

最新橱柜促销活动方案有哪些(优质5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？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。

橱柜促销活动方案有哪些篇一

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。

橱柜促销活动方案有哪些篇二

1. 让你省心的橱柜专家——好兆头橱柜。

2. 卓创诚为本，馨居好兆头。
3. 好兆头，幸福当头。
4. 好灶头，好兆头——好灶头生活橱柜。
5. 好兆头，跟着快乐走。
6. (环保式) 你的空间，我的奉献——好兆头橱柜(温馨式)。
7. 精彩，因我而来!
8. 灵动有约，豪然生活——好兆头橱柜。
9. 家居好帮手，唯我好兆头，
10. 好兆头橱柜，理想兆进厨房。
11. 我爱，我选——好兆头。
12. 好兆头，让生活“千姿百味”。
13. 爱的味道，用心酿造!
14. 方好汤，好菜，好家庭——好兆头橱柜!
15. 橱柜好兆头，伴您乐无忧!

橱柜促销活动方案有哪些篇三

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心的“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”。

橱柜促销活动方案有哪些篇四

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popkt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](#)

橱柜促销活动方案有哪些篇五

1. 好橱柜，柜在好兆头！
2. 好兆头是用出来——好兆头橱柜。
3. 好生活，好兆头。
4. 好兆头橱柜，兆福千万家。
5. 好兆头，让爱伴你到永久！
6. 天天好光头，天天好橱柜。
7. 厨卫好兆头，生活有盼头！
8. 斑斓品质，快乐“橱”置——好兆头橱柜
9. 好兆头橱柜，生活好滋味。
10. 誉名驰天下，好兆头相伴。
11. 缘结千百年，修得好兆头。
12. 给厨房温暖的臂膀，让爱静静流淌！
13. 好兆头橱柜，给你的又何止是兆头。
14. 落户千万家，天天好兆头。
15. 阳光尽好在好兆头橱柜。