# 2024年店铺促销活动方案由美工部提供(10篇)

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-10-12

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。店铺促销活动方案由美工部提供篇一针对人群：时尚...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇一**

针对人群：时尚小资人群

活动位置：商城首页和母婴频道

投放时间：大概会放2到5天不等。(具体需要和韩湛这边确定)

费用：

活动周期：4月12日至4月22日

参加活动产品推荐：

具体活动文案：

作为一个现代家庭主妇，我容易吗我?

鸭梨山大的20\_\_\_\_年，我们要对抗蒜你狠豆你玩，到了20\_\_\_\_年大核民族又让我们无盐以对，好在神马都是浮云，给力的大喊一声我勒个去，一切都闹太套，我心爱的宝宝才是最重要的，伤不起啊，让我们时尚的春游去!

活动描述：

主题1：高高兴兴穿新衣，换了衣服，也换了心情

1.男童时尚新装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.女童时尚新装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题2：出行要舒适，更要安全，我们不差钱

1.高档儿童推车一件大图，2行小图，每行4件。

2.高档儿童汽车安全座椅左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题3：这里阳光真好，我们玩游戏吧

1.爬行毯，野餐垫左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.儿童对战软弹抢办家家娃娃玩具儿童桌面游戏左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题4：好饿啊，我要吃饭我要吃饭

1.儿童食品左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2。婴幼儿奶粉左侧一件大图，2行小图，每行4件。

5.标题：一个好妈妈春游的准备，万无一失

1.户外便携包纸尿裤口水巾左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.孕妇装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇二**

活动目的：引入流量，针对小资人群，宝宝和妈妈一起短途郊游的需求，进行相关产品的推荐。

针对人群：时尚小资人群

活动位置：商城首页和母婴频道

投放时间：大概会放2到5天不等。(具体需要和韩湛这边确定)

费用：

活动周期：4月12日至4月22日

参加活动产品推荐：

具体活动文案：

作为一个现代家庭主妇，我容易吗我?

鸭梨山大的20\_\_\_\_年，我们要对抗蒜你狠豆你玩，到了20\_\_\_\_年大核民族又让我们无盐以对，好在神马都是浮云，给力的大喊一声我勒个去，一切都闹太套，我心爱的宝宝才是最重要的，伤不起啊，让我们时尚的春游去!

活动描述：

主题1：高高兴兴穿新衣，换了衣服，也换了心情

1.男童时尚新装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.女童时尚新装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题2：出行要舒适，更要安全，我们不差钱

1.高档儿童推车一件大图，2行小图，每行4件。

2.高档儿童汽车安全座椅左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题3：这里阳光真好，我们玩游戏吧

1.爬行毯，野餐垫左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.儿童对战软弹抢办家家娃娃玩具儿童桌面游戏左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题4：好饿啊，我要吃饭我要吃饭

1.儿童食品左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2。婴幼儿奶粉左侧一件大图，2行小图，每行4件。

5.标题：一个好妈妈春游的准备，万无一失

1.户外便携包纸尿裤口水巾左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.孕妇装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇三**

利用国庆佳节进行促销活动，刺激消费，拉动销量，为下半年销售市场做准备。

庆国庆，得大礼，游北京。

潜在客户

9月29号至10月5日

1、促销活动时间，购买x手机多媒体系列，即可获赠内存卡一张。

2、促销活动时间，x手机x系列，九折销售，不享有赠送活动。

3、10月5日当天举行互动活动，消费者可以凭购机小票参加回答问题抽奖活动。

一等奖：北京国庆游

二等奖：x数码相机

三等奖：xmp3

注：回答问题均与本手机有关，且除了问答题也伴有动手操作手机等关卡，旨在调动了解和扩大本机的影响力。

1、报纸、当地电视台滚动广告等

2、宣传单

3、店外展板，条幅等。

1、对工作人员进行培训，并要向工作人员清楚阐述国庆手机促销方案主旨及要求。

2、对工作人员进行责任分组，各组协调合作。

3、作出防意外措施。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇四**

淘宝店铺促销活动方案：无中生有的促销魔法

第一节 开业促销

方案68 大派红包见者有份的促销策略

方案69 疯狂舞会让顾客爱上你的店铺

例：ktv开业大型舞会。

方案70 步步高升寓意双关的游戏促销

例：数码店的cs精英赛。

第二节 店庆促销

方案71 积分优待真情回馈老顾客

方案72 自助销售招揽更多的新顾客

例：店庆时任选3件金额50元。

方案73 有奖征集店庆提升影响力

例：征集广告语。

第三节 其他主题促销

方案74 金上填金用金色来吸引顾客的眼球

例：手机店金色的滑盖手机购买就可以抽奖赢真金现金奖。

方案75 店铺植物园让环保记住顾客的名字

方案76 幸福五胞胎愿顾客幸福常在

**店铺促销活动方案由美工部提供篇五**

淘宝店铺促销活动方案：引起轰动的促销捷径

第一节店铺广告促销

方案41 现场效应在现场为自己做广告

例：羽绒系列当场拆开衣服被褥让大家看内里的东西。卖点：眼见为实，口碑相传，邀请顾客体现互动行。

方案42 暗示效应让顾客自以为是

例：饭店在大厅拜访名人的就餐照，暗示这家是名人常来光顾的店。卖点：提高店铺知名度，利用客户的心里漏洞。

方案43 点名效应让顾客关注自己的品牌

例：搞些公关活动提高店铺知名度。

方案44 对比效应让顾客看到实际效果

例：洗车店门前放置一台没洗过的车和洗过的车来引起大家的关注。

第二节媒体广告促销

方案45 夸张效应吸引顾客的眼球

例：卖手表的放在水里卖。卖点：展示商品的质量，抓住顾客好奇心。

方案46 巧用证人真正的活广告

方案47 名人效应让名人为店铺做广告

方案48 搭顺风车借力取胜的捷径

例：在重大活动中做在前排争取露脸机会，提高曝光从而可以做宣传。

第三节公益活动促销

方案49 温情一元超市卖场的助学之旅

例：超市购物满38元即可要求服务台往捐款箱里投入1元资助希望工程的学校。

方案50 免费领养把奖品变成领养权

例：广告让人们领养被遗弃的小动物，宠物店签署协议不再遗弃小动物，宠物店提供一个星期免费粮食。

方案51 买来的学费另一种形式的助学促销

例：书店活动购物满多少元即可抽奖，奖品是现金，名额有限。

方案52 希望商场把让利变成孩子的希望

例：在地震的时候，商场推出让利促销活动价格保持不变，所有利润捐给慈善总会，以帮助地震中的孩子早日回到学校。例如当时王老吉的做法。要以有影响力的事件为立足点，要兑现自己的承诺。

第四节公关活动促销

方案53 破坏效应让顾客真正放心

例：床垫用压路机压过去，证明质量。

方案54 效果展示让质量自己说话

方案55 消费卫士迎合顾客心理做文章

例：质量有问题的货品在大家面前请出店铺。

方案56 传声筒让顾客帮你促销

例：奥运时的全民运动会，电动车经销商尾随，让掉队的人做上车永远不掉队。传声筒就是一次口碑销售。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇六**

本次元旦节活动目标：以圣诞、元旦两节为契机，以提高家具大市场知名度、销售额为目标。

活动主题：迎元旦，家居感恩大回馈

活动时间：\_月\_日——\_月\_日

活动地点：家居大市场

活动一、迎新年感恩大优惠

活动目的：感恩回馈顾客，激励顾客重复消费，提高市场销售额。活动内容：凡活动期间购买家居满20\_\_元即可获送现金礼券200元(限定下次购买时使用)，活动标语：买\_\_送\_\_

活动二、欢乐购物返利大派送(在20\_\_年\_月\_日至20\_\_年\_月\_日购买者均可参加)。活动期间，凡在本市场购买家具满20\_\_元者即可现金返利100元，满4000元者即可获得现金返利200元，以此类推。多买多送。

活动三、购物中大奖

凡在本市场购买家具满20\_\_元者即可获赠一张抽奖劵，满4000元者即可获赠两张抽奖劵，以此类推，多买多送。每张抽奖劵只限一次抽奖机会，奖品如下：

一等奖：20\_\_元现金(1名)

二等奖：\_手机一台(3名)

三等奖：电饭煲(5名)

感谢奖：洗衣粉一袋

1、邻近小区、超市发宣传单促销员费用：6天每天6人次(每天60元每人)。共\_元;

2、喷绘和横幅：\_元

3、短信群发：20\_\_元

4、单页及海报费用：\_元

5、夹报费用：\_元

6、奖品发放费用：\_元

7、城市管理费用：\_元

8、摸奖箱费用：\_元

预计活动费用：\_元

**店铺促销活动方案由美工部提供篇七**

方案2一刻千金——让顾客蜂拥而至例：“10分钟内所有货品1折”，可以给客户抢购的商品是有限的，但客流却可以带来无限商机。

方案3降价加打折——给顾客双重实惠例：“所有光顾本店购买商品的顾客满100元减10元，并且还可以享受八折优惠”，先降价再打折。100元若打6折，损失利润40元，但满100减10元再打8折，损失28元，力度上的双重实惠会诱使更多的顾客销售。

方案4临界价格——顾客的视觉错误例：10元改成9.9元，这是普遍的促销方案。

方案5错觉折价——给顾客不一样的感觉例：“花100元买130元商品”。折价等同打七折，但却告诉顾客我的是优惠不是折扣货品。方案6阶梯价格——让顾客自动着急例：“销售初期1-5天全价销售，5-10天降价25%，10-15天降价50%，15-20天降价75%”这个自动降价促销方案是由美国爱德华法宁的商人发明。表面上看似“冒险”的方案，但因为抓住了顾客的心里，对于店铺来说，顾客是无限的，选择性也是很大的，这个顾客不来，那个顾客就会来。但对于顾客来说，选择性是唯一的，竞争是无限的。自己不去，别人还会去，因此，最后投降的肯定就是顾客。

方案2账款规整——让顾客看到实在的实惠例：55.60元只收55元。虽然看起来“大方”了些，但比打折还是有利润的。

方案3加量不加价——给顾客更多一点例：加量不加价，一定要让顾客看到实惠。

方案4多买多送——变相折扣例：注意送的东西，比如“参茸产品”可以是“参茸”，也可以是“参茸酒”，也可以是“参茸胶囊”。赠送的商品是很灵活的。

方案2百分百中奖——把折扣换成奖品例：将折扣换成奖品，且百分之百中奖。新瓶装老酒，却可以迎合老百姓的心理。而且，实实在在的实惠可以让老百姓得到物质上的满足，双管齐攻，收销匪浅。

方案3“摇钱树“——摇出来的实惠例：圣诞节购物满38元即可享受“摇树”的机会，每次摇下一个号码牌，每个号码牌都有相应的礼物，让客户感到快乐，顾客才会愿意光顾此店，给店铺带来创收机会。

方案2超市购物卡——累计出来的优惠例：购物卡的优点是稳定客源，双赢，广告效应。

方案3自主定价——强化推销的经营策略例：5-10元间的货品让顾客定价，双方觉得合适就成交。此方案要注意，一定先考虑好商品的价格浮动范围。给顾客自主价的权利仅仅是一种吸引顾客的方式，这种权利也是相对的。顾客只能在店铺提供的价格范围内自由定价，这一点是保证店铺不至于亏本的重要保障。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇八**

淘宝店铺促销活动方案：价格永远的促销利器

第一节价格折扣

方案1 错觉折价给顾客不一样的感觉

例：花100元买130元商品错觉折价等同打七折但却告诉顾客我的是优惠不是折扣货品。

方案2 一刻千金让顾客蜂拥而至

例：超市10分钟内所有货品1折，客户抢购的是有限的，但客流却带来无限的商机。

方案3 超值一元舍小取大的促销策略

例：几款价值10元以上的货品以超值一元的活动参加促销，虽然这几款货品看起来是亏本的，但吸引的顾客却可以以连带销售方式来销售，结果利润是反增不减的。

方案4 临界价格顾客的视觉错误

例：10元改成9.9元，这是普遍的促销方案。

方案5 阶梯价格让顾客自动着急

例：销售初期1-5天全价销售，5-10天降价25%,10-15天降价50%，15-20天降价75%这个自动降价促销方案是由美国爱德华法宁的商人发明。表面上看似冒险的方案，但因为抓住了顾客的心里，对于店铺来说，顾客是无限的，选择性也是很大的，这个顾客不来，那个顾客就会来。但对于顾客来说，选择性是唯一的，竞争是无限的。自己不去，别人还会去，因此，最后投降的肯定就是顾客。

方案6 降价加打折给顾客双重实惠

例：所有光顾本店购买商品的顾客满100元可减10元，并且还可以享受八折优惠先降价再打折。100元若打6折，损失利润40元;但满100减10元再打8折，损失28元。但力度上双重的实惠会诱使更多的顾客销售。

第二节奖品促销

方案7 百分之百中奖把折扣换成奖品

例：将折扣换成了奖品，且百分之百中奖只不过是新瓶装老酒，迎合了老百姓的心里中彩头，而且实实在在的实惠让老百姓得到物质上的满足，双管齐攻收销匪浅。

方案8 摇钱树摇出来的实惠

例：圣诞节购物满38元即可享受摇树的机会，每次摇树掉下一个号码牌，每个号码牌都有相应的礼物。让客户感到快乐，顾客才会愿意光顾此店，才会给店铺带来创收的机会。

喜庆元素，互动元素，实惠元素让顾客乐不思蜀。

方案9 箱箱有礼喝酒也能赢得礼物

例：此方案涉及的顾客多，且没有门槛要求，所以是最为广泛应用的。

第三节会员促销

方案10 退款促销用时间积累出来的实惠

例：购物50元基础上，顾客只要讲前6年之内的购物小票送到店铺收银台，就可以按照促销比例兑换现金。6年一退的，退款比例100%;5年一退的，退款比例是75%;4年一退的，退款比例是50%。此方案赚的人气、时间、落差。

方案11 自主定价强化推销的经营策略

例：5-10元间的货品让顾客定价，双方觉得合适就成交。此方案要注意一定先考虑好商品的价格的浮动范围。给顾客自主价的权利仅仅是一种吸引顾客的方式，这种权利也是相对的。顾客只能在店铺提供的价格范围内自由定价，这一点是保证店铺不至于亏本的重要保障。

方案12 超市购物卡累计出来的优惠

例：购物卡的有点稳定了客源，双赢，广告效应。

第四节变相折扣

方案13 账款规整让顾客看到实在的实惠

例：55.60元只收55元。虽然看起来大方了些，但比打折还是有利润的。

方案14 多买多送变相折扣

例：注意送的东西比如参茸产品可是是参茸也是可以是参茸酒也可以是参茸胶囊。其实赠送的商品是灵活的。

方案15 组合销售一次性的优惠

例：将同等属性的货品进行组合销售提高利润。

方案16 加量不加价给顾客更多一点

例：加量不加价一定要让顾客看到实惠。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇九**

淘宝店铺促销活动方案：燃起永不言败的销售激情

第一节摆设促销

方案34 绿叶效应新鲜水果自由顾客来

例：水果铺体现水果的新鲜，水果上带着叶子。

方案35 混乱经营乱中取胜的好办法

例：服装地摊的乱中取胜，启示：商品销售不能一成不变要反其道而行之，摆设可以反映价格信息。

方案36 货比好坏好货需要劣货陪

例：将质量差异大而外形相同的货放在一起销售，效果明显。

方案37 排位有诀窍便宜的总是在前排

例：将一些便宜的货放在前面，打出便宜的口号吸引人。

第二节包装促销

方案38 故弄玄虚满足顾客的档次心理

例：将商品二次豪华包装，将商品变成礼品。

方案39 心心相印用来见证爱情

例：花店二次包装和婚介合作为新人举办集体婚礼手捧心心相印的鲜花见证爱情。同样是二次包装，但可通过活动将信息传达给顾客。

方案40 齐聚一堂搭配出来的畅销

例：水果店把一些水果放在一个篮子了，这样即好看有实惠。同类产品组合销售就是好的方法。

**店铺促销活动方案由美工部提供篇十**

一、策划方案名称

\_\_网店双十一活动策划方案

随着互联网的发展，网上购物已经成为一件很普遍的事情。\_\_便是如今在线电子商务平台的一位领跑者，在消费群体的消费能力与\_\_销售额的飞速增长的当下，很多人从电商的市场潜力中看到了商机，也被这块公平的创业乐土所吸引，纷纷加入到电商这个行列中来。由此带来的影响是，即便\_\_的消费市场足够大，但是竞争的激烈程度也越来越大。因此，在如今的\_\_环境中，如果没有促销活动的带动，即便是品牌大店，也会很难守得住中小型网店价格战的冲击，销售数据就会很惨淡。即将到来的双十一，无疑又为一场电商大战拉开了帷幕，在这样的情形下，\_\_店主们要开始绷紧神经，细致的做好排兵布阵了。

在双十一电商大促之时，利用各类营销手段、吸引消费者的注意、提高网店的流量、增加店内的销售额，最终使得本店的销售业绩与在消费者心中的印象在双十一期间得到良好的提升。

1、店面的装修与整体感觉：对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满双\_\_大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(1)节前：渲染双十一的气氛，提前吸引消费者对双\_\_大促的期待心理，甚至可以对一些宝贝进行提前优惠促销，使顾客对本店持有关注。

(2)双十一：店面要体现出在尽力度进行促销的景象，针对商品推出各式各样的促销方式，不管忙或不忙，为每一个顾客做好服务。

(3)节后：体现“双十一过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到双十一带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。

2、促销方式：

(1)直接打折：原价300元，现价5折150元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的20款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。

(2)买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。

(3)两件包邮：购买了一件宝贝后，发现再买一件就可以享受包邮的服务，必然会有再次购买的欲望。虽然这种折扣的力度不大，但是很多消费者还是愿意买单的。

(4)满就送：满100元送10元优惠券，满200元送20元优惠券，满600元送80元店铺优惠券，这种方式就稍微有点讲究了。比如说这款宝贝刚好99元，不符合优惠的条件，那就必须再选择另外一款累计起来才能享受优惠券的折扣了。

(5)搭配套餐：这种方式就有点绑架消费者的意思了。比如购买全场任意一件宝贝，搭配37元就可以加一件100元以下的宝贝，加47元就可以送一件150元以下的宝贝。类似这种方式就是以价格大的带动价格低的宝贝，更能拉动网店的销售量。据相关数据统计，这个方式是消费者欢迎的。

3、客服：

双十一期间消费者的流量一般都会比平时多出很多，在这个时候，就要求客服一定要把握好语句和回复速度，在语言里加上双\_\_大促的欢快信息，对买家的购买欲望也是一种促进。

4、售后：

当顾客在买过店里的宝贝时出现了问题要退货，要及时、有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下毛病，对物品的问题做出适当的调解，是退货还是协商，不要让顾客找到\_\_网来维权。

##结束

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