人民币；

榨汁机□5002b□促销价129元人民币；

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元人民币)，电水壶顾客还赠送价值5元人民币的除垢剂2包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值5元人民币的除垢剂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——XX

活动负责人——XXX

方案的撰写、下发、检核——市场部

物料发放——客服部

4、导购培训

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人民币相比给顾客解说）

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/区域经理等

1、促销时间：今年的元人民币且离传统春节相距较近，元人民币且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。

2、促销机型：考虑到这次促销主要针对要回家的打工一族，所以我们选用了体积小、功能简单的机型做为特价机出现。如129元人民币的榨汁机只有单一的榨汁功能，而且体积也很小；199元人民币的`电磁炉体积也很小。促销机型的恰当选择对本次促销活动的销量有很大的作用。

3、宣传口号：采用“抱回家、带回家、提回家、捡回家”等富有煽情味道的宣传语，不仅让打工族有马上回家的情绪，而且还要一定带个什么回家的感觉。“抱”、“带”、“提”、“捡”等字语不仅暗含产品体积小易于携带而且暗含价格极其优惠。“过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧”更是让人产生购买的欲望，不管怎么样，这是给父母的。有意无意中，把公司的产品跟家联系起来，产生了亲切感、认同感。

3、现场演示：豆浆机、榨汁机等产品，消费者想买但又怕买回去不会操作或操作复杂而犹豫，通过终端活生生的演示，就能打消消费者的这些念头，产生立即购买的欲望。有些消费者说自己随便看看还没打算购买豆浆机，但你给她演示一遍并给她一杯香喷喷的新鲜豆浆，她就马上都开单了。因此，消费者说随便看看，肯定是有原因的，无事不登三宝殿，我们要找到化解她犹豫的原因，现场演示是最好的方式。本次促销活动的现场演示准备特别充分，就连演示物料、演示人员语言都提前写好，一边演示一边诉求豆浆自做的好处、榨

汁机的好处等，这样消费者更易接受。