

床品促销活动方案

【篇一：床上用品促销方案】

如何促销床上用品：

1. 我们有两个新生群，一个面向全校新生，一个面向管理学院。在群里做宣传，鼓励提

、八
朋

预定，预定价格每套 300.

2. 充分利用志愿者。陈永彬负责与管理学院的青协会员沟通，主要与开学当天有去参加

志

愿者活动的志愿者沟通。

3. 陈负责与各个其他学院的青协会长联系，主要熟悉点的目前有生科的青协会长。开学

、八
朋

会有青协会长的列会，到时候具体与其他学院的青协会长熟悉。

4. 青协要给我们提供什么？ p1青协会员要给我们做宣传，宣传我们的床上用品 p2 让他

们

引导他们直接来买是不可能的，所以只能在新生面前做宣传。 p3 到

时候让青协会员给新

生联系号码：参与卖的人员的号码 p4 青协会员也可以帮我们私人卖产品，这个不强求，卖

掉一套给 10_20 不等的价格（主要根据卖出的价格来给提成，如果是 300 一套卖出的，给

10 块，350 卖出的 20）

5. 我们要给青协什么好处？我们会给青协赞助式的活动经费，占总收入的 20%，如果按

每套

350 全部卖出的话可以得到纯利 12000 元，给青协 2400。。。到时候实际的收入不可能会

有这么多，大概 2000 左右差不多。

6. 主要邀请几个愿意一起干的青协合作，不愿意的不强求，由各个愿意加入的青协会长

负

安以上 10 — 20 的提成。

7. 找 4—— 6 个青协，每个青协大概能分到 400 —— 500 活动经费，如果全部卖出的话，

不

过这个要事先说好不是一定会有这么多，只是到时候给他们提成，主要还是看我们的销

电。

8. 风险的承担：进货是要交 1000 元定金的，如果床上用品全部卖出，定金可以全部收

回。

如果有剩下没卖出去的，每套要付 10 元钱，从定金里扣，定金是可以部分收回或全部收

回的。风险由主要参与者分摊，每人 100 左右，承担的风险也不大。

篇二：床品广场营销活

动策划案-到春节香港街新世界床品城策划案（2008.11.22 —
2009 . 3.15

一、活动目的

本香港街新世界床品城活动策划案将按照年底主要节假日的时间与消费特点，集中我方

优势品类商品，通过名品 “扎堆” 效应，以多渠道的宣传推广，普惠的促销策略，实在的商

品价格，来引爆人气，提升销售，扩大香港街新世界床品城的业内 影响。

二、活动时段划分下半年至明年开年期间是床品类商业销售 旺季，为有效把握时机，首先需要对整体活动

档期进行合理划分，以便于集中优势资源开展活动。 2008 年 11 月份至 2009 年 3 月份主要档

期有：元旦、春节、情人节、三八妇女节。具体划分如下 .。。 111 :

1、08 年 11 月底至 12 月初档期：2008 年 11 月 22 日—2008 年 12 月 7 日（共 16 天）

2、 元旦档期：2008 年 12 月 20 日—2009 年元月 4 日（共 16 天）

3、春节档期：2009

年元月 11 日—2009 年元月 20 日（共计 10 天）4、情人节档期：

2009 年 2 月 14 日—2009 年

2 月 22 日（共计 9 天）。 11

5、妇女节档期：2008 年 3 月 7 日—2009 年 3 月 15 日（共计 9 天） 三、

活动内容 1、2008 年 11 月底至 12 月初档期：2008 年 11 月 22 日—2008 年 12 月 7 日（共 16 天）活动概述：前期我方做过的两次活动分别为开业的折后折活动和全场 46 折三重好礼活动，

基本都是以商品直接打折的方式为主，这类活动终端操作起来流程简便，直接让利于民，促

销效果明显。但是长期使用会让消费者对卖场形成打折定位，不打折就不来买，建议可改换

方式或者穿插使用。

另经过市调，了解到小白象等床品商家最近的期间的促销活动为送券和逐级送礼品，收

到了良好的效果，并对我方近期的销售造成了一定影响。综上所述，本档期促销活动在保证各品类毛利率的前提下，建议采取既打折并同时送购

物券的方式。至于逐级送礼品的方式考虑到卖场目前人手不多，还需要为此派专人对赠品进

行采购，发放、管理等环节问题，目前暂不考虑。本档期活动如下：

活动主题：香港街新世界床品城 十大品牌新品炫动登场先折又送省“新”到底

活动一：先折又送省“新”到底单套满 100 元八五折优惠单套满 200 元八五折优惠后再送 50 元现金券单套满 400 元八五折优惠后再送 100 元现金券

金券累计 600 元以上八五折优惠后再送 150 元现金券多买多送，上不封顶，特价促销品除外；消费商品含现金券后不可折现、不可打折、不

可找零

活动二：十大品牌新品炫动登场聚集卖场各品类特价品分 5 元档、10 元档、100 元档、多套 200 元档限量出售。

2、元旦档期：2008 年 12 月 20 日—2009 年元月 4 日（共 16 天）活动概

述：本销售档期为年底最为重要的环节之一，经过前几次的交锋，竞争对手必将

推出更大力度的活动，但预计不外乎买赠礼品，买赠购物券和直接打折的形式。我方必须另

辟蹊径，建议采用买赠礼品的模式，但是形式有所变化，例如 1 元就送枕头，5 元就送棉被

的噱头，通过及其悬殊的价格和商品的比照，在消费者心中留下深刻印象，并通过超低的参与门槛来普惠消费者，以期到达良好的效果。

另本次活动在赠品和价格方面需要上游厂家的大力支持配合，具体操作在执行细案中再另行

表达。

活动主题：香港街新世界床品城 新年惊爆大放送 1 元枕头，5 元薄棉被，10 元冬棉被，欢欢喜喜抱回家 活动一：新年惊爆大放送，1 元枕头，5 元薄棉被，10 元冬棉被，欢欢喜喜抱回家

单套满 180 元再加 1 元送枕头一个（此档限定消费门槛待定） 单套满 280 元再加 5 元送

薄棉被一床（此档限定消费门槛待定） 单套满 480 元再加 10 元送冬棉被一床（此档限定消

费门槛待定）多买多送，上不封顶，特价促销品除外； 备注：本活动能否成功操作的要点

说明

身实力定出标准，但最好是具有广泛吸引力，跟正常价格相比差距十分明显，能引起轰动效

应的商品。

活动二：名品大联展现场表演时间： 2009 年元月 1 日上午 10 : 00

形式：文艺表演、品牌展示、模特走秀、答题猜奖 活动三：超值特卖大联欢聚集卖场各品类特价品分 5 元档、10 元档、100 元档、多套 200 元档限量出售。

3、春节档期：2009 年元月 11 日—— 2009 年元月 20 日（共计 10 天）活动主题：新世

界床品城拜大年 三重福喜相连 活动一：新世界床品城拜大年 三重福喜相连一重福礼物：全场床品 5 折起二重福礼物：凭活动 dm 传单购物即送 50 元现金券三重福礼物：单件购物满 200 元加 1

元送枕头一个

特价促销品除外；消费商品含现金券后不可折现、不可打折、不可找零活动二：超值特卖大联欢

聚集卖场各品类特价品分 5 元档、10 元档、100 元档、多套 200 元档限量出售。

4、情人节档期：2009 年 2 月 14 日—— 2009 年 2 月 22 日（共计 9 天）活动概述：本档

期属于年前消费透支后的相对淡季，在这个大环境下，建议活动力度和宣传力度适中即可，

不宜太大。可利用整合营销（后面有相关论述）的渠道提升销售。

活动主题：香港街新世界床品城 浪漫情人节 买一送二，双福临门 活动

一：买一送二 双福临门

单套满 100 元送精致口杯一对 单套满 300 元送时尚抱枕一对 单套满 600 元送精品情侣

表一对 单套满 900 元送名品毛毯两床 特价促销品除外 活动二：幸福美满卡

凡在市内指定婚纱影楼、家居卖场、家电卖场消费顾客凭 幸福美满

卡”均可享受购床

品 8 折超值优惠。

5、三八妇女节档期：2008 年 3 月 7 日—— 2009 年 3 月 15 日（共
计 9 天）活动主题：香港街新世界床品城，共贺三八妇女节，折上 加折送
不停活

时间：2009 年 3 月 8 日上午 10 : 00—12 : 00下午 15 : 00—17: 00活
动：全场床品限

活动二：共贺三八妇女节，折上加折送不停时间： 3 月 7 日— 15 日
活动期间，全场单套满 100 元以上九折优惠。凡女性消费者购物，
九折后可再享受八折优惠

四、宣传投放环节规划与成本监控

1、以上活动的常规方式宣传投放计划及预算

2、其他宣传方式

短信群发，公汽车载电视，公汽车内广告等。 3、整合营销途径

以上是常规情况下我们对市场的推广宣传方式：报纸夹报和电视台 飞字，以
前也做过市

内巡游宣传车的宣传，后期我们将对即将实施的这些广告形式的效 果进行
评估和比照，从中

找到性价比最高的强势媒体，降低宣传成本。 在营销推广的过程中，
我方前期的所采取的所有宣传方式其实是较为盲目，目标性不强，

因为我们对自身的目标消费群体还没有一个清晰的分析和认知。由
于床品是相对耐用的消费品类，我们的顾客很明显主要来自于即将
结婚的人群。但似

乎通过我们自身的力量，想对这一特殊的消费人群进行细分并做出有针对性的宣传较为困难，

所以才造成了我们前期不注重细分的宣传方式。篇三：床上用品促销策略
汇总床上用品促销策略汇总 促销能提高床上用品门店的业绩，
这是床上用品门店的店主明白的；但很多床上用品门店

的店主对床上用品门店的家纺促销的方法，对床上用品门店的家纺 促销的手段，对于床上用

品门店的家纺促销技巧不了解。

1、 限量销售，争相抢购：利用消费者促销期间的消费心理，限量销售是一种提高销量的

有效方法。限量销售只让一部分消费者得到实惠，因此常能形成争相抢购的销售局面。

2、 限时购买，创造高潮：将促销活动分出层次，限时购买的方法是把促销活动推向高潮

的有力之举。由于时间所限，促使许多犹豫不决的人下决心购买。当然要想销售形势火爆，

必须和其他优惠措施相结合才能更加有效。

3、 赠送牵制，销量倍增：利用促销吸引消费者，活动方只提供赠品或部分赠品和优惠服

务，消费者要想得到完整的馈赠或服务必须继续消费，直到满足活动设定条件。这种方法常

让人有欲罢不能之感，就象用长线钓鱼一样，一步步地钓着消费者胃口。

4、 广告前置，提前行动：即在节日之前就宣传某种产品，诉求产品的功能性价值，引起

消费者的注意力，给产品一种神秘感，造成一种 犹抱琵琶半遮面

的感觉。做好床上用品门店的家纺促销看似简单，其实给床上用品 门店的家纺做促销有奥秘，这

需要床上用品门店的店主，床上用品门店的管理者去发现床上用品 门店的家纺促销的奥秘，

其积累床上用品门店的家纺促销的经验等，进而让床上用品门店在 家纺市场上突破，让床上

用品门店的业绩提高，成为家纺消费者喜爱的床上用品门店。篇四：
自然点床品活动策划方

案

自然点床品全年活动策划方案

一、活动目的

活动策划案将按照一年主要节假日、每个季度的时间段与消费特点，集中我方优势品类

商品，以多渠道的宣传推广以及促销策略，通过会员、商品打折、消费满指定金额送礼品、

积分兑换礼品等活动，来引爆人气，提升销售，扩大本店在业内影响。

二、商品促销活动详情〔分时间段〕 促销活动按时间段进行划分：分节假日活动和季度活动两大类。

1、节假日活动〔会员不享受特殊优惠〕

1.1、活动时间划分

元旦档期：12月20日至1月4日春节档期：2月4日至2月19日特另U说明：春节档期根据每年春节到来的时间来定，开始时间为春节到来的前15天！结

束时间为春节〔初一〕当天。

情人节档期：2月14日至2月22日 妇女节档期：3月5日至3月15日 国庆节档期：9月20日至10月10日

1.2、活动内容

(1) 元旦档期：12月20日至1月4日 活动主题：新年惊爆大放送，1元枕套，5元薄棉被，10元冬棉被，欢欢喜喜抱回家。

活动概述：

本销售档期为年底最为重要的环节之一建议采用赠礼品的模式，例如1元就送枕头，5元就送棉被的噱头，通过及其悬殊的价格和商品的比照，在消费者心中留下深刻印象，并通过超低的参与门槛来普惠消费者，以期到达良好的效果。

活动内容：

商品总金额满100元再加1元送枕头一个 商品总金额满200元再加5元送薄棉被一床

商品总金额满300元再加10元送冬棉被一床 注意：如果客户购买的商品总金额，上述3个档次活动的条件都满足，也只能选择3个档次中的其中一个来参与赠送礼品活动！

(2) 春节档期：2月4日至2月19日 活动主题：自然点家纺拜大年，回馈新老客户、床品8折起！还送20元现金券！ 活动内容：参与活动的商品，客户可以享受8折优惠，还可以获得20元现金券！现金券可以用于下次购物，抵消部分金额。

注意：需要设计出纸质现金券发放给客户。

(3) 情人节档期：2月14日至2月22日 活动主题：浪漫情人节、买一送二、双福临门 活动内容：商品消费总金额满100元，送时尚抱枕一对（赠品待定，但一定要成双成对，让客感受我们的心意很重要）商品消费总金额满200元，送沙发垫一对（赠品待定，但一定要成双成对，让客感受我们的心意很重要）商品消费总金额满300元，毛毯两床（赠品待定，但一定要成双成对，让客感受我们的心意很重要）注意：如果客户购买的商品总金额，上述3个档次活动的

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/688133126104007037>