# 2024年服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案(九篇)

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-06-26

*为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。服装店...*

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇一**

营销的最终目的是以任何手段将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。淘宝商城的光棍节半价促销活动是最近热到发烫的一种促销方式。

1、确定促销的商品、并备好充足的货。

2、要确定顾客人群

1、确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对感官与好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。

2、要确定顾客人群：确定商品之后最重要的.就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

1、会员、积分促销：

2、折扣促销

3、赠送样品促销：

4、抽奖促销：

5、红包促销

6、拍卖：

7、积极参与淘宝主办的各种促销活动

⑴会员、积分促销：所有购买我公司产品的顾客，都成为我公司的会员，会员不仅可享受购物优惠，同时还可以累计积分，用积分免费兑换商品。

优点：采用这种促销方式，可吸引客户再次来店购买以及介绍新客户来店购买，不仅可以使客户得到更多的实惠，同时巩固老客户，拓展新客户，增强了客户对网店的忠诚度！

⑵折扣促销：折价亦称打折、折扣，是目前最常用的一种阶段性促销方式。由于折扣促销直接让利与消费者，让客户非常直接的感受到了实惠，因此，这种促销方式是比较立杆见影的。

a、直接折扣：找个借口，进行打折销售。

优点：符合节日需求，会吸引更多的人前来购买，虽然折扣后单件利润下降，但销量上去了，总的销售收入不会减少，同时还增加了店内的人气，拥有了更多的客户，对以后的销售也会起到带动作用，何乐而不为呢？

建议：采用这种促销方式的促销效果也要取决于商品的价格敏感度。对于价格敏感度不高的商品，往往徒劳无功。不过，由于网上营销的特殊性，直接的折扣销售容易造成顾客的怀疑，一般不建议使用。

b、变相折扣：

免邮费，单件商品的价格略低于免邮费要求的价格，组合起来买两件或者多件商品达到免邮费要求。将商品组合起来打折。

优点：更加人性化，而且，折扣不露痕迹！

建议：产品的组合有很高的学问，组合得好可以让消费者非常满意，一定要找相关产品进行组合。

c、买赠促销：

其实这也是一种变相的折价促销方式，也是一种非常常用而且有效的促销方式之一。

优点：让顾客觉得自己花同样的钱多买了样产品，高兴！

建议：买赠促销应用效果的好坏关键在赠品的选择上，一个贴切，得当的赠品，会对产品销售起到积极的促进作用，而选择不适合的赠品只能是赔了夫人又折兵，你的成本上去了，利润减少了，但客户却不领情！

⑶赠送样品促销：

在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

优点：让顾客产生对产品的忠实度。

建议：效果过硬的产品才能够试用。

⑷抽奖促销：

这是一种有特别性质的促销方式。也是应该较为广泛的促销方式之一，由于选择空间大都是有诱惑力的奖品，因此，可以吸引消费者来店，促进产品销售。抽奖促销活动应注意的几点：

a奖品要有诱惑力，可考虑大额超值的产品吸引人们参加；

b活动参加方式要简单化，太过复杂和难度太大的活动较难吸客户的参与；

c抽奖结果的公正公平性，由于网络的虚拟性和参加者的广泛地域性，对抽奖结果的真实性要有一定的保证，并及时能过email、公告等形式向参加者通告活动进度和结果。

⑸红包促销

红包是淘宝网上专用的一种促销道具，各位卖家可以根据各自店铺的不同情况灵活制定红包的赠送规则和使用规则。

优点：

可增强店内的人气，由于红包有使用时限，因此可促进客户在短期内再次购买，有效形成客户的忠诚度！

⑹拍卖：

拍卖是网上吸引人气最为有效的方法之一，由于一元拍和荷兰拍在淘宝首面都有专门的展示区，因此进入该区的商品可获得更多的被展示机会，淘宝买家也会因为拍卖的物品而进入家店内浏览更多商品，可大大提升商品成交机会。

⑺积极参与淘宝主办的各种促销活动：

淘宝不定期会在不同版块组织不同的活动，参与活动的卖家会得到更多的推荐机会，这也是提升店铺人气和促进销售的一个好方法。要想让更多的人关注到你的店铺，这个机会可要抓住哦，所以别忘了经常到淘宝的首页，支付页面，公告栏等处关注淘宝举行的活动，并积极参与！

有效利用店铺装修、公告及留言，营造一种火爆的氛围。有些人做促销，店外宣传也做得很不错，可进店一看，扭头就走。就是店内氛围没做好。促销时和没促销时一个样，冷冷清清的，店铺公告没有促销，留言也没有促销信息，进入店内就感觉不到一点有人气、有促销氛围的感觉。促销要“有声有色”！冷冷清清，能留住客户吗？

组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。

对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果。

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇二**

用哪个商品去上活动？在选款的时候，要充分考虑到如果活动上去了，它的销量会怎样，这一步算是活动评估，因为你总不能拿店里面一个销量都没有的产品去上活动吧，即便你想上，淘宝也不答应。所以，一般情况下，上活动的产品，都是本店销售最火爆的产品，毕竟，销售最好的，说明用户接受度高，从本质上来讲，是在说明市场的反应情况。

淘宝上活动，人家总是要求打折的，你大致算下，如果淘宝小二答应了，你可以上活动，但前提是打5折，那你那时候就要计算了，如果打5折再包邮，会不会亏本，亏多少，如果不亏，我可以赚多少？大部分情况下，你家的商品要上活动，在价格方面，被淘小二挤出来的水分是非常多的，也就是说，人家见多识广，看着图片就差不多能估摸出你产品的成本价，所以小二同志会死命的压价。正是因为小二同志有此嗜好，所以，活动商品的最初定价还是相当重要的`。你对活动产品的价格安排也就显得非常重要。

好歹上一次活动，总不能浪费了这个流量，那么是不是还要在店里面做一系列的营销策划，诸如满就送、搭配套餐等等，这一点的目的是为了提高客单价。虽然这一点对客户来讲，有点不大情愿，为什么，因为凡是通过活动来购买的，基本上都是奔着活动产品来的。但是，这里有一个问题，顾客不买，不代表不能没有。

既然要上活动了，总要备货备在这，总不能说卖完了再去进，那会就已经晚了。

搞过活动的同学应该清楚，比较好的活动上线了，那会你的客服工作就非常重要，你总不能一直跟客户神聊吧，你这么一神聊，要么让其他客户走人，要么客户收到货后在评价中说你几句，你要知道，他说的话可是展示出来的，这总不大好。而且，即便你想神聊，也没这个机会，你那电脑一直弹对话，你自己也扛不住吧。从我搞活动的情况来看，好活动开始，电脑基本上就卡死了，所以，提前写好自动回复很重要。在这个自动回复里面，你要把能想到的都写上去，不要怕文字长。关键是，尽可能的回复客户的疑问。

根据活动大小，提前准备一些货总要先打好包，这个很重要，不然，如果客户一多，你发货速度慢，就会影响到店铺的评分，所以，这一点务必清楚。

发货之后，客户陆续就收到货了，这时候，麻烦也就来了，各种各样的评论都有，比如遭遇差评怎么办？该如何解决，这些都是要考虑到的问题。

以上是一个活动策划最简单也是必须要考虑到的内容，必须注意一点，流程要完整，还必须将该策划案落实到执行层，你需要什么样的资源来配合你，在活动中会有什么样的情况发生，你如何解决和避免等等都要说清楚，至少要有所防范。

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇三**

在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和诱惑力，直接品牌打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不清真伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。

因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法缺点是不能解决根本的营销困境，只可能带来短期的销售提升。

不能解决市场提升的深层次问题;同时，产品价格的下降将导致企业利润的下降，而且，产品一旦下降，想要恢复到以前没有折价的水平，可能性非常小。乱打折会打击消费者对品牌的忠诚度。

场外促销主要借店外人流量加特价产品来吸引人气，可以把顾客带到店里推销其它产品，一箭双雕。如果店铺前面空间较大，人流量也不错的，可以采用店外促销，效果好，要求花车为，主数量要多，形成气势，花车周围用有吸引力的内容做成促销海报围起来。

有关系的还可以与商场联系在门口做促销专场，那更好，人流量大。如果有条件的最好用大的遮阳蓬，一来可遮阳二来防下雨，还要注意与城管的关系，要得到批准，以免产生不必要的麻烦。

内衣店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要是想通过旺季多抓顾客，以提高老顾客数量，在新品牌店铺居多，一般新品促销主要是通过赠送小礼品，不采用新品直接打折的方法。

中国节日比较多，都是大家搞促销的好理由，如元旦、情人节、三八妇女节、国庆节、母亲节、教师节、端午节、春节、元旦等等这些中国传统的节日，因为在这段时期，消费力量激增，是内衣销售的黄金时期，所以，每个店铺都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性，可以打折也可以送礼品。最好配上促销宣传，门口的横幅比较显眼，加上会员促销短信效果会更好。

主题促销，是创造一个主题，然后以围绕主题展开促销活动，让消费者认为这是名付其实。如店庆、门面装修、厂庆、节假日等，事出有因，促销更要如此，不明不白的促销不能引起顾客的认同感。有句话说得好，“没有理由创造理由也要促销”。

是指两个或者两个以上的品牌或者公司合作开展促销活动，一般是在两个知名品牌之间展开 ，讲究的是强强合作，实现双赢的目标。基本上，两个不对等的品牌之间是很难开展联合促销的。

服装店铺可以联合化妆品、美容院、女装店等一起做促销。这样一种互动的促销手段，能有效整合两个品牌的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了双方的资金，因此，是一个不错的方式。

但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算，费用分摊的原则举行的促销活动。

消费券促销，不单在节假日可以做，在平时也可以做。

这也是提前完成消费者者竞争的一个方法，如果有消费时她可能直接来你的店，这是对竞争对手的打击。可以印刷消费券，一共十二张，折扣自己定，但不要伤害会员的感情，比如一件七点五折，会员才八点五折，就不行。

可以到有关第的各单位发放，可以联合其它店铺促销时用，最好是指定的点，不要在大街上随便发，这样会让顾客不够重视。

从维护形象的角度看，买赠更体面些，送赠品可以创造产品的差异化，是一种常规性的促销手段，具体做法是买满多少金额的货品，赠送相应的物品，以达到增加销量的目的。

选择赠送的礼品时，要考虑这一消费群体的喜好，送一些女性用品，如丝巾、雨伞、袜子、肩带、洗衣袋、洗衣液等。在做这类促销活动时，应特别注意，礼品一定要精致，因为，相对来说，赠送的礼品的金额不大。如果因此而采购一些 质量不好的礼品，对于促销活动、对于企业品牌都是伤害。

目前，开展对会员促销的店铺越来越多，通过买一定金额可以达到什么级别的会员，不同级别的会员可以享受正价产品的折扣，这是长期的。还有会员的其它促销比如对会员提供一款特殊价格的产品或礼品，每个月有固定的时间对会员进行促销，可以是特价，可以是送赠品，也可以是免费送小礼品做服务，如果会员很多的还有可以做会员促销专场。

很多店铺都有特价专区，划出一个区域用花车或落地架陈列特价产品，一是为了与正价产品区分从而不影响正价产品的销售，二是让消费者容易找到，实行特价专区的要在花车和落地架上有相应的宣传内容。

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇四**

借特殊的日子，进一步把握销售旺季，特为服装店节、元旦节做出以下促销活动方案策划：

双节同惊喜无限多

20xx年xx月xx日

提升销售，降低库存，发展vip客群

（针对xx品牌专卖店）

口号双节同欢，惊喜无限多

幸运大转盘，凡在专卖店购买某某品牌服装的顾客均可参加幸运转盘游戏活动，所买产品按照幸运数字享受折扣优惠（先买单再做游戏根据结果给与结算），另加128元赠军靴一双，台历一份vip一张。

全场服装参与活动，平均折扣约：（58%+68%+78%+88%）73%

活动对象：周边潜在消费群体

利润说明：

58%折扣（最低档）

1件400元（吊牌均价）58%（幸运数字）+128元（军靴平均成本）=360元

商品成本：400元（服装吊牌均价）0、35+128元（军靴平均成本）=268元

毛利润：360元—268元=92元

88%折扣（中高档）

1件400元（吊牌均价）88%（幸运数字）+128元（军靴平均成本）=480元

商品成本：400元（服装吊牌均价）0、35+128元（军靴平均成本）=268元

毛利润：480元—268元=212元

活动口号买一赠1+1+1（买的多送的多）

及元旦期间全场服装一件8、5折、两件7、8折、三件以上7折，凡购买“某某品牌产品赠送vip卡1张+礼品（建议台历、水杯等具实用价值便于携带的物品）1份+洗衣卷1张（与当地洗衣店协商联营），即：买一赠三

平均扣折：（70%+78%+85%）77%

活动对象：vip客群及周边潜在消费群体

利润说明：

70%折扣：400元（吊牌均价）3件70%（折扣）—1200元（3件）35%=420元

78%折扣：400元（吊牌均价）2件78%（折扣）—800元（2件）35%=344元

85%折扣：400元（吊牌均价）1件85%（折扣）—400元（1件）35%=200元

赠品费用说明：台历成本约：8元洗衣卷成本约：5元

五、活动宣传计划：

1、公司统一设计提供：kt版、pop、海报、部分礼品

2、场内外广告牌宣传：放置显眼位置

3、店铺布置：促销信息必须要提前安排制作宣传单（内容准确无误、主题突出）和人手在目标群体集中区域发放，传递促销活动信息，为店铺销售造势，条件允许的情况下可在当地使用“短信通知的方式把促销内容信息传递给军备酷vip群体。

4、卖场布置，节日气氛隆重，如：树等具有节日元素的装饰品

服装店元旦促销活动方案3

如今，随着“感觉消费”时代的来临，消费者的购买习惯发生了很大的变化。消费者越来越“随心所欲”。因此，精心策划各种形式的促销相当重要。我认为在促销活动前，首先要明确向谁传播，确定信息接收者，传播什么信息内容，何时何地传播。而在具体策划上，有几项工作必须做好：

1、准确定位，主题鲜明。到底是传达给消费者品牌形象还是现实售卖。

2、确定的促销方案。除了事前周密的计划和人员安排，还要有一个好的方案把活动目的和主旨深入到每一个人心中，充分调动其积极性，还要对促销人员进行详尽的促销方案及细节培训。

3、确定时间，促销时间宜早不宜迟。比对手早三天，以免被对手抢先，再好的策划也要把握好时机。

4、营造好现场氛围。如pop海报要出彩，店堂音乐要恰到好处，刺激顾客的购买欲望。

5、制定一个恰当的销售目标和激励方案。

6、控制促销成本，要“因己制宜”，这样才能有较好效果。

7、作好评估总结，为下次促销活动积累经验。

最后，需要注意的还有四点：

1、调查到位，宣传错位；

2、货源要准备充足；

3、活动选址免偏远、顾客稀少的地方；

4、时间控制在一周内完成（双休日为准）。

秘籍一：营造温馨

其实促销的点子应该是很多的，但对于节假日而言，最重要的是要营造节日气氛，一定要让温馨直达消费者心里。现在把我春节期间（大年三十到正月十五）的操作方式与大家分享：

其一：欢迎辞由以往的“欢迎光临”变为“新年好”。可别小看这么微小的调整和这么一句老土的祝福语，在春节期间，这是非常有效果的。我们能明显地感受到一听这句话，每一位进入专卖店的顾客显得分外开心，并用同样的“新年好”回应导购员，如此以来，彼此的距离一下子拉近了。

其二：巧妙的“红包”。按平日的操作，我们一般是不打折的，但是在假日期间如果能巧妙地让利，就会吸引顾客。初一到初四，我们都会送给每位买鞋顾客一个红包，价值19元的优惠券，虽然优惠的比例很小，但在我们中国人的传统里送红包就是赋予他人福气和财气。事实上，在过年这个时候，大家也不会那么计较，图个便宜的。而且我巧妙之处是在数字上做文章，“19”含“要长长久久”之意，表示来年一切顺利。事实证明，这个做法非常有效，根据我的粗略统计，有30%的优惠券是在第二天进行二次购买。其实，我们也没打广告，都是通过顾客的口头传播扩大影响。口头传播是的广告了。

其三：别致的礼品。搞促销，送礼品是普遍做法，但是关键的问题是要在合适的时候送出合适的东西，像以前动辄送鞋油的方式已经没有新意，而且，在许多顾客看来，这些应该都是必需品，因此，这需我们好好琢磨。

今年正月十七是西方的情人节，我们的做法是：当天的女顾客买鞋，我们会送出钱包或皮带，在传统的观念里，这些东西都有“管住男人的钱”或“绑住心爱的男人”之意；男顾客买鞋我们就会送他玫瑰，让他送给自己的心上人。顾客们都认为我们想的周到，特别是女性顾客说没想到，显得非常感动。

秘籍二：找到的让利点

访问对象：hqt福建公司

从我自己以往操作经验看，促销，包括节假日促销，目的是处理季节性产品和品牌形象推广，由此成功的促销主要集中在三个方面：一是季末促销推新款；二是圣诞、元旦和春节等重大节日的`活动；三是新店开业或老店新开攒人气。从消费者的角度上来说，促销对他们的吸引之处就在于得到实惠。因此，筹备促销前，一定要对消费者的需求进行调研，寻找到好的让利方案。以下是我以前成功操作过的几个方法：

其一、根据消费者不同的消费额送出不同的红包，这种方式其实是巧妙的打折。03年11月1日我们在福建漳州做了“hqt心\*红包情”促销就是采取了这种形式，当日销售额达4万多，而到11月5日销售额达13万之多，创造了漳州市场鞋业销售的奇迹。

其二、启动季末让利工程。让利可以有多种模式，比如通过转盘让已经买鞋的顾客去争取他们可能得到的让利方案，比如直接在促销款上用标签标明。当然，最有效果的还是推出系统性的让利方案—买多少按相应比例让利。

其三、巧妙的捆绑销售。比如我们在福建泉州操作的是：活动前，我们根据所有促销款的风格，做了几组合捆绑系列，有5双组合、10双组合等等。当然，这种形式主要是促进家庭或团体性的销售。

总之，让利总是消费者感兴趣的。不过，在做好让利促销前，一定要做好预算，这点很重要。

秘籍三：用促销栓紧老顾客

访问对象：hqt安徽某经销商

每当节日走进商场或逛步行街，映入你眼帘的都是一些促销活动，比如：买多少返多少、打折销售、赠什么礼品等等五花八门，所有商家都绞尽脑汁，施展自己的高招以期提高自己的销售。

以经营hqt专卖店的多年经验来看，窃以为打折、返利并不是永久的制胜法宝。促销目的是为了提高销售，但它的对象还是顾客。一味地追求眼前销售，在节日打折，会失去打折前购买的老顾客。日本丰田公司在中国车市疯狂降价的背景下，没有降价就是考虑到几十万的老用户。05年2月28日他们宣布雅阁降价2万元，理由是零部件国产化，但他们很好地向老顾客作了解释，这让老用户心里得到平衡，毕竟老顾客是他们的赢利之源啊！

当今社会常讲的一句话就是以人为本，而我们做生意一切以顾客为本，我以为促销应该重点关注老顾客。这段时间，我正好做了一个促销活动，主题是：“回报老顾客，hqt皮鞋

以旧换新，hqt旧皮鞋价值38元换取hqt皮鞋”。活动消息传开后，有些顾客把四、五年前的hqt旧皮鞋拿来了，我给他们折了价换取了新鞋穿在脚上走了。我心里高兴：一是回报了这些多年来的老顾客，二是我又挽留了这一批老顾客。其实这旧鞋对我来说一分不值，但是就凭旧鞋给老顾客让了利，别人也无话可说。有些老顾客说，啊呀！我的旧鞋仍掉了，下次我也把旧鞋留着了。我说是呀，这样的话我们以后还是会做的。这次促销活动是比较成功的，它最终让顾客找到的hqt的附加值。

一年三百六十五天，大小节日几十个，不同的节日都有不同的群体，如中国人的优良传统是孝敬老人，母亲节当然是促销大好时间。我从鲜花店定买了许多康乃馨，广告词设计是：买母亲鞋送康乃馨，女儿献给母亲的爱。这样的促销确实很成功，顾客不是为了康乃馨买你的鞋，而是顾客走到了店里，是你提醒她，给母亲买一双鞋，而且，顾客要为母亲买的康乃馨，我们已经替她想好且准备好了。

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇五**

借特殊的`日子，进一步把握销售旺季，特为服装店节、元旦节做出以下促销活动方案策划：

双节同惊喜无限多

20xx年xx月xx日

提升销售，降低库存，发展vip客群

(针对xx品牌专卖店)

口号双节同欢，惊喜无限多

幸运大转盘，凡在专卖店购买某某品牌服装的顾客均可参加幸运转盘游戏活动，所买产品按照幸运数字享受折扣优惠(先买单再做游戏根据结果给与结算)，另加128元赠军靴一双，台历一份vip一张。

全场服装参与活动，平均折扣约：(58%+68%+78%+88%)73%

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇六**

促销方式

以全店打折为基础结合多种促销形式进行。

1、打折——全场5折

2、买赠——目前只针对0055#单品（赠品待定）

3、优惠券——①无门槛无限制使用：10￥、②有门槛限制使用：20￥、50￥

注：优惠券在活动前发放，活动当天只限领10￥面额优惠券，其使用日期为11月15日前。

4、套餐优惠搭配（方案）

5、秒杀

注：

①活动当天分时间段开秒，以整点秒到免单的形式。

②频率：11当天共秒杀6次，每次1件产品，每次秒杀限购1件。

③时间点、产品设置

流量构成：

1、预热期间时间：

2、活动进行时间：

工作内容：

钻展

1、投放位置：新首页首焦、首页banner

2、流程：钻展文案编辑—钻展设计制作—钻展投放测试—钻展数据分析—钻展优化

直通车

1、投放产品：

2、投放地域：广东、福建、北京、山东、海南、河南等

3、直通车活动：首页热卖单品

淘客

主推产品及佣金：主要是我们现有的一些资源；

搜索

1、热搜关键词查找：数据魔方、top排行、淘宝首页；双11、狂欢节、疯抢节等实时性的热门词汇。

2、标题优化：融入到宝贝标题里面，覆盖到男装消费群体的搜索习惯里

店铺联盟

1、联盟商家：有共同消费群体的商家（男性、消费年龄25—45岁、中高消费能力、追求品质的人群。）建立独立页面或者友情连接方式，多方面资源共享。

2、商家数量：至少4家。

微淘

推广内容：店铺双11的促销：秒杀、优惠券、赠品等内容。结合双11的活动气氛。

微博

1、推送内容：店铺促销；单品促销；

2、推广方式：通过微博官方推送工具（5元/1000次展现）；精准选择人群推送。

3、广告设计：设计发微博的产品广告（流程：活动产品—活动文案—促销内容—设计—投放）

一、电话回访

a、重点客户的回访（500元以上）

b、一级顾客的回访（300—500元）

会对顾客进一步的分类

a、开始对之前购买500元金额客户开始电话回访、（店铺需要前台人员的.配合）

b、开始对、一级客户的回访（200—500元以上）

内容：（电话内容、以冬季上新为题展开，在沟通的时候以单纯的问候形式、再在谈话内容直接再说明冬装上新，希望老顾客们可以前来品鉴）

备注：

1、客户分类—————购买的产品及购买的频率分类

2、拨打电话短信先行（先发短信给顾客之后再电话进行沟通，消除顾客对陌生电话的疑虑与尴尬性），短信要针对编辑

3、11月1日前完成所有电话回访。并针对重点客户进行再次回访。

二、短信沟通、（客服主管）

a、周五发（冬装上新短信），告知老顾客店铺的冬装已经上新，前来购物我们就送兔毛围巾一条

b、周三发（慰问式短信，拉近与老顾客之间的距离，体现人味性）

c、周五发、一级顾客的短信、（200—500元）

d、周六发、重点顾客短信、（500元以上）

e、周日发短信通知所有顾客、凸显店铺活动（找准合理时间点发送）

三、邮件沟通（设计部）

a、周三发（慰问式邮件，拉近与老顾客之间的距离，体现人味性）

b、双11的一些信息我们的一些产品，店铺内的相关活动。我们参与双11的相关宝贝！

四、微博

a、冬装上新在微博的宣传

b、微博内容、————怎么选款，对穿衣的要素，怎么穿衣搭配之类的

c、微博—————穿衣搭配知识的普及

d、0055#————重点说明、从各个侧面体现改服装的性价比

e、双十一店铺活动上线、预热开始

f、我们的原材料，产品方面的一些优势

g、双十一宣传/店铺宣传、————————针对优势产品、的一个亮相、（5元展现、1000次的、微博推广）

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇七**

采用优惠券促销的目的包括了销售促进的三大目标，与现金折扣不同的是这种方式能更多地吸引没有计划购买服装的消费者找到确定活动的终端进行消费。

方案一：在目标消费群集中的地方进行每个单位有限额度的有限时间的优惠券派发，并进行新产品说明，争取新顾客。

方案二：大型百货商场门前的产品小单页发放与优惠券活动结合，虽有短期实际销售效果，不过会对品牌造成伤害。一般不建议使用此种方式，除非竞争导向趋向于激烈的价格竞争。

方案三：可与产品品味相衬的地区性购物杂志联系，认可该杂志所做的优惠券，并进行产品销售。

对于服装行业而言，打折是促进活动运用最多的手段，现金折扣在实际运用中更多的是购买前让消费者知道产品所能产生的折扣。在购买后提供折扣更能吸引消费者，加强消费者对品牌的亲近感。

方案一：在终端公示并直接在购买时体现现金折扣，例店庆七折特价。

方案二：不在终端公示而在消费者产生购买意向后给予意外的现金折扣。

方案三：将产品分为形象款，主销款，促销款三种类型。只对促销款开辟专区进行现金折扣活动，避免大范围损害品牌形象。

赠品是除现金折扣外应用最多的一种促销方式，活动形式多种多样极富变化性。现在众多品牌运用的普通买赠手段越来越难引起消费者的关注。不过，在赠品促进这一环节，需要注意的`是赠品的选择，好的赠品可以让消费者因为赠品而感到物超所值。

方案一：在某些确定的特价品种中，进行买一套即送任选另一套的特价活动。

方案二：进行买即赠的活动。发放的赠品与服饰相关的产品为宜。如帽子、围巾等。

这种促销方案的目的是为了增强产品价格及形象竞争优势，主要包括减价包和组合包两种形式。

方案一：季节组合包。事先组合好同类型不同季节的产品组合或顾客现场搭配。例春季，凡购春季+冬季各一款，组成季节组合包装，即获赠礼。

方案二：普通的特价组合包。两件八折，三件七折等这种折扣累计方式。

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇八**

很快又到一年一度的“双十一”节，也就是大家所说的“光棍节”。自上一年的“双十一”节，网购创造历史记录后，众多商家都盼望着能有去年一样的业绩。在服装行业市场上，不可避免的一场服装促销大战将拉开帷幕。那么，双十一服装店促销，要如何做才能在促销大战中取胜呢？下面，介绍双十一服装店促销的五个有效方法。

这些店在任何时候都适合做促销活动，促销形式可以是买一送一，可以买秋装送夏装，也可以返现金券等，以此来刺激顾客再次消费。在双十一的时候，这些服装店可以利用好这些促销形式，吸引顾客的同时，也提高产品销量。

对于商场专柜而言，通常是二、三线品牌的服装，而这类型的`服装有很大的顾客群，所以，在商场专柜可以搞限时抢购的促销活动，因为在双十一，逛商场购物的人会很多，而限时促销活动，更能刺激到顾客的购买欲望，让顾客觉得“过了这个村就没这个店”，自然而然就会购买了。

对于服装散货店，其优势就是多样化，在双十一的时候，最合适的促销莫过于主题促销，可以搞个亲子装、情侣装主题促销活动。

高级品牌服装是很多人都消费不起的，可以针对这一点，服装商家推出消费积分卡、打折等促销手法，有时候，一些人会因为价格高而在考虑要不要购买，若是双十一的时候打折促销，肯定能吸引到很多潜在顾客前来光顾，对于顾客而言，打折是最直接又实在的促销活动。

这是一种最常用又能吸引人的促销方法。在双十一节的时候，服装商家可以采用特价的方式来吸引人气，特价的服装可以是夏装，也可以是秋装，或是一些秋装新品等。

双十一搞促销是服装店掘金的好时机，为了这次促销大战，很多服装商家都筹备已久，若是能把握好促销有效的方法，则可以很好地抓住商机，从而抓住顾客的眼球，继而能刺激到顾客的购买欲望，提高销量自然不是问题，而且肯定能让服装店的促销活动收获到意想不到的效果。

**服装店元旦活动营销策划方案 元旦节女装店活动方案篇九**

借元旦特殊的日子，进一步把握销售旺季;乘集团\"恒爱行动\"在全国广泛宣传的热潮，提升\"恒源祥\"品牌在消费者心中的美誉度.并通过现场展示和大力宣传，以强烈的.商业气氛冲击顾客的视觉，刺激他们的购买欲望，以达到提升销售业绩和抢占市场份额.

20xx年12月15日—20xx年12月25日

浙江省恒源祥网络终端

①\"恒\"爱耀元旦，真情暖人心

②\"绒\"情祝奥运，金句送好礼

\"恒\"爱耀元旦，\"绒\"情祝奥运

1，通过当地电视台，当地商报针对目标消费群作信息告知;

2，与当地市妇女联合会取得联系，得知更多的孤残儿童，孤寡老人的信息和有效宣传;

3，通过手机短信一对一告知活动信息，达到有效针对vip客户;

4，通过别致的店内外布置，使销售终端气氛隆重热烈.

1，限时限量

2，\"恒\"爱耀元旦，真情暖人心

赡养孤残儿童，孤寡老人者，带本人身份证和相关证明与赡养者本人一起在12月20日13：00—15：00来本店，可免费获得恒源祥毛线一斤和内衣一套，并报销来回车费50元.若毛线在规定时间内织好送给孤残儿童，孤寡老人后，可领取相关证件和精美礼品.(为下次策划活动作铺垫)

3，\"绒\"情祝奥运，金句送好礼

购羊绒衫一件，，当场获赠恒源祥精美晴雨伞一把！并将于活动结束后由恒源祥羊绒公司评选出获奖创意.

最佳创意奖1名：恒源祥奥运纪念版羊绒礼盒套装一套

优秀创意奖3名：恒源祥奥运纪念版羊绒衫一件

优秀入围奖10名：恒源祥奥运纪念版围巾一条

4，\"恒\"爱尊会员，珍爱藏奥运

金牌会员，可半价享受全国限量发行奥运珍藏纪念版\"羊毛衫\"，\"羊绒衫\"一件或\"内衣\"一套，并获赠精美礼品一份

5.\"人\"情感家人，金卡相奉献

活动期间为家人购物满x元，送vip金卡一张(享有购物打8.8折的优惠)和精美礼品一份

1，店内挂pop吊旗，店外彩旗，顾客购物赠送特制元旦卡/奥运福娃\"迎迎\"纪念卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围

2，\"恒源祥恒爱行动\"\"恒爱耀元旦\"字样条幅在店外宣传，以吸引客户

3，元旦节当天店内以播放以元旦为主题的歌曲，室外装饰元旦树

4，各店活动商品或者赠送品必须于14号晚上前全部到位，并且将活动细则的解释工作落实到每位员工

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