

# 一家亲活动记录 双十一家具促销的活动方案(精选5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 一家亲活动记录篇一

### 1. 各大品牌同区域竞争、扩大产品市场迫在眉睫

xxx市内不缺乏优势家具品牌。然而随着不同品牌的相继加入□xxx市的家具市场上出现了邂逅消费。市区的市场逐渐不能满足各个商家对市场的需求。面对同行业的不断竞争，每个品牌商家的市场占有率在逐渐的缩小。除此之外，各大品牌的相继进入xxx市场，给各个商家造成不小压力的同时也抢占了大部分的市场。面对日益激烈的同行业的竞争和资金雄厚各大品牌，扩大xxx市的家具市场迫在眉睫。

### 2. 占领广大乡镇、农村市场势在必行

从我们现有客户资源进行分析，乡镇以及农村在家具市场的需求量也越来越大，目前这一市场尚有很大的可开发空间，各大乡镇以及农村市场的客户在采购家具用品时，大多都是到周边的市区以及县城进行采购，然而；县城的家具市场不成熟，而市区离农村和乡镇有太远，造成了这部分客户群在采购过程中的极为不便和价格偏高等一系列的不利因素。为了达到扩大产品市场，并形成一种全新、积极的多赢式营销理念。投入地方市场的开发，并以xxx献爱心，家具送下乡为主题的活动，进军xxx市周边各县、乡镇以及农村市场。抢先占领各县、乡镇以及农村市场的主导权。

### 3. 家具明码标价的趋势化经营

随着消费者消费水平的提高和对品质生活的迫切追求，家具消费渐渐成为继居民购房之后的第二大家庭投资项目，但是消费者在购买家具时不耗几天时间好像也下不了单！造成这种结果的原因除了品牌众多、消费者产品辨别能力差等特点，还有就是家具商场等大型零售卖场都有两个价格，一个是自定标价，一个是厂的，于是所有商品的成交价格几乎就在这两个价格之间进行成交。导致消费者在家具市场里看看这个好，那个也好，回家开始算价格，老是感觉价格还能降，这就使消费者在购买家具的过程中，防备心理较强，时常保持谨慎的心态，防止被商家欺骗。如何改变目前这一消费状态呢？那就是家具产品实行明码标价经营。

### 4. 展望未来家具市场

家具产品去开发农村以及乡镇市场，目的只有一个，就是掌控地方家具市场的主导权。让公司在农村以及乡镇市场上形成一个讲诚信、提供优质产品和服务的家具产业品。更好的在农村以及乡镇市场上站稳脚跟，并结合市区家具市场，实行家具明码标价经营，整合成一个庞大的家具市场，只有这样，我们的家具市场才能有更大的发展空间。

xxx节感恩回报

xxx家具下乡、明码标价惠市民

20xx年xxx月xxx日至xxx月xxx日

xxx国际家具城

综合xxx市周边县、乡镇以及农村家具市场的整体分析有以下几点情况：

- (1) 各县区，家具市场不完善，价格偏高。
- (2) 各乡镇以及农村市场家具市场基本上处于空白状态。
- (3) 各县、乡镇以及农村的客户群到市区采购不方便。
- (4) 市区各家具卖场价格不完善，存在价格差异。
- (5) 再者地方消费者对于产品和品牌的信息来源较少。

由此可见，各县、乡镇以及农村市场具有极高的开发价值。

消费者主要有如下特点：

- (1) 消费者对产品价格持怀疑态度，对产品质量不放心。
- (2) 县、乡镇以及农村的广告宣传不杂乱，在宣传的时候容易取得效果。
- (3) 县、乡镇以及农村需要一个方便实惠的购物环境。
- (4) 县、乡镇以及农村对市区的产品信任度较高。

针对前面我们所分析商家和消费者的特点和问题，我们从两者的角度出发，从双赢的角度出发，特提出如下敢为人先的创意方案：

- (1) 家具送下乡，让地方消费者能享受到方便实惠的统一消费。
- (2) 实行部分商品明码标价式经营，让消费者不再为价格烦恼。
- (3) 抽取现金大奖，刺激消费者消费。

家具下乡真情回馈活动

## (a).进店有礼活动

凡在活动期间光顾xxx家具城的顾客都有由xxx提供的精美礼品一份，数量有限，赠完为止。（凭农村身份证件领取）

## (b).家具下乡补贴

买家具享受家具下乡补贴：所有乡镇、以及农村户口可凭有效证件可享受家具下乡补贴10%，以最终成交价为基础。（补贴10%的含义：活动期间所以家具上浮7个百分点，真正让利3个百分点，共计让利10个百分点）

## (c).你购物，我买单

1. 凡在活动期间购买任意一款商品或对任意一款商品下订单的顾客，都可凭当日购物订货单，报取来回车费。（按购买家具的金额来报取车费）

2. 商品明码标价、平价销售活动期间，特设立两个厅进行商品明码标价、平价惠市民，分别是儿童及休闲专厅。

## 3. 抽奖活动

抽奖可设为每3000元以上抽一次；8000元两次；13000三次，以此类推。活动设有：一等奖一名：现金奖5188元。

二等奖两名：送价值3188元的休闲沙发一套（按元每套成本计算）。

三等奖五名：送价值588精美衣帽架一个（按100元每套成本计算）。

幸运奖一百名：送公司提供的精美礼品一份。

1. 单页的发放。

早报的宣传。

3. 车身广告。

4. 乡镇张挂布标。

1□dm单页□a350000份0.28元/份=14000元

2、半版报纸广告宣传□20xx元/每期2期=4000元

3、车身广告费用：15平米/每车4车10元/平米=600元

4、活动奖品费用：9688元

6、抽奖卷：500张0.1元/张=50元

8、出差车费：1824元

合计：38674元

## 一家亲活动记录篇二

xx家居首届家居购物节五一开幕。全场七重惊喜回馈山城消费者。

装修可打七折，满5万元者可打6折，满8万元可打5折。

2、建材，家具，家饰全场部分商品五一黄金周5.1折，五二黄金周5.2折活动将持续7天，从5月1日到7日。（厂家支持）

3、地板超市全场8折再送设计+装修（与广场装修公司联手）

- 4、黄金周前来购物者均可获得本家居广场购物优惠会员卡一张，持会员卡前来购物将享受成交价基础上在打9.8折优惠。
- 5.60家高中档家具，建材品牌黄金周联手推出特惠惊喜（厂家支持）
- 6、最新流行建材，家具新品特价展览会（广场门口规定区域摆放各品牌特价商品，并可发放宣传单和支撑宣传伞等。）
- 7、全场当日购物满xx元现金，抽笔记本电脑，空调□dvd等大奖。（奖品由商场提供）

## 一家亲活动记录篇三

促销主题：家装家居主材团购

促销类型：举办活动

- 1)在当地报纸做1/2或1/4版广告宣传
- 2)重点小区进行业务人员推广，印刷《五一家装团购优惠特刊》
- 3)安排电话营销人员对前期咨询的客户或小区电话名单进行电话告知
- 4)公司内部海报
- 5)施工现场进行海报宣传(印刷几十份海报)
- 6)各合作单位门头进行合作宣传

联合多家主材商，进行现场并单团购，起价最低6折起，每增加10人再降5个点，一直降到厂商当场吐血！

1) 各主材家在产品展示

2) 现场报名团购

1) 联合主材家居商家，共同做团购

2) 印刷《五一家装团购优惠特刊》，每厂商一页(建议4开对折版，即8开版)

本方案适合中小城市，在当地建材商城或超市没有相应的团购活动情况下，做这个活动效果是特别好的。

## 一家亲活动记录篇四

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。

6、专车接送(可借鉴大润发那种免费公交)

1: 促销方式

现场促销，促销销售，网络促销

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;

## 一家亲活动记录篇五

这天我们群众观看了新疆一频道播 { } 放的《一家人一家亲》节目。影片《一家人一家亲》生动讲述了全疆各族干部职工在自治区党委的领导下开展“四同四送”活动中亲如一家、血肉相连的民族团团结的故事,讴歌人性中最闪光的大善、大美和大爱。剧中主人崔燕的形象,感染、感动着观影的所有人,影片主题鲜明、内涵丰富,情节感人,将“各民族一家亲”的主题贯穿其中,在半个多小时的观影过程中,13名社区干部都被超越血脉、民族的真挚情感所打动,为无私的大爱泪流满面。

透过观看《一家人一家亲》专题片,社区13名干部更加深刻地感受到各族人民团结的重要性。在我们心中种下了民族团结的种子,让民族团结教育走进大家的生活中。

透过此影片的展播，社区要求大家写交流观影感受，我相信在新疆这个多民族聚居的大家庭里，民族团结是我们共同的追求，民族团结之花将开遍天山南北。作为民族团结一家亲的一份子，要用心响应党和国家，自治区党委常委用心号召，从自身做起，大力倡导“三个离不开”的思想理念，维护民族团结一家亲的大好局面，为新疆的和谐贡献绵薄之力。