

家纺新店开业活动方案 家纺开业促销活动方案(汇总5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。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。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。

家纺新店开业活动方案篇一

1. 东方刺绣——东方的，世界的。
2. 温尔思家纺——感受不一般，温尔思家纺。
3. 红豆家纺——让爱做主，红豆家纺。浪漫(感性)
4. 艾莱依家纺——北欧休闲风情，艾莱依家纺。 情调(感性)
5. 爱尚生活，恩能!
6. 不同的家，共同的选择。
7. 感动新梦想，品位新生活。
8. 感受生活之美，馨而乐家纺。
9. 感受水星的温柔，品味水星的艺术，陶醉水星的生活。
10. 回归自然，静享生活。

11. 精致家纺，漫主张。
12. 离心最近的地方。
13. 恋上馨而乐，漫舞馨生活。
14. 买居家用品，到恩能!
15. 漫·生活，馨·境界。

家纺新店开业活动方案篇二

1. 泰丰家纺——挡不住的真情-泰丰家纺。 温馨(感性)
2. 美罗家纺——做中国家纺业最好的被子。 专业(理性)
3. 世家家纺——棉的质地，丝的感觉。 舒适(感性)
4. 千榕家纺——科技创造健康生活。 科学健康(理性)
5. 鄂尔多斯家纺——梦的家园，爱的港湾，鄂尔多斯家纺，温暖全世界。
6. 温馨(感性) 梦安妮家纺——美丽梦想，触手可及。 纯真(感性)
7. 东方刺绣——东方的，世界的。
8. 温尔思家纺——感受不一般，温尔思家纺。
9. 红豆家纺——让爱做主，红豆家纺。浪漫(感性)
10. 艾莱依家纺——北欧休闲风情，艾莱依家纺。 情调(感性)

11. 爱尚生活，恩能!
12. 不同的家，共同的选择。
13. 感动新梦想，品位新生活。
14. 感受生活之美，馨而乐家纺。
15. 感受水星的温柔，品味水星的艺术，陶醉水星的生活。
16. 回归自然，静享生活。
17. 精致家纺，漫主张。
18. 离心最近的地方。
19. 恋上馨而乐，漫舞馨生活。
20. 买居家用品，到恩能!

家纺新店开业活动方案篇三

20xx过去一半，企业上半年的业绩报告也新鲜出炉，就目前看来，家纺行业的形势不容乐观。

然而上半年，也有少数家纺企业推陈出新，终端制胜，赢得市场。今年上半年，大多企业都在运用各种活动及方法赢得市场，那么他们具体是怎么做的呢？本文以多喜爱家纺为例，多喜爱家纺主动突围，市场表现优秀，赢得了不错的销售业绩。本文小编为您解密多喜爱家纺销售制胜，终端表现突出的秘诀。为更多家纺企业及加盟商提供质量更好的活动。

从企业方来说，下面三点是关键。

一、大型促销是重点，保证利润是关键。

一般来说，各大家纺企业会在各节庆、时令换季等时候进行大型的促销活动，这样大力度让利促销，可以迅速提升销售，积聚客户资源。有的商家一年下来，七八场大大小小的促销活动，就能够做到全年销售额的80%。多喜爱家纺终端销售以促销活动见长，几乎每月都有小促销，大的节庆会策划大型促销，并会安排专人指导协助，收效甚佳。多喜爱家纺提醒：做促销切忌无节制地压低产品价格，以免造成价格恶性竞争，应该保持合理的利润空间。毕竟促销对于商家来说也是个耗费巨大的工程。

二、注重产品创新，提升产品附加价值。

多喜爱家纺勇于创新，以全然不同于传统床品的时尚风格傲然于世，并以绝对的平价和高性价比著称，赢得了不错的口碑。多喜爱家纺非常注重通过床品形象及陈列等提供给消费者最完美的感官体验。丰富绚丽的花型，简约时尚的风格、明快亮丽的店铺形象，让消费者不仅体验到产品所带来的视觉享受，更多的是通过产品能给消费者带来释放压力，快乐轻松的整体感官享受，也可以给家居风格带来不一样的改变。同时，多喜爱家纺也注重高科技产品的研发，其推出的芬纳诺抗菌产品，抗菌抑菌效果明显，不单能满足日常睡眠的需要，也是夏日裸睡的好伴侣，多喜爱家纺产品的功能多样化，提升了产品的附加功能。

三、刷新终端陈列，吸引即兴销售。

放眼望去，众家纺品牌的终端陈列大同小异，甚至比产品同质化问题还严重。多喜爱家纺别出心裁，以“快时尚”家纺模式定位，在终端陈列上，善用主题橱窗来表现当季的主打产品，凸显产品特色，效果显著。多喜爱家纺拥有一批专业务实的终端陈列师，会根据市场和活动的需要，定期对店铺的终端陈列进行指导和调整。或是不同色系的搭配，或是风

格的和谐统一，或侧挂，或铺陈。

那么，具体到某一项家纺促销活动我们应该怎么做呢，下面总结了三点：

一、宣传单上的活动周期。

无论是常规促销还是大型促销，促销总会有个活动时间周期。往往我们在促销活动开始前，会做一系列推广宣传，这里会涉及到宣传单、会员电话、短信、店铺海报等宣传方式，我们这里重点谈一下宣传单。促销宣传单在各类活动宣传物料中频繁使用，事实证明，宣传单费用较小，若派送到位，能达到“四两拨千斤”的显著宣传效果。因此，我们做促销推广时，要重视促销信息宣传单的运用，同时，巧妙地利用宣传单的周期做促销推动更有助于促销活动的推广，提高活动成效。因发送宣传单一般会提前于活动前一到两天，这样，我们很好地利用时间差，在宣传单上印制“即日起”的字样，比单纯的一串数字效果要好得多。“即日起”会让客户觉得活动已经进行了，方便安排时间即兴参加，即算活动还没有正式开始，商家也可根据进店客户是否为得到促销信息的客户进行促销产品的预售。这样一来，通过对进店客户的口碑相传，扩大促销活动宣传效应。

促销的成败很大程度上是看前期宣传是否到位，一般促销活动正式启动后就可以检视前期推广宣传的功课是否做足。当然，促销活动周期中，活动现场氛围的把控也是至关重要的。怎样提高进店率和客单价？一般，人流较为密集的时间段是上午的9—11点，下午的2—4点，晚上的7—9点，这三个时间段的进店率相对较高，其余时间段则可能相对较为冷清。那么怎样在人气不够足的时候吸引客户进店呢？可以采用人气产品排队限购的方法。这里说到第二个细节就是针对人气不旺的时段，采用人气产品排队限购来提升进店率。提高进店率之后，怎样把进店率转化为成交率，让进店的客户变为签单客户，同时还涉及到“客单价”，就是客户购买的产品单

价和量的问题，高的客单价，可以提高店铺整体的销售额，因此，后面还有提到决定促销成败的第三个细节，利用vip会员办理定额抽奖的活动来提高客单价。

二、人气产品排队限购。

促销活动现场很多客户往往是冲着人气产品而来，因此，人气产品的销售是不用担心的。这样我们就可以利用人气产品需排队采购进行客源的集中管理。中国人大多都很爱热闹，看到很多人围观的场面，也会很自然地围过去。因此，排队限购人气产品的销售火爆场面，再加上音响话筒的宣传，对周边闲逛的人们是一种强大的磁场引力，这种壮观的景象能吸引更多客户进店，同时积聚更多的财富。

三、办理vip客户定额抽奖。

总所周知vip客户的办理和等级是快速积累客户资源最为行之有效的途径。成为品牌商户的客户就意味着对家纺品牌、专卖店产品的一定程度的认可。从这群客户中筛选出，达到一定额度的客户，成为品牌商户和专卖店的vip客户，既表现出对客户尊重和重视，也能培养客户进行再次消费、多次消费。在促销活动中，因大量低价的人气产品做氛围，客户量会在短时间内急剧上升，但是客单价并不一定高，为此，我们可以设置客户购买达到一定金额进行vip客户办理，同时以vip客户抽奖及100%中奖，来吸引客户想vip客户的条件靠拢。在客户抽奖的奖项设置中，可以设置四、五个不同价位的产品来吸引客户参加。据悉，参与中奖得到的惊喜程度会远远高出商家直接赠送的得到。这样一来，客户高兴满意，尽兴而归。而商家也只是拿出了自家货品的极少一部分做了宣传，做足了噱头，但其影响却比不做vip客户抽奖深远得多，促销的效果也将大大提升。

家纺新店开业活动方案篇四

一、活动背景

杉家纺是一家集服饰、婚庆用品等为一体的全国性连锁企业。而现在在五一期间也正是很多新人都会在这个时段选择结婚，所以婚庆消费将是一个主体。随着气温的升高，也促使人们购买欲望，也是人们购买服饰的旺盛季节。

一、活动目的

- 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09春季新品上市、动销。
- 3、通过促销活动的影响力和辐射面，进一步扩大品牌的知名度美誉度认知度

二、活动时间

3月28日——4月26日

三、活动地点

杉杉家纺全国各地专卖店、店中店、商场专柜、新开专卖店。

四、活动主题

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

五、市场活动背景和消费特征

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。

六、活动内容

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：

七、活动产品清单

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。

八、进货奖励政策（备注海报起印量一万份）

活动累计金额

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。媒体费用元。 20万元 海报5万份，吊旗60份□x展架15个。媒体费用4000元。

九、媒体费用及用途。

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

5、过街条幅、店前竖幅 10—20条 市内主要街道及高档小区入口处悬挂

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。

家纺新店开业活动方案篇五

1. 情定法拉家纺——情定一生，相约法拉。
2. 多喜爱家纺——爱与梦飞翔。
3. 水星家纺——恋一长床，爱一个家。
4. 富安娜艺术家纺——原创生活艺术，富安娜艺术家纺。
5. 维科家纺——舒适健康，智慧爱家。
6. 堂皇家纺——堂皇家纺，富丽堂皇。
7. 罗莱家纺——经典罗莱，品位生活。
8. 凯盛家纺——一个梦想，一种生活。
9. 香榭里家纺——感动新梦想，品位新生活。