

2023 年智能家居活动策划最新 6 篇

一场活动开展的胜利与否，确定离不了一份活动方案，要想制定一份优秀的活动策划，小伙伴们了解有哪些留意的事项吗，我今日就为您带来了智能家居活动策划最新 6 篇，信任肯定会对你有所帮助。

智能家居活动策划 1

一、活动目的

市场背景介绍：__家私有限公司创建于 1986 年，经过二十余年的励精图治，已发展成为中国研、产、销一体化大型民用家具龙头企业。

__公司打造了一支由中、意、德、丹麦等国 200 多名顶尖设计师组成的跨国研发团队，在中国成都、深圳、意大利米兰设立了 3 个研发中心，主要研发、生产板式套房家具、沙发、餐桌椅、床垫、软床等系列产品，涵盖 50 多个系列、6000 多个产品款式，其中，板式、沙发两种产品被授予“中

国名牌产品”称号，是中国家具行业荣获两个名牌称号的家具企业，是中国家具制造业为顾客供应“一站式家居服务”的典范，以“成为世界级家居用品开发制造商与服务供应商”为企业愿景，以“供应优质家居产品和服务，创建美妙家居生活”为企业使命，贯彻“客户是水，__是鱼；员工是水，__是鱼；社会是水，__是鱼”的企业文化，通过持续的制度创新、技术创新、管理创新，以国际化视野，竭诚为广阔客户供应高品质、多样化的家居产品和服务，引领舒适、环保、健康的家居生活方式。

活动目的：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，起先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：免费供应您想了解的关于家具的任何问题的专业看法。（例如家具的保养，摆放，选购，保藏等）

赠送小礼品

抽奖

学问竞答

四、活动方式

在活动起先之前，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扬预热，还可以联合当地的经销商，在活动起先之前发放入场券，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）。

详细内容为：

1. 与当地经销商联合，由经销商供应场地，由__集团供应人手及道具，在经销商供应的场地上，摆放各种不同品牌，不同类型，不同风格，不同样式，不同质量的家具产品，并配备专业人员进行讲解，提高消费者对家具的相识；

2. 设立一个询问台，免费回答消费者任何有关于家具的任何问题(例如家具的保养，摆放，选购，保藏等)：

3. 凡是活动期间在经销商处购买家具的消费者，凭借入场券，可以获得肯定的实惠：

4. 供应肯定的出勤人员，可以随消费者回家去讲解关于消费者家中关于家具的保养，摆放等专业学问。

5. 由主持人不定时主持有奖学问竞答，获胜者可以获得精致礼品一份

6. 在每天的活动结束之前进行幸运抽奖，中奖者可获得精致礼品一份

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：__时尚家具馆，地址：A座：__公园南门对面
B座：__市商业银行西邻 C座：__广场西门对面。

__家具城，地址：中__交叉口路北。

六、广告协作方式

在活动起先前的一个月，即4月1日起先，在邢台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(如牛城晚报等)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全部服务均为免费供应。

七、前期打算

1、人员支配：家具讲解员：15人，专业学问讲解员：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(此人员支配每个活动地点各一套)

2、物资打算：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，__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：在活动起先前，支配公关人员与政府相关部门进行公关获得其支持，并请其支配人员进行现场秩序维护。

八、中期操作

1. 在每天活动正式起先之前，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“__家私”字样的工作服；

3. 在活动期间，讲解员及出勤人员要保持热忱的服务看法，在消费者心目中留下良好的印象；

4. 活动期间，主持人要定期进行有奖学问问答，并为获胜者颁奖；

5. 讲解人员在讲解时，要着重突出__家私的优点，并在消费者心中留下深刻的印象，客人今日没有须要，不代表以后也没有须要

九、后期持续

在活动结束后一个月的时间里，在__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: 2000

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, 留意加强安保, 预防可能发生的争吵等问题, 并且在活动起先之前, 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__家私的良好形象，扩大__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。

智能家居活动策划 2

一. 活动目的:

针对家居产品渐渐进入销售旺季，再加上凯德交房之际。将鑫博瑞橱柜. 衣柜等一系列产品推入市场，打响品牌声誉，抢占市场份额。制定相关促销活动方案。

二. 活动策略:

依据活动时间的季节特点，推出购物有礼的活动，提升商业活动的附加值，增加消遣性和亲民性元素，强化活动吸引力。

二. 活动主题:

新博瑞橱柜促销巨惠上献———新博瑞橱柜心动价凉爽

登场

三. 活动内容:

1. 进店有礼，凡在活动期间当天光临本店的前 20 位顾客均可获得一份精致礼物（洗衣粉之类或其他小礼物）。活动期间凡购买鑫博瑞橱柜衣柜（ ）元即可参与抽奖一次，依次类推。

2. 特价橱柜衣柜小区店面（需形象照片）

3. 活动期间凡购买新博瑞橱柜. 衣柜赠送小家电，家用刀具，精致餐具等礼物

4. 特价书柜（需形象照片）

6. 抽奖现场：一等奖苏泊尔某产品；二等奖另定；其他奖项另定

注依据实际状况定奖品

四. 活动促销流程:

(一). 活动期间操作 (可于活动前三天)

1. 短信通知: 短息内容: 迷人夏日, 新博瑞橱柜心动特惠
价格凉爽登场! 诚邀您亲临**地鉴赏, 重重惊喜等着您! 活
动地址: *****店铺地址: *****电话:

2. 广告宣扬。派发宣扬传单可招暑期工(高考生)

(二). 中期操作: 物料打算主要是宣扬物料的打算

(三). 后期持续:

1. 宣扬物料的跟踪和确定。

2. 活动前两天起先布置活动现场, 对专卖店全部产品定价
并填好价格牌

3. 活动前一天对参加活动人员对活动内容的讲解。

五. 活动前商场内部打算。

1. 接待组

做好顾客进入商场内的接待工作

2. 物料物业组

做好宣扬物料的分发礼品的分类与发放；以及活动现场的清洁与整齐；宣扬物料摆放到位，礼品打算到位。

3. 小区内设专车接送

4. 摄影组。活动期间的拍摄工作

5. 管理组：设立导购及员工的激励方案

六. 促销活动：

卖场气氛：据某国的权威机构探讨结果显示顾客进商场购物 70%以上的确定是在商场内做出的，冲动性消费占很大部分。良好的终端气氛对卖场的销售有着非凡的贡献和巨大的意义。

智能家居活动策划 3

一、方案目标分析

1、目标人群

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状况做出的策略，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，简单受环境所感染，加上国庆期间与平常不同，心态比较悠然轻松，比较简单感受并融入到商家细心布置的氛围。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、中产阶层（此基于产品和商场档次的定位，且中产阶层对文化氛围有特别需求）。

c、夫妻（或即将成为夫妻）一同逛商场。

2、以“亲情和爱情”为主要促销点。

“家具”和“家庭”原来就是自然性的关联，可以通过环境氛围和活动氛围激起消费者的情感因素。家具是物、关爱是情，把这两者关联起来，更是在卖家庭的温馨与爱情的华蜜。

二、具体实施方案

1、价格尽量透亮化，让消费者首先吃一颗定心丸。无论什么样的促销的活动，假如不能给消费者带来实实在在的实惠，即使手段和活动形式再新奇、送再多礼物，消费者也只认为是花拳绣腿，实质不会动心。家具属于价格较高的耐用消费品，顾客会细致比较各品牌产品的性价比后再最终决策。因此，将价格透亮化，是让消费者吃的第一颗定心丸。

对策：可将同一地区的同类家具不同商场的价格对比表进行公示（大的可张贴的宣扬海报、大屏幕或促销单均可），强化顾客能得到实惠的感受。假如在该地区品牌和产品，则可与同类城市与国外同类品牌予以对比。或者，可打出“国

庆后三个月或五个月本商品价格低于国庆价格，一百倍补偿差价的承诺”、“发觉同品牌同类商品低于本店商品的，一百倍补偿差价的承诺”，甚至给顾客一份盖有红章的承诺书。

总之，必需有一种形式可以让消费者真正放心，这里的家具才是最实惠的。

2、将亲情说出来、写出来、show 出来，激发消费者的无限情感，按华蜜指数给消费者实惠。

①按华蜜指数实惠。

◇儿童在一分钟内说出多少条“爸爸爱他”或“他爱爸爸”的理由，就可以按一条 1%到 5%的实惠打折。（许多时候，是一家三口一起来选家具，可发动孩子和孩子的父母，孩子能说出若干他爱父母或父母爱他的理由，肯定会让家长感动）

②爱她（他）就给她（他）买牌家具——或活动取名“执子之手，与子偕老”

◇情侣、夫妻在一分钟内能够说出多少个和对方在一起生活华蜜的理由或互爱的理由，就按一条 1%到 5%的实惠打折！

活动一、二需现场设置 led 电子显示屏，是能滚动播放字幕的彩色大屏幕液晶显示屏，一是计算倒计时用，二是滚动播放促销信息，例如“顾客 66 秒内回答了 10 条爱的理由，可在全城的基础上再享受全场 8 折的实惠”。（假如有些陈述，主办方不好推断是否合格，比如孩子说妈妈每天给我做饭，所以妈妈爱我。究竟算不算合格呢？这时接待就可以发动身边的群众，“大家说这算不算妈妈爱他的理由，群众说算就当然算了”）

③挑战“最甜蜜情侣奖”家具购买的目标人群中许多是即将结婚或刚刚结婚而来买家具的，加上现在有不少年轻夫妻心态开放、敢于真情表露，因此推出独具特色的“最甜蜜情侣奖”活动，主动调动即将进入婚礼殿堂的新娘新郎自我表明的参加热忱，将自己的爱情誓言、爱情故事、爱情经验写出来、说出来，上台参加评奖，以台下观众的响应程度和观众的掌声热情程度，评比出“最甜蜜情侣”一等奖、二等奖、三等奖，分别享受三折、五折、七折的实惠。（注：以上所说的“一分钟”只是打个比方，详细操作可以100秒或66秒、99秒计算；按一条1%到5%的实惠打折也只是打个比方，详细要看主办方计算出来的比例为准。这里的规定时间和实惠比例，在活动起先之前肯定先充分各种预算好各种成本，内部员工先反复演练）

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/468000054114007003>