

# 2023年服装店庆活动 服装店促销活动方案 (精选10篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 服装店庆活动篇一

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。

## 服装店庆活动篇二

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。

## 服装店庆活动篇三

- 1、祝愿你的店在新年的一里红红火火，日进斗金。
- 2、恭祝开业大吉，黄金遍地！
- 3、祝福贵店牛年开业大吉。生意红红火火！
- 4、广纳四海财富！吉祥如意恭贺！
- 5、在贵服装店开业喜庆之际，我们向贵公司表示最热烈的祝贺！我们衷心地希望贵店生意兴隆，生意长久！
- 6、根深叶茂无疆业，源远流长有道财。
- 7、小生意做成大买卖，大买卖做出大效应！
- 8、幽香拂面，紫气兆祥，庆开业典礼，祝生意如春浓，财源似水来！
- 9、一束鲜花，一份真情，一份信念，祝开业吉祥，大富启

源!

10、新店铺开张了，发个祝福短信表示祝贺，祝生意红火财源滚滚!

11、地上鲜花灿烂，天空彩旗沸腾。火红的事业财源广进，温馨的祝愿繁荣昌隆，真诚的祝福带动着跳跃的音符，为您带去春的生机，在这美好的日子里，祝您生意兴隆!万事如意!

12、物质文明称巨子，商情豁达属先生。

13、经之，营之，财恒足矣;悠也，久也，利莫大焉。

14、秉管鲍精神，因商作战;富陶朱学术，到处皆春。

15、相宅而居，骏业开张安乐土;多财善贾，鸿名共仰大商家。

16、送你一个吉祥水果篮，低层装一帆风顺;中间呈放财源滚滚;四周堆满富贵吉祥;上面铺着成功加永远快乐!祝开业大吉!

18、祝愿你的店在新年的一里红红火火，日进斗金。

19、广纳四海财富!吉祥如意恭贺!

20、在贵服装店开业喜庆之际，我们向贵公司表示最热烈的祝贺!我们衷心地希望贵店生意兴隆，生意长久!

## 服装店庆活动篇四

1、不进来算你错过，你进来不买那就是俺的过错。

2、佛要金装，人要衣装，漂亮女人更要选择靓丽时装。某某

服装店女人追求从内到外的美，不妨来某某服装店一回。

3、生意似春笋，财源如春潮。

4、提高保卫祖国的裤子！穿上建设四化的褂子！

5、多则惑，少则明，简约不简单利郎商务男装。

6、女人穿衣学问大，气质风格我参谋。某某服装店。

7、门迎晓日财源广，户纳春风喜庆多。

8、男人就应该对自己狠一点柒牌男装

9、相信自己，相信伙伴七匹狼男装。

10、庄重一身，吉祥一生。庄吉西服。

11、男人简单就好爱登堡服装。

12、不要太潇洒杉杉西服。

13、吉祥开业，大富启源。

14、依照箭头的指向，你就会永远走在最前头。

15、进入空间最独有的时装宇宙装。

16、为了成功的生活准则。（）迪塞尔服装。

17、金利来，男人的`世界。金利来服装。

18、镜子将不再嘲笑你。箭牌衬衫。

19、全球以此为质量标准。曼哈顿服装。

- 20、一次的选择，一生的眷恋天恩女装。
- 21、时间成就经典，岁月铸造永恒华伦天奴西服。
- 22、生意如同春意满，财源更比流水长。
- 23、流行从这里开始，美丽从这里先择。
- 24、煮酒论英雄，才子赢天下才子男装。

## 服装店庆活动篇五

- 1、佛要金装，人要衣装，漂亮女人更要选择靓丽时装。——某某服装店
- 2、时间成就经典，岁月铸造永恒华伦天奴西服
- 3、男人就应该对自己狠一点!柒牌男装
- 4、肯定已让你的耳朵听出了老茧。约翰、史蒂森服装公司
- 5、假使你喜欢听他人说话，约翰·史蒂森这个名字
- 6、依照箭头的指向，你就会永远走在最前头。箭牌衬衫
- 7、女人穿衣学问大，气质风格我参谋。——某某服装店
- 8、镜子将不再嘲笑你。箭牌衬衫
- 9、庄重一身，吉祥一生。庄吉西服
- 10、煮酒论英雄，才子赢天下!才子男装
- 11、尽情做女人。思加图

- 12、不要太潇洒!杉杉西服
- 13、金利来，男人的世界。()金利来服装
- 14、我和calvin亲密无间[]calvinklein服装
- 15、一次的.选择，一生的眷恋!天恩女装
- 16、相信自己，相信伙伴!七匹狼男装
- 17、全球以此为质量标准。曼哈顿服装
- 18、多则惑，少则明，简约不简单!利郎商务男装
- 19、女人追求从内到外的美，不妨来某某服装店一回。
- 21、男人简单就好!爱登堡服装
- 22、为了成功的生活准则。迪塞尔服装

## 服装店庆活动篇六

- 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。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

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”，这样才可以有较好效果。

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）。

## 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。我们可以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，虽然优惠的比例非常小，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。

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、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□xx年11月1日我们在福建漳州做了“hqt心x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，这点非常重要。

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□xx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的附加价值。

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。这样的促销确实非常成功，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。

## 服装店庆活动篇七

由于今年天气的因素，夏季时间比往年提前，入秋以后天气也一直比较炎热，从终端消费上看，消费者在入秋后仍然以消费夏装为主，到目前为止除了秋前款已经销售一段时间外，其他的秋装才刚刚开始销售，十一之后很多地区的气候将会变冷，将进入卖冬装的季节，所以今年秋装的销售时间将比较短，对于销售非常不利，为在十一期间促进秋装销售，配合市场部各项促销活动，制定此推广方案，以期在十一期间在终端营造出促销的氛围，为销售推波助澜。

秋收

语出《千字文》“寒来暑往，秋收冬藏”

## 1. 礼品一：衣架（见图）

以衣架作为本次促销赠品，主要目的是体现播牌人性化的一面，播牌设想周到，因为你新添了一些衣服，所以送你衣架，让你没有后顾之忧地可以去买自己的喜欢的衣服，另一个说辞就是：有了漂亮的衣服，你还要有漂亮的衣架才行。

## 2. 礼品二：围裙（见图）

本次推广主题为“秋收”，“收”其实包含收衣服和收礼品的含义，“秋收”的第一联想就是收获季节的劳动，但消费者均为都市女性，因为意义已经转换，但秋收时要用的围裙却仍有具有标志性，所以，为凸显“秋收”的主题概念，本次推广活动定制了一批围裙作为促销礼品，因为围裙是能够渗透到消费者生活里面去的’生活用品，所以，对于品牌的长期推广具有一定的渗透性意义。

1. 通过优惠促销活动的现场举办拉动消费；

2. 通过广告宣传及媒体（电视广告及报纸杂志）进行新产品的宣传；

秋收国庆 “中秋快乐

背景布前挂着许多衣架，衣架上挂着几件衣服。

活动期间，店员均穿上围裙。

喜庆

## 服装店庆活动篇八

由于今年天气的因素，夏季时间比往年提前，入秋以后天气也一直比较炎热，从终端消费上看，消费者在入秋后仍然以

消费夏装为主，到目前为止除了秋前款已经销售一段时间外，其他的秋装才刚刚开始销售，十一之后很多地区的气候将会变冷，将进入卖冬装的季节，所以今年秋装的销售时间将比较短，对于销售非常不利，为在十一期间促进秋装销售，配合市场部各项促销活动，制定此推广方案，以期在十一期间在终端营造出促销的氛围，为销售推波助澜。

## 秋收

语出《千字文》“寒来暑往，秋收冬藏”

利用古训作为秋装促销文案，以非常规的方式强调十一购买播牌是一件天经地义的事，同时也体现播牌特有的文化气息。

### 1. 礼品一：衣架(见图)

以衣架作为本次促销赠品，主要目的是体现播牌人性化的一面，播牌设想周到，因为你新添了一些衣服，所以送你衣架，让你没有后顾之忧地可以去买自己的喜欢的衣服，另一个说辞就是：有了漂亮的衣服，你还要有漂亮的衣架才行。

### 2. 礼品二：围裙(见图)

本次推广主题为“秋收”，“收”其实包含收衣服和收礼品的含义，“秋收”的第一联想就是收获季节的劳动，但消费者均为都市女性，因为意义已经转换，但秋收时要用的围裙却仍有具有标志性，所以，为凸显“秋收”的主题概念，本次推广活动定制了一批围裙作为促销礼品，因为围裙是能够渗透到消费者生活里面去的生活用品，所以，对于品牌的长期推广具有一定的渗透性意义。

1. 通过优惠促销活动的现场举办拉动消费；

2. 通过广告宣传及媒体(电视广告及报纸杂志)进行新产品的

宣传；

秋收国庆，中秋快乐

背景布前挂着许多衣架，衣架上挂着几件衣服。

活动期间，店员均穿上围裙。

喜庆。

初步规划如此，希望各部门多提宝贵建议，详细设计待具体市施工时依具体情况而定□over.

## 服装店庆活动篇九

五一长假，名目繁多的打折送礼让许多消费者都看花了眼，新品上架、旧货打折外加炫目的商场活动吸引着消费者一阵血拼，形形色色的促销手法也构成了另一道风景。

促销宣传语。

庆五一·老顾客带新顾客优惠酬宾-----老顾客可以享有新顾客消费总金额的xx%项目优惠，举例说明：一个老顾客带了一个新顾客来，新顾客当天在店里消费了xx元，那么老顾客当天消费的项目可按照xxxxx%优惠。但可限制老顾客最低消费不要低于xx元!这样老顾客实际消费xx元—(xxxxx%)xx元=xx元(实际付款)

当然要举一反三，很多时候要结合当地顾客消费情况和你发廊的实际项目情况做一些有实际优惠的'活动，生意上有一句话“亏头赚尾”，好好体会下!

个人觉得服装店肆开张宣传语还是以促销为主，“五一打折让您瑰丽不打折”，同时合营促销互动比方：

五一期间服装店购满xx0元，获赠xl化妆品送出试用装，享受特别九折；

购满xx元，获赠xl化妆品送出x品牌化妆品一支，享受特别八折；

五一期间买指定款式服装赠xl化妆品送出试用装，享受特别八八折；

购满xx元，获赠xl化妆品送出试用装，享受特别九折。

在xl化妆品店购买化妆品，获赠上述三店特别九折优惠。

现场免费打点会员资格，获赠精细礼品一份；

购物满xx元，成为金卡会员，获赠精细礼品一份和x品牌化妆品一支；

购物满xx元，成为钻石卡会员，获赠精细礼品一份和x品牌化妆品一套。

## 服装店庆活动篇十

随着服装促销目的的不同，服装促销计划有下列不同的种类：

一般而言，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，然后每年推出不同主题的营销策略，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。例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，对于业绩会有不同比率的变化，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，国定假日型例如国庆日等，然后非国定假日例如情人节、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。

所谓主题式服装促销计划是指具有特定目的或是专案性服装促销计划，最常使用在店铺开业、然后周年庆、社会特定事件以及商圈活动。

### 1、店铺开业

店铺开业代表新通路点的开发以及服务地区的延伸，为专卖店的一大要事，开业期间能吸引多少顾客，会影响未来店铺营运的业绩，因此通常店铺开业期间会搭配服装促销活动，以吸引人潮并且刺激购买欲望。店铺的经营有赖顾客的维系，因而顾客资料相当重要，所以在开业期间的服装促销活动就得在此多费心思，不妨利用开业服装促销留下顾客资料，作为未来商圈耕耘的基矗。