

最新家具店搞活动方案 家具店活动方案(模板10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。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

家具店搞活动方案篇一

1. 各大品牌同区域竞争、扩大产品市场迫在眉睫

安顺市内不缺乏优势家具品牌。然而随着不同品牌的相继加入，安顺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安顺市场，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，扩大安顺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5.1献爱心，家具送下乡为主题的活动的，进军安顺市周边各县、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，一个是厂的最低价格，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。

二、活动主题：劳动节感恩回报

兴伟家具下乡、明码标价惠市民

三、活动时间□20xx年4月20日至5月20日

四、活动地点：兴伟国际家具城

五、市场分析

综合安顺市周边县、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。

六、客户分析

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。

家具店搞活动方案篇二

20xx年12月25日(星期六)是圣诞节□20xx年1月1日(星期六)是元旦节，由于两大节日时间紧靠，所以将圣诞、元旦双节促销，规划为一次大型的“圣诞元旦双节同庆欢乐共享”促

销活动，活动内容如下：

集美家居万家城店一层西厅a1027“邦威家具”专卖店

邦威家具专卖店新老顾客

20xx年12月24日——20xx年1月3日

圣诞元旦一起过，欢乐惊喜无限多

- 1、打折，打破价格底线，真刀实枪刺激性优惠！活动促销期间，全场商品5.5折(特价商品除外)。
- 2、特惠组合，特价商品抢购引爆让利高潮！活动促销期间，各店倾情推出特价卧房八件套仅售3280元。(特价商品不参加活动)
- 3、折后再送礼，进店就送礼，人人不落空，活动促销期间，凡进店顾客均送个性台历一份，凡购买商品满3000元；送电话架(单个)。满5000元；送茶几。满8000元；送妆台。满10000元；送豪华床垫。早到早得送完为止。
- 4、疯狂大奖天天抽，辞旧迎新，购物抽奖，百抽百中，活动促销期间，凡购买商品满3000元以上者(含3000元)，均可参加抽奖活动，一等奖；蚕丝被(每天限1名)，二等奖；毛毯(每天限3名)，三等奖；高档紫砂杯(每天限200名)。即买即抽100%中奖。

有效定货日期为□20xx年12月20日——20xx年1月3日

奖品区域：(以实物为准)

赠品区域：(以实物为准)

特价卧房套餐3280元/套：

以上优惠仅供参考，以店面具体政策促销为准！可能有更多更好的惊喜等着您！

邦威家具精心打造的这次大型促销活动，旨在为消费者提供符合自身品味和追求的产品，让消费者自己做主、发挥创造精神，创造并享受良好的生活品质，从家居中体验生活的轻松和乐趣。

家具店搞活动方案篇三

上联：观秦砖汉瓦之神韵；

下联：集明苑清轩之古风。

上联：宇内精工能匠制；

下联：峰林古树美樟为。

上联：玉宇家具红檀香；

下联：古峰选料巧精工。

上联：精工家具装玉宇；

下联：真才实料选古峰。

上联：宇装典雅精工匠；

下联：峰古实木红檀香。

上联：宇内家具工艺巧；

下联：峰群私林选材精。

上联：善缘金木水火土；

下联：情亲东西南北中。

横批：境由心造

上联：红花满梨枝俯首秦皇汉武；

下联：黑杉布楠檀仰拜神道佛仙。

上联：紫檀鸡翅黄花梨，件件珍品；

下联：铁力酸枝金丝楠，货真价实。

横批：名堂聚宝

上联：买红木红运当头；

下联：进此门财源广进。

横批：欢迎光临

上联：金碧丹青颜色丽，出品必精，价廉物美；

下联：门闾陈设光泽新，制器须固，外巧内坚。

上联：衣柜卧椅功夫硬，高崖古涧千年寿；

下联：雕床画橱式样新，密蕊精花几许春。

上联：鲁班何处？柜橱得神之助；

下联：墨翟再生，桌椅有天之工。

上联：不是凡间地；

下联：仿若仙人居。

上联：来此处不是凡间地；

下联：看家具仿若仙人居。

上联：千古悠悠，寻得生活安逸；

下联：万载长存，好似仙人居所。

上联：古香古色，木桌石凳为古居；

下联：新人新事，门里窗外羨仙人。

上联：豪华实木布艺沙发；

下联：舒适你我温馨全家。

上联：放眼房舍尽是花梨楠木；

下联：兴怀风雅斯室惟吾德馨。

家具店搞活动方案篇四

范文一：工商局“3.15”活动方案

为隆重纪念3.15国际消费者权益保护日，广泛宣传中消协主题年活动，进一步推动《消费者权益保护法》，《产品质量法》等有关保护消费者合法权益的法律，法规普及，推动我市消费者权益保护工作的创新发展，按照郑州市消费者协会统一安排部署，市工商局，市消费者协会定于3.15国际消费者权益日全面组织开展年主题宣传活动，特制定如下实施方案。

一，指导思想

按照科学发展观要求，深入贯彻年主题，进一步宣传《消法》，《产品质量法》，关注消费，关注环境，关注健康，构建和谐的消费环境。

二，组织领导

为确保3.15活动的顺利开展，成立3.15活动领导小组

组长：付智敏

副组长：刘辰昌王和平魏德文孟文建

成员：崔建东周宏州王晓东张海宏张录合孙松甫侯文辉王宏彬钱少辉杨雪勤于红丽张文明及各工商所所长。

三，方法步骤

（一）活动时间和内容

1，活动时间：3月15日.3月12日至14日我局将在市电视台发布活动公告，届时付局长将发表电视讲话。2，为震慑不法经营者，营造公平竞争的市场氛围，保护消费者的合法权益。市工商局，市消费者协会将在3月15日活动当天，公布查处的制售假冒伪劣商品的典型案件和消费者协会受理的消费投诉典型案例。

3，3月15日，在市区西广场北门口，行政路，屏峰商场，金林商场门口开展以为主题的大型宣传咨询投诉活动，集中受理广大消费者对商品和服务质量的投诉，组织专业人士回答消费者的咨询，发放宣传材料。

4，向广大消费者展示市工商局打假成果，组织真假商品对比，届时将组织各种商品的经销商和厂家的有关专家向广大消费者介绍真假商品识别知识。

5, 组织人民医院, 中医院, 妇幼保健院, 职业病防治医院, 市眼科医院, 市中心红十字医院, 郑煤集团总医院在西广场进行大型义诊活动。

14, 本次活动的录像, 宣传报道工作由人教科负责。责任人: 钱少辉

15, 3.15活动结束后, 投诉中心将活动情况及时总结上报。责任人: 周宏州

16, 活动场地(包括分会场)及相关部门关系协调由办公室负责。责任人: 张海宏

17, 本次活动的经费保障由财务科负责。责任人: 于红丽

四, 活动要求

1, 各单位要高度重视, 落实工作责任。通过制作展板, 设置咨询台, 发放宣传材料创造性地开展宣传活动。同时, 要组织指导各大行业, 中介组织积极参加。

2, 宣传活动要和信用体系建设相结合。以宣传, 贯彻《消费者权益保护法》为重点, 推动企业诚信。同时对严重损害消费者合法权益的典型案例进行披露曝光。

范文二: 3.15国际消费者权益日活动方案

为强化消费者维权意识, 促进商品质量和服务水平整体持续提升, 努力营造全社会共同关注维护消费者合法权益的良好氛围和消费环境, 特制定20xx年“3.15”国际消费者权益日纪念活动方案。

一。指导思想 以党的十八大, 十八届三中、四中全会和中央经济工作会议精神为指导, 以“携手共治, 畅享消费”为主

题，宣传有关消费维权的法律法规，提高消费者的维权观念和能力，更新维权方式，创新维权机制，加强社会共治，不断适应新形势，健全和完善各项惠及民生的消费政策，扩大公共服务，扎实推进新形势下消费维权事业，有效释放消费潜力，促进我县经济健康稳定发展。

二。组织领导

及时成立岳西县20xx年“3.15”国际消费者权益日纪念活动组委会，分管副县长为主任，县政府办副主任、县市场监督管理局局长、县消费者协会会长为副主任，县直有关部门和企业负责人为成员。组委会办公室设在县市场监督管理局，办公室主任由县市场监督管理局副局长祝金来同志担任。

三、活动安排

1、3月5日，组委会召开“3.15国际消费者权益日纪念活动筹备会。

2、3月9日至3月13日，各成员单位中行政执法单位开展消费市场专项整治活动，并做好各自相关领域的消费维权宣传和执法检查工作。

3、3月12日前，各成员单位和相关企业分别悬挂宣传横幅。

4、3月12日，组委会发表电视讲话。

1、加强领导，协同作战。各乡镇要成立相应的机构，各相关部门要明确任务，各司其职、协同作战，共同做好“3.15”活动的整体策划和组织实施工作，努力丰富和创新“3.15”活动的内容和载体，进一步提高活动的针对性和有效性，做到城乡结合，广泛参与，社会互动。

2、强化宣传，注重实效。积极争取宣传部门和新闻媒体的配合，营造良好的舆论氛围，突出以“携手共治，畅享消费”

为宣传主题，集中力量，着力推进质量兴县、名牌战略、加强食品生产和特种设备安全监管等工作，尤其要认真解决人民群众关心和反映强烈的产品质量和服务水平问题。通过声势浩大影响广泛的纪念活动，为消费者排忧解难，促使经营者自觉承担社会责任，诚实守信经营。同时要认真做好3·15期间投诉调处工作，及时化解消费纠纷。

3、认真总结，及时上报。3·15纪念活动内容丰富、涉及面广，时间紧，任务重，各地、各部门要认真抓好落实，并及时做好3·15活动总结上报。

家具店搞活动方案篇五

一、活动主题：

xx家居商场专柜，新品上市，清仓甩卖

——新品上市，清仓甩卖，不计成本，狂抛！

分解：4月份□xx家居商场家具专柜为新品尽快上市，更好重组品牌，特在本月x日-x日内，家具专柜举办一次性清仓狂抛活动。本次活动均按一口价，不还价，绝对低价，力度空前绝后，抛完为止。

二. 活动目标量：

彻底清场，真正不计成本，抛完为止。

三. 活动日期：

x月x日——x月x日

《活动期2天，推出具体工作时间：早上8：00—晚上5：00止。
》

四. 活动人员组织:

1. 经理1名。

a.全面执行落实本案相关细节工作.

b.负责对外信息发布等宣传工作的人员落实.

c.负责商场现有产品的活动定价及货源组织布置等工作

d.负责导购人员组织,培训等工作

e.负责活动现场人员岗位组织及培训,执行条例的'监督和回款等工作.

f.负责售后人员送货及撤场等工作安排.

2. 导购员若干名:

a.负责商场现有的产品归类及整理工作.

b.负责商场全面卫生清洁工作.

c.负责客户接待,签单工作.

d.负责客户咨询电话的接听及统计归档工作.

五. 广告语设计:

家居商场家具专柜,新品上市,二天内全面彻底清仓完毕!.

家居商场专柜,新品上市,清仓甩卖,不计成本,狂抛!

六. 广告投放方式:

1. 制做若干条条幅, 标有主题, 挂在各人流量集中地段和针对小区的地段.
2. 印制大量的宣传页, 以图文并茂的夹报形式, 展现所推出的系列家具产品. 须突出主题, 标明活动内容. 加强组图优势, 拉动吸引力面.
3. 本地报刊, 头牌刊登活动主题及分解, 如下:

xx家居商场专柜彻底清仓

---新品上市, 清仓大甩卖, -口价, 不还价.

月份□xx家居商场家具为新品尽快上市, 更好重组品牌, 特在本月本日内, 家具一次性清仓狂抛活动。本次活动均按-口价, 不还价, 绝对低价, 力度空前绝后, 抛完为止。

4. 短信发布10万条以上, 含老客户, 针对接收区域要到位.
5. 当地收视率最高的电视台, 选择性给予前期宣传工作, 但文字须精简, 明了, 突出优势.
6. 宣传车2辆, 以喷绘的形式, 展示活动主题.

七、执行细节:

1. 广告宣传渠道, 选择须准确, 针对有效客户群.
2. 咨询电话须耐心, 热情, 肯定, 采用简洁明了的言语对话, 做好客户信息档案归档.
3. 活动流程安排要落实到位, 设有岗位责任人.
4. 导购员须确保签单量。活动前培训工作须到位.

5. 签单注明活动规定及要求，现金管理须合理，确保准确无误

家具店搞活动方案篇六

一、活动主题：

青田家居商场专柜，新品上市，清仓甩卖——新品上市，清仓甩卖，不计成本，狂抛！

分解：12月份，青田家居商场家具专柜为新品尽快上市，更好重组品牌，特在本月1日-20日内，家具专柜举办一次性清仓狂抛活动。本次活动均按一口价，不还价，绝对低价，力度空前绝后，抛完为止。

二. 活动目标量：

彻底清场，真正不计成本，抛完为止。三. 活动日期： 12月1日--12月20日

《活动期20天，推出具体工作时间：早上8：00--晚上5：30止。》 四. 活动人员组织： 1. 经理1名，成员7名。

e.负责活动现场人员岗位组织及培训，执行条例的监督和回款等工作.1 f.负责售后人员送货及撤场等工作安排. 2. 导购员若干名：

——新品上市，清仓大甩卖，一口价，不还价. 12月份，青田家居商场家具为新品尽快上市，更好重组品牌，特在本月20日内，家具一次性清仓狂抛活动。本次活动均按一口价，不还价，绝对低价，力度空前绝后，抛完为止。

2 4. 短信发布10万条以上，含老客户，针对接收区域要到位. 5. 当地收视率最高的电视台，选择性给予前期宣传工作，

但文字须精简，明了，突出优势。

6. 宣传车2辆，以喷绘的形式，展示活动主题. 七、执行细节：

1. 2. 广告宣传渠道，选择须准确，针对有效客户群。

咨询电话须耐心，热情，肯定，采用简洁明了的言语对话，做好客户信息档案归档。

3□ 4□ 5□

八、活动细则：

1. 活动仅限在青田家居商场专柜兑现，其它区域视为无效。2. 活动时间仅限指定时间，过期无效。

3. 活动之前开票或已付定金的商品不参与本次活动。

4. 活动期间所兑现的产品均享受售后服务，并实行一年的全程保价服务，在此保价期间发现商场同品牌同型号，同材质的商品售价低于此之活动价，凭有效凭据实行差价双倍返还。

5. 活动清仓甩卖价格，仅限活动期间下单有效，所购买商品须付清100%的货款金额，下单才生效。

6. 本次活动，所订的货品经确认后不得更改，如有撤单者货款不予反还。活动流程安排要落实到位，设有岗位责任人。导购员须确保签单量。活动前培训工作须到位。

签单注明活动规定及要求，现金管理须合理，确保准确无误。

3 九、活动运作方式：

1. 专柜所有在本次活动推出的系列家具，售价比平时低50%以上。2. 卖场家具设有组合家具整体低价推出。3. 卖场部

分家具以2折起售，体现价格优势。4. 选有一定的实用家具做为促销品。5. 低价、组合、赠品要合理安排，再定价。6. 独立家具销售须带动整体销售额。

7. 价格配比要有吸引力，做到以点带面的效果。8. 活动真实内容对公司内部员工，注意保密。

十. 活动进度时间安排：

1. 12月1日至12月2日准备摆场货源，区域明了，并摆好场。场内要以大众消费的沙发/床/床垫/餐桌椅等为主。

2. 12月1日--12月20日，户外针对区的条幅全部落实到位，挂好。3. 12月18日大量夹报投放到市场。

家具店搞活动方案篇七

□xx年4月23日（周六）—xx年5月8日（周日）

1、通过五一，利用特价产品超低价格获取客户的吸引力，拉动全场销售。

2、通过全场折扣让利，促使客户更多购买，培养更多新客户。

3、加强新老客户的沟通，通过口碑宣传，传播品牌形象。

4、让旺季更旺，抢占终端市场，给竞争对手以打击，迅速扩大市场占有率。

（城市名）专卖店

（一）活动内容一：超低特价，仅限五一

五一促销特价品

序号 型号 名称 数量 批发价 促销价 毛利率

1as—20xx—41□8m 双人床 11014148832%

2as—9932 四门衣柜 12448358032%

3as—99331□2m 儿童床 169398029%

4as—20xx 组合书桌 1143420xx31%

5as—50181□25m 餐桌 164389028%

注：1、通过以上产品带动其他销售，如套房可让客户补床头柜，书桌等

2、餐厅让客户补餐椅等

（二）活动内容二：五一小长假，天天团购价

活动期间各系列正价品达到以下条件，可以享有以下团购价：

（1）正价品消费满6000—9999元的可以享有6折团购价；

（2）正价品消费满10000—16000元的可以享有5.8折团购价；

（3）正价品消费满16000元以上的可以享有5.5折团购价；

注：（1）6000以下自行定价，建议为6.8折

（2）以上为建议折扣，具体折扣与额度可根据实际情况定

（三）活动内容三：优惠无极限折后又返券

活动期间各系列正价品达到以下条件，可以享有以下优惠

消费每满3000元，同时送抵金券1000元一张；买6000元，送2张，以此类推！

抵金券使用说明：

- 1、抵金券第二次消费时使用。
- 2、不找零，不兑现，逾期作废。
- 3、公司盖专用章后有效。
- 4、不与其他优惠同步使用。

注：活动二与活动三可同时享受。

（四）活动内容四：1元购家具给力更给力

活动期间，凡是每单总购物金额满10000元（正价打折优惠前）的客户，加1元获赠小件家具产品一个，款式由经销搭配。每单限送一个，每天赠送5个，先买先送，送完为止。

注：1、仅限5月1日、2日、3日

2、五一三天之外的销售，可不送，根据库存而定。

1pop喷绘（2种不同主题的□pop喷绘为x展架经销商当地制作，2张

2吊旗请根据卖场实际情况及人流流动线进行悬挂经销商当地制作一个店30张

3特价kt板每件特价产品制作一个特价牌，经销商当地制作，5个

4地贴每个门口地面做一个经销商当地制作，1—2个

5宣传单页针对五一可以做些个性化的宣传单页经销商当地制作，1000份

6抵用券每满3000元发一张经销商当地制作，建议做60张

图片模拟演示：

注：详情请见《五一宣传相关图片》

- 1、活动内容一要求各专卖店按特价要求进行操作，吸引人气
- 2、活动内容二为除特价品外所有正价商品累计销售额给予的优惠，若有特别优惠的商品不得享有该方案的优惠政策。
- 3、活动一与活动二不得与其他优惠活动同时共享。
- 4、以上要求经销商务必在五一前通知培训各卖场营业员，以统一口径和说词告诉客户，请执行。

1、以上如有疑问请来电咨询营销中心

家具店搞活动方案篇八

为了扩大家具的市场份额，提升销量，树立在消费者心目中的良好形象，提升品牌认知度及美誉度。

二、活动对象

主要促销目标：刚刚购房的消费者，次要促销目标：80后等工作有成，开始考虑购房及家具的消费者；新婚夫妇及其父母。三等促销目标：即将步入社会或工作时间不长的年轻消费者。

三、活动主题

活动标语：让我们的专业，给您带来更舒适的生活。

活动主题：免费提供您想了解的关于家具的任何问题的专业意见。（例如家具的保养，摆放，选购，收藏等）

赠送小礼品

抽奖

知识竞答

四、活动方式

在活动开始之前，与当地政府做好协调工作，取得相关部门的支持，同时，在各种媒体上进行宣传预热，还可以联合当地的经销商，在活动开始之前发放入场券，发放的主要人群即确定的消费对象（入场券有编号，以便进行活动期间每天的幸运抽奖）。

具体内容为：

三、凡是活动期间在经销商处购买家具的消费者，凭借入场券，可以获得一定的优惠；

五、由主持人不定时主持有奖知识竞答，获胜者可以获得精美礼品一份；

六、在每天的活动结束之前进行幸运抽奖，中奖者可获得精美礼品一份。

五、活动时间和地点

活动时间：5月3号至6号每天早上9：00——11：30，下午2：30——5：30

活动地点□xx时尚家具馆，地址□a座：xx公园南门对面b座：xx市商业银行西邻c座：新世纪广场西门对面□xx家具城，地址□xx大街与xx路交叉口路北。

六、广告配合方式

在活动开始前的一个月，即4月1日开始，在xx市进行广告媒体投放，投放的主体为电视，关于家具装潢的杂志，路边的广告牌，车载电视，知名报纸（如xx晚报等）等，进行覆盖式广告投放，广告力求简洁醒目，重点突出本次活动的所有服务均为免费提供。

七、前期准备

1、人员安排：家具讲解员：15人，专业知识讲解员：10人，出勤人员：20人，主持：2人，保安：30人，后勤人员：5人，司机：5人，活动讲解员：10人，现场管理：2人，现场调解员：5人与政府沟通人员：2人（此人员安排每个活动地点各一套）

2、物资准备：各种不同品牌，不同类型，不同风格，不同样式，不同质量的家具，桌椅20套，话筒15支，音响2套，礼物若干，各相关人员身份牌，矿泉水，纸杯，活动条幅4条□xx家私的展板6个，遮阳伞5个，出勤车辆5辆（按此规格，各活动地点各备一套）

3、政府公关：在活动开始前，安排公关人员与政府相关部门进行公关获得其支持，并请其安排人员进行现场秩序维护。

八、中期操作

1、在每天活动正式开始之前，由主持人对活动进行简短的介绍；

2、现场工作人员要统一穿着印有“xx家私”字样的工作服；

4、活动期间，主持人要定期进行有奖知识问答，并为获胜者颁奖；

九、后期延续

在活动结束后一个月的时间里，在xx市个媒体上对本次活动进行报道，主要媒体为报纸和车载媒体，报道方式主要以给消费者带来的实惠以及消费者对这次活动的好的感想为主。

十、费用预算

人员费用：15000

布置会场：1500

道具（各种家具）：7000

音响设备：1500

外勤费用：1000

礼品：

杂项：1000

突发状况预算：1000

合计：30000元

十一、意外防范

为防止天气突变等自然因素导致活动难以进行，需预备好足够数量的大型遮阳伞，注意加强安保，预防可能发生的.争执

等问题，并且在活动开始之前，要对相政府关部门进行公关，取得活动许可。

十二、效果预估

在消费者心目中树立xx家私的良好形象，扩大xx家私的知名度，提升品牌认知度及美誉度，增加五一期间的家具销量。

家具店搞活动方案篇九

3. 15家具活动主题、活动方案

一、促销主题

“满眼是爱幸福家”/你有多幸福就打多少折!

二、促销背景

三、促销定位

1. 目标人群

营销大师科特勒曾说过“一个针对所有人的方案就是糟糕的方案”，因此我们做促销方案也必须进行市场细分，象导弹一样精确击中目标。据调查，一般到商场购买家具的人，有几种组合：夫妻、一家、单人、婆媳，其中相对占多数的组合是夫妻二人一起逛家具商场。所以本方案正是针对夫妻这种情况做出的策略，而且是以女方为导向。因为购买家用产品，大多数的购买决策权是在妻子那里，丈夫只是参议和付款。而且女性比较感性，容易受环境所感染，加上五一期间与平时不同，心态比较悠闲轻松，比较容易感受并融入到商家精心布置的氛围。综上所述，本次促销活动目标人群有几个特征：

a年龄在25—40岁左右

b白领阶层(此基于产品和商场档次的定位,且白领对文化氛围有特殊需求)

c夫妻一同逛商场

2. 购买家具诉求点

综合4p□4c理论并根据实际情况,目标人群购买家具的主要诉求点有:产品、价格、品牌、服务、购买成本(不仅是金钱,还有时间、精力、便利、风险等等)、购买环境、文化内涵.在前几个点已固定的情况下,我们可以在购买环境、文化内涵这两点上提升.虽然“家具”和“家庭”本来就是天然性的关联,但可以通过环境氛围强化消费者感想联想.家具是物、关爱是情,把这两者关联起来,那林驰不只是卖家具,更是卖一种家庭的温馨与幸福感觉.通过活动,使消费者(基于妻子心理为导向)觉得林驰家具是丈夫对妻子关爱的表现,是“关爱”“爱的见证”,是“温馨”“幸福”,如哈根达斯的“爱她就请她吃哈根达斯”一样.(如何实现强化这一关联见下)

消费者权益日

内容仅供参考

家具店搞活动方案篇十

一、活动主题:

xx家居商场专柜,新品上市,清仓甩卖

——新品上市,清仓甩卖,不计成本,狂抛!

分解:4月份□xx家居商场家具专柜为新品尽快上市,更好重组品牌,特在本月x日-x日内,家具专柜举办一次性清仓狂抛活动。本次活动均按一口价,不还价,绝对低价,力度空前绝

后，抛完为止。

二. 活动目标量：

彻底清场，真正不计成本，抛完为止。

三. 活动日期：

月日—月日

《活动期2天，推出具体工作时间：早上8：00—晚上5：00止。
》

四. 活动人员组织：

1. 经理1名。

e.负责活动现场人员岗位组织及培训,执行条例的监督和

回款等工作.f.负责售后人员送货及撤场等工作安排. 2. 导购员若干名：

a.负责商场现有的产品归类及整理工作.b.负责商场全面卫生清洁工作.c.负责客户接待, 签单工作.d.负责客户咨询电话的接听及统计归档工作. 五、广告语设计：

家居商场家具专柜，新品上市，二天内全面彻底清仓

完毕!. 家居商场专柜，新品上市, 清仓甩卖, 不计成本, 狂抛!

3. 高档餐椅，玻璃茶几，品牌棕垫，布艺沙发，1皮沙发。。。

所有家具限量推出，不续定，抛完力止

六、广告投放方式：

1. 制做若干条条幅，标有主题，挂在各人流量集中地段和针对小区的地段.
2. 印制大量的宣传页，以图文并茂的夹报形式，展现所推出的系列家具产品. 须突出主题，标明活动内容. 加强组图优势，拉动吸引力面.
3. 本地报刊，头牌刊登活动主题及分解，如下：

xx家居商场专柜彻底清仓

---新品上市，清仓大甩卖，一口价，不还价. 月份□xx家居商场家具为新品尽快上市，更好重组品牌，特在本月本日内，家具一次性清仓狂抛活动。本次活动均按一口价，不还价，绝对低价，力度空前绝后，抛完为止。

4. 短信发布10万条以上，含老客户，针对接收区域要到位.
5. 当地收视率最高的电视台，选择性给予前期宣传工作，但文字须精简，明了，突出优势。

6. 宣传车2辆，以喷绘的形式，展示活动主题. 七、执行细节：

1. 广告宣传渠道，选择须准确，针对有效客户群。
2. 咨询电话须耐心，热情，肯定，采用简洁明了的言语对话，做好客户信息档案归档。
3. 活动流程安排要落实到位，设有岗位责任人。
4. 导购员须确保签单量。活动前培训工作须到位。

5. 签单注明活动规定及要求，现金管理须合理，确保准确无误。

八、活动细则：

1. 活动仅限在xx家居商场专柜兑现，其它区域视为无效。
2. 活动时间仅限指定时间，过期无效。
3. 活动之前开票或已付定金的商品不参与本次活动。
4. 活动期间所兑现的产品均享受售后服务，并实行一年的全程保价服务，在此保价期间发现商场同品牌同型号，同材质的商品售价低于此之活动价，凭有效凭据实行差价双倍返还。
5. 活动清仓甩卖价格，仅限活动期间下单有效，所购买商品须付清100%的货款金额，下单才生效。
6. 本次活动，所订的货品经确认后不得更改，如有撤单者货款不予反还。

九、活动运作方式：

1. 专柜所有在本次活动推出的系列家具，售价比平时低50%以上。
2. 卖场家具设有组合家具整体低价推出。
3. 卖场部分家具以2折起售，体现价格优势。
4. 选有一定的实用家具做为促销品。
5. 低价、组合、赠品要合理安排，再定价。

6. 独立家具销售须带动整体销售额。
7. 价格配比要有吸引力，做到以点带面的效果。
8. 活动真实内容对公司内部员工，注意保密。

十. 活动进度时间安排：

1. 4月20日至4月21日准备摆场货源，区域明了，并摆好场。场内要以大众消费的沙发/床/床垫/餐桌椅等为主。
2. 4月19日--4月21日，户外针对区的条幅全部落实到位，挂好。
3. 4月21日大量夹报投放到市场。
4. 4月18至4月23日电视台投放滚动字幕广告。
5. 4月21日报刊头牌八通牌面发布文字广告。
6. 4月18至4月21日分批大量短信发布。
7. 6月21日—4月23日2辆车体广告，城区绕行。

注：本案因不知具体活动的推广时间，所以请注意以下几点：

1. 推广活动时间应选在节假日。
2. 发布信息应注意隐蔽性。
3. 设计宣传画面要注重用词。
4. 活动费用不易过大。

5. 对外宣传渠道可根据实际情况挑选施之.

家具有限公司