

最新橱柜活动方案 橱柜促销活动方案(优质5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

橱柜活动方案篇一

中秋、国庆佳节是举家团聚、共享亲情的日子，也是保健品的黄金销售期，市场将着重于重点药店开展倾情买赠促销活动，以此换取药店在促销政策、终端陈设等一系列市场建设行为上赐予我司的优待或免费支持、提升我司保健品销量。

二、活动目的

1、通过对重点药店驻点促销并强化管理、培训，开展对重点药店的集中攻坚，推出限期建设“百盒店”“万元店”终端工作。

2、分别把握两个方面的消费者需求：

1)风光、精致礼盒装，迎合节日送礼需求；

2)实在、功效，为解决身体某些问题而买保健品，用有劝说力的实例、承诺打动消费者的心。

3、充分消化现有药品保健品库存。

二、活动时间

1、造势时间：

2、活动时间：

四、活动地点：

五、主推产品：

六、活动形式：

形式一：购x1盒送x或xx1盒

形式二：购x2盒送x或x1盒

七、促销策略：

1、紧抓药店，强化终端促销力度及助销效果，活动前期在终端点以pop、kt展板、货架贴等多种形式大力宣扬“xxx特殊相宜免疫低下、易疲惫者”“xx——中国驰名商标产品”。

2、用大的陈设面、好的陈设位置协作、承接平面媒体宣扬，赠品要求插有赠品标识，让顾客一目了然。地堆陈设统一为：产品+赠品+手绘pop

3、活动前组织导购员明确活动内容、任务，进一步熟识公司保健品成份、功效，统一输出口径。

为推动各地连锁事业的进展，为更多的零售企业供应相互沟通的机会，盼望全国各零售连锁超市选购总监、选购经理、企划经理、企划主管等都能够踊跃参与，把我们新奇、独特，可操作性强的金点子方案都呈现给大家以便相互沟通，相互学习。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

橱柜活动方案篇二

9月25日-10月31日

二、促销形式

淘宝、京东、大众点评等

三、活动内容

一、石英石台面一元一延米

2. 如台面用于其他用图需要按照原价收费，比如包管、吧台等；

二、4999元海风款限量套餐

三、吸塑门板橱柜套餐折上折

四、淘宝、京东限时秒杀

9月27日、10月4日晚上21：00整点秒杀布鲁斯班的海风款套

餐，原价7812元秒杀特价1999元。

橱柜活动方案篇三

橱柜经销同策划促销活动的`第二种就是造势，不能像诸葛孔明一样“借东风”，就只能自己“造东风”了，能借势是上策，在不能借势的情况下，再考虑自己造势。造势的方法很多，笔者列举如下：

造势的第一种方法是造事件。造能成为媒体和消费者关注、能成为热点和亮点，能有行业影响力、社会影响力的大事件。造事件上最成功的案例就是家居建材行业里一战成名的富雅漆了。这个品牌的漆为了表示油漆里不含对人体有害的挥发物质(voc)企业老板现场把一杯油漆喝掉，当时造成了很大的轰动，媒体竞相传播，这种健康漆的好处不胫而走，品牌一炮打响，后来这种漆还进了“鸟巢工程”。

造势的第二种方法是造概念(造卖点)。这点是中国企业的强项。中国的家电企业，竞争最激烈，也是玩概念，造卖点最激烈、最白热化的地方。任何家电的品类都有一大把让消费者头晕目眩的概念、卖点，如什么氧吧空调、正弦波变频空调、网锐电视、酷开电视等等，让消费者目不暇接。

造概念、造卖点也是一种非常适合中国国情的促销方式。笔者在服务某国内知名橱柜品牌时，也造出了3g厨房的概念(3g是好看goodlook,绿色环保green,高品质goodquality的意思)借企业刚刚被认定为环境标志产品的东风，在全国范围内展开了“3g厨房中国行，亿万好礼送不停”的大型促销活动。

造势的第三种方法就是造节日。没有节日，就要造节日。如文化节、艺术节，鉴赏节等。总之是文化搭台，品牌唱戏，终端收钱。笔者在家居建材业首创了8月8日丈夫节，倡议“男人下厨一小时烹制丈夫菜”，在此节日丈夫为自己亲爱的家人和老婆亲自下厨，烹制出饱含对家人爱和责任

的“丈夫菜”。不仅在线上传播，还在全国终端如火如荼地开展了以丈夫节为主题的各式促销活动，斩获颇丰。

盟等。目的是，不管是厂家还是经销商，大家抱团取暖，联合让利，联合优惠，联合获取更多的目标顾客，联合制造更大的声势，联合占有更大的市场份额。

要做好一场促销活动，活动的主题策划是开始，也是最难点。良好的开始就是成功的一半，学会了借势和造势，促销活动策划的难题，在很大的程度上就可以迎刃而解了。

观点：橱柜概念营销，简单制胜

在任何行业内或者对于任何一个行业，都会有企业采用“概念营销”的营销策略进行营销传播和信息告知。在橱柜行业同样也存在企业采用“概念营销”的现象，并且运用的极其成功，取得了不俗的市场战绩，在行业和消费者当中留下了深刻的印象，并且成为消费者消费该类产品的的一个重要“卖点”。那么什么是“概念营销”呢？笔者认为有必要解释一下。

概念营销是指企业深入了解消费者的理性需求和市场需求趋势，并且结合着这种需求进行产品研发、设计和制造，通过营销传播、活动促销、人员说服等方式将这种需求以“点”的形式进行传播，引起消费者关注和认同，和实现厂家“卖点”与消费者“买点”之间的有效对接，引起消费者对该类产品某新特点的一种期待的营销策略和营销手段。

尤其橱柜行业内的领袖企业在企业对外宣传语中做的几乎大相径庭，通过企业宣传语并没有给企业带来过多的形象塑造意义。宣传语在一定程度上能将自己的企业实力和形象留给消费者，是消费者由一个简单的总体性的认识，但是每个企业都说自己是“行业领航者”“龙头企业”等自封名号(国家相关部门有不对企业进行类似的称号加冕)，消费者便开始困

惑了，都说是龙头，哪有那么多“头”，谁说自己是“尾巴”，肯定是在忽悠我们。于是乎，次类宣传语除了在不同级别间的企业间能起到一定的差异化作用，同级别企业中所起的作用并不大。

但是，概念营销确有效解决了同级别的企业间产品的差异化，简单化的营销宣传语更是使企业营销传播“如虎添翼”。

橱柜活动方案篇四

疯狂底价脱光狂欢

光棍节是围绕【单】做文章的节日，很多年轻人趁此节日庆祝单身，或者脱离单身。

1、脱光雄(hong)心进店有礼

表白绝不能赤手空拳！

凡活动期间前10名进店/活动当天受邀到店前20名，即可获得脱单助手：爱心抱枕一个！

2、脱光有奖进店有礼

添加尚品宅配官方微信，朋友圈晒出你当天到指定活动门店参与活动的’“证据”，即有机会赢取沙发床1张。

活动规则：

3、活动结束后将抽取1名幸运客户，奖励床垫一张；

4、中奖名单将于抽奖后在尚品宅配榆林官方微信上公布。

3、疯抢底价脱光优惠

绝配券：预约量尺送500元绝配券。

脱光特惠：

全屋正价商品满10000元，即送20xx元现金券；

正价柜类满20000元或以上，再减20xx元；

正价柜类满30000元或以上，再减4000元；

正价柜类满40000元或以上，再减6000元；

正价柜类满50000元或以上，再减8000元；

脱光抄底折：

正价柜类满10000元以上，预存10000元，享惊喜额外9.5折；

正价柜类满20000元以上，预存20000元，享惊喜额外9.4折；

正价柜类满30000元以上，预存30000元，享惊喜额外9.3折；

正价柜类满40000元以上，预存40000元，享惊喜额外9.2折；

正价柜类满50000元以上，预存50000元，享惊喜额外9.1折；

活动当天到店再享神秘折上折，一脱到底

凡活动当天到店，正价柜类满20000元以上，惊喜折后再享1%返点优惠、

橱柜活动方案篇五

9月25日-10月31日

二、促销形式

淘宝、京东、大众点评等

三、活动内容

一、石英石台面一元一延米

2. 如台面用于其他用图需要按照原价收费，比如包管、吧台等；

二、4999元海风款限量套餐

三、吸塑门板橱柜套餐折上折

四、淘宝、京东限时秒杀

9月27日、10月4日晚上21：00整点秒杀布鲁斯班的海风款套餐，原价7812元秒杀特价元。