# 装修公司营销服务方案范文优选40篇

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2025-04-04

*装修公司营销服务方案范文 第一篇>一、活动主题保护环境，爱护树木。>二、活动目标1、增强员工对公司的归属感，自觉爱护花草，以减少践踏草坪等不文明行为的发生，从而使我们的家园更加绿色、更和谐、更温馨。2、通过这个节日希望培养员工关注绿化、关注...*

**装修公司营销服务方案范文 第一篇**

>一、活动主题

保护环境，爱护树木。

>二、活动目标

1、增强员工对公司的归属感，自觉爱护花草，以减少践踏草坪等不文明行为的发生，从而使我们的家园更加绿色、更和谐、更温馨。

2、通过这个节日希望培养员工关注绿化、关注环保，人人争做环保小卫士的目的。

活动准备：

1、在每台电梯内贴发通知，宣传此次活动。

2、买20分小礼物，买10个洒水壶。20道植树节知识题目。

>三、活动过程

1、植树节活动开始仪式：讲解植树节的来历，宣布活动开始。

2、现场进行有奖提问，答对者奖一份小礼品。

3、进行给园区树木浇水活动。

4、给参加人员发放纪念品：菜篮子等。

>四、活动目的

xx月xx日是一年一度的植树节，为给我们的城市建设作贡献，给我们的家园增添一点绿色，使我们的生活环境更加美丽，xx公司特决定策划此次植树节活动，来贡献我们的力量，使我们的省城更加美丽。

>五、主旨与主题

贡献力量，奉献绿色。

以植树节为契机，奉献我们的力量，进行植树节活动。

>六、活动对象

xx全体职工。

>七、活动时间

xx月xx日。

活动地点：

xx市森林公园。

>八、活动前期工作

1、短信告知：xx年xx月xx日开始，3月xx日继续发短信宣传。

2、海报宣传：xx月xx日园区xx街全部张贴宣传。

3、植树节报名截止后（xx月xx日），由负责人将报名户数进行编组，每组安排一名组长，组长负责通知组员活动具体时间、集合地点等详细情况，在活动当天协助本组组员完成整个活动。

**装修公司营销服务方案范文 第二篇**

来到本公司做业务员已经半月有余，说句实在话，我今天才发现我有很多东西都不懂，还有很多东西要学习，一开始来到公司根本不知自己该干些什么，一直在等待安排;这样做也太被动了，记得有句话是这样说的：“一旦被动起来就意味着要失败!”所以在听过尧总的教训后，深有感触，一定要给自己今后的工作做一个安排，让自己主动起来!

现在我作为一个业务员，其主要目标与任务就是拿到单子，但是拿到单子需要达到哪些条件呢?这些条件我满足了几个呢?

这是我经过尧总的点醒及自己的想法所总结出的条件：

一、要熟记公司的产品及产品规格。

二、了解公司各种产品的报价

三、要会做方案

四、要知道我们公司的客户都有哪些

五、了解同行公司信息

六、沟通能力强，能打动客户

七、做事认真踏实，按时完成该做的任务

八、不要忽略各种细节，细节决定成败

我暂时也只能总结出这些了，也许还有我没总结出来的，这还要让尧总多多斧正。但是即使自己之总结除了这几条，但是我自己能勉强做到的也只有七八两条，第一条也只记得一部分!第二条虽然也记得但是还是忘得差不多了，至于三四五六条的硬性指标更不用提了，一个都没掌握!到现在我已经来公司半个多月了，我如今才发现我的进展竟然如此之慢!危矣!如果不是尧总的指导，也许我永远也不知到自己的情况竟然那么的糟糕!

如今再怎么自责也没用了，只能是尽量挽回这段时间是我损失!不过要挽回损失就要冷静，千万不能慌，不能乱!否则只能是毫无目的的乱作，到头来还是一场空!所以一定要给自己做一个计划，一个安排!

我现在的主要缺点是一些硬性的识记指标不过关，所以要花一段时间去记这些东西，不过记忆这种东西并不是一触而就的，而是需要长时间的温习及运用才能记入脑海深处，否则只能是记得快忘得更快!

每周安排：一周七天，每天抽出半个小时到一个小时去记忆一些要熟记的东西。比如报价、产品规格等。

上午记忆好，精神好，所以每天上午多看看方案等资料学习并尝试自己做方案;

**装修公司营销服务方案范文 第三篇**

一、年度工作目标

20xx年是公司发展的至为关键的一年，根据公司工作的要求，着力整合资源、强基础、优化结构壮主体；广聚人才促发展、提升管理增能力；攻坚克难出效益、重点突破带全局，努力实现装饰公司今年的目标任务计划。装饰公司的年度目标任务是在20xx年内保证完成工程造价在700万元人民币的施工项目。以下是根据前期调查所规划20xx年季度业务部600万元及设计部100万元任务计划：

业务部计划：

1、第一季度1-3月份，任务量为120万元人民币。一月份任务为40万、二月份任务为30万、三月份任务50万元人民币。

2、第二季度4-6月份，任务量为180万元人民币。四月份任务为60万、五月份任务为60万、六月份任务60万元人民币。

3、第三季度7-9月份，任务量为160万元人民币。七月份任务为60万、八月份任务为50万、九月份任务50万元人民币。

4、第四季度10-12月份，是一年的最后一个季度，是至关重要的阶段也是装饰装修的黄金时期，公司要保证完成

600万的工程量，也就是这个季度 剩下的任务140万。十月份任务为60万、十一月份任务为50万、十二月份任务为30万。

设计部计划：

1、第一季度1-3月份，任务量为20万元人民币。

2、第二季度4-6月份，任务量为20万元人民币。

3、第三季度7-9月份，任务量为30万元人民币。

4、第四季度10-12月份，任务量为30万元人民币。

5、目标完成力度

为了能够完成公司的基本目标，公司上下要思想统一、团结一致、同心协力，早日完成基本目标，把力争目标做基本目标来完成。

在保证完成四个季度的工程量和净利润的基本要求上，公司要有更大的思想目标和准备，力争在基本的要求上能完成增长20%的工程量。

二、招聘计划

20xx年公司计划总人数为8人。

1、 室内设计师2人，招聘要求：两年以上工作经验。

2、 施工员2人，招聘要求：一年以上从事家装工地管理经验。

3、 家装顾问4-6人，招聘要求：一年以上工作经验。

4、 前台1人，招聘要求：一年以上从事前台接待工作经验。

三、管理制度

1、公司上班时间为：上午 8：30-12：00下午13：30-18：00，中午休息小时。上班时间公司会按季节进行调整，具体调整时间公司会通知公告全公司人员知晓）

2、全体员工须按规定时间上下班，员工超过上班时间5分钟（含）以内签到者为迟到，员工每迟到一次扣款30元；超过上班时间15分钟（不含）以上签到者按旷工半天处理；矿工一天扣除三天工资。

3、下班时间提早5分钟（含）以内签到者为早退，员工每早退一次扣款30元；超过5分钟（不含）以上提早签到下班者按旷工半天处理。

4、员工因公事外出，填写《外出申请单》，经权责主管签字批准后，方可外出。如果私自外出被发现者扣款50元。

5、员工假别分事假和病假，员工请假应事先填写《员工请假卡》，经权责主管核准签字后，如因突发情况来不及办理请假手续，应用电话请假，并须于事后补办请假手续，其主管在签核时，需加注时间。

6、因不可抗拒原因造成员工无法签到，由公司主管证明出勤情况。

7、员工因故未签到，填写《因故未签到补抵申请单》，由其主管签核证明出勤者（此种情形每月仅限三次，超过三次部分按事假处理并补办请假手续）。

8、员工之间严禁弄虚作假，如有违反，一经查实均扣款50元。

9、上班必须坚守自己的岗位，发现有串岗的每次扣款50元。

10、上班时间内，全体工作人员不准在办公室吃零食，发现一次扣款50元。

11、其他人员不得随意开启他人电脑，如发现一次处罚50元。第二次作开除处理。

12、每天下班，全体员工按划分的值班日表清扫办公室卫生。每位员工离开之前（尤其是办公人员）自觉关闭一切电器设备，锁好门窗，否则负责一切后果，并罚款相关人员50元。

13、每个人每天下班前整理好自己工作用的工具用品并妥善保管，若有丢失，照原价赔偿。如检查发现随意丢配件或随意损坏配件，照原价赔偿，并罚款50元。

14、公司全体员工不得携带违禁品、危险品或与工作无关物品进入工作现场。如有违反则当场辞退。

15、不得私自携带公物(包括生产资料及复印件) 及属于公司财产等出公司。如有违反则当场辞退。

16、公司全体员工在工作时间内必须坚守岗位，不得擅离职守，不得从事与工作无关的事情。如有违反则扣款50元。

17、公司全体员工不得使用公司一次性纸杯，如发现一次扣30元。

18、公司全体员工必须服从分配，听从主管指挥，如有不同意见，应婉转相告或以书面陈述，经主管决定，应立即遵照执行。 如有违反则扣款50元。

18、公司全体员工应自觉爱护公司财产、维护环境卫生、节约公司资源，不得随意破坏办公区、洗手间、过道、的环境卫生，不得随意浪费或私自挪用包括水、电、通讯工具、清洁品等公共财产。 违者予以除10倍赔偿公司损失外，处以每人每次100元罚款，情节严重或屡教不改者予以除名处理。

19、公司全体员工不得经营与本公司类似及职务上有关的业务，或兼任其他公司的职务。如有违反则当即辞退。

20、公司全体员工严谨操守，不得收受与公司业务有关人士的馈赠、贿赂或向其挪借款项。如有违反则当即辞退。

21、公司全体员工不得泄漏业务或职务上机密，或假借职权，舞弊，接受招待或以公司名义在外招摇撞骗。如有违反则当即辞退。

22、公司全体员工应通力合作、互敬互爱、同舟共济，不得吵闹、斗殴、搭讪攀谈或互为聊天闲谈，或搬弄是非，扰乱秩序。如有违反视情节严重程度作50—100元的扣款。

23、公司员工不得在上班期间看电视、聊QQ（与工作无关的）、玩手机，如发现一次扣50元。

**装修公司营销服务方案范文 第四篇**

>1.目的

结合有阿超市20xx年度营销规划，制定并实施四周年店庆营销方案，以增加超市聚客力和商品销售，增强市场控制能力和社会影响，获得经济效益和社会效益双丰收。

>2.主题：

欢乐总动员：有阿超市四周年庆典倾情上演

>3.促销原则

制造惊喜给顾客以实惠，营造热烈的购物气氛。

>4.内容

活动时间

20xx/11/29～20xx/12/07

促销形式

促销主体

选取220个品种（家电另外）dm特价商品，整个活动期间每天大量推出足量供应的特价、捆绑、赠品装商品，突出季节性商品、生鲜食品、粮油食品、常用日用品、季节性服饰、新产品等具有吸引力的商品，让顾客得到广泛的实惠；

促销热点

每天精选出10种左右的超低价商品，要求确定合理的品种、供货量和超低价，保证具有强大的吸引力和价格冲击力，一方面限制个人购买数量，另一方面保证当天足量供应，避免在短时间内哄抢一空；

散装大米11月29日、12月5日两天超低价销售，元/斤（其余时间元/斤），使活动掀起两个高潮。

促销陈列

设专门的促销区域，对促销品类进行相对集中陈列，设计特色装饰，突出卖点，以特价、赠品、服务、视觉来拉动消费；

厂方促销

采购部与营销部提前联系规划好供货商自办的促销活动，对于供货商举办的特殊的、力度大的或较新颖的促销活动，给予积极配合和宣传（包括广场演出和dm宣传）。

专题促销

心动商品惊喜价：优质低价想不到的实惠，活动期间，每天限量推出几十种超特惠商品回报给您，真正惊爆惊喜，物超所值。

有行动就有赠送：活动期间，每天购物超过80元的顾客，可凭当日购物小票（单张，不累计）到服务台领取贴心礼物一份（11月29日、30日送洗衣粉一袋，12月1日、2日送酱油一瓶，12月3日、4日送面巾纸一盒，12月5日、6日、7日送洗洁精一瓶）。

生日同庆，有礼相送：生日为12月5日的顾客，凭身份证可在12月5日到服务台免费领取蛋糕一个

触“电”有礼：为庆祝四周年店庆，解放店、侯家塘店、五一店、芙蓉店联合推出家电促销，高品质低价位，惊喜多重奏，好运滚滚来。

dm幸运大抽奖：11月29日——12月4日，每天购物一定金额者，持店庆活动海报印制的抽奖卡（每人限填一张，以身份证号码为准，复印无效），可到各店服务台投卡参加店庆四周年幸运大抽奖活动，12月5日10时在解放店门前广场统一开奖，产生一等奖2名，各奖29寸彩电一台，二等奖10名，各奖微波炉一台，三等奖30名，各奖床品一件，甜蜜奖200名，各奖礼品一份。

采购部11月20号前确定促销商品的品种、数量、力度，取得供货商支持；赠送及dm抽奖活动赠品11月24日前确定，在活动前一天联系送货至各店服务台；

生日蛋糕解放店300份、其它店各200份，共计900份由面包房提供（独立包装，提前一天送货至门店服务台），

营销管理部于11月22日前策划出活动整体方案，作好广告宣传准备，dm拍摄、制作，条幅制作，广告设计；

负责12月5日广场抽奖仪式布置，联系演出乐队；

各店管理部在服务台设置dm投卡箱，张贴介绍dm抽奖活动的大号海报（注明活动规则、员工不得参加、本活动由公证处公证等内容），12月5日9：00前将抽奖箱完整地送到服务台，中奖名单产生后立即通知分店。

卖场部根据活动方案和采购部具体活动通知的要求做好商品陈列、pop悬挂、现场服务；

管理部11月23日前上报营销管理部各店店庆装饰计划，营销管理部确定统一意见，分店执行；

保安部维持好活动期间营业秩序；

后勤部配合12月5日广场活动的舞台布置。

**装修公司营销服务方案范文 第五篇**

工程装修计划书

本工程严格按照《建筑装饰装修工程施工及验收规范》《室内装修工程质量规范》《建筑施工安全检查标准》等规范要求和施工图纸来施工。

一、工程概况

工程项目: 新能源4s店装修

工程地点：博学路与陇海路交叉口

施工面积：地面、墙面及顶面共计4500㎡ 施工范围：一层展厅、四层办公室

工程概况：本工程为新能源乘运车展厅和办公室装修工程。主要施工内容有地面、墙面、天棚工程。承重墙、消防设施、建筑大框架等原始结构一律都没有变动、只是更换了原有的大门。

二、主要施工区域工艺 1.一层展厅

地面：在原地面上水泥砂浆找平，面层铺贴地砖， 墙面：刷乳胶漆，需用加气块新建隔断墙。 顶面：直接喷漆，不做吊顶。 2.四层办公区：

地面：铺地板砖。

墙面：刷白色乳胶漆。需用加气块新建墙体。 顶面：石膏板和铝扣板吊顶。

其他：线路铺设、电器及灯饰安装等。

3.主要用材：轻钢龙骨、木材、石膏板、乳胶漆、钢化玻璃、穿线管、铜芯线、灯具及开关插座、配电箱等基础设施。

4.施工工期将控制在 30 天以内。

三、施工流程：

1、先走水电线路，大概10天，2、铺设地板砖和建造隔断墙同时进行，因为工期比较紧，需交叉作业，大概10天。

3、刷乳胶漆和木工吊顶同时进场，交叉作业，需20天。

4、安装门、洁具灯具等其他设施，需10天，5、保洁、扫尾工作及竣工验收。需5天。

四、施工部署

为保证装修工程在施工过程中做到有组织、有部署，，使装修工程自始至终的有序进行，我们将组建项目部，负责本工程的施工技术、质量、进度、安全、材料、文明等总体管理，公司领导同意指挥，合理安排施工流水段，统筹协调好各分项、分部的施工，确保工程质量和施工进度段。在装饰期间，不影响其他施工单位，且在施工过程中，尽力减少粉尘污染，噪音减少到最低程度。

五、施工组织

公司拟排项目经理、技术工程师、安全员、材料员、监理等人员，各司其职，尽量做到安全、文明施工，减少污染源。

六、施工工艺

1、天棚工程

在吊顶前，顶棚上的电器配合、布线、消防、供水管道等必须安装到位，先安装木龙骨，再进行板材铺贴，板面拼接缝均匀，安装必须牢固。

2、新建墙体

新建墙体采用加气块和钢化玻璃，详细见图纸。

3、墙面工程

清理基层墙面，无油污、无裂纹、无空洞现象后，刷封底漆，用腻子粉打磨三遍后，刷乳胶漆，要求均匀、无漏现象、无色差。

4、门窗工程

门采用双层生闸隔音门，弹线--照规矩--门洞口处理--链接铁件—门扇安装—密封嵌缝—安装配件。一定要开关门通畅。

5、铺贴陶瓷地面砖基本工艺流程

铺贴陶瓷地砖的施工要点：混凝土地面应将基层凿毛，凿毛深度5~10毫米，凿毛痕的间距为30毫米左右。之后，清净浮灰，砂浆、油渍，产散水刷少将地面。 铺贴前应弹好线，在地面弹出与门道口成直角的基准线,弹线应从门口开始,以保证进口处为整砖,非整砖置于阴角或家具下面,弹线应弹出纵横定位控制线。 铺贴陶瓷地面砖前，应先将陶瓷地面砖浸泡阴干。 铺贴时，水泥砂浆应饱满地抹在陶瓷地面砖背面，铺贴后用橡皮棰敲实。同时，用水平尺检查校正，擦净表面水泥砂浆。 铺贴完2~3小时后，用白水泥擦缝，用水泥、砂子=1：1(体积比)的水泥砂浆,缝要填充密实,平整光滑。再用棉丝将表面擦净。

6、地毯铺设工艺流程

铺设方式：地毯有块毯和卷材地毯两种形式，采用不同的铺设方式和铺设位置。活动式铺设： 是指将地毯明摆浮搁在基层上，不需将地毯与基层固定。固定式铺设： 固定式铺设有两种固定方法，一种是卡条式固定，使用倒刺板拉住地毯；一种是粘接法固定，使用胶粘剂把地毯粘贴在地板上。多余的地毯边裁去，清理拉掉的纤维。

裁割地毯时应沿地毯经纱裁割,只割断纬纱,不割经纱,对于有背衬的地毯,应从正面分开绒。

**装修公司营销服务方案范文 第六篇**

>活动背景：

进入3月中下旬汽车市场处于降温期，日常来店（电）客户相对较少，

对汽车销售业绩影响可见一斑，本月总目标为130台，截至目前达成数量有限，因此，通过《“悦”之心动·钜惠瑞城》活动提升店头人气，采用店头宣传与活动穿插的形势，让客户对经销店所有业务窗口有一个深入的了解，包括其经营的二手车，精品等业务的优势与便利性；并且在轻松、愉快的氛围中让客户体会到经销店特有的客户关怀模式。选择在活动现场公布促销方案以提升客户的惊喜感和满意度。

>活动主题：

“悦”之心动·钜惠瑞城

>活动时间：

20xx年3月22日上午10：00—下午17：00

>活动地点：

瑞安红日展厅

>活动方式：

“品茶·赏车”促销发布风雅音韵购车专访

>集客方式：

**装修公司营销服务方案范文 第七篇**

活动宗旨：

20xx年3月12日是第x个植树节，树木是人类的好朋友，它们有一个非常庞大的家族。家族成员种类烦多，用途不一，但它们都有个共同的特征就是它们都承担着绿化环境、净化空气的作用。幼儿对树木缺乏全面的了解，他们有关树木的经验很零碎。因此我园决定在植树节期间带领孩子们开展一系列的植树节活动。通过植树感受粗浅的植树知识;通过家庭认领树木，让幼儿了解树木的种类，用途以及保护树木的方法;通过护理自然角活动，让幼儿感知种植的乐趣。 活动目标：

1、知道“3月12日”是植树节，加深幼儿对常见树木的认识，了解树木与人类的关系。

2、通过活动的开展，让幼儿懂得保护植物就是保护环境的意识。

3、活动中培养幼儿的耐心、爱心，体验同伴间相互劳动的喜悦。

4、增进亲子感情。

活动准备：

多媒体课件以及雾霾天气的图片。

活动时间：

3月10日——3月12日

活动内容：

一、各班开展“植树节”的相关教育活动。

二、各年级组开展活动：

1、 小班组：“我和小树共成长”——和爸爸妈妈一起种树，并将照片电子稿给老师，并以班级为单位布置主题墙饰。

2、 中班组： “护绿小天使”——各家庭来园制作“护绿卡”，在幼儿园中认领一棵树进行养护，以照片形式记录活动。

3、 大班组： “护绿入园”——幼儿和教师制作并发放植树倡议书。

活动安排：略

**装修公司营销服务方案范文 第八篇**

在距离五一节还有一个多星期的时候，长沙的装修市场便已经“烽烟四起”。在刚刚过去的周末，以一米装饰、龙庭装饰、天健装饰等为代表的长沙装饰公司开展了各具卖点的大力度促销活动，提前打响了20\_年的“五一保卫战”。促销的提前、频次的增多、力度的加大等，也在悄然暗示出今年的五一长沙家装市场竞争将更为惨烈。为此记者选了一家有代表性的公司——长沙一米装饰的促销活动做了具体的了解。

一米装饰五大优惠措施，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：板材由福湘E1级升级为金福湘E0级，价值20\_元

三重礼：墙面漆由华润惠涂易升级为华润金装五合一，价值1500元

四重礼：工程款满5万，送全房开关插座，西玛西蒙品牌，价值1000元。

五重礼：工程竣工后赠送家政一次，价值500元。

一米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《湖南省装饰协会室内装修施工规范》施工，按照《湖南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。

从一米装饰的五项优惠活动和十大承诺来看，今年五一节确实市场竞争将更为惨烈。而对下半年的形势判断，无论乐观悲观，业界大多认为受政策影响的家居市场仍将存在变数。

**装修公司营销服务方案范文 第九篇**

现在我已经在公司担任业务员有四年的时间了。可以说我是公司数得着的老业务员之一，也是对公司的发展有一定贡献了。现在20··年将结束，我想在岁末的时候就我一年的工作做一下总结，也对自己的工作提前写下了20··年业务员工作计划样本，让自己在假期中能够安稳的度过，也让自己能够及时的认识到当前的形势，希望不会让自己失望!

转眼间又要进入新的一年20··年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。出来工作已过4个年头，家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

**装修公司营销服务方案范文 第十篇**

>一、活动背景

20xx年3月12日，是我国第34个植树节。为了进一步为省会生态环境改善贡献自己的力量，充分体现晟地丽江的社会责任感和使命感。晟地丽江房地产开发有限公司将举办xxx约会绿色？扮靓春天xxx植树节活动，同时也为答谢广大业主对我们支持和信任，让广大业主在这个春风和煦，春意盎然的春天里，感受春的脚步，呼吸第一缕清新空气。

>二、活动目的：

重在答谢支持项目的新老客户，让其感受公司的人性化管理氛围，体验作为项目业主的优越性，同时向社会展示项目信息及概况，吸引更多购房置业者的关注。

>三、活动时间：20xx年3月12日（暂定）

>四、植树地点：小壁林场

>五、活动组织：

主办方：晟地丽江房地产开发有限公司

承办方：智联传媒

>六、活动和宣传执行：

>七、活动规模：200人左右（注：根据具体报名人数可以调整）

>八、活动效果及预期：

**装修公司营销服务方案范文 第十一篇**

竭诚为您提供优质的服务，优质的文档，谢谢阅读/双击去除

装修活动策划方案

装修活动策划方案（一）

动主题：“团结就是力量”团装团购主题活动。

>二、活动地点：金桥慧景小区内

>三、活动时间：8月中旬（具体时间由开发商确定）

>四、主办单位：南昌市昌北开发区开发建设总公司

>五、协办单位：九鼎装饰、金舵陶瓷、新绿洲地板、琳娜橱柜、欧路莎卫浴、欧斯宝整体吊顶。

>六、活动内容：

>1、金桥慧景精品户型设计方案展示（平面设计方案、效果图、设计说明）

>2、装修费用早知道（按照设计方案报出预算价格和业主自购的主材费用准确率高达95%）。

>3、九鼎装饰8大设计精英现场设计您的家。

>4、团装团购大报名，参加人数越多越便宜，报名订金1000元整。

>5、精美礼品来就送（现场咨询业主赠送礼品1份）

>七、活动优惠：（如团装客户不足5户不享受以下优惠）

>1、凡加入九鼎装饰团装的业主达到5户以上全部享受人工价6折优惠，10户以上全部享受人工价5折优惠。

>2、凡加入九鼎装饰团装的业主达到5户以上全部赠送九方m610型马桶1个（价值1680元），10户以上全部再赠送全房TcL开关面板1套（价值1800元）。

>3、凡加入九鼎装饰团装的业主达到5户以上赠送格林格电器现金券400元整，10户以上赠送700元整。

>4、凡加入九鼎装饰团装的业主均享受厨房墙地砖988元全包优惠（不论厨房面积大小，品牌为金舵陶瓷，规格不限）。

>5、凡加入九鼎装饰团装的业主工程施工由南昌九鼎公司总经理亲督，参加浙江九鼎装饰公司全国优质工程评选。如获优质工程奖，奖励业主20\_元整。

>6、凡加入九鼎装饰团装的业主均享受九鼎装饰材料联盟商的团购价和特供产品。

装修活动策划方案（二）

餐厅“谢师宴”消费热潮渐高主要是由于学生消费群体的推动。随着高考“战场”的硝烟散去和无数莘莘学子即将走出大学校园，无论即将去向何方，为了感谢师长对自己的倾心教诲，大部分学生都会选择以“谢师宴”的方法来报答对老师的拳拳感恩之心，这也为广大餐饮经营者创造了绝佳的餐厅营销机会。

我们xx餐厅经过长期的经营管理，已经以优雅的餐厅环境、大众化的菜肴口味、公道实惠的消费价格、细致周到的餐厅服务获得了餐厅周边学校和社区消费者的认可和亲睐。而此次即将到来的“谢师宴”消费热潮更是餐厅提高消费经营收入和扩大餐厅品牌知名度和关注度的绝好机会，因此，餐厅特推出以“十年寒窗望金榜，九载熬油忆师情”为营销主题的“谢师宴”营销活动，并制定了如下的xx餐厅“谢师宴”营销方案，作为此次营销互动的执行纲要，详细内容如下：

>一、“谢师宴”营销活动目标市场分析

“谢师宴”已经成为餐厅宴会消费活动中仅次于婚宴的第二大宴席，可见所受重视的程度之高。当然，“谢师宴”消费热潮同各参与主体的共同推动是分不开的，我们下面从学生、家长及餐厅经营收入的考虑等方面来分析开展此次“谢师宴”营销活动的原因：

>1、学生“攀比”心理分析

大部分学生认为，别的同学都在饭店办宴席，我不能不办，否则很没面子。

>2、家长“经济”心理分析

学生家长主要有以下三种心理：一是“别的家长都为孩子办了谢师宴，不谢师孩子有情绪，不能委曲孩子。”二是“谢师宴要宴请亲朋好友，参加别人谢师宴随了钱，为了捞回点也得办。”三是“孩子考上学是大喜事，亲朋好友聚宴庆贺可增加喜庆气氛，也可联络感情。”

>3、餐厅经营发展的需要

广大消费者有“谢师宴”的消费需求，我们餐饮企业就要满足广大消费的需要，同时也能为餐厅聚人气、添喜气，更能在一定程度上增加餐厅的经营收入和品牌知名度，可谓一举三得，何乐而不为呢？

>二、餐厅“谢师宴”营销活动

>1、菜单价格设计及优惠

1）谢师宴菜单制定，要考虑到将菜谱与恩师联系起来，增加喜庆氛围，以博得学生和家长们的好感。

2）针对价格高的菜肴，建议采用减量和出新菜品想结合的办法。

3）谢师宴的价格要分为高、中、低等档次（下面有说明），合理拉大消费层。

4）其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动（但要针对酒店的纯利润来制定）。

>2、相关套餐等促销活动

1）制作专门谢师宴套餐。可以根据实际的情况将“谢师宴”分“十年寒窗宴”468元/桌、“金榜题名宴”568/桌、“状元及第宴”668元/桌三个档次，菜名要经过合理包装，体现出浓浓的文化氛围（具体菜单见附件）。

2）状元及第宴，豪情相邀。特别邀请高考状元（文、理科各１名），汇聚酒店共畅未来；赠送每位状元精美求学用品作纪念；金榜题名宴（请领导们充分发挥人脉关系，制作邀请函）。

3）餐厅店内互动，款赠厚礼。餐厅联合学校或供应商，采用“一对一”的形式，签订互惠条款，共同为莘莘学子们准备优惠券。建议采用“双赢”方式，营销、财务及公司积极主动参与。

4）桌桌有礼品，场场有惊喜。凡在酒店举办谢师宴的学子，不论消费金额多少，桌桌都可以得到口子窖五年陈酿52度白酒水一瓶（价值128元／瓶）。凡惠顾十桌（含十桌）以上奉送相同档次餐标一桌；消费五桌（含五桌）以上奉送学生求学用纪念品等等。

5）餐厅为顾客免费提供停车场地，优先预定，免费照相、免费博士帽等。

**装修公司营销服务方案范文 第十二篇**

>一、UPVC管材市场概况

20xx年我国新住宅室内80%将采用塑料管，城市供水50%采用塑料管。1994年我国塑料管材产量只有14万吨，经过短短几年发展，目前已近150万吨。

塑料管材在这天的生活和工业领域中，以其耐腐蚀、耐老化、环保安全而越来越受青睐。个性是在建筑业，新型塑料管材不仅仅能超多替代钢、木等传统建材，而且还具有节能、节材、保护生态、改善居住环境、提高建筑功能与质量、降低建筑物自重、竣工便捷等优点，广泛应用于建筑给排水、城镇给排水以及燃气管等领域，成为新世纪管道发展的潮流。

据了解，塑料管材市场的增长速度约为管材市场平均增长速度的4倍，远远高于各个国家国民经济的发展速度。塑料管材在发达国家，个性在欧洲得到了很好的发展和成功的应用。在我国，塑料管道近两年迅速发展，已成为建筑业的新兴材料。

塑料管道近两年在我国的发展已是势不可挡，个性是国家化学建材产业制定\'十五\'计划和20xx年发展规划纲要以来，在管道行业掀起了一股又一股的投资热潮，如铝塑管、交联管、PPR管、PE燃气管、PE给水管、排水排污管等等，给我国管材行业的发展创造了一次又一次腾飞的机遇。我国管材树脂用量逐年增加，增速很快，近几年塑料管材增长的速度达20%以上。

目前，国内塑料管材已构成了系列化，包括农用管材、建筑用冷热水PP管材等，一些企业目前正在进行埋地排水管专用料的开发。这一切都来自于市场的巨大需求。

>二、本公司PVC管材生产销售状况（公司，产品，定位，市场走势）

>1.产品

品牌是企业整体产品的一个组成部分。目前我公司已有自己的主打产品荆沙，由于在做工上区别于其他品牌，质量好，已有较不错的口碑。由于价格的偏高，面向中高端市场，其市场占有率偏低。公司的其他品牌、质量居中，价格不高，应对中低端市场，销售量较大。

本公司管材规格齐全，能够满足客户的不同需求。管材的包装多为薄膜，在装卸的过程中容易破损，影响产品外观。就目前的销售范围来看我们能够对所有的经销商需要的管材实现当天供货，产品服务及时有效。

综合来看本公司管材产品在同质产品中具有相当大的竞争力，个性是在公司物流辐射区内竞争力尤为明显。

>2.价格

a）价格是企业的生存的重要问题。

生活大好的的情势下人们对住房的需求越来越高。PVC管材作为一种新建筑材料越来越受到欢迎，PVC管材市场需求是不断增长的。据此我们预测，消费者将对PVC管材的价格将越来越具有弹性。我们以生产成本加销售成本为准，价格按消费者、经销商理解潜力为限，中间选取以竞争状况为依据。管材价格根据公司主要竞争者对价格的调整而调整。（附现阶段公司管材价格表）在产品进入某一市场初期（如咸宁市场），为迅速扩大销售，在不影响利润的前提下，可采取低价策略。

b）产品价格调整。

企业制定价格以后，当营销环境发生变化，对价格予以适当调整。

削价策略。

原因：

A企业急需回笼超多现金。

B企业透过削价来开拓新的市场。

C企业决策者决定排斥现有市场边际生产者。

D企业生产潜力过剩，产品供过于求、产品促销手段失败

E预期削价，扩大销售，扩大生产规模、更多市场份额

F成本降低、费用降低有条件削价

G思考中间商的要求，减少中间商资金占用，良好的关系

H政治、法律以及经济环境的变化，迫使企业降价……政府物价下调、保护需求、限价、市场疲软、不景气、萧条。

当公司遇到上述状况时使用销价策略。具体方法有：直接目录价格、标价。间接折扣方式、变相（送赠品、样品、有奖、免费服务等）

提价策略。

原因：

A产品成本增加、原材料价格上涨、生产费用提高。

B通货膨胀、减少损失、转嫁损失。

C产品供不应求、遏制过渡的消费、需求旺盛、生产规模不能及时扩大，供求矛盾环节，高额的利润。

D顾客心理、优质效应。涨价形象、优质优价。

时机：

A产品市场上优质地位。

B成长期

C销售旺季

D对手提价

>3.渠道

**装修公司营销服务方案范文 第十三篇**

一、 概要

本方案将从行业市场定位、营销策略及管理与盈利模式等展开构想，以期达到为决策者提供参考依据，文中省略了关于企业战略规划的细述，对部分标题内容仅做提纲性描述。

创办新公司的思路和情况

成为一家优秀的装饰企业是我们的梦想，并在此基础上努力做到最好，我们知道装饰行业是一个市场容量大，入市门槛低，同质化程度高，竞争激烈又极度不规范的行业。目前，多数企业采用公司设计师接单，项目经理分包等形式作为公司主要运营模式。

关于盈利，装饰公司的利润主要有以下几点：

（1） 工程分包费

为了减少公司管理成本，通常装饰公司会将所签合同与实际支出的差价作为公司的毛利润（一般在30-40%），其余部分（60-70%）会转包给与自己有固定承包合同的项目经理，这样利润公司利润虽然比直接施工要小，但利润相对固定，各公司报价、材料、施工等值不同决定了转包比例也不同。注：一般情况下项目经理要拿出3%的工程价作为质量风险金压在公司，待工程保质期结束返还。

（2）公司正常的管理取费

一份家装合同主要分为直接费和间接费，直接费主要指的是工程中施工预算费用，管理取费属于间接费一般包括：设计费3%-5%、管理费8%-15%、税金及远程施工费等。

（3）施工辅料费

为了保证施工材料统一及企业利润最大化，很多公司会将工地常用辅材如细木工板、石膏板、木方、轻钢龙骨、乳胶漆、油漆等进行仓储，这样既能保证材料的统一性，又能避免项目经理的道德风险，同时也为公司创造一些额外利润，一般材料利润在15—25%之间。

（4）主材利润

装修主材主要包括：地板、瓷砖、洁具、橱柜、木门、窗帘等，现在越来越多的主材供应商会依赖装饰公司推荐提高销量，这给装饰公司进行资源整合提供机会实现合作，增加利润点。

新公司定位在10—15人之间的中小型公司，计划前期投入20万左右，预计年产值在300—400万，计划一年内收益，预设立部门有设计部，市场部，客户服务部，工程部，财务部等，采用垂直管理架构，这是一家规模小起点高、注重品质，具备团体作战又拥有激情的企业，寻找差异化，将每一个客户接触点做到极致！我们的目标客户群体定在中档以上（竞争激烈），和众多高手过招争夺资源以期完成产值，为此我们需要拥有超越对手的能力和相应市场的速度，以及强烈的服务意识。

二、在新公司明确了竞争环境和目标之后，执行力是实现经营目标的决定因素！

1.、公司预计成立时间

20xx年8月筹备—9月初开业

2、公司股东背景介绍及股权结构

3、公司业务范围

装饰设计，施工，材料，与家居有关的一切！

4、公司的目标和发展战略

20xx年8月—9月，是新公司筹划制定目标方案及分解战略步骤的准备期，至20xx年未，计划完成100万产值任务，实现完工在建样板房20—30个，在开业一年内实现品牌建立，产值任务达标，两年内形成设计，施工，材料销售等业务组合，进入合肥家装界主流品牌，为此，20xx年确定为“开局之年”，20xx年将是“产值年”新公司的营销策略，年度计划，工作步骤将会按照清晰的发展目标制定和实施。

三、 市场机会分析

1、环境分析

装饰行业年产值近2万亿，年均增长18%，装饰装修已成为消费者仅次购房以外第二大消费支出。目前，家装业总产值首次超过了家电业、汽车业和牛奶业，装饰行业市场容量大，发展速度快，行业分布广，为一般传统行业所不及，是典型的朝阳产业，是拉动国民经济增长点重要力量。

合肥市20xx年GDP 亿元，增长率 ，增幅达中部六省市之首。

合肥市商品房均价4150元/平米，随着前几年房地产的持续热销，大多数新房将集中在20xx年交付，每年新交付楼盘众多，合肥07年商品房销售1028万M2，08年销售800万M2，二手房和二次装修房约400万M2，加上望湖城、天鹅湖、报业园等三十多个单位集资房面积约200万M2，再加上历年存量房约500万M2，合计建筑面积达2928万M2，以每套100 M2 计，合计292800套，以其中一半准备装修计，需装修套数为146400套，以每套装修费（不含主材）35000元计，总产值达亿元，将超过08年家装约44个亿的总产值。滨湖新区等百万平米大盘交房量都在10000套以上，市场潜力巨大。品牌装饰公司所占市场份额不足20%，装饰成熟度低，消费者尚处于初级价格阶段，大多数竞争对手营销能力不强。另外，家装市场是一个低关注度的行业，也就是说消费者在没买房子甚至没拿房子的时候，是不会注意家装信息的。这个特点决定了我们能够通过短时间快速切入市场。

目前，装饰行业的竞争力主要体现在设计、施工和管理等方面上，而这些往往是经过一定努力和创新都能够获取相等的技术和能力。作为一家新公司我们需要充分挖掘我们的优势，在同样提供优质服务的同时我们要和大公司比价格，引导客户理性消费，和小公司我们要比精细比价值，比物有值，市场前景还是很乐观的！

2、行业（竞争者）分析

目前合肥市大小装饰公司预计有1000多家，普遍处于中小规模状态，其设计水平，营销策略，管理能力均不能满足市场需求，大多数公司集中在百花井，望城大厦，CBD，财富广场等地，其中产值在1000万以上的有7—8家，其中山水，华然，川豪，星艺，业之峰，大维属一线品牌，均有自身特点及客户群体。

山水，老客户较多，设计水平突出，设计师实行7=1团队合作模式，公司经常带领设计师去开拓视野、增强技艺，近期推出7年成长感恩回馈优惠活动，对材料采用招标的方式进行整合，《山水商城》和《山水生活》因缺乏必要的策划支撑以失败告终。

华然，品牌被公众认可，推出顾问式服务，服务好（有9个客服分工对所有订单进行跟进，客户人员很懂装修知识、服务技巧），公司成立时间长，是合肥市最早一批装饰企业，公司收费价格高，注重员工技能培训，占领了合肥一部分高端市场。

川豪，目前外地品牌在合肥做到最好的，有自己的橱柜，木门加工厂，合肥公司内有3000平米材料展厅可为客户提供一站式家居服务。

大维，前期以价格取胜，重视工程形象（项目整洁、堆放、着装整齐），带客户看工地促进签单，现在置地投资广场成立高端工作室，以此抢占高端市场。

星艺广东装饰品牌是目前合肥家装市场实力派，不过由于内部管理混乱，合肥市场现已存在两家独立广州星艺装饰，各做各的，让老百姓很迷惑。

百度，走综合性价比、套餐路线（28800），想走高端设计的路线。

城市人家，深根小区，走性价比路线，工程价打折，但管理费不打折。

提升品牌力度及售后服务、工程质量是目前竞争对手主要的策略之一，善于概念营销炒作却效果甚微，有得有失。

四、营销计划

1、家装营销形式

（1）业务员跟踪客户这是一种最传统的也是目前几乎所有装饰公司最常用的营销方式，通常是公司安排业务人员直接到小区发宣传单接触客户，主要工作方式就是通过简单介绍公司概况，工艺，尽量做到引起业主的注意，然后随其引入小区的办公点或展厅或样板间内，然后由主谈设计师详细与客户沟通，他们作为辅谈跟进补充。

（2）电话营销销，业务员或前期市场开拓人员通过各种方式或手段，从售楼处或物业公司处搞到大量客户资源。然后电话咨询或邀约，当客户积累一定程度可以通过公司组织“家 装课堂”“家装直通车”等活动进行配合，不过客户不太喜欢这种方式，主要是对自己资 源泄露反感。

（3）小区终端摆台活动，在业主办理入驻手续期间，以物业名义进行现场免费咨询等活动。定期的举办家装直通车等终端促销活动。另外，也可以利用小区公益广告牌提示牌，楼层提示牌，单元公告栏，车库入口提示牌，门卫的遮阳伞，信箱提示广告等，来进行宣传。

（4）展会活动，有选择的参加行业内和媒体举办的各种展会活动，针对的推出符合消费者口味的优惠政策，促成签单，提高品牌知名度和行业影响力，利用各种宣传方式，横幅，X展架，易拉宝等等。尽量抢占有利位置，维护公司对外整体形象。

（5）工地推广这是现在大多数中小家装公司（甚至大多数“游击队”）最有影响的营销方式. 百闻不如一见，让客户亲临施工现场，亲眼观看施工工艺，亲自察看材料的真假，亲自体验现场工地的管理，这是赢得客户的关键所在，具体方式是公司的业务员或设计师，在通过初期的接触以后，引导客户，“说得再好，不如亲自看看施工现场”所以，有经验的设计师或业务员，会挑选一些优秀的施工工地去看，而一般的或有所欠缺的工地，哪怕距离很近，也不会带客户去，要不然前期良好的沟通会化作泡影。

（6） “家装套餐促销”或“家装解决方案”推出若干套餐装修，详细介绍其具体套餐内容，做到让消费者心理有数，打消他们的后顾之忧，体现透明、诚信装修的服务理念。

（7）样板房征集这种方式一般只针对重点楼盘实施。公司在小区征集一套零利润的房屋，然后进行装修后作为样板间推广。也有的公司直接投资小区买一套按揭的房子，在小区业主入住之前，提前全部装修装饰完毕，做得比开发商的样板间还好，家具电器等都全部配齐，这种方式，影响力极强，关键在于把握了时间，并且展示了公司强大的经济势力和设计能力

**装修公司营销服务方案范文 第十四篇**

1、活动目的

通过对该西餐厅的经营状况分析，周边环境分析等，首先要明确目前希望通过七夕营销活动解决什么问题?是快速提升西餐厅的知名度、品牌形象?还是以提升销售为主?不同的直接目的会导致活动主题及细节上的差异。

而据普遍行业情形分析，节庆时期餐饮行业并不愁没有客人上门，而对于中高档定位的西餐厅，我认为更关键的是通过对目标消费群的分析(20-40岁群体为主)，通过活动主题的包装及提前宣传，营造该餐厅很好的形象与消费氛围，借此去提前吸引目标群的关注。简单的说就是在节日之前怎样更好、更多、更精准的抓住目标客户群以保证节日期间的销售力度。

2、观点提炼

吸引更多受众的眼球是此次营销活动的关键，不论该事件落实成什么形式的活动，都要具备很强的吸引力;不论场地选择在什么地方，都要有相当的人流量;不论参与活动的人有多少，抓住目标受众群体最重要。

策略导入

1）、西餐厅目标受众群分析

考虑三个问题，谁会去中高档西餐厅消费?他们如何消费?消费过程中的期望是什么?

中高档西餐厅逐步成为人们休闲交友、商务洽谈、聚会的理想之地，除了消费餐点本身之外，消费者更注重环境、氛围的好坏。这群人拥有既定的价值观、热爱生活、有一定主张和品味、他们除了关注产品本身之外，更注重精神上的享受。

根据七夕节日营销背景，我们将此次目标受众定位于20-40岁中高端人群;

他们在进餐厅用餐除了希望餐点美味之外，也注重环境、氛围、文化等附加值因素;

他们的消费期望是：餐点好不好吃?餐厅有无格调?好不好玩?有无优惠?给他们带来了哪些精神利益?

2）、如何吸引他们?

因为节日的定位使它具备文化性，如何希望目标群的关注?活动期间用充满七夕文化氛围的包装树立该西餐厅中高档、独特的形象;以满足目标受众需求，具备创意性的活动主题引爆市场;看得见的折扣优惠吸引更多目标人群加入。

3）、营销活动差异化亮点

针对20-40岁的单身顾客，举办单身派对。以“完美邂逅，扩大交友圈、寻找伴侣”为噱头，在满足单身群体的交友需求的同时以独特的环境氛围、活动创意亮点吸引更多目标群体，带动餐厅销售。

针对20-40岁的情侣，举办情侣派对。以结婚日纪念及恋爱日纪念需求为契机，吸引目标群体的来店消费。

4）、传播规划

活动宣传海报的纷发，区域定在写字楼、商场、闹市区主要锁定20-40岁目标群体。

当天广告活动造势宣传。

活动期间消费代金券纷发。

5）、西餐厅的盈利在哪里?

①、活动期间的消费代金券形式，持续拉长西餐厅热销周期。不仅提高餐厅当天销量，更保证其周期性的高销售量。

②、以主题活动提高来店销售量。

第三部分活动规划

主题诠释：西餐厅、情人节、有品位的男男女女，这似乎是三个天生就联系紧密的角色，而作为中高档西餐厅的七夕营销活动，既要有实际可观的让利促销，也需要能从心理、精神上迎合目标消费群需求的促销概念。

此次活动的主题概念以“打破传统生活，制造浪漫惊喜”为出发点，迎合了白领们对平凡生活中浪漫的向往、惊喜的向往、人文的向往、交友的向往，因此拟定“寻找更美的你”的主题，其一从字面上直观点明活动背景、时间等基本要素，其二以满足目标群心理渴望的标题作为噱头，从而达到引起消费者关注的目的，具备顺口、文化、利于传播的特点。

3、活动定位及调性

调性：格调文化时尚广泛

定位：一次影响力最广、吸引人群最多、参与门槛最低、最具话题性文化性，针对20-40岁中高端消费群体的营销活动。

4、活动形式

消费达XX金额，返利代金券→以直观让利促销拉长该西餐厅热销周期。

夜晚主题活动→引爆全场，制造新闻话题，扩大知名度。

**装修公司营销服务方案范文 第十五篇**

中秋节是我们传统节日之一，民间认为中秋节是家人团圆的日子，所以又被称为团圆节。美容院可以利用中秋家人团圆推出特惠主题活动，在活动中利用富有人情味的活动来打动顾客。通过中秋活动，发扬中国传统节日文化的同时，更好的维护美容院与顾客之间的关系，也可以借此更好的拓展新顾客，扩大美容院知名度和口碑。

>活动主题：

月美人更美

>活动时间：

X年9月6日～X年9月8日

>活动地点：

天黛美容院直营店及加盟店

>活动对象：

天黛所有消费者

>活动目的：

中秋佳节，以“美”的名义向天黛消费者送节日祝福。借此传播公司旗下美容院的经营理念，同时与顾客建立起一个和谐、温馨的沟通平台。不仅让天黛得到宣传，而且能可以借此提升美容院的整体形象。

>活动宣传：

**装修公司营销服务方案范文 第十六篇**

促销主题：家装主题一日游

促销类型：举办活动

促销宣传方案：

1)在当地报纸做1/2或1/4版广告宣传

2)重点小区进行业务人员推广，可印刷一批宣传单页

3)安排电话营销人员对前期咨询的客户或小区电话名单进行电话告知

4)公司内部海报

5)施工现场进行海报宣传(印刷几十份海报)

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元主材家居代购券，在团购最大优惠基础上，由我家装公司再让您省下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

现场活动：

1)5月1日上午9：00家装一日游班车出发，上午参观地板、地砖、橱柜、卫浴材料，下午参观家具、家居产品，下午三点以后参观三套施工现场、三套样板间，最后于家装公司现场或大型样板间或某宾馆举行现场抽奖、赠送礼品

2)每一站都有精美礼品和团购优惠活动

3)全程由我公司提供午餐、饮料，最后由我公司将每客户送到家门口，全程绝无购物客户可以不花一分钱，参加就有精美礼品

促销准备：

主材商的合作谈判

联系家装一日游所用包车和就餐安排

准备施工工地和样板房

各小区户型解读和方案

方案评估：

本方案是将部分业主集中起来，以家装游的形式促进客户全方位了解家装产品。通过本次家装游，可以让业主感到自己采购主材和打理装修的艰辛，从而造成现场订单和事后订单。本次活动只报名不收订金能很大程度地化解业主的心底顾虑。

活动解说：

1)上午9：00于指定地点班车出发，同时向每位客户发送全程游指南(即家装一日游详细规则和优惠说明)

2)每5名客户设置家装导游1名(可以由设计师担任)

3)每一站等于是一个小会场，要求参与家装游的商家做好海报宣传和服务人员的安排

4)每一站停留时间为40分钟，中午到指定饭店用餐(快餐即可)

5)施工现场和样板间要进行布置，将现场卫生收拾干净，挂上活动海报，为每名客户提供多付鞋套和手套以备参观样板间，样板间最好集中在同一小区或者分车进行参观，以免一次性涌进太多的客户造成样板间拥挤

6)最后一站进行先报名(指团购报名)后发送团购优惠券和礼品

7)现场赠送的礼品应当是一个系列，包括手提袋、宣传册和礼品包，礼品价值在10—15元

活动分析：

本次活动总投资除广告宣传外约为3000—8000元，主要的费用有包车费、快餐费、礼品费和场地费(指最后一站宾馆活动所用)，如果能够组织50户参观，费用约在5000元。加上广告投放(以1/4版做一期，费用6000元计)和宣传册费用，总体投入约在12025—15000元。如果能够促成20户以上团购，就算本次活动圆满成功!

**装修公司营销服务方案范文 第十七篇**

活动方案指的是为某一次活动所指定的书面计划，具体行动实施办法细则，步骤等。下面是关于地产五一营销活动方案的内容，欢迎阅读！

>一、活动背景及目的

五一劳动节做为全国法定假期，放假三天，放假时间较短外出旅游时间不够，留着深圳的客户较多，项目需要做些促销和暖场活动吸引客户，保证现场氛围，促进销售！

>二、活动时间

5月1— 3日

>三、活动地点

金地XX营销中心

>四、活动对象

金地XX所有到访业主、客户

>五、活动主题

爱运动，爱健康，XX运动闯关游戏总动员

>六、活动内容

1、到访有礼——5月1—3日到访金地XX的客户，可领取精美小兔台灯1台。

备注：每日限前20名，每批客户限领取1台，先到先得，领完即止。

2、周末去XX“你抢货，峰买单”活动

活动时间：5月1—3日 下午3：00开始

活动场地：金地XX项目现场

活动对象：XX业主、近期到访客户

活动内容：金地XX为了感谢各位业主及社会人士对项目的支持，特举办该活动，参与活动需要关注金地XX官方微信，回复“我要抢万元商品”姓名及联系方式，活动当天根据报名业主抽取19个名额参与该活动（活动分10组进行，两人一组的形式参与（388元单独参加），每次抽取4位的业主或客户，第一轮被抽取的业主或客户参与完活动再抽取下一轮参与者，直到19个名额用完），被抽到的业主或客户从我们客服人员手中抽取金额卡一张，抽完金额卡的业主或客户在我们客服人员的指引下在指定的地点参与抢商品活动，客服人员会发出口令开始计时，必须在指定的时间内完成拿商品并按要求出商品区。

①、如果在规定时间内拿出的商品总金额在所抽取的金额卡范围内（金额卡±10元范围内），则商品归客户所有；

②、如果客户在规定的时间内拿出的商品总金额不在所抽取的金额卡数额范围内，客户需要退回所有的商品，我们给予一个鼓励奖品。（可以从自己拿出的商品中任意选取一件作为鼓励奖）

提示：超时则视为比赛结束，参与活动时必须按照我们划定的地点范围内，如果超出范围则比赛结束！

报名方式：参与活动需要关注金地XX官方微信，回复“我要抢万元商品”姓名及联系方式，活动当天到场参与抽奖，被抽出的业主或客户才可以参与活动！

金额卡设置：共有以下4种面额，分别是88元、188元、288元和388元！

3、现场暖场活动

“峰狂”运动闯关游戏

参与者需到营销中心前台领取金地XX圣诞游戏通关券，需持有体验卷，才能参加通关活动，现场共设有3个互动游戏，可以选择性参与。每通关一项可盖通关戳一个，根据通关戳个数，兑换相应奖品。

活动具体形式：

①、“峰狂”歌唱——现场有点唱机，参与客户需持通关活动参与券，在工作人员的安排下完整演绎一首歌曲，便可获得一个通关戳。

②、“峰狂”投篮——参与客户需持通关活动参与券，在工作人员的安排下参与投篮机通关游戏，通过3关及以上便可获得一个通关戳。

③、“峰狂”套圈——参与客户需持有通关活动参与券，在工作人员的安排下参与该活动，在该套圈活动中参与者可以获得10个圈圈，套中目标5个及以上便可获得一个通关戳。

>七、“峰狂”砸金蛋

凡是5月1—3日成功认购金地XX的客户可以参与砸金蛋一枚，金蛋奖品设置如下：

一等奖——每天1个——3个月物管费

二等奖——每天2个——足浴盆

三等奖——每天3个——电烤箱

四等奖——每天4个——榨汁机

**装修公司营销服务方案范文 第十八篇**

>一、年夜饭主题：

严谨、活泼、凝聚、向上

>二、年夜饭地点：

2楼多功能会议室

>三、年夜饭时间：

20年1月14日(周六)16：00

>四、年夜饭主持人及参加人员：

主持人：朱x毕

参加人员：公司全体员工(共计29人参加)

>五、年夜饭流程及安排：

1、16：00全体人员到达酒店，等候年夜饭开始。

2、30年夜饭进行第一项。

主持人宣布年夜饭开始并致《开幕词》。

3、公司总经理赵x做年终总结和20年计划。

4、行政人事部主管马x做年终总结和20年计划

5、部门代表，王发言。

6、年度表彰大会⑴各销售单项奖详细流程：投影各单项前三名照片，公布前三名各项数据，投影获奖人员照片，上台领奖。各部门负责人为颁奖嘉宾给获奖人颁奖(奖品和证书)。获奖人员发表获奖感言。

⑵晋级人员名单20年员工晋级情况表，本年度第一个晋级人员，颁发奖品和证书。

晋级人员发表感言。

⑶店长奖励销售额年度增长情况，投影。奖励情况，奖金总额。发表获奖感言。

所有获奖人员照相留念。

7、晚宴正式开始。大家开始就餐。

8、穿插小节目。节目要求：每个节目1—3人表演。

9、游戏。细节：分为四组游戏，分别进行。

⑴你来比划我来猜;⑵药品名称串烧接力赛;⑶智勇抢冲关;⑷排排队

10、拜师仪式。

11、“我要说两句”——自由发言阶段。

12、猜谜语。

13、发放红包

**装修公司营销服务方案范文 第十九篇**

岁末将至，××××××××××酒店厨师长根据传统风俗习惯，结合××××××××××风味，为您精心烹制了新年除夕大餐，让您和您的家人能在这温馨、祥和的气氛xxx叙这一年的酸、甜、苦、辣，展望新一年的美好生活。

优惠一：每桌均可参加抽奖活动，有机会获得××××××××××酒店为您准备的新年大礼盒，桌桌有奖。

优惠二：农历十二月二十日前预订，可获赠440元普通标准间一间。

优惠三：每桌免费赠送新年幸福饺一份。

2、宴会包厢年夜饭：每桌680元—2188元不等

多款选择，您可根据人数、口味选择适合自己的一款。

优惠一：凡在农历十二月二十日前预订，餐标(合菜)达到800元以上，可获赠440元普通标准间一间。餐标(合菜)达到1680元以上，可获赠520元普通套间一间。

优惠二：每桌免费赠送新年幸福饺一份。

1、新春佳宴

欢天喜地贺新年，爆竹声声庆团圆!一年一度的新春佳节将至，××××××××××××您的全家特别准备了多款春节套餐，伴您度过一个祥瑞和顺的中国年!

××××××××××中餐厅大堂

人民币1288元，免费畅饮软饮料

人民币1688元，免费畅饮软饮料和本地啤酒，以及每席送一瓶本地红酒

××××××××××中餐厅包房或宴会厅人民币20xx元，免费畅饮软饮料和本地啤酒，以及每席送一瓶芝××××××××××十二年自元月一日起，来××××××××××中餐厅预订年夜饭，让喜庆的菜式为您的团圆佳节锦上添花。

20××××年××月××日前预订年夜饭，享有10%的优惠。以上价格均以每桌计算，可供8-10人享用。

垂询热线：5036××分机

2、旋宫50旋转餐厅

××海鲜自助晚餐烹出爵士情调

18:00-22:00电话：5036××

不仅有新鲜丰盛的生食海鲜精品，更有精致正宗的寿司，诱人的甜点…新鲜的时令水果，任您享用。

每位人民币168元

3、××××××××××餐厅

××圣诞套餐地中海美食诱惑

18:00-22:30电话：5036××转18××

来××××××××××餐厅，体验西班牙阳光美食。别具一格的餐前开胃自助品，精心烹饪的美味佳肴，让您仿佛置身于浪漫迷人的西班牙之夜。

每位人民币128元

更有鲜活的波士顿龙虾

人民币350元

4、××××××××××咖啡厅

××多菲亲子早午餐

11:30–15:00电话：50366××

20××××年××月××日以及每周日，陪您的孩子来××××××××××咖啡厅享用一顿丰盛的早午餐，不仅有鱼子酱、上等的肉类美食，还有诱人的甜点，醇美的汽泡酒…让您大快朵颐之余，更能体验亲子的乐趣。

每位人民币195元，赠送一杯气泡酒，

每位人民币258元，即可畅饮气泡酒。

××××××××××××火锅

18:00–21:00电话：5036××精选的牛、羊肉，海鲜，多款菌菇，各式丸子等火锅原料丰盛至极，任您享用，精致的中式点心以及新鲜的时令水果自然必不可少!与三五好友来××××××××××咖啡厅，尽享吃火锅的乐趣。

人民币88元，买一送一，畅饮可乐及雪碧

××商务自助午餐

11:30–14:30电话：X6××转1406

快捷美味的自助午餐，色拉，东、西方风味佳肴，甜点…一应俱全。

每位仅需人民币99元。

**装修公司营销服务方案范文 第二十篇**

第一章、行业前景及投入

A.经营范围

待选名称：某某装饰工程有限公司

经营涉及：公共场所，办公楼，工厂厂房，宾馆、酒店，歌舞厅，高端别墅公寓装饰，店面装饰等装饰业务

B.市场空间

亳州各地区及（县）市，发展壮大后可以开拓周边城市市场乃至全国市场

C.发展前景

亳州市是安徽省省辖市，地处苏鲁豫皖四省结合部，黄淮平原南端，西北与河南省接壤，西南与阜阳市毗连，东与淮北市、蚌埠市相倚，东南与淮南市为邻。其良好的地理环境，有得天独厚的发展空间。当然，所有行业的发展都离不开最基本“住”的需求，前提也就要发展基础建设，这就为建筑装饰带来了极大的市场。

D.市场现状

亳州的装饰公司发展速度比较迅速，多家公司中无资质公司主要目标市场为家庭室内装修，竞争体现为价格战，有资质公司主要涉足范围为百万以上大型工程，专门针对百万以下办公楼，工厂厂房，宾馆、酒店，歌舞厅，店面装饰工程等业务的还很少，所以亳州还有很大的市场，主要经营市场可锁定10-100万的工装工程：办公楼，工厂，宾馆、酒店，歌舞厅，店面等；

E.人员投入（概算）

业务营销－设计师－造价员（由设计师做预算可省略预算员）－材料员－项目经理－工程监理/质检员－客服－财务人员：

1.业务营销部 2-4 人

2.设计部门 3- 5 人

3.工程部 2－3人（材料、施工、质监）

4.财务 1人（或财务外包）

F.硬件投入（概算）

1.办公用房－房租

2.办公桌椅 7-10套

3.文件柜4个

4.电脑6-10台

5.激光打印传真两用机一台

**装修公司营销服务方案范文 第二十一篇**

活动方案目的：

主要是提升店铺知明度与销量以及拉动新顾客加入会员

前期：通过宣传海报宣传(通过二维码活动海报广告宣传)

前期宣传的目的：

备注:实现线上下双线联动营销。

活动方案：

1.凡进金感觉商城注册会员均有精美礼品一份。限制人数 线上与线下相结合怎样实现相结合 会员管理 售后服务 没有价位优势用服务优势。

备注(小礼品 宣传册 杂志等 帮助其更好的了解店铺的产品)

文胸8306- 99元 8307-69元

保暖套装：

3.全场满300送50元代金劵 全场满500送100元代金劵

4.转发促销信息 有抽奖 送话费 送精美礼品一份。(用微信宣传)

**装修公司营销服务方案范文 第二十二篇**

>一、市场状况分析

南宁房产发展势态良好，极大地带动了南宁装饰业的发展，与装饰相关的活动层出不穷;但装饰公司众多，竞争激烈，要在南宁树立起良好的知名装饰品牌，需要通过系统、科学的策划。

>二、公司简介

公司以装饰服务作为主要经营项目，秉持品牌理念，发扬以人为本的精神，培养同仁发挥爱心、真心和诚心，提供高品质的装饰服务。

公司应努力办成一家重视社会效益和商业效益的装饰服务公司，一方面通过装饰服务培训员工掌握装饰的专业技能与实务经验，另一方面通过内部创业方式扩大经营领域，辅导员工开创自己的事业，进而提供更多的机会，共同为「装饰房楼、美化心灵」的目标而努力。

>三、SWOT分析

>1. 机会

>2. 威胁

>3. 优势

>4. 劣势

>四、公司主要政策

就公司未来的经营方针与策略与公司高层做深入细致的沟通，以确定公司的主要方针政策。要研讨下面的细节：确定目标市场与市场定位;是扩大市场占有率还是追求利润;指定价格政策;确定服务方式;广告表现与预算;促销活动的重点与原则;公关活动的重点与原则。

>五、业务目标

所谓的业务目标，就是指公司的各种业务一定期间内(一年)必须实现的营业目标。

>六、产品服务计划

>1. 以装饰服务为起点

公司发展初期，从装饰服务开始，组建一支具备装饰服务理念和专业技能的专业化队伍，开展居家装饰、办公室装饰、店铺装饰等装饰业务，并在原有的装饰客户基础上继续开发产品展示、展览等业务，未来再进一步扩大至展览展示，形成一个集合装饰、展览服务和建材服务渠道。

>2. 以创意专业为特色

装饰服务是知识密集的产业，而不只是单以劳力为主的行业。南宁市的装饰服务产业在全国范围内虽属于较发达地区，但目前仍以设计方案和价格竞争为主，因而导致营业利润逐年下降。

根据装饰市场的发展趋势，装饰市场多专业领域分工发展。国外装饰公司正以多种方式进入中国装饰行业，并以专业性强、利润率高的经营为重点。

公司将从专业密集方式开始，以居家装饰、办公室装饰、店铺装饰和展览展示为目标市场，培养同仁熟悉基础的装饰技能和知识，并配合园艺、软装饰、个性文化营造等创意服务，提高装饰服务的附加价值，以xxx创意+脑力xxx方式与一般装饰队伍进行区别。与此同时，持续培训同仁学习更多专业知识和技能、扩大资本投入，再进一步开发购物中心、商业大楼、店铺等专业市场领域。

>3. 发展加盟连锁事业

公司将以连锁加盟方式发展装饰服务事业。具体作法是培训员工成为具备共同理念和专业技能的装饰从业人员，鼓励员工以内部创业的方式开设装饰服务的加盟连锁事业，运用连锁经营提高品牌知名度、降低经营成本，为广大员工和社区居民创造装饰服务的创(就)业机会。

>七、品牌策略

作为一个新创建的品牌，要想一炮打响，首先是要做好内部的管理与准备，然后通过组织策划一系列的宣传推广活动，从一开始便把公司塑造成一家优秀的装饰品牌公司。

>八、市场营销计划

>1. 以公益行销为基础

公司以xxx装饰房楼、美化心灵xxx的经营理念，向社会大众推广装饰意义和装饰服务，通过高品质的服务水平，展现装饰和装饰服务是一项专业且尊贵的行业。

组织同仁定期前往敬老院、福利院或居民社区进行义务装饰服务，以实际行动关怀老人，让老人家享有舒适的生活环境，激发同仁关怀老人的慈悲心。

>2. 以住房客户为依托

随着南宁经济和房地产的发展，商品房需求增大，对于装饰服务普遍存在信任感不够、服务品质不佳的问题，需要诚信可靠、理念接近的专业化装饰服务队伍为其提供装饰服务。

因此，业务发展初期将以居住房为目标市场，通过理念行销的方式，向客户介绍公司的经营理念和具体做法，争取客户的支持和认同，以赞助公益活动的形式，提供机会为其住宅、商店进行装饰、绿化、个性文化营造等服务。

>3. 经营模式

公司是以「培养装饰人才、创造就业机会」作为公司的经营宗旨，通过加盟连锁的经营规划、系统培训、规范操作、广告行销等资源整合，创造品牌价值和效益，协助员工成功创业。公司的经营模式如下：

>⑴. 第一阶段：单店经营(单公司)

第1—2年的发展初期，由股东直接投资经营，目标是培养装饰公司的骨干力量和建立品牌形象，为将来连锁加盟打好基础。

>⑵. 第二阶段：内部创业

第2—3年起，鼓励员工内部创业发展加盟连锁事业，总公司的负责品牌、财务、项目管理的整体经营中心，为各加盟店的辅导支援的功能，各加盟店按照公司的规定的作业标准和方式，开展装饰服务业务。

>九、企业营运计划

>1. 以直营方式建立公司品牌

业务发展初期的营运重点是建立公司品牌、作业流程和人才队伍，为往后的加盟连锁经营奠定基础。因此，第一年的经营目标是建立公司品牌、作业流程和人才队伍，预期在1—2年内达成收支平衡的财务目标。具体做法包括：

⑴.与培训中心合作，通过实际现场装饰机会，让学员熟悉、积累操作经验。

⑵.自行开发客户，包括办公室、店铺、营业场所和住宅客户等。同时开发高附加价值的装饰服务项目，如园艺、定期为客户更换室内装饰摆设、个性文化营造等软装潢。

⑶.与同业合作，共同承揽业务或承接同业的业务，以维持发展初期的业务来源。

>2. 以内部创业方式扩大经营

鼓励同仁以内部创业方式，发展加盟连锁事业，进一步开发南宁市以外的装饰服务市场，扩大整体经营规模。

>3. 形成多层管理的运营模式

公司以南宁作为培训基地和营运总部，负责培训人才、品牌推广、经营管理，负责开发和辅导附近地区的加盟连锁事业，形成多层次运营的

管理模式：(1) 总部开发 (2) 公司试点 (3) 加盟店执行。

在产品服务方面，采取xxx以创意和理念为客户提供综合装饰服务xxx，选择以住宅和商铺为主要目标市场，提供中高档次的装饰服务和价格策略，开发园艺、个性文化营造和室内软装潢等高附加价值的清洁周边服务，进一步拓展公司经营范围。

>十、推广计划

拟定推广计划的目的，就是要协助实现业务目标。

>1. 目标

为了实现整个企划案的业务目标，所希望达到的推广活动的目标。

>2. 策略

推广计划的策略包括广告表现策略、媒体运用策略、促销活动策略、公关活动策略等四大项。

广告表现策略：针对市场定位与目标消费群，决定方针表现的主题，突出公司装饰设计的高品质、具人性、呈时尚、有个性。

**装修公司营销服务方案范文 第二十三篇**

五、活动玩法

在今年的淘宝天猫双十一玩法中，分会场必设玩法为：设置店铺红包(红包适用范围为全店商品);设置店铺满减(二手车、爱蜂尚、虚拟会场不参加);装修店铺承接页(如不装修，系统

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！