

商品促销方案主题怎么写（20 篇）

商品促销方案主题怎么写篇 1

一、活动时间

2021 年_月_日——2021 年_月__日

二、活动地点

__珠宝全国各地专店/柜

三、活动主题

恒久钻石见证美满婚姻

四、活动背景及目的

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的__钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大__珠宝的知名度和美誉度，提高__珠宝的品牌情感附加值。

五、活动形式

（1）三年之约：

我们签约的形式担保凡购买__珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还（在钻饰无损情况下）；

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经__珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款（在购买前协议离婚者不在退款范围之内）。

（2）牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得__珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得__珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加__珠宝举办的各种联谊活动等等。

六、活动经费预算

1、展架：65 元₂=130 元，条幅：150 元；

2、宣传页（dm）：0.5 元/张₁₀₀₀ 份=500 元；

3、婚庆纪念日礼物费约：30₁₀₀=3000 元；

3、媒体宣传费：5000 元左右（各地不同可根据当地情况重新预算）；

4、总计：8780 元。

精心推荐

商品促销方案主题怎么写篇 2

一、活动主题：

浪漫情人节，万枝玫瑰免费送

二、活动时间：

2.11-2.14(4天)

三、活动内容：

明星专柜情人节：女装 10 个、男装 2 个(温格、资本)、皮具 2 个、皮鞋 5 个、休闲运动 4 个、玉兰油

所有专柜 3 款情人节特别商品推荐

配套活动(金行，手表，美容院)

万朵玫瑰免费送：部分专柜消费不限金额即送玫瑰

四、特别企划：

1、情人节“爱她就要大声说出来”

活动时间：2月11日-2月14日

地点：大门中厅

活动内容：活动期间，顾客即可至大门中厅爱情告白墙上留下您的“爱情宣言”，现场进行拍照留念，并把拍好的照片用电子版形式发送给您。(需要顾客留下 qq 或电子邮箱)

2、贴心礼品包装服务

2月12日—2月14日凡购百货商场内任意商品，凭当日小票即可至客户服务中心享受礼品免费包装服务。

地点：客户服务中心

3、恋人花语情定今生送好礼

活动说明：情人节当天满就送，购物满不同的金额送不同等次的礼品。

商品促销方案主题怎么写篇3

一、促销活动时间

20__年__月__日—20__年__月__日

共七天（__日—__日）

二、活动主题

千禧迎新，半价返还

三、活动内容

主要活动：千禧迎新

半价返还：

1. 7天中一天半价返还：即在7天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还；

2. 单张购物小票最高返还金额不超过5000元；

3. 正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可

选择营业额最低的一天);

4. 1月26日（初一）开始，至2月5日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券；

5. 购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；

6. 家电、电讯等商品除外（商场海报明示）；

（二）可行性：

七天中抽取一天100%返还，相当于全场8.6折；50%返还，相当于全场9.3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

（三）辅助活动

1. 男女装特卖场；

2. 儿童商场购物送图书；

3. 厂方促销活动。

四、活动推广

1、报纸广告；

2、电台广告；

3、现场横幅；

4、现场彩灯；

5、发派传单；

6、电话通知。

五、费用预算（略）

商品促销方案主题怎么写篇 4

一、促销目的

进一步提升能率品牌在市面上的知名度；进行有效的客户拦截，刺激消费促进购买，进一步扩大市场占有率；利用本次活动强化终端与导购团队之间的协作能力，提升执行力；

二、促销时间

2021 年_月_---_月_日

三、促销对象

___及市场部终端客户

四、促销主题

双节总动员，省钱欢乐购——贺中秋，迎国庆暨能率热水器团 BUY 惠

五、促销广告语

（做吊旗）

- 1) 欢度中秋喜迎国庆
- 2) 情满月圆举国同庆
- 3) 中秋合家欢国庆大献礼
- 4) 望月怀远花好月圆

六、促销内容：**【贺双节，聚划算——神秘大礼送给您！】**

活动细则：

◎只要在活动时间内 2 位用户以上同行，即可获得神秘大礼各一份！

◎两位用户必须在店内成功消费 3000 元以上。

◎在结账时凭小票在店内指定地方领取礼品

◎消费特价产品的除外。

备注：

1、只要达到 2 位用户以上即可享受神秘大礼，如果其中一位用户消费满 3000 元，其中有 1500 元是特价产品的，应扣起 1500 元，即实际该用户只消费 1500 元，因此两位用户则不可享受领取神秘大礼的优惠。

2、神秘大礼可选择一些贵一点的礼，一定要用礼物纸层层包起来，还在礼物纸上打一个蝴蝶结。把礼物包装得美观吸引又神秘。

商品促销方案主题怎么写篇 5

一、活动主题

欢度五一感恩回报千万家。

二、活动时间

年月日一日(周一周)。

三、活动内容

1、惊喜换购仅需元。

超市一次购满元，凭发票到服务台加元换购商品(价值元左右)。

注：服务台人员做好台帐登记工作、现金的正确收取、小票的正确收集，以免出现误差。每天将收取金额上交财务，活动结束后，按照上交的现金核查换购商品。

2、献惊喜礼金送给您。

超市一次购物满元，收款时凭超市海报单页元抵金券剪角，冲减元现金(海报剪角有效期为年月日——年月日)；

注：团购及场外个别专柜不参加；购物金额元以上不累计计算；每次只能使用一次；

3、买元送元现金券。

活动内容：超市一次购物满元送价值元的(超市专柜/联谊商业单位)现金券一张，买元送张，多买多送。

注意事项：

- 1、现金券只能在指定专柜使用；
- 2、现金券在月日至月日期间消费有效；
- 3、现金券不找零，不兑换现金；
- 4、购买专柜满元时使用一张，满元时使用张，依次类推；
- 5、现金券盖有本公司公章均为生效；
- 6、本次活动的最终解释权归购物中心。

此活动所有费用由所参加专柜自行承担。

商品促销方案主题怎么写篇 6

一、目的：中秋节前后的大力宣传、渠道压货和终端促销，提高品牌知名度和产品销量。

二、时间：8月25日——9月27日

三、目标客户：终端客户

四、活动产品：——

五、活动内容：

1、首单进货6万元活动政策：

专业培训：8月25日，8月28日，8月31日，针对店内所有员工进行培训。

葡萄酒品鉴酒会：免费提供培训，酒会用酒免费提供，酒会讲酒、侍酒免费提供

宣传物料设计提供：_展架，条幅、宣传手册等。

活动期间在店内显著位置进行堆头设置，并有专人负责推荐，店内全员销售。

2、针对终端客户：

活动主题：“葡萄美酒中秋献礼有买即赠活动全面开展”活动期间在店内销售的客户，均可以享受有买即赠活动。

活动一个月期间

团购促销：（名庄酒除外）购葡萄酒满 5 万元，即赠 28 支装酒柜一台，并加送 ipad2 一台，加油卡 1000 元；立即升为本店铂金卡会员，此后全年购买葡萄酒享受 8.8 折优惠，全年免费储酒，免费侍酒，免费送货。

购葡萄酒满 2 万元，即赠 12 支装酒柜一台，并加送高档酒杯 2 盒，海马酒刀两把；立即升为本店金卡会员，此后全年购买葡萄酒享受 9 折优惠，全年免费储酒，免费侍酒，免费送货。

购葡萄酒满 5000 元，高脚杯一对，海马酒刀两把；立即升为本店 VIP 会员，此后全年购买葡萄酒享受 9.5 折优惠，

以上四种会员卡均可进行积分，每 1 元为一分，特价商品除外，本店定期进行积分兑换。

零售促销：

购买__两支，赠双支红酒礼盒 1 个；（利润（568-288）_2-35=245 元）购买__两支，赠双支红酒礼盒 1 个；（利润（188-80）_2-25=191 元）购买波尔__两支，赠双支红酒礼盒 1 个；（利润（168-85）_2-25=141 元）购买__两支，赠双支红酒礼盒 1 个；（利润（88-48）_2-25=55 元）购买任意一款产品均可获赠海马酒刀 1 把或木礼盒 1 个；（海马酒刀支出为 10 元，原木礼盒支出为 10 元）

3、针对店内营业员

为了促进店内销售人员的对红酒销售的积极性，特举办全市“__葡萄酒销售高手深度培训班成员选拔赛”并且，对前三名的销售员进行奖励，并选取其中 10 名进行深度培训，并推荐进行品酒师班的学习和证书获取。

六、宣传促销物料：

高脚杯 20 个（300 元）、海马酒刀 50 把（400 元）、双支木盒 100 个（2500 元），单只木盒 50 个（500 元），单只皮盒 10 个（500 元），双支皮盒 10 个（600 元），双支手提袋 100 个、_展架三个、条幅三条、宣传手册 100 本。

七、促销人员：

业务人员、促销人员（店员）

八、酒柜、红酒包装、海马酒刀等加盟价目。

商品促销方案主题怎么写篇 7

活动目的：推广联通，打学校几乎移动一统天下的局面. 让学生有的选择，享受更好的服务节约话费.

活动主要对象：_级新生

活动口号：省钱，如此容易！

活动背景:自中国电信被分拆以来,随着无线通信的迅速崛起,电信业务在利润增长点上一直处于开源无路的困境。被信息产业部定位为固定电话网的补充和延伸的夷陵通,就是利用已有的固定电话网络,实现无线接入,打破高端通信市场由移动、联通两头独大的局面,从市场格局上形成三足鼎立的竞争局面。事实上,____年,中国整个电信市场用户增长的全景图中,夷陵通净增加了2300万户,总用户达到3500万,远远高出人们的预测,已经成为我国通信市场的一支重要力量。凭借其低廉的资费优势,夷陵通在上市初期就受到广大消费者的欢迎,以燎原之势获得社会各界的极大关注,数以万计的首批夷陵通用户已感受了价格低廉、绿色环保夷陵通的时尚和魅力。但是夷陵通上市初期,即受到了竞争对手的猛烈阻击,激烈的市场竞争,使销售情况并未像人们前期预料那样的乐观。分析其原因,固然有目前宜昌市的消费者逐渐趋于理性消费、大部分有移动通信需求的用户都已经购买了手机的因素,以及由于竞争对手提前进行市场阻击,而更深层次的原因在于没有对市场进行有效的细分,并在市场细分的基础上提供不同的话费套餐服务。高校学生群体即属于被忽略的一部份。

就三峡大学市场来看,大多数学生属于有移动通信需求的低端用户,他们追求以时尚的移动通信作为日常沟通方式的补充,同时他们又属于无经济收入来源的低端消费群体,两者之间的矛

盾给夷陵通的发展提供了较大的发展空间。夷陵通业务在校园市场的发展存在较大空隙。

在此情况下，随着宜昌市通信业的进一步发展，努力在移动通信领域的校园市场占据较大市场份额，并由此辐射全社会，为夷陵通业务的长远发展打下坚实基础。

前期准备：

1 活动主要负责人联系宜昌电信，向电信的主要负责人说明活动策划方案

2 活动主要负责人与电信协商，为三大学生量身打造一种资费方式

有可能的话可以建造三大的局域网

3 为吸引学生使用，电信是进行一些活动. 可以预存话费送小灵通一部新入网学生可享受几个月的免月租等

4 在学校里招一批学生参加此次活动要求口才好，沟通能力强，能吃苦

小灵通的优势：1 辐射比遥控器还低

我国政府在有关电磁辐射环境保护方面是极其负责的，我国现行的电磁辐射防护标准比欧美各工业化国家要严格的多。根据相关检测报告的显示，小灵通手机的辐射频率值为 10 毫瓦，比电视机遥控器的使用功率(25 毫瓦)还小很多，完全可以忽略不记。

此外，小灵通在待机时处于休眠状态不发射功率，也就是说此时小灵通手机没有辐射，只有在发生呼叫从休眠状态到呼叫状态的处理时才进行交互式的发射。小灵通手机的发射功率，按小灵通使用时距人体 1 厘米计算，小灵通手机仅有 0.25 微瓦/平方厘米的电磁辐射被人体吸收。小灵通手机的电磁辐射功率仅仅是我国微波卫生标准的 1/150。

2 话费低

由于小灵通的资费标准和固定电话基本相同，所以在本市多用小灵通则可大幅降低话费；另外小灵通不但可以打国内国际长途，还可拨 ip 电话，让用户在市内随时随地享用便宜的长途电话。

3 多姿多彩酷炫生活

目前移动通信设备不仅具备基本的通话功能，更成为可以上网看新闻、玩游戏的随身娱乐设备，在这一点上小灵通毫不逊色。用户借助小灵通无线市话系统高达 64k/32k 的数据通道，能够随时随地享受无线互联网服务。

三大具体情况 1 市场潜力

05 级新生人数多，加上高年级学生，市场潜力极大。大学生是一个特殊的消费群体。是以后社会消费的主力军，学生现在形成的消费观念对以后的消费方式有很重要的作用。

2 实际需求

学校里有手机的人很多. 60%的学生有手机. 说明高校学生对移动通信服务的需求量很大。用户对通信的“移动性”有需求，这就意味着他可能会成为

夷陵通服务的顾客。“移动性”是夷陵通区别于固定电话的优势所在。在三峡大学，几乎产品营销促销活动方案模板学生主要通过固定电话或手机进行沟通联络，这一比重是很大的。这决定了他们是夷陵通的潜在用户。

3 竞争对手的情况

移动公司的网络在校内并不好. 在欣苑机房. g 楼等地方经常没有信号, 很不方便. 移动的资费并不便宜且移动在校内的用户早已过饱和了由于没有经济收入, 日常花费大部分由家里提供, 高校学生的通信消费能力不高, 月消费话费约 25-200 元不等, 人均月话费约 50 元左右。表明高校市场虽然是一个低端市场, 但夷陵通的 arpu 值(每月平均每用户收益)比固定电话要高, 成本又低很多, 是运营商应该着力培养的消费群体。

4 具体的使用情况

手机价格高资费高辐射强

小灵通辐射小在校内的信号较好且资费便宜(小灵通上可打 ip 长途, 也可用 201 电话卡长途便宜)月平均话费低于手机, 很适合学生使用.

小灵通现在可发短信上网与手机功能差不多

宣传方法:1 电信和学校联系每一封录取通知书的信封上印上电信的有关资料并在每封录取通知书中附上宣传单

注:宣传单内容包括 a 学生新特权(专门针对学生的优惠活动)

b 小灵通本身的优势(话费低辐射低)

商品促销方案主题怎么写篇 8

活动主题:

感恩广大来宾, 16 温暖消费者活动

活动的目的和意义:

一、通过此活动,一方面让顾客体验到 16 的变化,另一方面吸引更多的顾客,让他们感受到 16 的与众不同。以此更好的宣传餐厅品牌。

二、因接下来圣诞节、元旦等节日接连而至,所以此次感恩节活动要跟接下来的节日相呼应,为下一步更好的发展打下良好的基础。

活动内容:

一、感恩节场景布置

1、四个店面统一悬挂红灯笼(东司门店一楼不用挂),大门口挂大灯笼,支充气拱门,挂主题横幅。

2、添加菜品展板。在大厅及走廊包间挂上菜品的展板,给顾客视觉上的冲击。

二、具体实施方案

宣传时间: 1616——1616

活动时间：1616

宣传方式：1、在大门口设立海报，简介为此次活动方法和内容。

2、制作宣传彩页，一方面是向就餐顾客发放，另一方面在人流流量较大的地方发放，达到双重效果。

方案一：

1、给进门的小朋友一个棒棒糖或小礼品，并送上节日致辞。

2、消费一百元以上的顾客，可以有一次扎气球的机会(气球提前准备)，气球内装有几凉菜的菜名，中奖即获得该菜品(价格低廉的为主)。消费二百元以上的顾客，还可有一次扎气球的机会。

方案分析：

本方案优点在于投入成本小，且互动的成分多，能够让顾客感受到节日的气氛。因感恩节在开封来说其重要性和名气不如圣诞节和春节，故此方案的目的主要是以改变顾客印象为主。

方案二：

赠送消费 300 元以上的客人抽奖卡，该抽奖卡上面留该客户联系方式，奖品为一些精美的小礼品；也可询问前厅经理哪些是经常消费并且平均消费高的顾客。因为留有客户的联系方式，所以可以在逢年过节前或天气突变时以公司名义发信息致以问候并宣传 16 的新款菜式。（此方案不局限于此次节日活动，可持续进行）

方案分析：

该方案前期会降低毛利，且顾客数量大，从中筛选出固定客源的工作繁重。但能抓住相当一部分顾客，省掉不必要的广告宣传费用，可以让顾客第一时间了解 16 的新品，且能从中体会到 16 在服务方面的提高。

方案三：

在感恩节当天推出新菜品和特价菜品，借助感恩节向外宣传，在吃上进行改观，饭后赠送一小碗汤圆或是耳暖，买单后送一张 10 元代金券。

方案分析：借用感恩节的噱头推出新菜品能够快速的让大众接受，另外赠送的汤圆数量虽然不多，但是经过服务员的口头介绍后，能让顾客感觉到感恩节的不同和温暖，对 16 的口碑有益。

各部门职责及准备工作：

采购部：负责所需物品的购买

策划部：负责节日活动的具体策划及活动安排

前厅：前厅经理主动协助策划部进行店面的布置、员工之间的协调。服务员统一节日问候语，微笑服务，主动向顾客介绍节日活动的详细内容，并推出新菜品。

活动预算：

拱门租金：150 元/天四个店面共 600 元

耳暖(礼品)：1.5 元/个 200 个共 600 元

灯笼(小)1.2 元/个 400 个共 480 元

宣传页 5000 张共 700 元

菜品展板 70__90 大小 60 元/个 168 个共 10080 元

灯笼(大 1.2 米)50 元/个 20 个共 1000 元

海报+展架 50 元/个 4 个共 200 元

整体方案分析：

因之前 16 活动做得不多，故此次活动虽然规模很小，但是却可以让消费者产生较强烈的记忆感，引起良好的口碑宣传，提高知名度和美誉度。且各项制度刚刚下发，趁节日机会严抓服务，能起到明显的效果。

商品促销方案主题怎么写篇 9

一、活动目的：

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达__家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

二、活动主题：

活动主题：5600 元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来__

三、活动思路

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展__的品牌影响。

四、活动时间：

20__年9月10日—20__年10月5日

五、活动地点：

郑汴路凤凰城__家居自选商场

六、活动内容：

1、__一元“秒杀”更劲爆！

2、__预订套装家具更惊喜！

3、__套装组合家具更超值！

活动一“__·一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

20__年 10 月 1 日、3 日、5 日上午 10：00 和下午 17：00。

活动商品：

价值 5600 元的套装组合家具，全部套装组合家具为 30 套。

参与顾客资格：

持有__家居自选商场·__套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

1、9 月 10 日—10 月 5 日期间，至__家具自选商场认购秒杀券；

2、10 月 1 日—10 月 5 日期间，在凤凰城__一元秒杀券认领处认购；

3、9 月 10 日—10 月 5 日期间，拨打__晚报发行热线 67__或洽__晚报发行人员认领一元秒杀券；

4、9月10日—10月5日期间，预订__套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

1、地面推广：10月1日至10月5日期间，在凤凰城周围布置不少于10个一元秒杀券售卖处进行推广；

2、入户推广：__晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；

3、小区推广：__指定小区由__晚报发行人员有针对性的目标客户推广；

4、内场推广：在9月10日—10月5日期间，在凤凰城南楼四层和__卖场内，布置不少于5个一元秒杀卡售卖点，进行推广；

5、媒体推广：__报广、dm、大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

__的客群主要以__消费者居多，要把活动推广好，首先要影响__的人群，要影响__人群就要选择能够影响__人群的媒体。__晚报主要发行__市区及周边市县区，办报60多年，在__老百姓心目中有着良好的口碑，在__市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与__客群吻合，选择与__晚报合作更适合。

媒体合作形式：

1、以“__晚报·__套装组合家具一元秒杀团”成员招募形式，进行大规模顾客召集；

2、以“预订__套装组合家具，送__晚报和__手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“__晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

顾客组织：

1、__晚报·__套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集；

2、__客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

3、__建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

4、活动期间，到__店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

商品促销方案主题怎么写篇 10

一、活动主题

这个夏天让你的美如花般绽放

二、活动执行时间

20__年__月 1 日至 20__年__月 5 日

三、活动对象

所有顾客！

四、促销活动位置

专柜前面旁边的位置。

五、活动宣传方式

宣传单、场外布置 KT 板、等物料宣传。

六、活动目的

新会员招募，品牌宣传。

活动期间，由资深护肤师为你免费防晒，免费眼部护理，免费面部护理，让你的皮肤轻松享受阳光的洗礼！让你的美如花般绽放！

七、活动内容及形式

1、凡购买__系列任何产品两瓶，即可获赠一张刮刮卡，获得一次 100%中奖的抽奖机会；

2、凡购买__系列任何产品四瓶，即可获赠两张刮刮卡，获得两次 100%中奖的抽奖机会；

购买越多，中奖越多，100%中奖！

3、__嫩白防晒买 200 送 100！

凡购买__嫩白防晒系列产品满 200 元，返 100 元现金券用于购买__嫩白防晒指定产品。凡刮中五等奖，即免费获得价值 98 元的__丝滑系列五件套体验盒一盒；

会员入会特别好礼：不需购买任何产品只要按要求登记成为__《爱美会》会员（必须登记资料齐全）每人可获赠刮刮卡一张，获得一次 100%中奖的抽奖机会！

商品促销方案主题怎么写篇 11

一：促销活动内容：

1、主题：__

2、优惠：工程造价折(综合管理费不参与打折)活动期间每天享受家装团购惊喜价

3、礼品：活动期间交意向合同就送家居实用好礼(茶具、碗具、锅、枕芯)活动期间凡签单即送大礼(详见礼品赠送规定)

二、活动具体内容

名门装饰五大优惠措施，空前让利六千元

一重礼：交定金 20__ 抵 3000 元工程款，直接让利 1000 元

二重礼：板材由福庆 E1 级升级为金福湘 E0 级，价值 20__ 元

三重礼：墙面漆由立邦美得丽升级为多乐士净味，价值 1500 元

四重礼：工程款满 5 万，送全房开关插座，西门子、正泰品牌，价值 1000 元。

五重礼：工程竣工后赠送家政一次，价值 500 元。

名门装饰十大承诺保您装修无忧

1、缴纳定金之后，全年(20__ 年)保价，绝对不会因为材料和人工价格的上涨而涨价。

2、免费量房、免费出平面图、免费出预算、免费出施工图，不再另行收取设计费。

3、精准预算，在不变更施工工艺与施工项目的前提下，结算工程款保证在预算价格的 5% 以内浮动，无预算超支之忧。

4、工程不转包，装修工人由公司统一调配，工程由实施项目经理管理制，严禁分包或转包，务使工程“施工与设计相吻合”、“质量与标准相吻合”和“整体效果与客户心愿相吻合”。

5、材料由公司集中采购，统一配送，严格杜绝假冒伪劣材料，凡属本公司所购的材料或商品一律符合国家环保标准，无环保隐患之忧。

6、阶段式付款，工程款分四步支付，按照进度验收付款，让业主牵着公司的鼻子走，放心装修——无“误上贼船”之忧。

7、严格按照与业主签订的施工方案进行施工，确保施工与设计相吻合、整体效果与客户心愿相吻合。

8、严格按照《江苏省装饰协会室内装修施工规范》施工，按照《江苏省装饰协会室内装修验收标准》验收。让质量与标准相吻合。

9、水电五年保修，其余两年保修，终身维修，无售后服务之忧。

10、活动期间缴纳定金客户，享受总经理关注工程，总经理直接关注工程进度与施工质量，每周巡检工地不少于1次。

三、促销优惠方案：

1) __品牌地砖__品牌地板 6折起团购

2) __品牌厨房__品牌卫浴 7折起团购

3) __品牌家具 7 折起团购

4) 装修团购 85 折起，每增加 10 户再降 5 个点，一直降到 7 折零利润装修

5) 来就送 500 元通兑券，在团购最大优惠基础上，由我家装饰公司再让您省下 500 元

6) 本次活动现场只报名不收取订金，客户报名后只需于我们活动截止日前到我公司签署设计协议即生效，真正无风险的完美家装之旅。

商品促销方案主题怎么写篇 12

一、活动目的

1、增加客流量，带旺人气，营造节日气氛。

2、提高销售额，尤其是在节日期间那些关联产品以及对应组合礼品的销售额。

3、活跃节日气氛，树立品牌形象。

二、活动时间

_月__日--_月__日(端午节是_月__日)

三、活动主题

端午心滋味副标：新概念、欣健康、馨生活释义：绿色健康好食材包出美味新粽子，一家人其乐融融品味粽子的温馨萦绕。

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/916230103020010111>