

# 商铺营销方案(实用5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

## 商铺营销方案篇一

20xx年12月到20xx年2月是一个充满喜庆的年度，通过圣诞节元旦节春节期间，以特卖的活动方式最低的折扣增加日月光中心广场人气，吸引客流，在迎圣诞庆元旦期间推出节日气氛，带动商场商家提高的销售业绩。充分营造良好的购物环境。为商场填补现尚未签约的商铺空间。增加整体商业项目兴奋点。适当引进目标合作商家，为今后的招商留空间。

“迎圣诞庆元旦大型品牌特卖会

20xx年12月9日—20xx年2月1日

活动场地一，日月光购物广场b1长廊中区

活动场地二，日月光购物广场b1长廊西区

活动面积约670平米

1特卖区域规划

日月光购物广场b1楼长廊区域约670平米主要以国内国外品牌为主流，突出面向周边商务楼社区阶层，引领时尚休闲新生活。

分男装区域，女装区域，箱包区域，鞋类区域，运动休闲区域，童装区域，家纺区域，饰品杂货区域等。其价格将低于市场价，在这里你可以因合理的价格买到你称心如意的商品。

## 2参与规格：

国内外品牌男装，女装，运动休闲装，皮具鞋类，床上用品，儿童用品等。

- 1、流行服饰品牌
- 2、具备三证或代理授权
- 3、存货或备货充足
- 4、折扣让利

结算展会结束后7个工作日后结算

### 一)现场布置

- 1、广场主要出入口地铁口广场设置明显的路标指示标示及大型横幅宣传。
- 2、特卖会大型展架周围以醒目的横幅，大型宣传海报加强热烈现场销售气氛。
- 3、各商家以打折库存突出特卖抢购氛围。

### 二)媒体宣传

- 1、卖场正门口，即9号线轻轨正门出口处特卖广告牌，展区内各种宣传氛围。
- 2、50万份dm单片发放全区各大商务楼，周边景点小区，人

口聚集地，重要路口。

3、上海打折网。上海丁丁网。名品导购等等。短信10万条

5、收银条累计购物满300元即送礼一份。

一)特卖区域治安安全;

1、统一收银处配备定点保安提供安全保障。

2、商品货物安全管理，并有专人看管。

3、每天安排保安值班，确保商品货物安全。

二)环境卫生

1、特卖会现场，严禁所以商家现场吃饭抽烟等。

2、有专门清洁人员随时清理现场，以保持现场清洁卫生。

本活动由各地区商家参加本次服饰特卖会，提高双方积极性，以公正。公平。守信的态度。诚恳对待客户。

## 商铺营销方案篇二

一、背景:

1. 一期工程已分别于11月18日、12月18日交房，二期工程如火如荼全面

展开，比一期工程同期加快了步伐。

2. 本案焦点之一的宁墩中路建设问题也取得了突破性进展，大部分路段进入

浇筑阶段。

3. 宁墩中路中段出现私人兴建门面房和商品房现象。

4. 有部分客户主动咨询和意向购买门面房。

5. 整个宁国市商铺行情一片低迷，不容乐观。

二、目的：

跟上项目工程进度，准备制定商铺营销方案。适时推出商铺，确保实现商铺的销售目标。

三、市场概况：

楼 盘 均 价 户 型 特 征 销 售 状 况 备 注

津河西苑小区3000元/?o(单层)一二层联体

伟华公寓3000元/?o(单层)一二层联体元月8日开始预订，现场可优惠。

汇丰花苑3800元/?o(单层)一二层联体沿街门面

西津公寓3000元/?o(单层) /?/ ?/

四、市场分析：

1. 本市商铺市场

目前宁国市善有一部分空置商铺分散在市内各主要闹市地段，如津河大厦、锦苑广场、苏果超市、汽车站、市府广场等等。典型案例之一：汽车站隔壁有个楼盘，由于其开发商认为该楼盘占据了本市的优越地理位置，对当时市场估计过高，推

出了5800元/㎡的单层计算均价。结果造成“死盘”的严重后果，至今仍未销完。由于前期定位和心理期望值，致使进退两难的尴尬局面。

## 2. 目前本市商铺的销售情况

宁国市的房产进入鼎盛时期，竞争也进入白热化状态。面对该市8万多的城区人口，多层商品房也几近饱和状态，商铺的立场就近乎尴尬状态。

## 3. 本项目分析

本项目最大的卖点是本小区未来拥有600多户业主这一庞大的消费群体资源的优势，本产品对本案内部消化能力也是一个考验。

本案最大的销售难点是来自市场本身的问题，供与求的比例。本市各大楼盘都面临卖不动的趋势，本案在地理位置上与其他楼盘没有较大的竞争力。因此，本案必须有合理的定位，科学的规划设计和实事求是适时调整的营销推广策略。

最大的销售瓶颈是道路问题。

## 五、营销建议：

### 1. 规划设计建议

a□进深：12米左右。将商铺和宁墩路面的距离按国家有关规定预留，包括与小区内建筑物的间距。

b□间宽：可根据销售情况定夺，在充分了解市场，分析客户需求制定。

c□户形特征：根据市场需求及本案特征进行可行性分析，制

定。并且在实际建设中根据实际销售情况调整和变更户型结构分割方案和心理准备。

d□建筑风格：根据小区的规划设计特征及园内的多层和别墅建筑风格，统一呼应同一风格的建筑产品。考虑美观、实用、大方的特点。

e□体量和面积：如果考虑中溪南路通车的话，不能超过40套。面积控制2000?o左右。（具体略）

## 2. 配套建议

车库和自行车车棚的配套。商铺对配套的要求是有辅助销售作用的，车库是

商铺销售中起重要制约作用的配套之一。

## 3. 产品定位

### a□目标客户定位

1. 本小区的业主和准业主；
2. 项目地附近的商贩们；
3. 小区配套有关的商家如超市、医务站、银行、邮局之类；
4. 看中本小区未来发展潜质升值空间的有闲散资金的投资者；
5. 江浙一带及周边地区炒房团；
6. 再次购房的投资者；
7. 其他人群。

## b□市场定位

1. 本案的一期已经交房，已具备一定的人气。二期工程全面铺开，小区规模已成大势。在未来一年内，能形成和聚敛如此规模和人气的小区只有本案，具备各方面条件。形成竞争力的楼盘较少，商铺推出有优势。
2. 结合本案特征，本案地理位置对于推出商铺是存在很大劣势的，加上本市商铺行情的. 低迷，特别是大体量的产品定位是大忌。
3. 本案商铺的推出，其中有一重要销售制约环节是道路的畅通。所谓商铺没有人气就没有商机，没有商机就更没有商业活动;没有畅通的交通，商业活动不能流通，商铺的吸引力就消失了。如果中溪南路的又一焦点，没有解决办法，商铺推广的可行性要大打折扣，销售难度可以想象。
4. 本案商铺的定位上主要针对围绕本小区配套这一主题，完善本小区的生活配套。提高本小区品质。因此定位上不能考虑过多的商业性趋向，而是以本案配套为主，如超市、医疗站、邮局、银行之类占绝大份额比例。体量比例应考虑不影响小区整体规划为前提，户型为框架结构，户型配比考虑灵活的分割销售(具体略)。

## c□价格定位

由于本案定位主要为了本案的配套完善，定位范围较狭窄，面对市场供

大于求的局面。我们对市场的期望值不能寄予太高。前期定位关系着规划设计和建设等硬性问题的，因此本产品的定位目前应作为商铺推广工作的首要问题慎重对待。

均价初步暂定5500?000元/?o(具体略)。

#### 4. 传播与推广建议

1. 利用与整合我们所有的有效资源，调动我们的宣传途径和渠道，宣传推广本产品。可以套用和沿用我们的团购优惠政策。
2. 运用我们颇有成效的客户带客户途径及舆论效应作好宣传推广工作。
3. 整合本案卖点和制造卖点，通过媒体及各种宣传途径和渠道，突出宣传本产品。
4. 在商品房销售过程中，附带引导商铺的推广销售工作。

#### 六、后记：

以上草书系初步探索性草案，是笔者在较段时间内对目前宁国市房地产市场概况初步调研之后，起草的非正式性文书。仅供参考，请多包涵。

起草人：鲍\_\_

### 商铺营销方案篇三

豪森华府，河东首席英伦贵族庄园领地。

作为河东目前已入住的高档小区，周边娱乐休闲设施相对欠缺，为满足社区居民精神文化需求，突出豪森华府20xx满意生活升级年的服务主体，特面向河东区范围举办本次“豪森华府”消夏夜市活动。

本次夜市是临沂豪尔森置业发展有限公司策划、准备、强力推出的一个品牌活动。本次开办夜市是提升商业街人气、方便社区居民生活，同时为河东广大夜市经营者提供宝贵的场

地、客户资源。因此，本次夜市活动是立足豪森华府社区服务河东的活动。

本次活动旨在提升商业街人气、满足社区居民需求，同时为河东区广大夜市经营者提供宝贵的场地、客户资源，为河东区经济发展与社会稳定做出贡献。

## “豪森华府”消夏夜市

临沂豪尔森置业发展有限公司

夜市持续时间□20xx年6月1日-20xx年9月30日

豪森华府“黄金城道”商业街(人民大街999号)

(1) 电视广播媒体：河东电视台家有喜事栏目报道，河东电视台游走字幕10天(成本□20xx元)

(2) 平面媒体：百盛信息河东版末版2次(成本：3000元)

(3) 网络媒体：临沂在线、临沂信息港、琅琊网、临房网新闻稿报道

## 活动物料筹备

1. 横幅2条：100元(成本：100元)

2. 宣传单1000份：河东区内各小区、市场、集贸派单(传单成本：250元)

3、活动电费(成本：300元)

a□主办方准备：

- 1) 本次活动由临沂豪尔森置业发展有限公司营销部主办。
- 2) 主办方全权负责夜市经营者的审核、合同签订、夜市管理等工作。
- 3) 主办方提供夜市经营场地。
- 4) 活动资金共需：5650元
- 5) 夜市平面图

#### 夜市经营者准备：

- 1) 在进入夜市前，须向主办方报备，在主办方许可后，方可进入夜市经营。
- 2) 报备内容：经营范围、经营人数、身份证复印件。
- 3) 自备经营所需的工作设施，主办方只负责提供经营场地。

#### b□活动组织框架：

- 1) 在商业街西侧通过卡拉ok大赛、电影放映、小区舞蹈等方式集聚人气。方式，确定一个“主力店”，考虑到小区环境、卫生等要求，建立充气堡垒吸引儿童、电影吸引男性、社区舞蹈吸引女性、卡拉ok吸引年轻人。
- 2) 以商业街现有商户为基础，建设夜市初步框架。(孕婴店、花店、美洁洗化、菜篮子、易购超市初步预定开设)
- 3) 一方面以河东商贩流动集中地(瑞华金都、安居小区、乐泰农贸)进行夜间宣传单页发放，扩大夜市知名度，吸引经营商户。

另一方面通过前期宣传方式加大夜市知名度，吸引客流。

4) 夜市经营者在夜市前，经过主办方工作人员确认后进入要求后，按规定进入夜市摊位。

5) 在夜市组织过程中，加强管理，一旦不符合主办方要求，立即清退。

c□夜市流程：

1) 夜市经营者在制定经营区域布置，严禁擅自变动经营场地。

2) 未向主办方报备的经营者一律不准进入夜市。

各经营者必须负责所属场地的卫生工作，在主办方认可后，方可退场。

1、各经营者要注意维护自己所属场地，并维持好好现场的秩序，出现拥挤或混乱时，要合理地疏散人群，以防止消费者因拥挤而受伤。

2、本次夜市前20名报备者免费(包含第20名)，后进入经营者需缴纳50元/月。本着为消费者与经营者负责的态度，特对夜市经营者责任做如下界定：夜市经营者必须向主办方报备，必须服从主办方管理，并自行承担经营所产生的一切责任与义务，进入夜市即代表夜市经营者同意本项。

3、本次活动需提前一天向主办方报备；夜市开市后，严禁私设摊位，所有未在主办方报名而自行现场参与的的夜市经营者，一切后果自负。

4、经营者请严格根据附图明确各自所在位置，严禁变动，请所有参与人员严格遵守主办方统一调度，遵守夜市秩序，直至夜市结束，严禁夜市结束前提前离场。

6、对恶意扰乱公共秩序和安全的，我们保留法律追究的责任。

7、咨询电话☎xx刘先生

## 商铺营销方案篇四

清明节假期营销攻略第一条黄金法则就是：做活动！无论是满减送还是充值送好礼等形式，都是必要的活动手段。这样一来，在提高营收的同时还能提升店铺口碑，顺利将客户收入囊中！

满减送——促销活动，轻松提升增购复购

在活动有效期内，顾客购买商品满足指定金额时，可享受一定的优惠（满减/包邮/送券/送赠品等）。

- 1、自定义设置满减送活动；
- 2、自由设置活动起始时间；
- 3、以订单为基准，活动商品达到一定条件可减金额、包邮、送赠品、送优惠券、送礼品券。

除了做活动之外，还有很重要的一点就是——节日关怀！

清明节作为祭祖扫墓的假期，大多数人都会回老家或者与父母家人一起去祭拜先祖，那么这时候如果设置相关节日关怀的话，会更有节日气息。

节日关怀——根据不同节日发放不同的关怀礼品，激活会员，根据不同节日发放不同的关怀礼品，激活会员。

- 1、设定指定的时间通过小程序商城给会员推送奖品进行关怀慰问；

2、活动奖品可采用积分、优惠券、商品等；

3、帮助商家增强顾客黏性的新型营销应用，比如拼团、砍价等活动。

爆品推荐，增加营收

零售企业可以在门店门前，放置二维码引流，只要用户扫描二维码进入小程序商城，就有新的客流量！

用户首次在小程序商城购买产品即可赠送积分，帮助企业增强客户黏性。还可以在爆品商城上架一些清明时节的时令产品，吸引客户下单购买，同时开放全民分享功能，客户自购省钱、分享赚钱！

此外，为助力中小零售企业实现“自救”，赢合恒盛推出以下服务，帮助中小零售企业，用低成本扭转企业现状，实现门店形象、组织架构、运营体系、员工技能、业绩等多维度的提升。

## 商铺营销方案篇五

今年清明是4月5日，正好是星期五，估计可能放假3天，清明时节同样也是郊游、踏青、休闲、亲友聚会、户外运动的好时机，（郊游、采野菜、野餐、自驾游……）都将成为人们热衷的活动，大家到郊外扫墓踏青，总要带上些吃的、用的。户外用品的商品备货尤为重要。

一、4月x日（周x□）——4月x日（周x□）

二、清明“踏青节”——“春游踏青”、“出游好时光”

三、活动

活动期间，凡在\*\*购穿着类、百货类商品满100元，送15元购物券，满200元送30元购物券，化妆品满200元送15元购物券，以此类推。

1. 购物券只限活动期间使用，全楼通用，过期作废。

2. 超市及明示商品不参加本次活动。

特邀荣事达、容声、九阳、格兰仕四大品牌厂家为您现场演示使用方法，讲解相关知识。美的、苏泊尔、爱德等系列电磁炉、电饭锅、电压力锅超低价火爆热卖！

清明踏青节特价商品：

羊毛衫全场5折起，金盾服饰部分5折起；

中国女装十大品牌“迪丝平”入驻\*\*，全场88折火爆热卖！

童装新款全新登场，并推出一系列特价服饰，运动裤18元/条，衬衫16元/件，t恤10元/件。

：清明·踏青节——休闲运动服饰特卖会

活动期间，耐克、以纯、森马、美特斯邦威等名品新款全新上市！\*\*运动休闲城推出百款休闲装、旅游装特卖会！耐克部分6折起，哈尔佳运动裤39元/条，万杰隆运动裤59元/条，麦迪雅运动服78元、88元/套火爆热卖！

：清明·踏青节——郊游用品展销特卖会

活动期间，推出郊游用品、休闲食品展销会，四楼新款数码相机全县最低价热卖，部分成本价热卖三天，尼康数码相机特价1080元/部。

超市蛋糕、熟食、面食每天推出几款商品7折热卖，红皮鸡蛋不定时全县最低价销售，大米39元特卖。

超市百货类商品满158元，送2.5kg大米一袋。

柔影卫生纸原价20.50元，现价16.90元。

格雅名表全场8折，头饰0.10元起抢购！

活动期间，\*\*鞋城将推出千双旅游鞋、名品新鞋特卖会第二波，特价39元起售，特价单鞋、布鞋10元热卖。康奈、红蜻蜓、飞驼、仙妮特等部分男女单鞋断码处理6折起！

童鞋新款全新上市，并推出特价凉鞋29元、35元、39元热卖。

清明节吃鸡蛋，\*\*精心为您准备10000只鸡蛋等你来，活动期间，在二楼中厅推出投色子，赢鸡蛋活动，顾客单票购满30元以上，可投色子一次，满60元投二次，满90元投三次，最多投三次，根据投出色子的`点数，赢取清明节鸡蛋。

1. 电视台字幕广告、飞字广告

2. 卖场看板、吊挂等（“走！踏青去！”……）

4. 楼前大看板、跨路彩虹拱门

5. 彩色传单（10000份，员工自行发放）或晨鸿信息（15000份，随大众日报发行）

6. 主要通道地贴（略）