

2023年家电活动促销方案(通用7篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下就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。

家电活动促销方案篇一

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。

一、促销时间

20__年12月25日—20__年1月10日

二、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

(横幅标语为上面宣传口号或促销主题)

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

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。

六、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、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

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內容、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。

家电促销策划2

一、促销活动

1主题：一重奏，新婚喜上喜—华生送爱礼

内容：凡在4月1日到6月1日准备结婚的顾客和新居入伙的顾客，在本店购买任何产品达到活动数额的都可以选择新婚礼包，都有机会获得新婚大礼。

1. 凡在活动当天，购买的消费者，皆可享受8折优惠（部分商品如：手机、剃须刀、相机等）
2. 凡在活动当天，购买的消费者，皆可享受8.5折优惠或赠品（部分商品，如电冰箱、微波炉、电视等）
3. 我是阻击王：凡在活动当天购物满99元（金额可增加）的消费者，凭借购物小票皆可参加此活动。（一张发票限射一次，

直到击破气球为止)备注：以射击标靶的形式，射击气球，气球内装上礼品小票。

奖品设置：大勺100、纸抽150个、水杯80个、名牌电饭锅20个、美的烤箱5个活动费用：

4主题：四重奏，省电达人大比拼

内容：凡在4月15日—4月30日期间，来华生电器购买单品大电的消费者(空调、冰箱、洗衣机、电视、烟灶热等)皆可参加省电达人活动。奖励：1. 购买1888元电器的消费者返券：100元电费(代金券)2. 购买2888元电器的消费者返券：200元电费(代金券)

活动费用：本次活动返券费用5个点5主题：五重奏，爱他就送他(她)内容：1)

1. 凡买情侣配套电器的即可获得家电的祝福礼品。凡来购物的顾客皆可获得玫瑰花一支(200支送完为止)

2. 买情侣手机(两台机器)的顾客，本店赠送情侣号一对。

5. 凡来本店购物的消费者，可凭购物小票获得精美照相馆代金券、优惠卡(需要和照相馆商定)

6. 厂家提供情人节特卖机型及赠品(手机、数码卖场要组合出情人节商品套装)

家电促销策划3

营业推广促销活动策划书是企业某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。

编写要点

营业推广促销活动策划书通常由促销目标、促销对象、广告表现、基本内容和预算分配等构成。

范文

家电公司现场促销活动策划书

一、期限

自年月日起至年月日止，为期3个月。

二、目标

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

三、目的

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a□b□c三地举行，借此活动将进口家电，重点引向国市场。

四、对象

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1. 性能诉求：

真正世界第一!

家电!

2.s.p.诉求:

买产品，现在买!

赶上年货接力大搬家!

五、广告表现

(一)为配合年度公司“家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15"广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop□布旗、海报、宣传单、抽奖券。

六、举办“经销商说明会”

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

七、广告活动内容

(一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1. 圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。
2. 圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻；交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在国a□b□c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1. “接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名□b地150名□c地150名，如下表：

表5-4 “接力大搬家”幸运奖地域分布

区别次别

a地b地c地

首次抽奖100名70名70名

二次抽奖100名80名80名

合计200名150名150名

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3) 每户10分钟，以接力方式进行。

2. “猜猜看”活动奖额

(1) 完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2) 附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四)活动内容说明

1. 收件期间：自年月日至年月日，在a□b□c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于月日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪辑15"cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

家电活动促销方案篇二

20xx年xx月xx日—20xx年x月x日

节假日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，我司特策划了本次促销活动。

1、利用节假日黄金周的机会，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。

1、促销对象：终端消费者

2、范围：有导购员的卖场

促销主题：小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号：电水壶老顾客不买也有礼送；给远方的父母带个豆浆机回家吧

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：促销价xx元；

电磁炉：促销价xx元

豆浆机：促销价xx元；

炖盅：促销价xx元；

榨汁机：促销价xx元；

其它机型8.8折优惠

2、赠品形式

所有购买产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本，电水壶顾客还赠送除垢剂2包，电水壶老顾客凭有效购机免费赠送除垢剂1包。

3、现场演示

演示机型：炖盅，豆浆机，榨汁机

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，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，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。

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豆浆机易清洗的过程，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、网点提货。

2、促销物料准备

市场部在xx日前发放演示台□x展架、赠品给经销商;经销商提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、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，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。

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。

家电活动促销方案篇三

20xx年x月x日—20xx年x月x日

促销主题□xx小家电迎新贺礼大酬宾。

宣传口号□xx□x豆浆机带回家;xx□x多功能炖盅提回家。

xx□xx榨汁机带回家;xx□xx电水壶“捡”回家。

xx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)

- 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。

1、促销对象：终端消费者

2、范围□xx□xx可控终端(是指有导购员的卖场)

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8折优惠和赠品

1、促销机型

电水壶□xxx□xxx□促销价xx元；

电磁炉□xxx□促销价xxx元;

豆浆机□xx□促销价xxx元;

炖盅□xxx□促销价xxx元;

榨汁机□xx□促销价xxx元;

其它机型8折优惠

2、赠品形式

所有购买xx产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本(价值xx元)，电水壶顾客还赠送价值x元的除垢剂x包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值x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xxx□豆浆机xx□榨汁机xx□xxx;(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□xx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xxx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x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x日前发放演示台□x展架、赠品给经销商；经销商在x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——x总

活动负责人——x部

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xx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。

家电活动促销方案篇四

20xx年x月31日至x月20日

1□x月31日至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日至x月15日

彩电、冰洗龙腾虎跃擂台比拼贺xx周年

3□x月16日至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日至x月20日

大中家电航母乘风破浪

进驻xx周年

一炮双响

天河店、蓝天店同喜同贺

星光闪耀周年庆，纵情回报顾客情

以大中电器进驻石家庄1周年为主线，各部门争先庆贺，设擂台比拼，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。

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

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，放置于前后台后，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)

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：

家电活动促销方案篇五

自x年x月x日起至x年x月x日止，为期3个月。

把握购物高潮，举办超级市场接力大搬家，促销x公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对接力大搬家活动的兴趣，引导选购x产品，以达到促销效果。

(二)接力大搬家活动在a□b□c三地举行，借此活动将进口家电，重点引向x国市场。

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买x公司家电，并利用接力大搬家活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二) 诉求重点:

1. 性能诉求:

真正世界第一!

x家电!

2.s.p.诉求:

买x产品，现在买!

赶上年货接力大搬家!

(一)为配合年度公司x家电国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以x公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15"广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop□布旗、海报、宣传单、抽奖券。

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办年末促销活动分区说明会，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

(一)活动预定进度表

注：接力大搬家日期定于圣诞前后，理由有二：

1. 圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。
2. 圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻；交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

(二)活动地区

在x国a□b□c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(三)活动奖额

1. 接力大搬家幸运奖额

(1)a地200名□b地150名□c地150名，如下表：

表5-4 接力大搬家幸运奖地域分布

区别 次别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合计200名150名150名

(2)以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3)每户10分钟，以接力方式进行。

2. 猜猜看活动奖额

(1) 完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2) 附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠x品牌家庭影院一套，超抽签决定。

(四) 活动内容说明

1. 收件期间：自x年x月x日至x年x月x日，在a□b□c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于x月x日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15□cf试搬情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

家电活动促销方案篇六

活动背景：目前xx地区的家电卖场主要以打折抽奖为主，赠送礼品为辅的活动形式。柳州店(以下凡是出现此店名都用本店代替)如果想在柳州家电市场占有率有市场竞争力，必须打造新形态的活动模式。所以，我们要不断组织有主题的促销活动，结合文体活动，不断吸引柳州百姓眼球，使本店给消费者耳目一新的活动。

活动目的：

本店美誉度、信誉度日日叫好。所以，为了感谢新老各户，吸引柳州百姓的更多眼球，让消费者聚焦本店，不断提升本店知名度，让柳州百姓感受到本店折扣风暴和视觉盛宴。

活动时间：4月1日—4月30日

目标人群：

本次活动意在拉动柳州消费者对本店店的关注。

7重奏：分别针对不同年龄、不同阶层、不同消费水平的人群进行吸引。

5类人群：年轻时尚男女、新婚夫妇、热恋情侣、在职军人、家庭经济主妇。

活动内容：

一、促销活动

1主题：一重奏，新婚喜上喜—华生送爱礼

内容：凡在4月1日到6月1日准备结婚的顾客和新居入伙的顾客，在本店购买任何产品达到活动数额的都可以选择新婚礼包，都有机会获得新婚大礼。

1. 凡在活动当天，购买的消费者，皆可享受8折优惠(部分商品如：手机、剃须刀、相机等)

2. 凡在活动当天，购买的消费者，皆可享受8.5折扣优惠或赠品(部分商品，如电冰箱、微波炉、电视等)

3. 我是阻击王：凡在活动当天购物满99元(金额可增加)的消费者，凭借购物小票皆可参加此活动。(一张发票限射一次，直到击破气球为止)备注：以射击标靶的形式，射击气球，气球内装上礼品小票。

奖品设置：大勺100、纸抽150个、水杯80个、名牌电饭锅20个、美的烤箱5个 活动费用：

4主题：四重奏，省电达人大比拼

内容：凡在4月15日—4月30日期间，来华生电器购买单品大

电的消费者(空调、冰箱、洗衣机、电视、烟灶热等)皆可参加省电达人活动。奖励：1. 购买 1888 元 电器的消费者 返券：100元电费(代金券) 2. 购买2888元 电器的消费者 返券：200元电费(代金券)

活动费用：本次活动返券费用5个点 5主题：五重奏，爱他就送他(她) 内容： 1)

1. 凡买情侣配套电器的即可获得家电的祝福礼品。凡来购物的顾客皆可获得玫瑰花一支(200支送完为止)
2. 买情侣手机(两台机器)的顾客，本店赠送情侣号一对。
5. 凡来本店购物的消费者，可凭购物小票获得精美照相馆代金券、优惠卡(需要和照相馆商定)
6. 厂家提供情人节特卖机型及赠品(手机、数码卖场要组合出情人节商品套装)

家电活动促销方案篇七

xx家电商场是在今年4月份刚刚步入市场，其地理位置处该市的`东

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。

揭穿竞争对手的恶意谎言，打击竞争对手，提升电器的销售量及商场的名气。

以有意预购该商场家电的消费者为主。

火热6月，激情大放送

- 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。

（五）活动策略

1：促销方式

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

广告目的：快速集聚人气，加强在外的形象，增加销量，吸引人群

火热6月，激情大放送

1：：活动时间□20xx年6月19号（星期天）上午09：30

2：活动地点□xxx家电商场现场

3：活动人员：工作人员、现场经理、媒体人员、表演嘉宾、现场观众、厨师，消费者

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xx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；

8)、靓机展销、个别家电现场演示（例如电磁炉炒菜、豆浆机、压榨机等演示）；

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

宣传环节各种形式的花费：主要是以传单、海报等广告形式的花费；