# 2024年电脑促销活动方案设计(9篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-07-02

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。电脑促销活动方案设计篇一1、活动目的第一要明确好整个活...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**电脑促销活动方案设计篇一**

1、活动目的

第一要明确好整个活动的目的是什么，是宣传电脑？处理库存？新品上市？还是为了提升销量，只有确定好目标，这样才能够让整个活动有的放矢。

2、活动对象

等到目的确认好之后，还要确定好此次活动的对象，是针对大众还是特定的群体，活动的控制范围在哪里，那些人是此次目的的目标，这些都是需要确定好的，它直接影响到促销的结果。

3、确定活动主题

把主题确定好之后，要尽可能的将此次活动给艺术化，将商业性给消弱，让活动更加接近消费者，更加能够打动消费者。将一个简简单单的促销打造成消费者的福利，让消费者感觉到实惠，除此之外，还应该力求创新，使整个活动更加具有震撼力与排他性。

1、确定伙伴

其实光靠自己的宣传效果不算很好，有条件的话，最好还是能够拉上伙伴一起，看看是与经销商练手、与其它厂家联合做促销、还是花钱打广告与媒体合作，要借助于这些外界的力量，才能够增加认知度，最好的是能够与经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度

要让此次活动取得巨大的成功，除了上面这些因素之外，还应该加入一些刺激性，活动能够刺激目标对象来参与，只有刺激的程度越高，促进销售的反应就会越大，当然这些刺激性也会存在一些边际效应，应该根据促销实践进行分析与总结，结合客观市场环境，并且确认适当的刺激程度与相应的费用投入。

1、活动的地点与时间会让此次的促销活动事半功倍，如果场地不好的话则会让整个活动非常的费劲，时间最好选择周末、寒暑假、节假日等等，这样才有更多的消费者参与，在地点上也应该让消费者感觉到更加的方便。事先要和城管、工商部门进行沟通，这样对活动有益处。

2、不仅仅是时间和场地的问题，活动时间也是需要深入分析的一个问题，如果说持续时间短的话，可能会导致在短时间内无法实现重复购买，很多本来应该获得的利益无法实现。持续时间太长的话，费用太高，而且无法达成市场形不成熟，降低顾客心中的好奇。

**电脑促销活动方案设计篇二**

主 题：激情五月 联想电脑五一特惠欢乐购

活动目标：刺激消费需求、促成消费动机，增加店面人气。

人员安排：现场工作人员2名。

活动时间：4月29日-5月7日

活动内容：

1)购买联想一体电脑送价值200元无线键鼠套装1套

2）购买家电下乡电脑直补390-455元另送超值大礼包（台式机送音响 清洁套装 耳机 4g优盘 鼠标垫；笔记本送包 鼠标 清洁套装 耳机 4g优盘）

3）抽奖

操作方式：

1、活动当天，购物满88元的顾客即可参与此活动

2、在服务台旁设一处抽奖台。

3、抽奖箱内用白纸放置1―4等奖奖票，再按比例混入一定数量的鼓励奖。（中奖率要达到85%）

4、推出特价机型 f608 4048.00 z360 3698.00 s205 2748.00

一等奖：联想手机一个 （3名）

二等奖：精美8g优盘一个 （5名）

三等奖：精美鼠标1个（5名）

鼓励奖：清洁套装 耳机 鼠标垫 桌面礼包等

氛围布置：a)店内挂吊牌

b)橱窗高精喷绘2张 内容：送礼 抽大奖 联想电脑五一

特惠欢乐购

要求：简洁 突出主题

c)店内特价机型统一贴特价标牌

d) led电子屏：全天滚动播放促销活动信息，4月29日―5月7日。

内容：激情五月 联想电脑五一特惠欢乐购 送礼 抽大奖 好礼不断 详情欢迎进店咨询.

**电脑促销活动方案设计篇三**

1、活动目的

首先要明确好整个活动的目的是什么，是宣传电脑？处理库存？新品上市？还是为了提升销量，只有确定好目标，这样才能够让整个活动有的放矢。

2、活动对象

目的确认好之后，还要确定好此次活动的对象，是针对大众还是特定的群体，活动的控制范围在哪里，那些人是此次目的的目标，这些都是需要确定好的，它直接影响到促销的结果。

3、确定活动主题

主题确定好之后，要尽可能的将此次活动给艺术化，将商业性给消弱，让活动更加接近消费者，更加能够打动消费者。将一个简简单单的促销打造成消费者的福利，让消费者感觉到实惠，除此之外，还应该力求创新，使整个活动更加具有震撼力与排他性。

1、确定伙伴

光靠自己的宣传效果不算很好，有条件的话，最好还是能够拉上伙伴一起，看看是与经销商练手、与其它厂家联合做促销、还是花钱打广告与媒体合作，要借助于这些外界的力量，才能够增加认知度，最好的是能够与经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度

要让此次活动取得巨大的成功，除了上面这些因素之外，还应该加入一些刺激性，活动能够刺激目标对象来参与，只有刺激的程度越高，促进销售的反应就会越大，当然这些刺激性也会存在一些边际效应，应该根据促销实践进行分析与总结，结合客观市场环境，并且确认适当的刺激程度与相应的费用投入。

1、活动的地点与时间会让此次的促销活动事半功倍，如果场地不好的话则会让整个活动非常的费劲，时间最好选择周末、寒暑假、节假日等等，这样才有更多的消费者参与，在地点上也应该让消费者感觉到更加的方便。事先要和城管、工商部门进行沟通，这样对活动有益处。

2、不仅仅是时间和场地的问题，活动时间也是需要深入分析的一个问题，如果说持续时间短的话，可能会导致在短时间内无法实现重复购买，很多本来应该获得的利益无法实现。持续时间太长的话，费用太高，而且无法达成市场形不成熟，降低顾客心中的好奇。

**电脑促销活动方案设计篇四**

本策划案首先对大学生市场的潜力以及这一特殊消费群体的特征进行分析，并在此基础上提出营销策略以及具体的推广方案。向广大在校大学生进行整体宣传，从而开拓更广阔的市场，为国内笔记本电脑企业的长远发展打下坚实的基础。

（一）市场潜力分析

目前我国各地大学生人数总计超过2300万，到20xx年，中国大学生人数预计将稳步达到3000万。27.0%的大学生拥有一台笔记本电脑，中国大学生的笔记本电脑消费总额近200亿人民币，而且每年新增数十亿元的消费额。随着中国经济的高速增长、中国大学生消费能力的进一步增强和大学生对手机、it/数码产品的强烈需求，大学生消费科技产品的总额每年将达200亿~300亿元，中国大学生所代表的市场潜力也将变得越来越庞大，这个巨大的市场无疑将成为众商家争夺的焦点。若能根据学生的消费特点制定出一整套科学合理的市场营销战略，商家就一定能够获得巨大的收益。

（二）竞争对手分析

现在的笔记本电脑市场，粗粗一算，就有联想、戴尔、惠普、华硕、方正、清华同方、acer、索尼、明基、松下、lg、nec、富士通、东芝、苹果、tcl、长城、神舟、清华紫光、新蓝、海尔、七喜、夏新、联宝等20多个新老品牌。惠普、dell、明基、tcl、海尔等计算机品牌，虽暂不具较大市场分额，但他们是国际，国内名牌，实力强劲，是潜在的对手。从品牌排行榜可以发现，当前消费者对国产厂商笔记本的购买倾向较为明显，其次是美系品牌的产品，而消费者对日韩系品牌的购买倾向不太高。

（三）消费特征分析

大学生是一个独特的群体，其消费特征即有一般消费者的特点又有作为学生群体所特有的个性特点：

1）主要任务是学习

2）追求时尚和名牌，注重个性张扬

3）对周围的事物充满着好奇心和新鲜感，大多容易也乐意接受新鲜事物

4）基本上以寝室集体生活为主，需要很多感情交流和娱乐

5）没有独立的经济来源，一般都是依靠父母，所以在消费时也不能随心所欲

由此可知笔记本电脑符合高校学生群体的消费心理，只要进行深入的市场推广就一定能够从这一潜在市场获得广大的客户。

（四）学生购机动因分析

1）为了学习、查阅资料，了解新闻

2）追求笔记本电脑的娱乐功能，能够为课余时间排除无聊的时光

3）从众心理，攀比心理

（五）购买笔记本电脑时的考虑因素

1）低廉的价格

2）良好的质量

3）时尚个性的款式

4）多功能

5）国内或国际著名品牌

（一）优势机会

市场细分化, 明确了企业的服务对象

1）有利于企业采取合适的营销策略：企业通过研究和掌握某个特定市场的特点,有针对性地采取各种营销策略。如产品策略、价格策略、流通渠道策略、促销策略等,以达到占领市场的目的。

2）有利于企业集中资源, 取得较大经济效益：因为企业面临的市场是非常广泛的, 这个大市场的需要是形形色色的, 而企业的人、财、物等资源却是有限的。企业若想发挥有限资源的作用, 必须在大市场中选定一个适合于本企业优势的目标市场, 这样才能发挥资源的作用。

3）有利于企业深入研究潜在需要, 不断开发新产品：市场细分的结果使企业的目标更加明确, 使企业的注意力集中在目标市场上。这样容易掌握顾客需要的变化情况, 不仅可以根据细分市场的现实需求组织生产, 而且可发现顾客的潜在需求, 开发新产品, 以满足顾客不断变化的需要。

4）有利于拓展新市场，扩大市场占有率 ：企业对市场的占有不是轻易就能拓展开来的，必须从小到大，逐步拓展。通过市场细分，企业可先选择最适合自己占领的某些子市场作为目标市场。当占领这些子市场后再逐渐向外推进、拓展，从而扩大市场占有率。

5）有利于提高企业的应变能力：比较容易了解顾客需要的变化情况。一旦市场情况发生变化, 其情报就可以及时地反馈到企业的有关部门, 便于企业及时调整生产和经营策略。

6）有利于提高企业的竞争能力：在企业之间竞争日益激烈的情况下，通过市场细分，有利于发现目标消费者群的需求特性，从而调整产品结构，增加产品特色，提高企业的市场竞争能力，有效地与竞争对手相抗衡。

（二）劣势威胁

1）产品的过度细分化，可能导致企业无法兼顾多个目标市场。导致在大学市场取得成功的同时，失去了其它市场的份额。同时，可能会给人留下企业的产品只适合大学生的印象。在具体实施时，也缺乏相应的市场营销经验。

2）产品或服务同质化严重，使企业逐步失去竞争优势

3）国内笔记本电脑市场的价格战已经越来越积累，同时，随着技术、价格的透明化，消费者讨价还价的能力也显著提高。

4）随着“入世”之后外商投资手续的更加简便，跨国企业的追加投资将加大，国外品牌原本高昂成本也会越来越低，市场上的竞争将更加激烈。

（三）市场定位及目标市场

长期以来，国内笔记本电脑市场同质化现象严重，这一点在促销环节上表现的尤为显著，直接导致产品卖点不突出。企业将针对不同的用户群采取更加具有针对性的促销手段，通过提出 “学生笔记本电脑”、“娱乐型笔记本电脑”等概念，来吸引目标群体。

根据以上大学生市场特点的分析结果，下面主要从产品、价格、渠道、和促销等几个方面进行营销策略设计，提出在学生市场发展企业业务的相关策略思想。

（一）产品策略

现代市场竞争不仅在于生产和销售什么产品，而且在于提供什么样的附加服务和利益。过去的市场竞争主要是产品本身的竞争，现在还要加上服务的竞争和利益，即延伸产品。现在的pc机市场竞争已经非常激烈，企业如果想从众多的竞争者中脱颖而出，就必须通过各个方面的差异化，尽可能多地满足客户的需求。

主要措施有：

（1）提供信贷服务

由于现在的大学生还没有独立的经济来源，如果一次性就要支付几千块钱，可能对有些学生还比较困难。所以企业如果减少贷款利率甚至免利息，让顾客可以通过分期付款的方式购买笔记本电脑，就一定可以吸引一大批学生消费者。

（2）完善售后服务

随着it技术的日益透明化，各笔记本pc厂商在产品、技术等方面的差距正在不断缩小，而且服务也逐步成为购买者在选购产品时极为重视的一个因素。因此维修体系和维修点的建立也成为各厂商的一项重要的工作内容，各厂商也纷纷将服务作为重要的营销策略，服务的不断升级将成为各大笔记本厂商竞争的重点之一。

因此企业要努力为消费者提供各种形式的售后服务，尽可能地消除消费者在购买过程中所产生的各种疑虑，使消费者对所购买的商品在使用中真正地达到满意，从而使消费者对企业产生积极的评价。笔记本电脑是高科技产品，由于消费者使用不当或是这样那样的问题，笔记本电脑会经常出现质量问题。而且由于携带方便，所以在经常的移动过程中也很容易受损。而这时，维修又会给消费者带来很大的麻烦，要么走很久才能到维修点，要么到了维修点也要等上很久。而作为消费者，一定都想很快地将问题解决。所以企业就可以尽可能地在学校附近设立维修站点，比如在大学城附近，从而解除消费者的后顾之忧。这样大学生在选购笔记本电脑的时候，如果知道在学校附近就有维修点，就可以大大增加他们的购买信心。

(二)价格策略

随着人们对笔记本电脑市场的深入了解，消费行为也逐步趋于理性化，用户开始对笔记本电脑的价格变得敏感起来。由于校园市场的独特特点，企业必须采取优惠、灵活的价格策略。由于大学生还没有独立的经济来源，所以价格因素目前仍是学生消费的主导因素。企业可以针对学生用户的特殊消费需求，推出一些价格相对优惠的“学生笔记本电脑”，从而形成价格优势，增强对目标群体的吸引力。

(三)渠道策略

开设专卖店，或是放在大、中型的电器卖场里都无妨，但是一定要协调好各个终端商的价格，价格必须保持一致。当然为了方便大学生群体的购买，可以适当增加代办网点。如果在学校附近能够找到合适的地点，可以成立笔记本电脑及相关软件的校园专卖店，并把维修站也并入其中，解决用户使用过程中出现的问题。专卖店不仅可给人以信赖感，更为重要的是能够提供专业、周到的服务。同时，采用二合一的模式，也可以节约成本。

(四)促销策略

（1）广告

从当代大学生对广告的态度来看，广告的确对大学生有着深刻的影响。近一半的人表示在选购商品时，还是会首先考虑有广告的品牌，他们也认为“广告是生活中必不可少的东西”。总体来说，广告的存在、广告诉求和投放的有效性都客观地影响着大学生的消费选择。

以“动感地带”广告为例，大学生了解该广告的主要渠道是校内广告，其次是电视，然后才是同学介绍，以及报纸、杂志。这也指示了面向大学生的广告投放重点，毫无疑问，校内广告必然是首选渠道。

广告的主要媒介――电视媒介对大学生来说接触频率太低，广播仅有声音讯息，阅读报刊杂志的大学生又越来越少，没有笔记本电脑的大学生也很难关注到网络广告。针对大学生的时间安排、所接触的传播媒介的局限性及其对广告的需求、偏好和心理特征，可结合公司在校园中举办的各类活动在校园内设立户外广告牌、条幅、霓虹灯、海报等广告传播。

广告投放的具体地点可以选择在大学生高度聚集的学习场所如教学楼出入口、教学楼大厅、教学楼电梯轿箱内或电梯等候厅按钮上方；就餐场所如餐厅出入口和餐厅大厅；运动场所如体育场馆的.出入口及内部；购物场所如超市；走路途中如校门口和道路两侧。也可选择性地设置液晶电视，以音频、视频相结合的方式，更形象生动地向大学生消费者推荐商品。企业在设计广告牌时一定要考虑大学生的喜好，既要体现公司的企业文化与人文精神，又要成为校园中一道亮丽的风景线，融公司的企业文化于高校的校园文化之中。

（2）销售推广

企业可以根据不同类型的学生制定出一系列的促销活动，从而刺激消费。比如在刚刚高考结束的暑假，企业可以针对刚高中毕业的学生，规定如果他们购买本企业的产品，考多少分，就减多少元的钱。这样可能消费者本来还不想买的，发现自己现在可以凭自己的实力，以比别人更低的价格购买到商品，而且这个时机过去后就再也没有了，从而决定购买。大学生一般都会喜欢额外的小礼品，所以企业可以在各大重要节日时赠送精美礼品和大礼包。

（3）人员推销

企业不妨考虑录用刚刚毕业的大学生作为销售人员。因为他们不仅拥有激情和进取精神，同时刚经历过大学生生活，对大学生一定有充分的了解，可以很轻松自如地和目标客户进行沟通交流，并针对大学生的心理特点，进行有效的产品宣传和推广。

（4）公共关系

树立企业在大学生心目中的形象，使更多的人认识到企业的品牌形象与品牌内涵，可以为公司打开市场。更重要的是大学生是一个特殊的群体，占领这个市场，不仅可以带来短期的经济效益，现在的在校生在若干年后将是社会中的精英，他们还会多次购买笔记本电脑，如果现在就可以树立良好的企业形象，将会为企业获得长期利润打下坚实的基础。

在宣传时，企业必须根据校园活动的特点和规律来有针对性地进行传播。具体做法有：

1） 事件营销传播

大学校园内经常有主题活动，如：各类社团活动，文艺晚会，迎新生晚会，校庆，歌咏比赛，校园歌手大赛，春季或秋季运动会，篮球、排球、足球比赛等。公司可以有选择地赞助一部分活动，并利用活动形成的注意力效应开展宣传活动。

此外，还可以根据各学校的实际情况，做一些校园公益活动。比如捐赠教学用具、公益性的日常用品等。在这些活动中要举办规模较大的仪式，已引起更多人的关注。这些实践中应结合所赞助具体活动，着眼于宣传企业形象，着重体现产品质量与服务，要避免过于商业化，使同学们易于接受。

大学生群体对体育运动一般都有较强兴趣，并且高校基本上每年都要举行足球赛、篮球赛等体育活动。因此公司可举办一些规模较大的体育赛事，并向体育运动员们免费提供印有公司的logo的球服，使大家在看比赛的同时，能对公司留下深刻的印象。在整个活动中还可邀请一些社会媒体进行跟踪报道，增强宣传力度，提升公司的社会形象，提高社会影响力，达到经济效益和社会效益双丰收的良好效果。

2）学术传播传播

当代大学生对成功都有一种发自内心的渴望及对成功人士创业经验的崇拜，可以请公司的领导做一些专题讲座或学术报告，或者深入大学校园进行现场演示和面对面的交流。 讲座内容可以结合各高校不同的人文环境和科学环境，以展望大学生的美好前景。主题可以选取如：“走向成功”、“我们需要怎样的人才”等大学生感兴趣的前沿热点话题。表现出公司对市场的密切把握，对人才的重视和渴求，并愿意为人才的发展提供更多的机遇和更好的环境，使同学们对公司产生亲切感。讲座可同时向听众散发企业的业务及形象宣传材料，也可分发带有公司logo的小纪念品。

（五）宣传推广策略

（1）口碑营销

金杯、银杯不如顾客的口碑。如果企业产品优良，善待顾客，口碑带给企业的是免费的营销宣传、销售增长和利润的增加。相反，则会是企业的销售大减，进而制约企业的成长和发展。所以企业就应该为消费者创造有影响力的话题（划算的特价销售、卓越的客户服务、与慈善机构建立伙伴关系、美妙的购物体验都是不错的口碑话题），让顾客第二次甚至更多次为企业进行免费宣传。

（2）生动化营销

宜家将生动化营销运用得淋漓尽致，这种策略也完全可以运用到笔记本电脑销售中。消费者进入商店以后总有一个大体的购买目标，但不是具体的，如购买型号、款式、色彩等，这些都是通过选择以后才确定的。营业员在与消费者接触后，了解到消费者的购买指向，可根据消费者的不同个性特点及需要，适时地向消费者展示商品、介绍商品，并有针对性地进行现场演示，更多地向消费者传递有关商品的信息，诱发消费者的积极联想，刺激购买欲望。例如对于音质好的笔记本电脑，就可以播放音乐；画面清晰的就可以播放电影，让消费者自己观看。配置高的笔记本电脑，就可以在笔记本电脑里装游戏，让顾客自己体会游戏的运行性。而大学生正好好动手，喜欢探索新事物。通过这种体验营销方式，一定可以让客户产生购买的冲动。

（3）目录营销

企业可以制作精美的产品目录册，定期在校园内分发。在目录册中包含有各种型号的笔记本电脑保养以及价格等方面的详细信息，同时蕴含大量计算机信息技术、病毒处理、科技前沿动态等各方面的知识。通过有效的知识传播方法和途径，将企业所拥有的对用户有价值的知识传递给潜在用户，并逐渐形成对企业品牌和产品的认知，最终将潜在用户转化为现实用户。

在制作时一定要确保信息的时效性，可利用性，而且，图片也要高度清晰真实唯美，让消费者看了就有想要拥有的冲动。值得注意的是要真正给消费者带来价值，不仅要让他们看目录册，还要让他们收藏目录册。

企业不仅可以通过目录营销促进销售，更重要的是，可以通过商场和学校两大媒介，大力宣传推广这一精美的目录册，进一步巩固品牌形象，提升了品牌美誉度和顾客忠诚度。

（4）“俱乐部”营销

企业可以给予老用户更多的优惠，如在更换计算机时，继续采用本企业计算机的，可给予价格的优惠，并负责收回旧的计算机。由此我们也可以从收回的旧计算机中获得可再利用的零件，还可降低产品的成本。增强产品价格优势，同时树立绿色企业的形象。另外，应持续向用户提供最新应用软件信息，介绍同类软件的优缺点，为用户着想。

在竞争日益激烈的市场，企业应该做到销售给顾客的不仅是产品，更是一种价值。一方面，不断创新，设计出更加优质的产品，另一方面有效地把握目标消费群体的消费心理和行为，关注其消费形态，从而有针对性地开展相适应地传播和促销活动。

**电脑促销活动方案设计篇五**

1、促销平板电脑：无限精彩尽在其中（目前选用）

2、百仕通、科友导航特别礼物平板电脑（目前选用）

意见征求、需求调查：经开会讨论,选出平板电脑作为

促销礼品(见附件,”无限精彩尽在其中”)

促销形式：采用累积销售,积分送礼(销售一定量百仕通、科友赠送平板电脑)

a、产品范围百仕通导航、科友导航（通用机丌在之中）

b、市场范围全国市场

c、针对批发商旗下的二批、零售商进行促销

当月销量比正常提升30%以上促销的宣布、发动

1、促销的宣布时间：8月1号

2、公司促销实施持续时间：8月1号12月31号（针对二级代理）

旨在提高百仕通、科友导航的影响力，提升百仕通、科友等品牌的销量,建立品牌忠诚度，提升效果，以达到长期效果的促销活动

相关准备工作：彩页式单张、促销海报、挂画、报纸稿样稿等,海报、宣传单张文案、挂画的口号、平板电脑说明文件

第一：体现促销活动的累积价值，二级代理、汽车改装店、汽车美容店在销售百仕通导航、科友导航时，累积一定数量即可获赠平板电脑。丌同数量赠送丌同价值的平板电脑

第二：上述促销礼品代理商不公司各自承担一半费用

第三：代理商下属的各个二级经销商达到一定的月销售台数赠送丌同级别的平板电脑，举例（具体情况，各个省代自行安排）：

1、每月累积销售6台百仕通、科友导航二级经销商，则送价值400元的平板电脑

2、每月实际销售安装达到12台以上百仕通、科友导航的二级经销商，则赠送价值800元的平板电脑

3、具体销售额及累计数量由各省、市代理商根据自身情况上报公司总部，公司总部根据申报数量以及订货数量按照比例发送一定量的平板电脑赠品。

具体活动申请由各个区域所在业务人员申请，请注明申请的数量、累积活动规则等。

**电脑促销活动方案设计篇六**

新春将至，各it厂商的春节促销计划正陆续浮出水面：精英推出“868超值套装，新年新价还送礼”的促销活动；联想以前所未有的力度隆重推出“买超值电脑，送数码特惠，省4998元”的用户特惠；就连闪存盘领域的新锐品牌--奥科u盘也在全国范围内奏响了“新春惊喜二重奏”、“买奥科u盘得手提电脑”的春节促销计划。

可是说，春节是整个假日市场中最红火、最具销售潜力的一次促销机会。无论是pc、 散件、笔记本，还是数码相机、pda，作为春节促销来说，都是各类it厂商对20xx年旺季市场战略部署的第一关。春节促销是否能够胸有成竹、落地有声、一炮打响，关系it厂商新一年的整个市场局面。

促销说白了就是老一套，除了价格就是活动，除了推广就是促进。殊不知，这些看起来千篇一律的招数，往往就是取悦市场和消费者的一套拳术。今春临近，“春节促销六把火”但愿能给厂商提供一点启发和思路，至于实际的促销效果，还要看我们的it厂商“会烧不会烧了”。

一、价格火

市场存在一天，价格就会作为调节市场的一只有效的“手”，陪伴着整个行业发展的左右。去年那场杀毒软件价格大战，可谓是精彩背后更精彩，消费者尝到了甜头，代理商赚足了money，主控价格大战的各大厂家也是春光满面、颇有成就感。11月份发生在广州市场的数码相机四大品牌全线降价，同样是沸沸扬扬，疯狂背后的疯狂。

春节促销，是否要烧价格火？其答案只能是：依产品面对的消费群体不同而不同，因企业在市场中所具备的优势大小而差异。

春节是个大节日，十几亿的国人无不喜气洋洋乐开怀，谁还在乎价格的多多少少？原则上讲，降价并不是最重要的，尤其对于笔记本、数码产品以及各类it新品等面向中高端消费群的产品市场来说，价格并非厂商之间唯一的较量。但是，对于市场中的挑战者品牌，价格却是一把利器；对于整个市场疲软、消费者低调的产品，企业间不约而同通过降价刺激消费者对整类产品的关注和购买欲望，也不失为一种良策。除此之外，围绕人们过年图吉利的消费心理，推出适当的抽奖、返券、赠品，甚至是采取“888”“9666”等吉利的数字定价技巧，说不准都会带动自己产品的销售。

二、文化火

“智慧经营，人文关怀”是当今企业参与竞争的一种高级境界，文化促销同样是为各大企业认可的优秀促销形式。

无论是回归传统，把it产品促销和上千年的春节文化民俗相结合，演绎一场春节民族文化大餐；还是立足现有的高科技定位，以科技改变生活、跟踪时尚节拍、数码普及风暴等促销由头，来抓住老百姓在春节期间的购买欲望，都是一种文化促销的表现。

说起文化促销，路演活动可以说是其中的重头戏了。无论是民间演出还是名人出演，无论是现场数码展览还是电脑上网演示，产品有不同，文化促销的底蕴却是脉脉相通的。围绕企业不同的it产品，策划一些环环相扣、消费者喜好、商家成本不多且容易操控的文化促销活动，不仅可以在抓住消费者眼球的同时，吊足顾客的购买欲望，还可以有效提升企业文化内涵，提高品牌的知名度和美誉度。

三、礼品火

从“送礼送烟酒”、“送礼送红包”到近几年的“送礼送健康”、“送礼送文化”，礼品风无疑是春节消费市场中，最为国人认可和接受的一种感情沟通方式了。于是，脑白金靠“送礼送健康”送出了几个亿的产值，各地的图书城、购书中心也是年年人头攒动、本本图书好卖。

如果“今年过节不收礼”，收礼又会收什么？电脑的普及、网络的迅猛发展，无论是学生族还是办公族，无论是金、白、蓝领还是“高级灰”，对it高科技产品的向往程度正在不断升温。当手机、短信和互联网有了数不清的渊源，当学习、工作、谈恋爱和伊妹儿、qq有了说不完的理由，“送礼送科技”、“收礼收it”，无疑能够打造成一个春节送礼的新亮点。

经过了“call机、手机、商务通，一个都不能少”的pda礼品概念之后，像数码相机、电脑辞典、电子书包、移动存储，乃至pc、笔记本，都可能亮出送礼的“招牌”，争夺春节送礼市场的份额。笔者认为，瞄准“学生”“政经高层”和“新一代”这三类群体的礼品诉求，应该比较容易进入。

四、新品火

几乎每周每月都会有各类it新品热腾腾的出炉，这就是科技的魅力，更说明了it应用的潜力。在春节促销中，it新品会不会成为消费者期待的又一个亮点？

俗话说：“新年到，新年到，穿新衣，戴新帽”，在处处弥漫着it味道的新经济时代，“买新品”、“用新品”也一定会趁着消费者的it激情，成为国人春节的一盘“海鲜餐”。

八成就在撰写此文的时候，都会有大把的it新产品准备从生产线上生产下来。在此，笔者奉劝这些即将推出新产品的“家长们”，最好掐算着消费高潮的时间表，尽量选在春节假日把精心生产的“孩子”拿出来一鸣惊人，给善良的消费者来一个惊喜的“新春新奉献”。

五、教育火

教育消费者是一种比用价格来勾引消费者，更高深的一种招数。从电脑还是稀罕东西的时候，很多pc厂商就在不断地教育他们的目标消费者，“买电脑，免费培训三个月”，这种曾经耳熟的促销声音，似乎在这电脑成了必备工具的年月里，反而比电脑还稀罕了。

其实，像数码相机这些在消费者中还比较稀罕的it产品，不妨借着春节假期，改善一下消费者吃鱼吃肉的“胃口”。在我们忙着做新闻发布会、搞年终大酬宾的空当里，如果谁打出“买某某相机，享受三天免费培训”，说不定就成了消费者的“红人”，成了市场中的丰收者。

不一定非得推出动辄几天几个月的大培训，这种既耗厂商自己的成本，又耽搁消费者宝贵的休假时间，何苦呢。相反，在电脑市场、数码超市、广场这些云集了众多目标人群的终端场所，开展一两个小时的“现场摄影讲座”“专家教您用数码”之类的短程教育活动，不仅效果好，而且本身就是一次企业产品的现身宣传，何乐不为呢？此外，面向中小学生、大学生，推出“买pc，送免费培训”、“买\*\*电脑，获\*\*\*学习软件”之类的促销活动，同样是解了家长难题、应了学生需要、借了春节时机的一种“旧貌换新颜”的销售策略。

六、个性火

所谓个性，就是厂商制定的促销计划和采用的营销方式能够体现自家的个性和特色。如今，各类it产品在实际促销中的花样更新与变化越来越快，销售商必须及时摸清消费者的口味和竞品的促销思路，抢先一步推出迎合消费者的个性化促销组合。

没有个性的促销是可怕的，差异永远是激烈竞争中的救命稻草。尽管各类it产品、各家it厂商在实际的促销中，都不会脱离价格、赠品、抽奖、路演这些看起来陈旧的东西，然而，所谓的创新就是把一系列旧元素中进行创造性的重新组合。个中关键在于，哪家企业的创新组合能更贴近消费者口味、更容易调动消费者的参与性，并最终促成消费者以自愿的形式，发生真正的购买行为。

其实，除了上述的“六把火”以外，春节市场中的促销招数还有很多，而且不仅仅是针对消费者，针对终端经销商的渠道促销，同样是帮助厂家打火春节市场的重要手段。

有需求就会有市场，有市场就一定会有厂商的促销行为。

写到这里，笔者想对奋斗在市场一线的it厂商说三句心里话：第一，把为消费者服务的思想放在第一位，是节日促销的成功“秘诀”；第二，确定周密严谨的全盘促销计划，制定系统化、可控性的执行方案是节日促销的重要“保镖”；第三，因地制宜，因消费群而宜，因产品环境而宜，是大it厂商在全国统一部署春节促销时，最应把握的几枚“棋子”。

就在撰写本文的时候，忽然看到了一则题为《海信电脑福财并进 百万抽奖返还用户》的消息说：在1月7日至2月16日，海信将拿出全线的家用电脑产品在全国范围内举行“海信电脑--财福并进，好礼盈门”为主题的大规模促销活动，凡在此期间购买海信电脑的用户均可得到海信电脑的超级大礼。另外，海信电脑还拿出 100万元以抽奖的形式返还给用户。

看来，春节对众it厂商来说，势必要经历一股强烈的节假日促销风暴了。

**电脑促销活动方案设计篇七**

激情五月联想电脑五一特惠欢乐购

刺激消费需求、促成消费动机，增加店面人气。

现场工作人员2名。

4月29日-5月7日

1)购买联想一体电脑送价值200元无线键鼠套装1套

2）购买家电下乡电脑直补390-455元另送超值大礼包（台式机送音响清洁套装耳机4g优盘鼠标垫；笔记本送包鼠标清洁套装耳机4g优盘）

3）抽奖

1、活动当天，购物满88元的顾客即可参与此活动

2、在服务台旁设一处抽奖台。

3、抽奖箱内用白纸放置1―4等奖奖票，再按比例混入一定数量的鼓励奖。（中奖率要达到85%）

4、推出特价机型f608 4048.00 z360 3698.00 s205 2748.00

一等奖：联想手机一个（3名）

二等奖：精美8g优盘一个（5名）

三等奖：精美鼠标1个（5名）

鼓励奖：清洁套装耳机鼠标垫桌面礼包等

氛围布置：

a)店内挂吊牌

b)橱窗高精喷绘2张内容：送礼抽大奖联想电脑五一特惠欢乐购

要求：简洁突出主题

c)店内特价机型统一贴特价标牌

d) led电子屏：全天滚动播放促销活动信息，4月29日―5月7日。

内容：激情五月联想电脑五一特惠欢乐购送礼抽大奖好礼不断详情欢迎进店咨询.

**电脑促销活动方案设计篇八**

（20xx年4月17日― 4月30日）

提 案 人：企划部

提案时间：20xx年4月12日 修订时间：

背 景 目 的 策 略

主 题：激情四月，畅想数码――鸿运好礼疯狂送

一、活动内容：

（一）数码相机“一元购”

活动目标：通过此活动，刺激消费需求、促成消费动机，提升商场的买气。 人员安排：现场工作人员2名。

活动时间：4月17日-30日每周末（4月17日、18日、24日、25日）

活动地点：鸿运数码广场三楼服务台

活动内容：活动当天，凡购物满88元，凭购物单据及保修卡，即可“一元”抢购数码相机、mp5、u盘、鼠标等！（每天数码相机限前2名、mp5限前4名、u盘限前10名、鼠标、小风扇限前30名）

操作方式：

1、活动当天，购物满88元的顾客即可参与此活动(商家及员工不准参与)。

2、在服务台旁设一处抽奖台，并准备四个抽奖箱。

3、抽奖箱按顺序放置1―4等奖奖球，再按比例混入一定数量的空白球。

4、顾客决定自己要抽的奖品，然后选择相应的奖箱抽奖。

5、抽中奖球即获奖品，抽中空白球则获纪念品一份，奖项越高，机率越低。

活动流程：

1、工作人员检查顾客的购物单据与保修卡，确认是否具备抽奖资格。

2、工作人员按表单详细登记顾客的资料信息。

3、顾客决定所抽的奖品，开始抽奖。

4、抽奖结束，工作人员发放奖品，登记奖品信息，并在购物单据与保修卡上加盖活动印章。

（二）“半价”疯狂购

活动目标：通过此活动，提升商场的人气，为商家营造浓厚的经营氛围。

人员安排：现场工作人员2名。

活动时间：4月17日-30日每周末（4月17日、18日、24日、25日）

活动地点：鸿运数码广场三楼服务台

活动内容：活动当天，凡至商场三楼服务台排队，无需消费，即可“半价”抢购mp3、4g优盘、梦洁空调被、金龙鱼油！限时限量，先到先得!（限量400份，抢购时间：每周六周日上午10：30―11：30，下午4：00―5：00）

操作方式：

1、所有进入商场的顾客，无论消费，都可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、服务台旁设抽奖转盘一个，顾客决定自己要抽的奖品，然后拨动转盘。

3、mp3每天限7台、4g优盘限7个、梦洁空调被限5床、5l金龙鱼调和油限5桶。

4、转盘上设置一个中奖区域，当指针与中奖区吻合，则中奖，反之则未中奖。

5、中奖即发放相应的奖品，未中奖则发放纪念品一份。

活动流程：

1、活动开始前20分钟，工作人员开始组织顾客进行排对，并发放号码牌。

2、顾客凭号码牌，按先后顺序轮流抽奖。

3、顾客选择想要的奖品，再进行抽奖，中奖的顾客，按半价缴纳奖品费用。

4、工作人员发放奖品 ，并按表单登记顾客信息资料，未中奖的顾客无需登记。

（三）搜“宝”大奇兵

活动目标：通过此活动，刺激消费，提升商场的人气，将顾客分流引入到商场较偏的区域。 人员安排：现场工作人员1名。 活动时间：4月17日-30日

活动地点：鸿运数码广场三楼服务台

活动内容：活动期间，只要您找到分布在商场内的10面小红旗，并收集相应的红色卡片，即可到三楼服务台兑换“200元”以内的返金券一张和纪念品一份！（搜宝提示：1楼有6面红旗、2楼有4面；返金券可购物返还现金）

操作方式：

1、所有进入商场的顾客，无论消费与否，都可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、在商场一楼选择3家品牌电脑店、3家大小数码店、二楼选择4家diy装机店来参与此活动。

3、在每个店铺的隔断板上插上一面小红旗，并放置100张红色卡片，卡片上标注序列号。

4、顾客只要找到这10加店铺，并按序列收集10张不同的卡片，就可到三楼服务台领取返金券一张。

5、返金券只限在这10家店铺购物使用，消费满500元返现30元，消费满1000元返现50元、消费满1888元返100元、消费满2888元以上返现200元。

活动流程：

1、顾客凭一套完整的卡片上来兑换。

2、工作人员检查卡片是否完整，再发放返金券一张，同时收回并保管此卡片。

（四）移动宽带有惊喜！

活动目标：通过此活动，刺激消费需求、促成消费动机，提升商场的买气。

人员安排：现场工作人员1名。

活动时间：4月17日-30日

活动地点：鸿运数码广场三楼服务台

活动内容：活动期间，凡在商场购物满1000元即送“移动宽带优惠卡”一张，凭此卡可一律享受550元/年、1000元/2年、1400元/3年的2m宽带优惠！！

操作方式：

1、凡在商场购物满1000元的顾客即可参与(商家及员工不允许参与此活动)。

2、顾客凭购物单据到三楼服务台领取优惠卡一张。

3、凭此优惠卡，顾客可到移动公司优惠办理宽带业务。

活动流程：

1、工作人员检查顾客的购物单据与保修卡，确认是否具备领卡资格。

2、工作人员按表单详细登记顾客的资料信息。

3、工作人员发放优惠卡后，需在顾客的购物单据上用笔注明“礼品已发”的字样。

预算支出：无实际费用支出。

（四）整合全商场的超低特价资源和商家自己的促销活动，纳入本次活动宣传。

二、宣传策略

宣传主题：激情四月，畅想数码――鸿运好礼疯狂送！

宣传形式：

自有媒体：电脑报纸

**电脑促销活动方案设计篇九**

好运滚滚撞出来--电脑抽奖活动

随着社会进步及人民消费水平的不断提高，电脑消费在广大消费者中日益普及，且竞争激烈。

在电脑促销中，抽奖已成为家电数码城节假日促销常用的一种形式，其形式以摸球，转盘等简易方式为主,与消费者消费心理相吻合。

xx数码广场从事多年电器尤其是电脑的销售，积累了大量商业有奖促销经验。

xx数码广场

20xx年xx月xx日―xx月xx日

活动期内，凡当日在本店购物满50元者，即可凭收银小票到指定地点处参加\"好运滚滚碰出来\"活动。每50元可获赠抽奖券一张，多买多赠；

1、顾客凭收银小票到领券处，领取电脑抽奖券；

2、在抽奖处，将奖券上的8位数字一次性输入电脑，并按确认键；

3、奖券成功输入后，电脑屏幕将出现9个藏宝图，顾客只能选择其中1个；

4、顾客作出选择后，电脑将显示该图所藏奖品，同时公布其它藏宝图所藏奖品；

5、中奖的顾客凭购物票据及抽奖券到兑奖处领奖；

一等奖：……

二等奖：……

三等奖：……

四等奖：……

顾客兑完奖品后小票将被盖以“赠品已赠”字样，防止重复领取。

仅可领取奖项所对应之奖品，不可调换领取奖品。

奖品不兑换现金，不退不换。

自助式电脑有奖游戏。

即时开奖，顾客立即能知道自己是否中奖，增强顾客参与程度。

整个抽奖过程通过生动、精美的声象配合，让顾客感觉游戏的轻松、有趣，还有获奖时的惊喜；

1、“花小钱，做大促销”，用抽奖作为促销形式，1-3%的让利额，足可让活动办得轰轰烈烈；

2、先进的抽奖设备和配套设施布置的抽奖场地,亮丽、宏大，让顾客感受大活动、大促销的气氛；

3、自助式电脑抽奖，活动形式新颖、高雅，抽奖游戏有趣、刺激；为顾客送去欢乐，为商家增添风采；

把活动场地放在门口，能让更多的人关注此活动，会有更好的效果。

为了营造好的活动氛围，热闹的场景布置是很有必要；

1、电脑：1套：要求cpu：p3以上，性能稳定（每天需工作10个小时）；

2、ups：1个，（能在断电时，供电5分钟，让工作人员能及时关机）

3、音箱：1对，要求音量能尽量大（因为有趣的声音会有很不错的效果）；

4、打印机：1台：能打印中奖信息；

5、数字电视：1台：让其他顾客也能很好的感受抽奖过程的视觉效果;

6、功放喇叭：1套：用于播放抽奖过程中的音乐以及做为主持人话筒的声音放大。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找