

服装活动促销方案标语 服装活动促销方案 (实用15篇)

严肃查处整改中的失职失责行为，保证整改工作的纪律性和规范性。以下是小编为大家收集的游戏策划范文，供大家参考和学习。

服装活动促销方案标语篇一

元旦是一年中第一个重要节日，此时消费者经济比较宽裕，购买能力强、我们通过“现金”即时回报提升入店人气，烘托喜庆氛围，且“抓钱能手”寓意感强，使消费者产生联想和期盼，易刺激消费者的购买欲望，最终达到冲刺年终销售高峰的目的。

12月28日至1月6日

恒源祥网络终端

金猴嘉奖抓钱能手

手有多大，奖金就有多大

看“谁”是抓钱能手

过年恒源祥全家喜洋洋

- 1、通过当地电视台，当地商报针对目标消费群作信息告知；
- 2、通过手机短信一对一告知活动信息，达到有效针对vip客户；
- 3、通过别致的店内外布置，使销售终端气氛隆重热烈。

中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网

1、限时限量

2、金猴嘉奖抓钱能手

购物满xx元，即现场进行嘉奖一次，在奖池中单手抓现金，能抓多少给多少。

3、过年恒源祥全家喜洋洋

活动期间为全家人购物满xx元，送vip金卡一张(享有购物打8、8折的`优惠)和元旦精美礼品一份。

1、店内挂pop吊旗，店外彩旗，顾客购物赠送新春贺卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围。

2、在活动黄金时段，穿着奥运福娃卡通服装，身挂“新春穿新衣，新衣伴好礼”“过年恒源祥全家喜洋洋”“看谁是抓钱能手”字样条幅在店外宣传，以吸引客户。

3、春节前一周以播放欢快的春节歌曲为主，室外装饰灯笼等。

4、各店活动商品或者赠送品必须于27号晚上前全部到位，并且将活动细则的解释工作落实到每位员工。

服装活动促销方案标语篇二

有专家曾经说过，促销越来越像是厂家和商家的“鸡肋”，食之无味，弃之可惜。但也有专家曾说过：不做促销可能连个鸡骨头都没有。面对竞争，逃避只能是坐以待毙。

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。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，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)。

服装活动促销方案标语篇三

温馨五月情、感恩慈母爱

20xx年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提供的价值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

2) 活动时间：5月10日‘母亲节’当天

3) 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提供的价值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）

服装活动促销方案标语篇四

（一）活动主题

新店、新礼、新时尚。

新店添时尚。

时尚新店、好礼相见。

（二）活动时间：七夕期间。

活动周期：开业之日起十天（关键是前5天）。

选择周六或周日、是节假日开业。

（三）活动对象

25—40岁的社会各阶层人士；

本次活动也会通过促销礼品的选择来吸引一些男性性消费。

1、专卖店全体人员深入熟悉本次活动的主题、形式等；

2、活动期间，导购、促销人员、执行负责人等均应提早到岗，确认各项准备工作到位；

3、每天营业前摆放主题海报，检查其他宣传物料、促销礼品等是否齐备；

4、dm或其他宣传单置于店内供顾客自取（企业内刊）；

5、专设开业促销活动区域及业务宣传台，并有专人负责；

6、专人负责物资准备：横幅、海报、报纸、促销礼品；

7、每天营业结束后收好主题海报及其他形象画面；

8、注意整理并及时把持有贵宾卡的消费者的资料输入电脑做备案资料。

公司总部提供：

a、负责本次促销活动的宣传广告画面、海报、易拉宝、横幅、礼品包装的设计等；

b□加盟商负责本次“新店开业”促销方案的协调、执行、监督；

c□店长负责统计礼品数量、礼品派发进行跟踪；

d□督导负责促销方案执行、促销礼品、贵宾卡，开业地毯、画册、企业报纸等的确定；

e□片区经理对终端礼品、活动物料督促落实情况，跟踪、促销活动指导、监督、促销效果评估等。

（一）营造气氛的原则

1、紧密结合主题，形成主题表现；

2、突出隆重感及视觉效果；

3、所有宣传物出现品牌logo□突出表现“时尚”的以及“企业”文化；

4、用统一的品牌视觉形象出现，体现品牌运作的规范。

（二）、造势规划

1、周边街区

a□专卖店邻近街和市区主干道布标宣传；

b□专卖店邻近街口指示牌宣传；

c□商业集中区、重点街区dm发放；

2、专卖店外

a□门前设置升空气球；

b□楼体悬挂巨型彩色竖标；

c□门口用气球及花束装饰；

d□专卖店前设立大型主题海报（开业专用）一块，发布开业惊喜活动。

3、店内

a□店内设立迎宾和导购小姐。

b□专设开业促销活动区域，摆设活动宣传品、礼品及纪念品□c顶端悬挂pop挂旗。

d□店内主题海报（新品专用）宣传。

e□现场宣传单的发放。

（一）进门有礼

进门后随机发放笔、打火机、笔记本、钥匙扣等小礼品。

（二）试穿有礼

试穿店内的服装的顾客可送一双价值29元的棉袜。

（三）会员制度

凡有发送购物顾客，前50名赠送会员卡一张，注册登记后成为永久会员，享受选购品牌服装的特别优惠和其他vip专享活动。购物并消费达到300元以上送马克杯，前50—100购物并消费达到300元以注册成为会员，送马克杯。活动目标顾客群

体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

（四）积分兑换礼品

另一类是“贵宾卡”，其积分方式为顾客每消费1元时，贵宾卡内积1分。积分年内累计，将于20xx年11月根据各贵宾卡内积分的额度进行相应比例金额的购物卡回馈。

回馈方式：年底我店会员消费积分达5000分以上时，我店根据其具体消费金额计分进行回馈。积分回馈最低门槛为5000分起，每1000分兑换10元赠券，换领的“赠券”可于我店全场购买商品（本回馈赠券限我店一层使用/特例专柜及商品除外）。

同时会员积分达到相应标准也可赠券与护肤化妆品指定商品二选一。

具体回馈方法为会员积分达6000分可回馈60元赠券或与护肤化妆品二选一；达8000分可回馈80元赠券或精品腰带/护肤化妆品，护肤化妆品赠完即止。领奖后会员卡内相应积分即刻扣除。

服装活动促销方案标语篇五

XXXX

x月x日

女装10个、男装2个(温格、资本)、皮具2个、皮鞋5个、休闲运动4个、玉兰油

所有专柜3款情人节特别商品推荐

配套活动(金行, 手表, 美容院)

部分专柜消费不限金额即送玫瑰

1、情人节“爱她就要大声说出来”

活动时间□x月x日-x月x日

地点: 大门中厅

活动内容: 活动期间, 顾客即可至大门中厅爱情告白墙上留下您的“爱情宣言”, 现场进行拍照留念, 并把拍好的照片用电子版形式发送给您。(需要顾客留下qq或电子邮箱)

2、贴心礼品包装服务

x月x日-x月x日凡购百货商场内任意商品, 凭当日小票即可至客户服务中心享受礼品免费包装服务。

地点: 客户服务中心

服装活动促销方案标语篇六

[促销主题]

恭贺新禧喜迎新春, 共庆佳节洛兹奉献。新春是绚丽的, 精彩的, 浪漫的, 时尚与激情在这个多彩的日子里完美汇聚, 洛兹男装佳节礼相连, 与您共度绚丽节日!

[促销时间]

建议20xx年x月底至春节后一周

[促销内容]

- 1、新年新气象，全场xx折起。
- 2、凡购物即送新春礼品一份。

[促销主题]：洛兹男装店周年

[促销时间]：自定

[建议促销内容]：

- 1、全场服饰xx折，部分商品除外；
- 2、活动期间来店即送精美礼品一份；
- 3、折后满xx_元赠送指定服装一件；
- 4、活动期间推出店庆价新款服饰；
- 5、可以旧换新，只需补足前后购衣差价。
- 6、消费者现场办理vip贵宾卡活动。
- 7、店庆当天过生日的男士出示身份证即可以xx_折特价购买任意服饰一件。

[促销主题]：洛兹男装棉褛系列文化月

[促销时间]：自定

[建议促销内容]：

- 1、全场服饰xx折起。

2、打折后累积消费满xx元，可获得指定服装一件。

主要目的：以上回馈以推广新品为主拉动销售力度，同时，通过赠送库存产品提升销售额。

服装活动促销方案标语篇七

恭贺新禧喜迎新春

共庆佳节洛兹奉献

新春是绚丽的，精彩的，浪漫的，时尚与激情在这个多彩的日子里完美汇聚，洛兹男装佳节礼相连，与您共度绚丽节日！

建议某某年12月底至春节后一周

- 1、新年新气象，全场xxx折起。
- 2、凡购物即送新春礼品一份（送完为止）。

二，店庆促销活动（包括新开店）

洛兹男装××店喜庆×周年

自定

（以下促销活动可自由选择，组合）：

- 1、全场服饰xxx折，部分商品除外；
- 2、活动期间来店即送精美礼品一份；
- 3、折后满xxxx元赠送指定服装一件；

- 4、活动期间推出店庆价新款服饰；
- 5、可以旧换新，只需补足前后购衣差价。
- 6、消费者现场办理vip贵宾卡活动（满500元可办理贵宾卡）。
- 7、店庆当天过生日的男士出示身份证即可以xxxx折特价购买任意服饰一件。

三、单品文化月（周）促销活动

洛兹男装棉褛系列文化月（或者其它单品系列）

自定

（以下促销活动可自由选择，组合）：

- 1、全场服饰xxx折起。
- 2、打折后累积消费满xxx元，可获得指定服装一件（库存产品）。

主要目的：以上回馈以推广新品为主拉动销售力度，同时，通过赠送库存产品提升销售额。

3、××原价xxx一律xxx

主要目的：以特卖为主，拉动库存销售。

为统一洛兹品牌形象，“恭贺新禧，喜迎新

春”促销活动（对元旦，新春进行连带策划）的主题，时间，内容由企划部统一拟定，不做修改，物料统一制作，发放。

店庆促销（包括新开店），单品系列促销活动由客商根据市场需要进行选择是否实施，平面设计方案由企划部统一拟定。同时，鉴于市场特殊性，店庆，单品促销活动的'时间，内容仅供各分公司经理及代理商参考，挑选。具体促销时间，促销内容（包括大型活动公证）请各分公司经理和代理商根据市场及地区实际情况确定，精美礼品也由各分公司及代理商根据活动要求自行确定，并当地购置。

为保证促销活动按计划展开，请客商认真统计活动实施所需要的吊旗，立牌等物料数量，并确定店庆（包括新开店）及单品系列促销的时间，内容。请在表格相关位置填写统计好的各物料数量，确定的促销时间及选择好了的促销内容。

服装活动促销方案标语篇八

返现就是终端店在促销时，规定买满多少金额，现场返还现金多少，比如买满200元返20元，如同打9折。这种促销手段商场用得比较多，因为就是直接用现金返还的，所以，吸引力较大。但就是在制订促销时，要注意返现的金额，既不超出限制，又能有吸引力，所以，制定合理的返现金额就是十分重要的。

限时抢购

商场用得比较多，对于比较大的店铺里也可以用，可以提高二天左右进行宣传，横幅可以提前挂，真正促销时间可以限时一天，一般产品折扣都比较低，把新产品正价产品收柜，如果数量不多的话可以继续向公司申请，以达到一定的影响力，找一个很好的主题，如全场装修、门面拆迁、店庆等。

抽奖促销

就是指利用消费者追求刺激和希望中奖的心理，以抽奖赢得现金、奖品或者商品，强化购买某种产品的欲望，对销售具

有直接的拉动作用，可以吸引新顾客尝试购买，促使老顾客再次购买或者多次重复购买，达到促进产品销售的目的。

抽奖促销就是我们在日常生活中最常见的促销方式。采取抽奖促销的不分就是大品牌，还就是新进入市场的品牌，都就是屡试屡爽的促销方式。

特价周期

固定的促销时间，让消费者形成一种习惯，以特价为主，比如每周六特价促销日，比如每月特价专场，把正价产品入库，促销结束后再全部更换产品，做好陈列，以消化库存为主。对于比较大的店铺来说库存也比较大，特价专场就可以试用。

折上折

有的商场实行4折销售，却用另一种方式如5折再8折，吸引了不少人购买，这就是抓住人喜欢优惠多的心理。店铺也可以借用，比如会员可以折上折，比如买满多少还可以再9折。

直接打折

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，直接打折在促销中采取的最常见、也就是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处就是促销，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，就是最直接的方法，也就是消费者最容易接受的方法缺点就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

场外促销主要借店外客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，客流量也不错的，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。

新品促销

内衣店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要就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。

服装活动促销方案标语篇九

1. 以纯在抚州休闲服装市场上有一定的知名度和信誉度;
2. 稳定及扩大抚州市场的消费群;
3. 使销售量提升10%。

随着国家经济的快速发展，人们的生活节奏逐渐加快，休闲

服装以其轻便，个性的特点也随之收到了广大消费者的喜爱，占有了一定的市场。以纯服饰应运而生，因其精湛的手工，优质的布料，起货快捷，新潮的款式而名闻，深受各地顾客的喜爱，迅速成为国内外知名休闲服装品牌之一。在抚州，与以纯竞争的有森马、美特斯邦威、真维斯、依米奴等休闲服装品牌。这些品牌也独具特色，和以纯一起分割了抚州休闲服装市场份额，成为了以纯强有力的竞争对手，影响着以纯服饰的销售状况及市场占有额。

以纯的目标客户主要集中于15--25岁的消费群，据我们调查统计，在抚州其中80%的消费者是学生。第一，学生无固定收入，主要经济来源于父母，这是影响学生消费的主要因素之一。第二，学生年轻时尚，充满活力，更倾向于独特富有个性的服饰。第三，据调查，他们在选择服饰时，最吸引他们的是值得信赖的质量，而最影响其购买的因素是价格。

在抚州众多休闲服装品牌当中，以纯的这些问题越来越凸显：第一，以纯服饰质量口碑较差，使其被消费者冷落。第二，以纯服饰价格定位不当，使顾客望而却步。第三，以纯服饰款式样式不多，容易撞衫。第四，其促销方式老套，一成不变，提不起消费者的兴趣。

针对上述以纯服饰的劣势，第一，本公司应做好质量的严格监控，确保消费者对产品的质量拥有较高的满意度。第二，面向学生这个主要消费群，在确保质量令人满意的情况下，降低成本，以适当降低产品价格，提高产品的性价比。第三，引领潮流前沿，注重产品款式设计，加强产品的新颖度，缩短产品的更新周期。第四，调整产品促销方式。

通过这些方式，以纯服饰的消费者将增多，销售量将增加，品牌的形象信誉将提升，市场份额将会扩大。以纯服饰得以存在并拥有一定的相对市场占有率，也有其内在的优势，具体表现在：以纯的logo中特有的蓝色，结合其一直以来的健康和友爱的`形象，被认为是纯净心灵和甜美爱情的象征；与

其他休闲服装品牌相比，其售前和售后服务质量较好，做到了热情、到位、及时的服务，在这方面有较好的口碑；以纯拥有一个强大的设计队伍，其强大的设计队伍每年往返于欧洲、美国、日本、香港等时尚圣地，采集最新的流行资讯，并将之简单化为可被本土年轻人认同，追捧的流行时尚，服饰的色彩、款式、比例都有其独到之处；以纯专卖店的装修设计富有特色，体现了健康时尚的特点，容易吸引消费者。

为了使以纯在森马、美特斯邦威、真维斯、依米奴等休闲服装品牌中脱颖而出，获得更大的相对市场占有率，增加年度销售量，我们努力做到从4p中找到有效的策略。

1. 产品策略

基于顾客对以纯服饰的质量不满意，本公司应立即改善现有的产品质量监控系统，制定严格的产品质量监控体系，严格控制不合格产品的出产，保证到达消费者手中的产品是能令消费者满意和值得消费者信赖的。另外也要注重产品的开发，确保产品在款式设计上层出不穷，这就需要设计团队的努力，设计团队应紧跟潮流，拥有发现时尚的慧眼，及时更新服饰款式。也要吸收培养年轻的设计师，因为他们才更懂年轻人喜欢什么样的服装款式。其次，在产品包装上也要做到独具匠心，因为我们面对的主要消费群是富有个性，充满活力的年轻人，他们不希望产品的包装大众化，没有特色。

2. 价格策略

据调查统计，以纯服饰和大多同类服饰都有一个共同的缺点，那就是价格过高。如果以纯在价格上稍作下调，那就比其他同类服装品牌更具优势，市场渗透性就更高，能够刺激现有的顾客购买更多的产品，还能吸引竞争对手的顾客，提高现有产品的市场占有率。

3. 广告宣传策略

虽然以纯在大多学生中的知名度较高，但在非学生的消费人群中知名度并不高，而且以纯在质量上的信誉度也不高。针对这些问题，我们应做好强有力的宣传攻略，提高以纯知名度的同时，加强产品的信誉度。

电视广告—寻找年轻时尚知名的代言人，广告着重产品的质量 and 个性时尚设计，树立消费者心中的品牌意识。

网络广告—在网络公布最新时尚风向标，并展示以纯服饰的最新设计。

杂志广告—展示以纯服饰的个性时尚搭配。

还可通过交通载具广告、悬挂标语广告等形式使以纯这个品牌广泛地深入人心。

4. 促销策略

据调查，以纯和其他休闲服装品牌一样，主要是在换季的时候采取促销手段。其实如果在平常多实施一些产品促销活动，更有利于提高其销售量，可以采取一下方式：买两件打九折，买三件打八折；买衣服送一本以纯服装搭配风向书；买裤子送皮带；买满288元就拥有一次抽奖机会，有机会获得在全场任意挑选一件衣服或裤子的机会等促销活动。

5. 销售渠道策略

现在网络越来越发展，网上购物也成为了一项时尚的购物方式，这也无形中减少了实体店的销售量。从这方面来看，我们应抓住这一机会，完善以纯品牌在网上的专卖店，做好网络宣传，吸引网络客户，做到“人人都知以纯网，家家都爱以纯网”。

也可在不同区域建立以纯专卖店，选址合适，做到“顾客想

买，方便找”。

以纯服饰以满足年轻人的学习、工作与生活需要为目的，致力于为年轻人提供时尚休闲服装，关注年轻人的消费需求，努力在价格上体贴消费者。为了让更多消费者喜爱以纯，关注以纯，提高以纯的知名度、信誉度和销售量。我制作了此营销策划书。

服装活动促销方案标语篇十

[促销主题]

恭贺新禧喜迎新春，共庆佳节洛兹奉献。新春是绚丽的，精彩的，浪漫的，时尚与激情在这个多彩的日子里完美汇聚，洛兹男装佳节礼相连，与您共度绚丽节日！

[促销时间]

建议20xx年x月底至春节后一周

[促销内容]

- 1、新年新气象，全场xx折起。
- 2、凡购物即送新春礼品一份。

[促销主题]：洛兹男装店周年

[促销时间]：自定

[建议促销内容]：

- 1、全场服饰xx折，部分商品除外；

- 2、活动期间来店即送精美礼品一份；
- 3、折后满xx_元赠送指定服装一件；
- 4、活动期间推出店庆价新款服饰；
- 5、可以旧换新，只需补足前后购衣差价。
- 6、消费者现场办理vip贵宾卡活动。
- 7、店庆当天过生日的男士出示身份证即可以xx_折特价购买任意服饰一件。

[促销主题]：洛兹男装棉褛系列文化月

[促销时间]：自定

[建议促销内容]：

- 1、全场服饰xx折起。
- 2、打折后累积消费满xx元，可获得指定服装一件。

主要目的：以上回馈以推广新品为主拉动销售力度，同时，通过赠送库存产品提升销售额。

服装活动促销方案标语篇十一

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。

服装活动促销方案标语篇十二

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。

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。

2、加x元送xxt恤活动主要针对库存量不多，款式市场上不太受欢迎的衣服。可以作为一个有效的促销活动方式，利用消费者占便宜的心理去消化掉那一部分库存。同时激发部分还在犹豫的消费者的购买欲望。

3□x折特价衣服，买一送一活动主要针对库存量大，但款式没市场的衣服。利用超低价位来吸引消费者来消化这部分衣服。同时可以作为吸引消费者进行围观购买。拉动产生羊群效应。

4、网购更划算主要根据现场派送抵运卷，消费者可以凭借上

面的序列号到网上抵运费换购产品，通过本地区的消费者传达信息，让拉动外地的消费群体，扩大影响群体和销量。

5、网络抽奖加官方微博，参加转发微博活动，可以获取奖品一份。全国包邮！主要是通过现场的宣传，把线下的消费者引导到网上，以获取消费者资料，方便后期的宣传的互动。加强品牌文化方面的宣传和影响。

6、一元超低价活动

a□活动日期x月x日、x月x日、x月x日

b□超低价商品明细表（仅供参考，具体由xx确定）

价位	1元	1元	1元	1元	1元
产品型号	数量	5件	5件	5件	5件
单价	x元	x元	x元	x元	x元
合计	x元	x元	x元	x元	x元
亏损	x元	x元	x元	x元	x元

3个服务点共x件3天共x件x元x元c□超低价抽号券2种领取途径：

□a□□每天的排队的前50名顾客都可以领取抽号券。（凭单张抽奖换取）

□b□□月x日—x月x日各分服务点每天购物满200元以上即送1张，每天x最多送出50张。有收钱人员派送抽号卷□d□方法□x月x日—x日各分服务点每天上午10：30开始派发抽号券。每人只能认领一次。

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），各店把超低价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□xm□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xxxxxxx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

服装活动促销方案标语篇十三

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）

服装活动促销方案标语篇十四

为了提升服装店的销量，带来更多的. 客户，提升店面品牌形象，我店特地开展了一系列服装促销活动。

x疯狂抢衣大比拼。

20xx年xx月xx日至xx年xx月xx日。

通过一个星期时间的人气集合，当晚参与活动的人员只多不少数百种商品的赞助，其价值将远远高于购物最低标准，迎合了众多顾客贪便宜的心理，参与性加强。由于现今休闲服装单品价值较低，所以购物参与的最低标准定为x元，可促进其商品销售。活动现场气氛热烈，使人过目不忘。

促销活动气氛不必多言，需根据卖场不同进行区别对待。现场秩序更为重要，人员分配如下：计时人员2人、核定商品价值人员2人，主持1人、发号员2人、公布价值员1人、保安若干。商家赞助商品需把握一定尺度，价值不能太低。其它活动也需跟进，如发放礼品等，不需多言。

x月x日报纸四分之一通栏，设计思路：不能过分强调商品促销，应以服装促销活动为主，将抢衣活动介绍清楚及诱导顾客参与为重中之重x月x日报纸四分之一，以促销为主，重点转为商品促销以及整体活动介绍，并突出x夜场。发放活动传单若干。

服装活动促销方案标语篇十五

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。

1. 市场背景

(1) 全国各地休闲服市场竞争激烈

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

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

由于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（温州地区）

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□xx的市场表现

知名度、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。

消费者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xx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。

xx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。

1、充分展示xx独特的个性魅力。

2、提高xx的美誉度。

3、以温州市区xx专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。

4、促进xx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

活动主题：火红五月别样天

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xx夏季服饰已经全新上市；

(5)体现xx在不断的完善自己。

活动地点：所有xx专卖店

活动时间□xx月xx日至xx月xx日

(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。

由于本次活动属于常规策略活动，它是xx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

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) 在温州电视台及有线台以新闻形式发布消息和软广告

b) 在温州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)xx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

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。

暂略

将会使两败俱伤，所以xx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。