

淡季服装店促销方案 服装促销活动方案(通用10篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

淡季服装店促销方案篇一

1、实折实扣

女士服饰女鞋床上用品羊毛衫珠宝眼镜运动休闲箱包皮具内衣4.5-6折

2、刷卡再惠

以上商品在享受以上优惠的基础上，刷二百贵宾卡再享8.5折优惠

3、情寄母亲满额赠礼（购物送健康）

宁波新东方医院联合二百推出‘关爱母亲购物送健康’活动。活动当天，凡在二百当天实际消费累计满200元，赠送一张由新东方医院供给的价值183的`女性健康体检代金卡一张。

4、配合促销辅助活动：

1、‘母爱无疆真情专递’——母亲节真情祝语题写活动

活动时间□xx月xx日‘母亲节’当天

凡在二百购物并在题写板上写祝语的顾客，咳嗽送由晶都好

时光供给的价?80元的’三口之家’合家欢免费摄影券一张。
(礼品有限, 赠完为止)

淡季服装店促销方案篇二

2、准备销售工具—销售单、手提袋、计算器、零钱、顾客档案记录册等

3、店面形象—卫生清洁□pop悬挂有条理、招牌醒目、陈列饱满

4、人员—营业人员到位, 形象干练, 装饰清洁清爽

1、确定好开业时间, 并在开业前3天进行有效宣传

2、海报宣传(提前3天张贴)

3、宣传单发放宣传(提前3天直到开业不间断发放)

4、有条件客户可在相关媒体宣传

1、开业: 鸣炮奏乐, 彩旗飘舞, 以气球人(或拱形门)吸引眼球, 以音乐引起听觉注意, 以明亮的店面服装色彩引起消费者兴趣, 进行多感官促销!

2、开业促销活动开拓新客户并维持使他成为老客户

3、海报写清促销活动方案, 并实施。

4、后续跟踪回访。

用爱创造的世界—爱幼多母婴用品专卖。

用爱创造的世界, 爱幼多母婴用品专卖店隆重开业啦!

尊敬的小宝宝准妈咪们：

大家好！

你们的好朋友——爱幼多来啦，快到这里来看看，让我们牵起手，一起去追寻幸福吧！更多快乐，更多惊喜，更多幸福，尽在爱幼多——幸福大家！

- 1、本店开业为某月某日，开业活动自某月某日至某月某日一周时间。
- 2、活动期间所有产品均8折销售，部分促销产品有更多优惠哦。
- 3、活动当日前5名进店购物的顾客可免费获得t恤一件。
- 4、活动期间出生的小宝宝凭出生证明可获得精美礼品一件，并可成为爱幼多“小爱星”；购物超过x元的宝宝可成为爱幼多“爱星宝宝”，以后均享受本店所有优惠政策。
- 5、开业当日所有进店购物顾客，只要填写“贵宾”档案均可成为爱幼多贵宾，享受本店最新产品信息和以后所有促销优惠政策并可免费获得本店的孕养知识培训。
- 6、购物满xx元顾客，填写贵宾档案即可获得会员卡一张，成为爱幼多俱乐部会员，享受公司以后所有优惠政策和促销活动。

淡季服装店促销方案篇三

双节同惊喜无限多

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)

毛利润：360元-268元=92元

88%折扣(中高档)

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)

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

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

淡季服装店促销方案篇四

要想与狼共舞那么变成狼，而今年的五月长假期间的市场，也是各家企业必争的一块肥肉。所以必须要出奇招制胜。一方面我们坐下来冷静的分析市场背景，认清我们所处的位置；另一方面也要做好背水一战的思想准备。

一、市场现状与分析

1、市场背景

(1) 全国各地休闲服场竞争激烈

休闲服企业不断增多，商家不断涌现，瓜分着消费者的钱袋，挤占着休闲服的市场。

(2) 产品结构类同，但老品牌占上风

眼下虽然几家休闲服的产品结构虽然类同，但是依旧是老品牌占上风。原因是它们的市场积累丰厚。

(3) 品牌形象综合

要从广告宣传、营销水平、品牌号召力到消费者选择偏好上整体上和他们比还是有一段距离。

看到各家品牌的服饰结构，甚至品牌形象都很类同，所以在五月份必然会有一场激烈的价格战。

消费者对休闲服饰的认识有较快的提高，他们不仅仅是看产品，同时还追求价格比例。

2、竞争者状况（地区）

第一集团军：邦威、高邦，他们是领先品牌；

第二集团军：森马、拜丽德他们是强势品牌；

第三集团军林中鸟、意丹奴。

特点：品牌知名度高，企业实力强大，广告投入大。实施本地化战略，降低成本，强化竞争力。

3、消费者的状况

消费者对休闲服饰已经认同，经常购买者占78、89%，偶尔购买者占8、15%，只有2、96%的人从来不购买。但年龄结构明显偏小。

消费行为特征：重价格，但对品牌附加值概念模糊。但也已有一部分消费者认识到这一点。

4、国内的市场表现

知名度也很重要、美誉度不十分高。有一定的市场占有率，尤其是南方市场。而且今年产品开发还有一定的竞争力。虽

然有前一段时间特价的不俗表现，但综合实力表现不突出。

结论：市场潜力极大，教育转变引导消费者任务极重。

那么消费者有可能已经被培养起消费休闲服饰的习惯，这个消费习惯是几家牌子共同完成的。从长远来说，目前消费者有相当大的部分会有换口味的倾向，市场潜力极大，但培养教育消费者是较长期渐进的过程，林中鸟任重道远。

纵上所述，怎么让消费者理解__x真正的名牌，尤其显的重要。必须利用新店开业的契机和一系列品牌推广活动，表达林中鸟品牌内涵，从而达到轰动效应。

可能问题很多，但可变因素多，只要方向对头，工作到位，就会有良好效果。其中两点很重要：一是产品特点、产品质量很好，只是原来没有把它很好地传播出去。二是林中鸟影响面不大，但让人有亲切感。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。

二、活动目的

- 1、充分展示__x独特的个性魅力。
- 2、提高_____的美誉度。
- 3、以市区_____专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。
- 4、促进_____在市场的的发展。
- 5、提高营业额
- 6、增加社会效益

7、增强公司全体员工的凝聚力

三、活动主题

活动主题：火红五月别样天

四、活动口号

活动口号：你火了吗？

意为：

(1) 消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标；

(2) 消费者应该选择新的品牌消费，该换换口味了；

(3) 酷暑即将来临应该添置几件清凉的服饰了；

(4) 让充分展现消费者个性化消费。

(5) 体现_____夏季服饰已经全新上市；

(5) 体现_____在不断的完善自己。

五、活动地点

活动地点：所有_____专卖店

六、活动时间

活动时间：5月1日至5月15日

七、活动内容

- (1) 针对文化衫进行捆绑销售，设计活动包装。
- (2) 所有重点活动区域都进行立体包装
- (3) 利用20元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

注：具体销售手法，由商务部和计划部提供。

八、广告策略

那么本次活动属于常规策略活动，它是_____下半年活动的序幕，所以这次的活动的重点不在于活动内容，而是媒体的运作。所以那么本次媒体投放的质量尤其重要。另外在新货上市之际，还要尽量推产品的功能性和实用性。

(1) 广告创意原则：以理性诉求为主，以感性诉求为辅。

(2) 媒体选择

那么本次活动主要宣传应用在终端布置，媒体届时不需要宣传。

(3) 软广告

a□在电视台及有线台以新闻形式发布消息和软广告

b□在本地几家主要报纸上发布新闻

(4) 软广告主题

全面启动“凉一夏”促销活动

(5) 广告语

a□你火了吗？

b□你应该火了

c□全世界无产阶级联合起来

d□__x时尚服务区

(6) 广告诉求目标：追求时尚的消费者；收入较底的消费者；已经厌烦大路货的消费者。

(7) 广告表现策略：要新、准、巧。

(8) 店堂终端布置

整个的色调采用红色或粉红色来渲染，创造一种强烈的政治气息，借此来表现五月节日的氛围，除了常规的布置以外，那么本次活动还要注重细节上的点缀，如营业员脸上需要划一个镰刀和斧头的标志，营业员在见顾客的时候，都要问“你火了吗？”店堂音乐可以播放如《国际歌》之类的体裁音乐。

九、费用预算

暂略

十、综合评述

眼下的这个市场，已经硝烟四起了，可以预计这次价格战，在今年五月份将还会延续下去。如果是这种情况，其实将对__x有利，因为这样使林中鸟和其它牌子的品牌地位。但是如果继续下去的时间太长将会使两败俱伤，所以__x必须早做打算，稳步前进。活动的开展一定要有系统性和规范性。

淡季服装店促销方案篇五

炎炎夏日女装店将为您带来冰爽宜人的清凉感，让您在炎热的夏日感受到真正的.购衣乐趣，此次活动主要针对暑期、夏日时令消费和会员特价制为主，扩大和增加夏日时令女装的销售，增加和扩大会员数量，通过会员消费和强化会员商品的优惠从而带动女装的销售。

活动目的：

面对暑期消费淡季，为了保持和增加销售，进行促销活动，通过对会员优惠的加强，促进会员消费，带动其他消费者加入会员，从而扩大女装店的固定消费群，促进商品销售。

一、活动时间：

7月21日—7月31日

二、活动内容：

- 1、增加会员优惠商品，（特价商品除外），通过会员优惠刺激商品销售，增加扩大固定消费群。
- 2、宣传海报增加优惠角，通过购物，凭购物小票和优惠角即可在服务台领取礼品，每人限一份，可以提升海报宣传的有效效率和拉动刺激部分消费群来本女装店购买商品。
- 3、推出一批特价购买量大的时令商品。

一、活动时间：7月20日—7月30日

二、活动内容：

- 1、夏季商品全场特价销售。（夏季连衣裙□t恤、套装等）每

天不定时推出不同商品做活动。

2、天天特价不断，活动期间百余种商品全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品。

3、在活动期间一次性购物满188元，即可享受“惊爆”价女装抢购，每日限量供应50件，每人限购2件。

客服安排，对于海报回收和礼品、购物券的兑换。

收银台安排布置，强调注明会员优惠，和会员卡的兑换。

前期准备：联系会员活动商品，活动人员安排，海报宣传制作，会员卡的统计准备。

淡季服装店促销方案篇六

炎炎夏日女装店将为您带来冰爽宜人的清凉感，让您在炎热的夏日感受到真正的购衣乐趣，此次活动主要针对暑期、夏日时令消费和会员特价制为主，扩大和增加夏日时令女装的销售，增加和扩大会员数量，通过会员消费和强化会员商品的优惠从而带动女装的销售。

活动目的：

面对暑期消费淡季，为了保持和增加销售，进行促销活动，通过对会员优惠的加强，促进会员消费，带动其他消费者加入会员，从而扩大女装店的固定消费群，促进商品销售。

一、活动时间：

7月21日—7月31日

二、活动内容：

1、增加会员优惠商品，（特价商品除外），通过会员优惠刺激商品销售，增加扩大固定消费群。

2、宣传海报增加优惠角，通过购物，凭购物小票和优惠角即可在服务台领取礼品，每人限一份，可以提升海报宣传的有效率和拉动刺激部分消费群来本女装店购买商品。

3、推出一批特价购买量大的时令商品。

一、活动时间：7月20日—7月30日

二、活动内容：

1、夏季商品全场特价销售。（夏季连衣裙、t恤、套装等）每天不定时推出不同商品做活动。

2、天天特价不断，活动期间百余种商品全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品。

3、在活动期间一次性购物满188元，即可享受“惊爆”价女装抢购，每日限量供应50件，每人限购2件。

客服安排，对于海报回收和礼品、购物券的兑换。

收银台安排布置，强调注明会员优惠，和会员卡的兑换。

前期准备：联系会员活动商品，活动人员安排，海报宣传制作，会员卡的统计准备。

服装促销活动方案8

1、xx公司有大批量的网购衣服库存。款式新潮多样，主要以短袖为主。让利空间比较大。

2、季节上来说，市场上还是对冬装进行清货，春装热卖的时候。虽然目前情况是天气比较冷，但对于即将到来夏季来说，市场相应能力还是比较可观的。

3、为了扩展公司品牌在本地甚至地区知名度，为以后促销活动打好基础。综上所述，我们应充准备合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次有系列促销活动，在短时间内把大量库存产品给买出去，同时实现品牌形象与商品销量的.同步提升。

1、活动主题厂区促销期间活动口号：国际品牌厂家迎春促销零利润让利清货（具体时间□x月x日——x月x日）城区促销点活动口号：国际品牌厂家清货，全场买一送一（一折起）。

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特价酬宾、豪礼派送□x元换购热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及强化品牌文化印象。

3、活动时间□x月x日——x月x日

xxx厂区□xx市区服务点

总监督：总负责部门：服务点销售人员：宣传人员：

1、各服务点全场特价各服务店特价商品要保持在90%以上，特价商品主要定位在a□款式受大众欢迎，库存量大，比较新潮款式。

b□年轻化群体的范畴

c□预留一定利润空间的具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

能认领一次。

e□超低价抽号券由大旗文化传播公司设计，数量x张，各分销售点平分，由公司总负责人负责盖店章并负责暂时保管，于活动前交现场负责人。现场派发超低价抽号券及超低价商品购物负责人。

g□所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分服务点负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入公司费用。

h□当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当消费者出现中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客的抽号卷是否中奖并检查有无公司盖章来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i□活动开始的前一天晚上（营业结束时），各店把超低特价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j□在派发超低价购物券前由现场负责人通过广播解释超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由工作人员维持现场秩序。

实施措施：

a 时间 x月x日—x月x日，x日前通过互联网或者户外广告进行宣传，渐渐把顾客注意力注意到这次服务点 x日前，再通过现场宣传活动内容以此把活动推向高潮。

b 售后服务：具体由xx负责，按照以下操作执行。

1、宣传方式安排户外宣传海报：刀旗（横幅）：平媒广告：宣传单：网媒广告：

2、广告投放安排

a 宣传海报 x张，规格 xmxm 贴放位置：小区或者商业区为佳

c d 平媒广告 xx报纸xx版面 xx杂志xx页

e 网媒广告：中山本地xx论坛x天置顶 xx微博xx次转发。

六、宣传计划：

1、户外宣传海报

a 投放时间 x月x日—x月x日

b 投放形式：精准人群地区投放

c 媒体选择 xx小区 xx商业街

d 广告词 xxx

e 海报张贴时段及费用：张贴地点xxx投放时段xxxxxx费用合计xxx元

2、服务点、过街宣传刀旗（横幅）

a□悬挂时间□x月x日——x月x日

b□悬挂地点及数量□xxx地点x条、共xx条。具体悬挂地点由xx安排。申报事宜由xxx安排。

c□规格□xxm

d□内容：

3、平媒广告

a□投放时间□x月x日、x月x日b□□xxx□导刊xx版（主要是针对休闲购物）

c□形式及内容：

标题：

内容：

d□费用预算：（暂略）

4、宣传单张

a□单张：数量xxxx张，xx印刷□xxxx张。内容为活动期间系列促销活动及相关特价商品介绍，单张正面为本次活动主要内容、厂家相关信息，反面为各组特价信息□xx日前由设计人员根据已订内容设计单张基本框架及填写既定内容□xx日前根据采购部提交的特价内容及厂家活动再对单张修改□xx日前完成单张设计□xx日上午印刷完毕后分发到各分店。

b□派发时间□x月x日——x月x日

5、服务点现场布置

根据各点情况对店外布置。

要求如下：

□a□□充气拱门□x条，各点1条，内容为“xxx”□

□b□□气球xx个，彩带xx扎

□c□□促销帐篷□x个，每点x个。

□e□□人员服装套上衣□xx套裤子□xx顶帽子

□f□□桌子xx张，椅子xx张

□g□□人员安排xx服务点xx人

□h□□音响设备xx台

8、场内气氛营造根据各店情况对店内气氛布置。

要求如下：

□a□□专柜布局（各分店安排）

□b□□特价牌制作及安装（各分店美工安排）

□c□□吊牌海报（市场部）及其它活动海报制作（各店美工）

□d□□特惠商品及赠品堆头（各分店安排）

□e□□主推机型及新款机型陈列（各分店安排）

□f□□休息区布置（各分店安排）

□g□□礼品发放区及购物抓现金兑奖区（各分店安排）

□h□□导购员形象包装（迎宾小姐须佩戴礼仪带）及导购技巧（各分店安排）

□i□□宣传广播，市场部根据活动内容统一制作，各分店安排播放

9、短信发布（略）

七、费用大致预算

八、效果评估

淡季服装店促销方案篇七

温馨五月情感恩慈母爱

5月8日—5月10日

1、实折实扣

女士服饰女鞋床上用品羊毛衫珠宝眼镜运动休闲箱包皮具内衣4.5—6折

2、刷卡再惠

以上商品在享受以上优惠的基础上，刷二百贵宾卡再享8.5折优惠

3、情寄母亲满额赠礼（购物送健康）

宁波新东方医院联合二百推出‘关爱母亲购物送健康’活动。活动当天，凡在二百当天实际消费累计满200元，赠送一张由新东方医院供给的价值183的女性健康体检代金卡一张。

1、母爱无疆真情专递——母亲节真情祝语题写活动

活动时间：5月10日‘母亲节’当天

凡在二百购物并在题写板上写祝语的顾客，每人赠送由晶都好时光供给的‘价值580元的’三口之家’合家欢免费摄影券一张。（礼品有限，赠完为止）

淡季服装店促销方案篇八

二、活动时间：5月8日-5月10日

三、活动资料：

1、实折实扣

女士服饰女鞋床上用品羊毛衫珠宝眼镜运动休闲箱包皮具内衣4.5-6折

2、刷卡再惠

以上商品在享受以上优惠的基础上，刷二百贵宾卡再享8.5折优惠

3、情寄母亲满额赠礼（购物送健康）

• 宁波新东方医院联合二百推出‘关爱母亲购物送健康’活动。活动当天，凡在二百当天实际消费累计满200元，赠送一张由新东方医院供给的价值183的女性健康体检代金卡一张。

4、配合促销辅助活动：

1、'母爱无疆真情专递'——母亲节真情祝语题写活动

活动时间：5月10日'母亲节'当天

凡在二百购物并在题写板上写祝语的顾客，咳嗽送由晶都好时光供给的价?80元的'三口之家'合家欢免费摄影券一张。
(礼品有限，赠完为止)

淡季服装店促销方案篇九

为了促进公司服装产品的销售量，提升品牌亲和力。我们策划了服装促销活动方案。

一、活动对象

高素质、高收入未婚男女。

二、活动时间

20xx年x月x日至20xx年x月x日。

三、活动地点

xx区道。

四、活动内容

本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人（建议用专业人士）所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。广告设计需新颖，视

觉感给人耳目一新（建议用专业人士的构思），宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。

活动结束后，由客服人员通过电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

五、场地布置

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用。纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效果。用彩带在天花板上结个花球，伸展四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。在场地醒目位置摆放百合花、兰花。每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

淡季服装店促销方案篇十

随着服装促销目的的不一样，服装促销计划有下列不一样的种类：

（一）年度服装促销计划

随着服装促销目的的不一样，服装促销计划有下列不一样的种类：

(一) 年度服装促销计划

通常而言，为营造卖场的气氛与动感，应以年度为计划基准，规划年度服装促销计划时程，并且以下列为主要重点：

1、与当年度的营销策略结合

专卖店与消费者接触最为亲密，公司与消费者之间是有赖营销沟通策略的展现，每年推出不一样主题的营销策略，可以建立消费者对品牌形象的认知更为肯定，因此年度服装促销计划结合营销策略，将可以使得品牌形象更加强烈，消费者对品牌好感度增加，同时结合营销策略也能使得资源运用更为集中，具有延续效益。

比如某休闲服饰店年度营销沟通策略主题为“社区生活伙伴”，举办的服装促销活动以社区为主要目标群体，表现出对社区的关怀与共同生活的信念，因此举办“社区休闲大赛”服装促销活动，以凝聚社区情感，并且增加社区消费者对本店的好感度。

2、考虑淡旺季业绩差距

任何品牌几乎都会有季节趋势的特性，对于业绩会有不一样比率的变化，因此在年度经营计划应已考虑此特性，当然服装促销活动的规划必须要考虑淡旺季的影响，淡季的服装促销活动除了会延缓业绩下降外，并可以尝试以形象类服装促销活动，来增加品牌形象的认知，旺季的服装促销活动因竞争较为激烈，通常以业绩达成为主要目标。

3、节令特性的融合

节令包括国定假日与非国定假日，国定假日型比如国庆日等，非国定假日比如情人节、母亲节、父亲节等，另外中国传统习俗节令也是不能忽视的。

4、年度服装促销行事历

年度服装促销行事历是以年度营销计划为策略始点，将整年度的服装促销活动，以行事历的方式表达，目的在使得品牌以策略的观点充分掌握年度服装促销活动的重点，同时也能以整合性的营销策略规划服装促销活动。

(二) 主题式服装促销计划

经过去年国庆节服装促销的策略思考之后，接下来便是拟定服装促销方案，服装促销方案的内容包括以下的项目：

(一) 目标对象

只针对某一群消费者举办的服装促销活动，以便拟定最适合的服装促销手法。

(二) 主题

主题的设置必须具有创意性、话题性，若能创造出口语或标语，则可兼具广告效果。

(三) 诱因

诱因是指消费者获得的部份，比如赠品、折扣等，诱因的大小要同时考虑消费者的接受度，以及企业成本的负担。

(四) 参加条件

参加条件是界定哪些消费者可以参加，以及如何参加此服装促销活动，比如：购买金额满300元可参加抽奖。

(五) 活动期间

活动期间指服装促销期间的设定，依过去经验及消费行为特

性，决定长短合适的活动期间。

(六) 媒体运用

媒体的运用是指通过讯息传递的管道，将服装促销的讯息传达给消费者，由于讯息是否准确且即时的传达给消费者，对于服装促销期间的来客数会有相当的影响，因此必须谨慎地评估及选择媒体。

商家打折大拍卖是常有的事，人们决不会大惊小怪。但有人能从中创意出“打1折”的营销策略。实在是高明的枯木抽新芽的创意。

日本东京有个银座绅士西装店。这里就是首创“打1折”销售的商店，曾经轰动了东京。当时销售的商品是“日本good”□

具体的操作是这样的：先定出打折销售的时间，第一天打9折，第二天打8折，第三天第四天打7折，第五天第六天打6折，第七天第八天打5折，第九天第十天打4折，第十一天第十二天打3折，第十三天第十四天打2折，最后两天打1折。

商家的预测是：由于是让人吃惊的销售策略，所以，前期的舆论宣传效果会很好。抱着猎奇的心态，顾客们将蜂拥而至。当然，顾客可以在这打折销售期间随意选定购物的日子，如果你想要以最便宜的价钱购习，那么你在最后的那二天去买就行了，但是，你想买的东西不一定会留到最后那两天。

实际情况是：第一天前来的客人并不多，如果前来也只是看看，一会儿就走了。从第三天就开始一群一群的光临，第五天打6折时客人就像洪水般涌来开始抢购，以后就连日客人爆满，当然等不到打1折，商品就全部买完了。

对买新产品的商家来说，最吸引顾客的无非是“新”，如何再在“新”上继续作文章呢？

意大利有个莱尔市场，就是专售新产品的。有些新产品很畅销，许多顾客抢着购卖，没抢到手的，要求市场再次进货，可得到的回答竟是：很抱歉，本市场只售首批，买完为止，不再进货。

对此，有些顾客很不理解，还向旁人诉说。但从此以后，来这里的顾客中意就买，决不犹疑。不难看出，莱尔市场的“割爱”是个绝妙的创意，它能给顾客留下强烈的印象——这里出售的商品都是最新的；要买最新的商品，就得光顾莱尔市场。

这真是“新”上创新的创意！

日本松户市原市长松本清，本是一个头脑灵活的生意人。

他经营“创意药局”的时候，曾将当时售价200元的膏药，以80元卖出。由于80元的价格实在太便宜了，所以“创意药局”连日生意兴隆，门庭若市。由于他不顾赔血本的销售膏药，所以虽然这种膏药的销售量越来越大，但赤字却免不了越来越高。

那么，他这样做的秘密在哪里呢？

原来，前来购买膏药的人，几乎都会顺便买些其它**，这当然是有利可图的。靠着其它**的利润，不但弥补了膏药的亏损，同时也使整个药局的经营却出现了前所未有的盈余。

这种“明亏暗赚”的创意，以降低一种商品的价格，而促销其它商品，不仅吸引了顾客，而且大大提高了知名度，有名有利，真是一举两得的创意！