

家电促销活动策划书(通用8篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

家电促销活动策划书篇一

顾客的基本需求是能买到价格合适的商品，所以促销商品的品项、价格是否具有吸引力将影响促销活动的成败。一般来说促销商品有以下四种选择：

1、节令性商品

3、众知性商品：众知性商品一般是指品牌知名度高、市面上随处可见、容易取代的商品，选择此类商品作为促销商品往往可获得供应商的大力支持，门店的促销活动与大众传播媒介的广泛宣传相结合，如化妆品、保健品、饮料、啤酒、儿童食品等。

4、特殊性商品：主要是指超市自行开发、使用自有品牌、市面上无可比较的商品，这类商品的促销活动主要应体现商品的特殊性，价格不宜订得太低但应注意价格与品质的一致性。

无论选择何种商品作为促销品都应牢记两个基本要点：一是选择消费者真正需要的商品；二是能给消费者增添实际的利益。

家电促销活动策划书篇二

为贯彻落实《广西壮族自治区人民政府办公厅关于促进流通扩大消费若干措施的通知》（桂政办发〔20xx〕24号精神，按照自治区财政厅、商务厅《广西家电下乡推广工作实施方案》

(桂财建[20xx]260号)和自治区商务厅、财政厅[20xx]年家电下乡宣传活动方案》(桂商运发[20xx]76号)的要求,进一步加强家电下乡推广力度特别是宣传力度,使家电下乡真正做到家喻户晓,切实做好这项支农惠农惠民工作,根据《自治区商务厅、财政厅关于开展家电下乡大篷车活动的通知》(桂商运发[20xx]25号)精神,决定在全县开展家电下乡大篷车活动,掀起一个宣传家电下乡和销售家电下乡产品的高潮。特制定家电下乡大篷车活动方案如下:

一、活动主体

县经贸局、财政局和家电下乡中标企业及销售网点。采取主管部门主办、中标企业或售网点承办的方式运作。

二、活动主要内容

(一)家电下乡宣传。

(二)用大篷车送货下乡。

(三)现场销售。

(四)现场登录、直补。

三、活动安排

工作分三个阶段进行:

(一)准备阶段(20xx年9月3日前)

1、成立活动组织机构,制定活动方案。

成立柳城县家电下乡大篷车活动工作领导小组,组长由经贸局分管领导担任,副组长由财政局分管领导担任,成员由经

贸局和财政局相关股室人员组成。县经贸局负责制定活动方案，部署、落实工作任务，做好动员与发动工作。

2、做好宣传预热活动，形成一个家电下乡宣传高潮。利用各种媒体广泛开展宣传，并深入活动区域特别是周边村(屯)、田间地头张贴海报、在墙体上刷写宣传标语、发放活动传单及现场答疑解惑等形式多样的宣讲活动。

根据制定的方案在相关乡镇实施。

1、选择不低于80%的乡镇于圩日开展本活动。

经过初步协商，拟由柳州尚龙电器有限公司分别会同各乡镇主要销售网点承办活动。

2、用大蓬车送货下乡的形式，集合家电下乡中标品牌，开展现场销售服务、现场登录、现场直补、现场咨询和宣传，激发群众购买热情。

3、联合农机、农业、文化等其他部门，与农机下乡、汽车下乡、科技下乡和文化下乡联合开展活动，既整合和节约资源，又集聚人气。

(三) 总结阶段(20xx年10月8-20日)

对活动的效果和影响及存在的问题，由县经贸局进行总结。

四、有关要求

(一)县经贸局、财政局主要负责这次活动，要提高对家电下乡工作的重要性的认识，加强领导，协调配合，增强工作责任心和紧迫感，切实抓好此项工作。

(二)要充分利用家电下乡为民办实事的平台，积极主动向各

乡镇政府及工商部门等汇报和沟通，争取在人力、物资和宣传资源等方面得到乡镇政府的支持和帮助。

家电促销活动策划书篇三

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a□库存量较大、急需处理商品

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型

c□我司主推商品

d□厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送(司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮)

活动主要针对司庆期间光临xx电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送(购物送麦当劳券)

活动主要针对国庆期间在xx电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由xx负责联系券□xx店由xx负责联系□xx店由xx负责

联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、5日(星期六、日)开展老总签名售机活动，活动形式:签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。(具体内容根据采购部提供的资源再来安排)

6、一元超低价活动

a□活动时间:9月24日——26日;10月1日——3日

b□超低价商品明细表(仅供参考,具体由采购部确定)

价位商品数量单价合计亏损

1元风筒5台20元100元95元

1元烫斗5台30元150元145元

1元电话机5台30元150元145元

1元风扇5台40元200元195元

1元微波炉1台280元280元279元

1元dvd1台280元280元279元

1元彩电1台600元600元599元

总计1760元1737元

3店共5280元5202元

两天共10560元10404元

c□超低价抽号券2种领取途径：

(a)□每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。(凭单张排队)

d□方法:9月24日—26日;10月1日—3日各分店每天上午9:30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“xx商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人:派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序(廖总事先安排)，派发人员:文员、财务人员。

家电促销活动策划书篇四

(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！

家电促销活动策划书篇五

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xx国a□b□c3地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

(一)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：

“接力大搬家”幸运奖地域分布

(2)以户为单位，每户相同，均为10分钟；

(1) 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，与搬额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2) 附奖5位，最接近颁额者，每名赠xx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xx年xx月xx日至xx年xx月xx日计xx于xx年xx月xx日至xx月xx日之间，在a□b□c3地举行试颁，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xx月xx日8点档播放，借此宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15''cf“试颁”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

2. 分两次抽奖原因：

(1) 早买中奖机会高，第一次未中，还可参加第二次抽奖。

(2) 活动期间较长，可借抽奖分次活动，刺激消费者恢复销售高潮。

3. 参加资格及办法

(1) 超级市场接力大搬家部分

凡自活动日起购买xx公司产品价值1000美元上者，以1000美元为一单位，可向各地总经销商索取幸运券一张，参加抽奖，多买多送。

a.如电视5120美元即送5张

b.幸运券填寄xx总公司。

c.3地各分北、中、南三区，幸运券亦分3色区别。

d.以1000美元为单位即赠幸运券一张之理由如下：

a.不限买xx家电方可参加，对所有xx公司产品均有相互促进作用。

b.让消费者依购买额之多寡，持有较多幸运券，吸引力较强。

c.对预算奖额并无差异。

d.经销商依各产品之在库金额请领幸运券，可以其为p□r□用

e.xx公司、经销店以及参与企划、活动单位之员工及其亲属，不得参加比抽奖活动，抽中者如被察觉视为无效。

(2) “猜猜看”部分

选数字相近之5人，各赠xx牌家庭影院一套□xx月xx日截止。

(3) 幸运的新婚蜜月环岛旅游

凡被抽中为参加“接力大搬家”之幸运者，同时又是于此活动期间新婚者，另赠蜜月旅游券两张，以刺激结婚期xx公司产品之销售。

(2) 奖额预算

300万美元以内。

(五) 与上次“超级接力大搬家”改进之点

1.xx公司□xx公司经销商及参与企划单位之员工及其家属不得参加抽奖，抽中无效。

2. 活动期间酌情拉长为两个月。

3. 重点在促销，且此次拟举办“经销商说明会”，幸运券之分配，当较为妥善均匀。

4. 用tv做现场节目介绍，并播放15''cf□可使消费大众对百货公司之超级市场有所了解。

5. 积上次经验，针对百货公司之签约，当立下多利于我之条件，不致超出预算。

6. 搬家时间全部均定为10分钟。

7. 搬家日，另致邀请函，请经销商到场参观，加强地方经销商之协调色彩。

8. 报纸及此活动之广告表现，均重视优异性能并以“接力大搬家”来促销，且媒体选择趋于大众格调。

9. 媒体运用趋向于广告面广，并对超级市场之说明予以加强。

10. 整个活动分两个高潮，促销效果大，并将试颁提前，对购买欲望之提高，将较有助益。

11. 经销商政策已做全面改进。尤以p.p物大量补充。指名率高。

加辑服务，亦将在广告内提出，在整体配合上，改进颇多。

总体来说，公司已经将各种因素考虑在内了，之前公司也曾经做过很多次的促销活动，所以相信在不远的时间内，公司

家电销售业绩又会上来的，只是利润少了些、不过只有将存货销售完成，才会更好的生存下去，公司的发展现在处境很难，所以我们必须要正确的认识到当前的形势，一定要做的更好才能够生存，相信我们公司一定会摆脱困难的，走向新的辉煌！

家电促销活动策划书篇六

- 1、买赠(一单购物达x元赠x物品)
- 2、互动有奖游戏(一单购物达x元可参加游戏，积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)
- 3、刮刮卡(一单购物达x元赠卡一张，刮开兑奖)
- 4、现场试吃试用(请厂家多提供)
- 5、演艺(请演艺队营造气氛)
- 6、小鬼当家

五一是一是众多商家都十分看重的节日，这是连续三天全民休息日，非常有利于商家产品促销。商家不仅不能够错过此节日，还必须牢牢抓住时机，在五一期间迅速展开传播攻势，实现产品促销和品牌传播双重利好。

家电促销活动策划书篇七

国庆期间活动口号:诚信铸就、十九辉煌;众店齐庆、礼礼俱到(具体时间:月日—一月日)国庆期间活动口号:贺国庆、一元家电惊爆全城，挑战价格极限。(具体时间:月日—一月日)

- 2、活动思路:充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费

者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现xx辉煌历史。

3、活动时间:月—一月日

家电促销活动策划书篇八

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。