# 最新服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意(十四篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-06-27

*为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。服装店活动策划...*

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇一**

这个方法适合的是季末上新款开始多起来的时候，很多当季的已经基本走不动情况下。至于时间的掌握完全是和当地的气候和换季时间联系的，女装品牌折扣店主可以自己把握。这个活动的好处就是把该清的全部清掉，至于赚多少就不要太狠了，想清楚一件事，就是这些季尾的女装尾货如果一旦错过这个清货的季节，也许来年就是垃圾一堆。所以一线品牌折扣女装还是告诫给为店主，让你的钱活起来，压货不是本事，流动资金才是你发展的法宝。

这个方法的好处就是在其他服装价格没有变动的情况下，对其中一部分相近价格的服装集中清货，可以搞一个大推车，或者店铺中设置一个特价专区，如果清的不好，就在价格和货品上进行调整，如果清的好，就不断的分批分阶段清货，当然在清货的时候其他还能卖的最好价格波动不要太大，因为只要是要给客户一个差价的感觉。

这个活动在不同时期都可以采用，做个活动我觉得就是要大张旗鼓的宣传，在店铺醒目的位置一定要用最大的好报宣传活动，至于满多少送什么就要看店主自己的斟酌了。目的还是以大量走货为主，这个活动还可以分为两种方式，一种就是满几件就送，另一种就是满多少总价之后在送，但是这个活动的要点就是不要让客户觉得你送的东西不值得，这样做可能还会让客户产生一种被欺骗的感觉，所以在送什么的问题上三思后行。

可以在季末清货的时候采取分价进行促销清货，具体就是把差不多同一价位的品牌折扣服装分别陈列在不同的区域销售，然后统一标价，销售的时候也可以采用折扣的宣传方式，至于价位的把握肯定不能恰到好处，但是该一刀切还得一刀切，好货里面夹杂不好走的，至于价格阶梯的分布一线女装建议还是不同阶梯的好，因为只要客户一眼就可以找到自己的消费价格之内的服装。做到这一点就需要品牌折扣女装店主合理分配不同价位服装的陈列和价格区间。

折扣保持在“少赚”这个概念之内，可以在店门口货店内全部以季末清货的大幅海报吸引顾客。口号就更多了，比如像全场xx折，季末大清仓、折上折的形式出现，当然这个折扣的比例还得店主自己拿准。这个折扣的方式是适合于一口价的店铺，至于议价的服装店可以采取下面一种方式。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇二**

幸福大投“球”，下一个属于你。

上午11：00开始

1、音乐播放(首先暖场，音乐打造声势，吸引群众，聚集一定的人群，烘托现场气氛)，

2、遮阳伞摆好，工作人员到场，

3、宣传标语悬挂好。

以特别大的t恤(图案是以店铺名称，服装特色为内容)，悬挂于门店上方，大衣里面用气球填充，使其饱满。——吸引过路人留步。

在衣服下方设计两个超大口袋(使其能鼓起来)，左边为“福(服)袋”，右边为“手袋”。观众通过从下往上仍纸团，投中一方送相应礼品。(要求：纸团上写有姓名，联系方式，活动后还将从中随机抽出数名幸运者。后期可以利用这些信息定期传递我们门店最新优惠信息)——吸引学生参与其中，了解门店信息。

最后，把特制大衣拍摄成艺术照片，并写上此次参加我们活动，并且留下姓名与联系方式的学生姓名，然后贴在店铺墙上。(目的是为了来店铺的消费者有机会看到自己的名字，产生一种自豪与归属感)。

左边送——5元代金券(一月内使用有效)。

右边送——一些生活用品(比如洗衣粉，牙刷，牙膏以及肥皂)

幸运者礼品——本店的牛仔裤一件或时尚t恤一件。(数名)

投纸团者与大衣的空衣袋要保持一定距离，在工作人员指挥下头球与拿奖品。

1、颜色鲜艳，图案明显;

2、衣袋要大，要深;

3、活动前必须把大衣挂好(挂在何处暂定)

方案一：

一人行，第一件原价，第二件打8折。两人行，两个人第一件打9折，第二件统统半价。三人以上(包括三人)全体六折。

方案二：

凡是当天在本店购买服装的消费者，可获赠服装店代金券10元(或会员卡，可打8、8折与积分，积分越高，打折越低)，用代金券牢牢抓住顾客，牢牢抓住顾客的心，提高长期回头客。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇三**

对于服装行业来说，打造的自己的品牌代表着未来中国服装行业的一个发展方向，前景非常广阔。只有有效利用各种资源，充分挖掘消费者的潜力，弥补市场空缺，发展自己的品牌，才能在竞争中立于不败之地。

目前服装店众多，更是琳琅满目，但是产品质量存在良莠不齐的现象。我们的营销方案是通过对市场的现状和发展环境，做出拥有自身特色的品牌服装。我们以中端品质定位和高性价比为品牌特色，以当下流行元素的完美结合形成品牌竞争力，通过对商品合理的定价和两种主要的促销方式(降价促销和赠品促销)以及适当的广告宣传来打开市场，推广我们的品牌——“完美”。

最后，通过详细的策划和活动安排以及严格的评估审核，保证了计划的可行性，从而完成了整个完美套装营销方案。

1、树立品牌形象

随着时代的不断发展，人们对时尚的概念逐步加深，追求流行美的意识也逐步加强，这对现在的服装店是一个考验。本店“完美主义”预期通过实体商城平台实现“完美”品牌的套装经营模式，并提供到位的服务树立自己的品牌形象。

2、推广品牌理念

以“时尚搭配，完美套装”为经营理念，真正独家推出最时尚的从头到尾全套搭配设计。产品类型定位于各类潮流女装款式：韩版流行，欧美复古，日系甜美，民族风服饰等等。我店“完美主义”通过专业的设计满足消费者对服装审美的要求，并且为顾客节省了大量进行服饰搭配的时间和精力。

3、提高市场占有率

在品牌形象树立及套装理念推广后，可趁机加大对本品牌套装的宣传力度，在消费者观念进行转型以及竞争对手方向转变的不成熟期吸引大量的忠实客户，扩大市场的占有率，进一步提升品牌知名度，使“完美主义”的“完美”品牌能长久立于不败之地。

中国服装市场是一个正在加速扩张的市场，消费潜力也在逐步得到发掘，中国服装日益向休闲化、多样化、个性化、时装化和品牌化发展。

随着人们生活水平的提高，服装购买和消费的过程，已经成为一种包含幻想、情感和乐趣的行为，成为一种愉悦的个人体验，充分展示着消费者的地位、教养、鉴赏能力和经济实力。服装消费不仅仅是消费服装本身，同时还消费着品牌的文化、企业的服务以及企业提供的资讯。消费者的消费心理逐渐成熟，消费的主体正由中低档向中高档转变，高档需求所占的份额逐渐增大。另外，消费者对服装时尚的追求越来越强烈，对产品的款式、质量和知名度有较高要求，服装消费紧跟国际流行时尚。

在消费者其中，女性消费这已经成为了消费的主力军，主导着消费的潮流。可以说谁占有的女性消费市场份额越大，谁就越能吸引女性消费者，就越能成为消费市场的赢家。女性消费市场是一个潜力极大的广阔市场。女性消费者是市场中最为活跃的主角，面对庞大的女性消费世界，生产者和经营者具有同等的市场机会。如果企业能够多争取到一位忠实的女顾客，就可以通过这条渠道而联系和争取到她周围的许多消费者，从而扩大销售。

当今社会，消费者主要集中在女性，我们可以集中在女性消费市场，女性市场一直是服装市场的大头，引领者时尚和潮流。据统计，排在前十位品牌之间市场占有率不大，众多国内女装品牌基本定位在中低端市场，中高端市场女装品牌很少，市场机会很大。

但同时进军中高端市场面临很多问题和挑战，没有自己的品牌我们需要打造符合市场同时能针对消费者的特色品牌，提高知名度，提高

市场竞争力。

第一年完成30万件销量，代表产品成功占领市场份额。第二年推出更多的产品，拥有10%的市场份额。

第三年年底，在消费者中拥有很高的品牌知名度。

主要从产品价格，促销，同时广告方面出发。

1、价格定位

服装销售比较自由，可以具有不同的风格，但是昂贵的服装在一般的消费群体中比较容易被排除。大部分消费者能接受的单件服装价位在300元以下，服装定价最好是以单件300左右的中等价位为主导价位，这样的价位比较容易让消费者做出购买决策，促成交易，提高成交率。

2、促销

采用样品派送和优惠组合套装的形式在终端布局促销，有效地加速品牌及产品进入市场的进程，促进消费者认识和接受，解除消费者对新品牌的顾虑，建立对产品的信心，以建立消费者的购买和消费习惯，增加产品的销售，提升销售额。

注重平面传播和口碑传播，进行得是结合各种媒体资源有计划得中长期整合传播，其专卖形象十分有特色。促销多以客户vip形式，给与客户更有价值、更体贴得服务，注重客户得品牌忠诚度;打折促销偶尔也做，多在节假日或换季时期，但折扣幅度较小。

3、广告

整体规划

①推广初期采用突破性的媒体投放策略，以大规模的广告投放态势，结合广告推拉力量，力争在最短时间内吸引公共注意力，迅速提升市场。

②推广中期适当降低强度与频率，根据反馈信息，及时调整广告策略，可拉长周期，采取细水长流方式渗透，保证市场稳步增长。③推广后期再度加强广告投放态势，低密度，高强度，进行冲刺，造成强销。

代言人形象要求外表漂亮又有内涵，具有女性气质。这样，广告表现策略才能拉近女性消费者对自身形象和期望存在认同的差距，引发女性的心灵共鸣，引起女性消费者追崇的心理欲求。

报纸媒体

广告目的：说明针对女性特有身体曲线研发，引导新审美观。印刷品广告

a报纸

在诸如《扬子晚报》、《成都商报》、《华西都市报》等各类报纸上刊登连续性的广告，最好能以较大的篇幅，清新的色彩吸引人们的注意力。

b杂志

由于我们的目标市场是在15—36岁的消费群体，其中主要是大中学生和白领阶层，因此我们应该在青少年杂志和白领阶层喜欢看的

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇四**

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-12-20—20xx-1-10

：提升销售，降低库存，发展vip客群

：(针对某某品牌专卖店)

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

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

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇五**

1、迎接网络情人节旺季，品牌宣传造势

2、提高销量给客户信心，为5月压货创造条件

3、搞好客情关系（本人4月份调到该市场）

迎520，xx大优惠

xxxx

1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。

2、x日在xx市场做宣传：贴海报和包装三轮车，xx日在商场前贴海报。

3、xx日检查库存和现场物料。

4、活动统一说辞的提炼：xx厂家“520”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个易拉保、两个海报牌。

2、8款样品输出。

包装三轮车（5辆）200元、运输费用50元、临时促销30元/天×2=60元，共310元（场地有商场申请）。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇六**

1、盘锦店周年店庆期间，活动期间累计销售额10万元；

2、盘锦店周年店庆期间，贵宾卡办理量较日常相比提高40%；

3、某服装品牌在盘锦市目标消费群中的知名度、知有率大幅度提升。

1、宣传期：6月25日（周四）—6月27日（周六）

2、活动期：6月28日（周日）—7月5日（周日）

1、首件7折，第二件6折，第三件5折，店庆“放价”中！！！

（二件折合折扣为6。5，三件折合折扣为6；鼓励多消费，并在首件消费中获得折扣，更能吸引顾客购物）

备选主打促销方案：

买100送50，再送vip会员卡（会员卡针对新会员顾客）

首件购买享受买100元，赠送50元店庆券，店庆券可全额用于本人当日第2——n件商品的购买。6。6折为本促销方案的最高折扣。

例如，顾客a购买600元的商品，可得到300元的店庆券，用于购买第二件商品。第二件选购的商品为400元，顾客a需再支付现金100元。总标价1000元，实际

收入700元，折合折扣为7折。

如第二件预购300元商品则不需要添现。总标价为900元，实际收入600元，折合折扣数为6。6折。

促销说明：折现券的仅用于当天单人的第2——n件购物消费。即第二件商品没有用尽店庆券，剩余部分可用于购买第三件商品。

只购买一件商品的顾客可享受8折优惠！

注：店庆券能够为打印券，盖有财务章或有具体印记。顾客签名，以便活动后对账。也可口头告知，单笔结算，不制做店庆券。

2、购物成会员，轻松享优惠

店庆期间，在某品牌服装店购物，即可成为vip会员，享受购物会员折扣（常年购物8。8折/9。5折）、购物积分折现等多项超值服务。

3、老会员积分双倍送

老会员在店庆期间购物享受双倍积分。

（以实际消费钱数作为消费积分衡量值，店庆期间的新会员首次购物不享受双倍积分）

4、带上朋友到某服装，精美礼物来相送

老会员与朋友店庆期间一同到店并购物，双方即可得到某服装店送出的精美家居礼品。

（备选靠垫、擦地拖鞋、精致凉水瓶等，价格30元以内。）

5、进店有礼缤纷送

店庆期间到店顾客，均可得到某服装店店庆精美小礼物一份。

（礼品选择：2元以下，带有品牌logo的物品。如杯子等）

注：以上优惠政策除备选方案外，能够兼得

特别提示：为店庆设计专用的店庆标示，将在各种相关宣传品上使用。各种设计品设计统一！！

（一）活动前期：

◎制作事宜：

a、尺寸：135\*95cm（正度64开），材质：铜板纸157/128克，双面四色

b、印制张数：3000张

c、价格：350元左右

d、印制周期：2—3天

◎发放事宜：

1、发放地点：地店西侧油田小区门口，及市内主要高档花园小区的门口

时间：6月26日17：00—19：00对象：本店的目标消费者25—40岁的女性。派发人员：每处店员1名派发数量：多处共1500张

2、发放地点：地店附近的油田办公场所3处

时间：6月25——26日每地点一天，下班时间

对象：本店的目标消费者25—40岁的女性。

派发人员：每地点店员1—2名派发数量：每地点500张

3、发放注意事宜：

发放语言：您好，某服装店服饰，敬请光临！

每人一张，拒绝浪费。

◎文案：

店庆时间：6月28日———7月5日（突出）

某品牌创造了女性傲气、娇气、脱俗的魅力，追求绿色生命、舒适、独特。

以独特的角度，阐述出女性的文化素质和外在妙曼身姿，给人一种独特魅力的诱惑。某品牌服装店店庆一周年之际，特举行盛大感恩活动，答谢盘锦人们的厚爱。主打促销：首件7折，第二件6折，第三件5折，店庆“放价”中！！！

（或买100送50，再送vip会员卡）

图片：地点门脸相片，模特形象图片

店址：电话：

店址方位图：

购物成会员，轻松享优惠

店庆期间，在某品牌服装店购物，即可成为vip会员，享受购物会员折扣（常年购物8。8折/9。5折）、购物积分折现等多项超值服务。

老会员积分双倍送

老会员在店庆期间购物享受双倍积分。

带上朋友到某服装店，精美礼物来相送

老会员与朋友店庆期间到店一同购物，双方即可得到某服装店送出的精美家居礼物。

凭此券进店有礼缤纷送（略为突出）

店庆期间凭此券到店顾客，均可得到某服装店店庆精美小礼物一份。

本次活动最终解释权归某品牌服装店所有。

店址：

图片：礼盒图案，店庆标志，店内相片水印

a、文案内容：某品牌服装店周年店庆，特举行“某服装店周年庆礼惠盘锦城”大型感恩活动。6月28—7月5某服装店购物，首件7折，第二件6折，第三件5折，店庆“放价”中！（或买100送50，店庆特大优惠活动）；会员积分双倍送；老带新会员可获精美家居礼品；到店即送精美小礼品。

b、发送时间：6月26日

（二）门店宣传

利用现有橱窗更换背景网格布，减少模特数量（1—2个即可），对店庆活动进行宣传，以吸引行人注意，提高客流量和上客量。

a、月26日—7月5日

b、材料选择：

（1）写真布，价格25元左右/平，优点：喷绘色彩保真度好、价格低廉，缺点：透光度差！

（2）网格布，价格55元左右/平，优点：透光度较好，缺点：色彩失真、价格较高！

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇七**

春节是中华民族的传统节日，象征着辞旧迎新、吉庆欢乐。

国人传统习惯是办年货、全家团圆、拜访亲友。零售、餐饮业等各行各业必将迎来消费高峰期，同时也是促销活动高峰期、。也是我们通过春节促销活动，拉动产业销售，展示品牌热促销的最好时机。

二、活动主题：赢春传心意，惊喜数不尽。

活动范围

店内所有商品(除配件)产品介绍:

森马的产品具有面料质地紧密轻薄，手感光滑柔软，光泽柔和，强力较好，耐磨性好，不虫蛀，不霉变。绚丽的色彩，青春的气息，潮流的设计，合理的剪裁，亲民的价格等众多特点。

(1)活动时间：

(2)活动地点：森马奉节专卖店

(3)活动目的：开展此次促销活动的目的在于消化目前公司积压库存，帮助终端客户快速销售森马服装，提高消费者对森马服饰品牌的认知度和对森马品牌的好感忠诚度，为即将上市的新款森马服装做好前期的准备工作。

(4)主要活动内容及流程：

即日起，凡来森马专卖店购物的顾客满200元即可享受9折优惠，满300元享受8.5折优惠，满500元享受8折优惠，满700元享受7.5折优惠，满888元即可享受6.5折优惠或森马vip卡一张(注打折不送卡，送卡不打折)，购满1000元以上即可6.5折优惠再加森马vip卡一张。

另外凡购满499元的顾客还可以参加抽奖一次。100%中奖率，惊喜等着你。

奖品：

特等奖：999元购物券一张(1名)一等奖：499元购物券一张(5名)二等奖：399元购物券一张(8名)三等奖：299元购物券一张(10名)四等奖：199元购物券一张(15名)五等奖：99购物券一张(20名)六等奖：新年红包一个(50名)幸运奖：精美手机链一个活动前期宣传主要靠发传单和电视广告推广此活动。由临时工和当地广播电视局执行。

活动期间宣传为各个专卖店，由各专卖店销售人员执行。

基础费用：广告费用、宣传单印制、及各种宣传费用、临时工工资及加班费、奖品等等。预计本月促销活动期间成本费大概是4万元，以及各种应急费用1万元，一共5万元。

通过此次促销活动，提高了本月销售产量和市场份额，预计该月销售额?达到平时每月平均销售额的140%，同时森马品牌的影响力也将大大增加，使更多的消费者信赖xx。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇八**

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、确定最佳的促销方案。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。最好比对手早三天，以免被对手抢先。

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。服装店促销活动方案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、时间最好控制在一周内完成(双休日为准)。

秘籍二：营造温馨

hqt湖南长沙经销商

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。口头传播是最好的广告了。

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。

秘籍三：找到最佳的让利点

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，促销对他们最大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。

秘籍四：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、五年前地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地老顾客，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!我地旧鞋仍掉了，下次我也把旧鞋留着了。我说是呀，这样地话我们以后还是会做地。这次促销活动是比较成功地，它最终让顾客找到地hqt地附加值。

一年三百六十五天，大小节日几十个，不同地节日都有不同地群体，如中国人地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，女儿献给母亲地爱。这样地促销确实很成功，顾客不是为了康乃馨买你地鞋，而是顾客走到了店里，是你提醒她，给母亲买一双鞋，而且，顾客要为母亲买地康乃馨，我们已经替她想好且准备好了。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇九**

l 促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。

l 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。

l 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

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!

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!

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。

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。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇十**

12月24日(周五)——1月5日(周日)

××元旦礼欢乐健康送

××商城、××购物广场、××八一店、××北园店

1、元旦“欢乐健康送”

内容：活动期间，在××购买服装类、床品、箱包满200元以上，均可获赠：价值元欢乐健康券+元旦大礼包一份。(欢乐健康券含价值元保龄球票、价值元沙狐球票、价值元动感影票、价值元台球票。)

满500元以上，可获赠：价值元欢乐健康券+价值元英派斯健身券+元旦超值大礼包一份。

具体操作：活动用礼券由保龄球馆为各分店提供，保龄球、影票、台球、沙弧球、成本价每张元，英派斯健身券每张元，由各店与保龄球馆分别结算。元旦大礼包成本约元,元旦超值大礼包成本约元。元旦礼包由各店自行购买包装纸，根据成本价包装休闲食品、玩具等。

2、元旦“缤纷玩具节”

地点：各店中厅或其他公共区域

内容：各店进行玩具展销，展示不同类别、各种款式的玩具。另外可展销部分元旦礼品，如元旦帽、元旦树、元旦雪花、袜子等。各店联系厂家，给与顾客一定幅度的优惠。

环境布置：由策划部统一制作背板，各店拷图制作。各店专柜摆放装饰精美的元旦树，12月10日前布置到位。

3、抢购：活动期间，每天下午17：00—21：00，部分穿着类、床品5—6折抢购，抢购品牌由各店自行确定。各店于12月17日前确定品牌。参加抢购活动的品牌不再参加赠券、赠礼活动。

4、元旦狂欢夜

时间：1月1日晚18：00——21：00

地点：××商城地下一层中厅

演出：拟邀请10名大学留学生或由××艺术团演员现场表演节目，中间穿插互动有奖问答(国外品牌知识)。

5、元旦寄语板

各店在总服务台设，“元旦寄语留言板”由顾客填写对亲人朋友的祝福，并由化妆的服务人员现场派发礼品。“元旦寄语留言板”由策划部统一设计，各店拷图制作。

12月31日××晚报d1版通栏xx元

××商报头版通栏xx元

费用共计：xx元。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇十一**

1、把握520促销网店策划商机，让顾客有新鲜感，刺激其消费欲望。

2、提升网店浏览量，吸纳新客源。

3、打造网店的信誉度，提升顾客忠诚度。

xxx年x月x日——xxx年x月x日。

我爱你，丝丝心动。

针对xx到xx岁的女性客户。

“我爱你，丝丝心动”特惠活动

买家真人秀，分享美丽赢好礼！

1分享即有奖：上传宝贝试穿的真人图，写下内心的感受，秀出你的美腿来。（人人有奖）

2幸运降临奖。（每月x名）

3忠诚客户奖。（年终x名）

1、宣传重点时间：活动前x天；520后x天；

2、宣传手段：目标对象确定了，再用通过合适的途径传播，比如淘宝旺旺消息，签名档，宝贝题目，公告，qq，博客，微博，贴吧，帮派，论坛，微信等等。

1、货源问题：确定促销的＇商品、并备好充足的货。不同的商品要采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障。

2、做好售后服务工作：订单量的上升，随之带来的就是大量的售后服务方面的问题，充分与顾客沟通协调，力保每一为客户的满意。

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇十二**

服装店做促销活动是必要的。无论是淡季还是旺季，只要你比竞争对手好一点儿，你的收益就会非常大。做促销活动就是利用不同的时间、节气、节日、机会对服装以不同销售方法进行销售，最后达到增加销售额这一总目标的短期销售行为。服装店不能天天开门等客上门，还是要不断的搞活动让店铺动起来，让客户感受到你这个服装店是活店而不是死店，那样销售情况一定不会差。

具体服装店促销方法一般分为以下几种：

中国的传统节日还是比较多的，春节，元旦，端午，五一，十一，六一，还有圣诞，不同节日都应该采取一些促销活动，这些活动是必须的，因为人们在这些节日有更多的消费购物的时间。节日期间的活动除了上面讲的几个外，最主要的还有下面几种。

1、服装店促销活动：购物抽奖的活动

节日的时候是人流量最大时候，很多客户都是轻松的心态，如果店铺在节日期间举行只要购物就能参加抽奖活动，这个活动的重点就是活动奖品的设置，能不能让本来没有购买欲望的客户看到奖品后愿意购买并得到一次抽奖的机会，这个才是店主需要考虑的。一定牢记，奖品的设置可以高点，可以通过中奖率控制利润。

2、服装店促销活动：新款全部打折的特卖

客户永远对新款是感兴趣的，节日期间大家都是冲着放松的心态，如果真的有新款又能打折那只要是适合自己的当然会买一件。所以店主在节假日时候最好储备一些新款，可以在走新款的同时夹杂一些旧款，不要在乎一个两个客户说你以旧充新，因为你永远也满足不了十个人的口味，更何况是千千万万的不同消费者。目的明确就是以新款的促销带动旧款的走量。当然新款的比例还是要把握好。

3、服装店促销活动：超低价特卖

4、服装店促销活动：节日消费积分兑换促销

就是在节日这几天举行与人民币币值一致的积分兑换活动，类似于满就送的活动，但是这个是将金钱的概念转换成积分的概念，只是概念的不同但是目的还是一样的，刺激消费，勾起继续消费的冲动。这个积分的级别设置也有两种方式，一是只要够这个积分就可以兑换相应的产品，好处是积分门槛低一些，可以让很多的人都享受到这样的兑换，二是设置不同的积分兑换规则，每个级别兑换的产品也不同，但是差距不要太大，这样有利于客户攀比的心态产生。当然所有前提还是合理积分档次的设置和赠送产品的档次，是否可以勾起客户继续达到积分的购买欲望。

这个活动主要目的不在于盈利，而是在于如何吸引客户进店，只要有人气就会有销量，这个活动应该是以库存或者厂家原价甚至是不计成本的产品，促销的价格不按常规，赔一些进去搞特价只要有人流就是值得的，当然这个量的把握就看店主了，还有就是时间段的把握，早人最多

的时候大张旗鼓的搞，一定会有意想不到的效果，根据自己的能力量力而行，不要不切实际，搞的赔了特卖的钱也没有多少人流量和销量。

5、服装店促销活动：买一送一的活动

至于送的这个“一”。我觉得应该根据不同节日而送不同的产品，其实这个送的礼物价格都是算在这个产品的价格里面，或者是用一定的折扣价来等价送礼物。就是原价没变，但是礼物的价格就等于是一定的折扣价。在商言商，既然是买卖。那送就一定要有理由。

每年的季节交替时候是所有店主都忙碌的季节，当季的服装服装没有及时清货处理，那直接就变成一种不良资产，为了达到这个目的，店主一般应采用以下几种清货方式，

1、服装店促销活动:一口价论堆清货

这个方法适合的是季末上新款开始多起来的时候，很多当季的已经基本走不动情况下。至于时间的掌握完全是和当地的气候和换季时间联系的，店主可以自己把握。这个活动的好处就是把该清的全部清掉，至于赚多少就不要太狠了，想清楚一件事，就是这些季尾的尾货如果一旦错过这个清货的季节，也许来年就是垃圾一堆。所以一线女装还是告诫给为店主，让你的钱活起来，压货不是本事，流动资金才是你发展的法宝。

2、服装店促销活动:超低价分批清货

这个方法的好处就是在其他服装价格没有变动的情况下，对其中一部分相近价格的服装集中清货，可以搞一个大推车，或者店铺中设置一个特价专区，如果清的不好，就在价格和货品上进行调整，如果清的好，就不断的分批分阶段清货，当然在清货的时候其他还能卖的最好价格波动不要太大，因为只要是要给客户一个差价的感觉。

3、服装店促销活动:满就送的活动

这个活动一线女装在不同时期都可以采用，做个活动我觉得就是要大张旗鼓的宣传，在店铺醒目的位置一定要用最大的好报宣传活动，至于满多少送什么就要看店主自己的斟酌了。目的还是以大量走货为主，这个活动还可以分为两种方式，一种就是满几件就送，另一种就是满多少总价之后在送，但是这个活动的要点就是不要让客户觉得你送的东西不值得，这样做可能还会让客户产生一种被欺骗的感觉。所以在送什么的问题上三思后行。切记。

4、服装店促销活动:议价的店铺分区分价销售

可以在季末清货的时候采取分价进行促销清货，具体就是把差不多同一价位的服装分别陈列在不同的区域销售，然后统一标价，销售的时候也可以采用折扣的宣传方式，至于价位的把握肯定不能恰到好处，但是该一刀切还得一刀切，好货里面夹杂不好走的，至于价格阶梯的分布一线女装建议还是不同阶梯的好，因为只要客户一眼就可以找到自己的消费价格之内的服装。做到这一点就需要店主合理分配不同价位服装的陈列和价格区间。

5、服装店促销活动:全店服装打折销售，

折扣保持在“少赚”这个概念之内，可以在店门口货店内全部以季末清货的大幅海报吸引顾客。口

号就更多了，比如像全场x折，季末大清仓、折上折的形式出现，当然这个折扣的比例还得店主自己拿准。这个折扣的方式是适合于一口价的店铺，至于议价的服装店可以采取下面一种方式。

1、服装店促销活动:周末促销

这个促销是每周必须有的，方法一般有几种，一种就是特定日期特定产品的折扣销售，因为服装店生意最好的几天就是周末那两天，如果可以有一群自己的忠实客户，只要周末都会去你店里，那产品虽然有折扣，但是长期效益确实不可小看的。另一种就是特价吸引人流，每周不同产品不同价位，短短周末其实人流量还是有限的，怎么吸引客户的购买欲望和眼球，就看各位店主活动的方法呢，一般注重到活动新颖，学会造势，让利客户就可以了。

2、服装店促销活动:开业促销

开业促销一般都是以折扣价或者买就送的促销方式，最重要的就是促销也是一种档次的，尤其是第一次开业大酬宾的促销，记住一定不要用清货的方式来促销，一定要让客户知道你店铺的风格，档次的定位。正所谓第一印象很重要。让客户知道你做的活动是一种让利于消费者的优惠活动。

3、服装店促销活动:店庆促销

这个促销应该是幅度比较大，具体方法比如在店庆这一天给每位购物的顾客适当的优惠或折扣，也可以为每个进店购物的客户赠送一些值得纪念的小礼物。这个促销一般就是一天，多了反而不好，这天的销售甚至可以全场优惠打折，至于日期的选择，就不要那么老实的选择真的店庆的那一天，最好选在星期天或者节假日期间，这样活动的效果会发挥到极致。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇十三**

激情绽放时代有爱。

5月x日——5月20日。

（一）情歌对唱真情表白

5月20日xx：xx——xx：xx，在x楼儿童区一侧开辟出专门区域，现场麦克于商场广播室相连，情侣可以通过情歌对唱或者真情表白的形式，对他（她）唱出或者说出心里话。并通过商场广播即时播放。同时为每对情侣准备了精美礼品。

（二）浪漫情人玫瑰芬芳（5.20）

5月20日正常营业时间内，顾客可到6楼促销服务台免费领取玫瑰鲜花一枝（限送xxx枝）。当日现金购物满xxx元，加送精美巧克力一盒。

提示说明：消费金额不累计，单张收银机制小票（现金购物满xxx元）限送一份巧克力，超出部分不在重复赠送。

1、媒体选择：《xx晚报》。

2、版面规格：《xx晚报》1/3版套红。

3、投放日期：5月20日。

4、费用支出：xxx元。

1、展板x块：xxx元。

2、门楣x块：xxx元。

3、平面广告：xxx元。

4、礼品（玫瑰花、巧克力）由资产运营部负责。

5、音响费用：xxx元。

6、其他杂项支出：xxx元。

合计：约xxx元（玫瑰花及巧克力费用未计算在内）。

本档活动，vip卡可以使用折扣功能。。

**服装店活动策划方案 服装店活动策划方案 创意篇十四**

利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

xxx的目标消费群

20xx年5月1-7日，根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动量接触消费者

全国xxx零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高xxx在当地的销售业绩和知名度。

运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

购物七天乐，天天都快乐

副标题：四重大礼 送你惊喜

xxxx各系列特价产品

(1)促销策略：

为完成年前库存换季清销工作，本次促销活动以向消费者让利为主要操作手段;为了展示xxx品牌产品线的完整性，向消费者传达一线品牌的全面形象，所以此次促销活动将针对所有终端销售产品进行，根据产品的库存时间安排，库存产品折扣力度放大，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销售量;

(2)促销形式：

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

1、曾经买过，一定送!(第一重礼)如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

2、现在来买，立刻送!(第二重礼)五一七天，指定产品均享受五一快乐价!新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送!

3、特款特价，特别送!(第三重礼)：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。

4、即使不买，还能送!(第四重礼)：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，创造线下传播及尝试性购买的可能性。

规则设定：到xxx专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的就可以参加抽奖活动。

奖品设置：一等奖 价值xxx元的美容护肤品

二等奖 xxxx彩棉内裤一条或等值xxxx产品

三等奖 xxxx袜子一双或等值xxxx产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。

一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商根据当地顶瓜瓜平时销售情况预估而设定名额，抽奖箱由经销商自购，抽奖用的客户资料卡可以做成名片大小，材质就和名片材质一样即可，这由客户自己制作。

顾客资料卡设计(抽奖卡)参考：

注：购买特价品不再参加买赠活动，购买特价品和参加买赠活动的同样可以参加抽奖活动。 买赠指买正品、新品达到多少金额，送内衣或线衫一套/件，赠品可从特价品中选出一部分不做特价销售，专门用于赠品。

对终端要求：

1、 客户活动组织能力强，愿意投入、配合。

2、 五一活动前有大量备货，活动前有一定量的广告宣传。

3、 严格按照公司制定的促销价格执行，如不能按统一的促销价销售，公司将对其进行严厉处罚。

促销物料准备(每活动点)：

1、 吊旗16--20面/10平方;

2、 dm宣传单 1000/点

3、 海报 1张/点

注：吊旗、dm单、海报公司可统一制作，营销经理需提前和客户沟通，做好统计，4月15之前将各个数量报回公司客服部，以便公司及时安排印刷。

1、活动期间活动点派销售人员在各大商场入口处派发活动dm单页;

2、活动点于4月30日门店或专卖点营业结束在门店内或专卖点内悬挂活动主题吊旗，张贴海报，用于吸引消费者驻足观望并烘托主题活动氛围;

3、各专卖点醒目处放置主题背景及内容说明物料一个(x展架或其他物料);

4、活动面积至少保证50平米以上，可选择商场门前或步行接的露天广场， 也可选择商场内的活动广场，因为五一搞活动的品牌、厂家很多，所以场地要提前洽谈，越早越好。

5、为加强活动的吸引力和现场的气氛，客户可同时在活动场地举办模特走秀、歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭置、主持人的挑选，演员的确定，娱乐活动内容的选择都要细致，周到。

场地要求：场地中央可搭建t型台，后面制作的大型背景喷绘，可以走秀，表演节目，t型台周围放几个模特，花车10-20节围在周围。货品全部放在花车与t型台之间。现场所有能利用的地方都要有顶呱呱的广告喷绘，以制造良好的现场氛围。

本次活动由各地经销商按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量的通道派发dm单页，负责向女性消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有xxx明显标志。

2、抽奖活动管理人员：

为保证抽奖活动有序进行，必须指定专人对抽奖箱、奖券、奖品进行管理，避免发生不必要的纠纷，影响到品牌形象。

3、活动检查人员：

活动执行期间，xxx各大区派出人员进行活动检查，如发现各地经销商操作上的一些偏差行为即刻调整，保证各地活动的同步进行。

五一活动所需物料及媒体支持如下：

① 场地支持(50平米以上)

② 五一海报

③ 五一x展架

④ 横幅

⑤ 吊旗

⑥ 活动背板喷绘

⑦ dm宣传单页

⑧ 报纸广告

⑨ 电视字幕广告

⑾抽奖箱一个，用于存放消费者留下的个人信息。

(注：货品请提前三天准备好，广告发布提前一周，道具喷绘制作请提前五天做好。如有必要，经销商可以自行增加其他方式，如歌舞走秀节目。)

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