# 最新女装促销活动策划方案 女装促销活动主题(6篇)

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2024-06-17

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。女装促销活动策划方案 女装促销活动主题...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**女装促销活动策划方案 女装促销活动主题篇一**

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。

二、推广主题

秋收

三、主题诠释

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

四、礼品促销

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。

五、促销办法

(详见十一活动通知)

六、主题海报

秋收

国庆·中秋快乐

七、橱窗布置：

背景布前挂着许多衣架，衣架上挂着几件衣服。

八、店员着装：

活动期间，店员均穿上围裙。

**女装促销活动策划方案 女装促销活动主题篇二**

一、主题：

幸福大投“球”，下一个属于你。

二、活动时间：

上午10：00开始

三、现场准备：

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开业\_\_，宣传标语悬挂好。

主要活动

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)。

规则与要求：

1.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)

2.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。

特制大衣要求：

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)

四、具体促销活动方案

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。

**女装促销活动策划方案 女装促销活动主题篇三**

一、活动目的：

1、利用\"十·一\"国庆黄金周的优势，提高品牌在同行业市场的知名度；

2、黄金周的人流量比较大，可有效地提升营业额；

3、用促销来回报消费者，奉送给广大消费者一片真情，树立\"塞尔曼\"在消费者心中的美誉度；

4、利用\"十·一\"国黄金庆周，馈赠老顾客，开发潜在消费群体；

5、趁国庆的热度将新品进行有效的推广。

二、活动主题：平分秋色

--塞尔曼喜迎国庆促销活动

三、活动时间：

20\_\_年9月26日——20\_\_年10月8日

四、活动地点：

各地专卖店

五、活动内容：

喜迎国庆，金秋送爽!塞尔曼为了感谢广大消费者的厚爱，特在国庆期间举行\"平价分享秋装男人本色 塞尔曼喜迎国庆促销活动\"。凡9月26日——10月8日促销期间，在塞尔曼专卖店或专柜购买任何一款商品者，7.5折优惠

满288元有礼品赠送一款精美礼品。送完为止!

此次活动的解释权归塞尔曼总公司所有。

六、礼品种类

1、礼品种类：毛巾(有塞尔曼字样)扑克、圆珠笔等熨刷(参考)

七、广告的投入

1、现场招贴宣传海报

2、吊旗

3、pop

4、易拉宝

八、平面设计的使用

平面设计的使用按照常规来执行，视各地专卖店及专柜的具体情况自行决定。

1、使用时间：整个活动期间

2、使用地点：塞尔曼服饰专卖店或专柜

3、涉及项目的使用方法：

a、吊旗

悬挂在专卖店的天花板上。

b、pop

贴在专卖店的橱窗或者背景板上。

c、易拉宝摆放在店门口或专柜旁。

d、店铺海报

将海报放在看板上，置于店门口，条件允许的店面也可在店面门柱上张贴海报，以增加促销的气氛。

e、促销海报

使用方法与店铺海报相同。

**女装促销活动策划方案 女装促销活动主题篇四**

一、活动主题：

浪漫情人节，万枝玫瑰免费送

二、活动时间：

2.11-2.14(4天)

三、活动内容：

明星专柜情人节：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）

万朵玫瑰免费送：部分专柜消费不限金额即送玫瑰

四、特别企划：

1.情人节“爱她就要大声说出来”

活动时间：2月11日-2月14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，女装情人节活动方案。（需要顾客留下qq或电子邮箱）

2、贴心礼品包装服务

2月12日—2月14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

3、恋人花语情定今生送好礼

活动说明：情人节当天满就送，购物满不同的金额送不同等次的礼品。

**女装促销活动策划方案 女装促销活动主题篇五**

一、策划目的

随着社会的发展，服装经济在市场需求的不断变化下蓬勃发展，女士们对于服装的要求越来越高，品种要求越来越多，对衣服的质量也越来越在意。茵曼女装主推“棉麻”，在服装市场上容易独树一帜，获得关注度。策划的主要目的就是把这种“棉麻”的主张进一步推广，取得顾客的广泛认知。

二、市场现状

一、市场形势：服装市场良莠不齐，因经济水平不同，顾客购买力不同，消费者在需求、观念与购买等方面都不同。

二、产品情况：产品销量经常是排在淘宝女装品牌前列，价格偏高，利润偏高。

三、竞争形势：主要是新兴涌现出来的一系列棉麻服装品牌，开始抢占市场。茵曼女装市场占有率比较高

四、宏观环境：消费者对服装需求巨大，服装市场很有潜力。而且近年经济发展迅速，消费者的购买实力也很强。

三、swot分析

营销方案，是通过产品和市场的结合分析，和策略的运用，因此，swot分析是营销策划的关键。

一、产品优势分析（相对竞争品牌）：

产品质量好，手感比较好；

产品款式多样化，能够满足不同需求的消费者。

二、产品劣势分析

棉麻市场质量良莠不齐，有些消费者分不清好与坏，茵曼品牌比较容易被有些消费者混淆，品牌宣传度不高。

三、市场机会分析

在服装市场中，“棉麻”概念是一个全新的概念，现代人开始注重环保与养生，比较容易接受“棉麻”产品的衣服，市场潜力很大。

四、环境威胁分析

由于服装市场没有一个良好的市场机制与市场环境，有些法制不健全，服装款式容易被抄袭，而没有一定的法律来规范。

四、营销目标

营销方案策划实行期间，达到综合销售量为1000万件，预计毛利20000万元，市场占有率实现30%

五、营销战略

一、目标市场战略

(1)市场细分：依据人口、地理、消费者心理、行为进行细分

(2)市场选择：以25~29岁的经济实力比较雄厚的女性白领为主要消费人群，对她们进行一系列服装的设计。

(3)市场定位：定位于中高档人群，服装价格偏高。

二、市场营销组合

(1)产品策略：独立研制开发、联合经营、协约开发

(2)价格策略：采取节假日放利等活动

(3)渠道策划：采用垂直渠道营销

(4)促销策略：在淘宝首页采取广告方式进行宣传，通过促销让利。

交易则通过线上线下完成，促销内容则根据时令调整。

三、市场营销预算

总费用：20万元

阶段费用：10万元

项目费用：10万元

四、促销

(1)广告：十一国庆节，在淘宝网首页进行广告宣传

(2)销售促进：

a.通过满“199元减10元、满299元减20元、满499元减50元”让利消费者;

b. 抽奖活动：每天前十位消费者有机会免费抽奖

c.会员制：一次性消费满多少限额，可以送会员卡

六、客户管理

一、建立销售信息：注明产品类型、名称、价格，由顾客签字确认，方便售后服务。

二、建立会员信息簿：记录会员信息，会员在生日当天，凭会员证和身份证可以免费领取一份礼品。

七、总结

通过促销活动，可以传播企业文化、树立企业形象以及宣传企业新主张，聚集人气、吸引人流、增加销量，从而提高市场占有率，对抗竞争对手带给我们的市场压力。一次成功的促销策划活动，可以提高企业名声，使产品品牌获得更高的关注度，从而扩大产品销量。

**女装促销活动策划方案 女装促销活动主题篇六**

一、店面销售商品定位：韩国时尚女装，主要以针织上装为主。

二、店面装修风格：高贵典雅的装修风格，店面色彩以咖啡色为主，米色为辅，装修材料主要以纤维为主，体现购买者(女人)的唯美感和曲线感，吸引顾客进店。

三、店内人员的配备：2到3名导购员，要求有较强的服饰搭配能力，了解服装的面料及制作，对工作认真负责。性格开朗大方，有亲和力，语言表带能力强，能给顾客提供很好的着衣建议。

四、促销方案内容设计：

促销，是服饰业经营中的一大利器，不但可以促进销售额的上升，还有助于提高店内形象，与顾客建立长期合作关系。结合调研结果，我们发现，地一大道开业时间不久，客流量不高，到富二来购物的顾客更不是很多，我们决定把促销目标人群定为我们的同学和老师，学校人员集中，年龄符合地一大道的购物群体，而且地一大道的商品也符合学生和老师的购买需要和购买能力。我们采取了以下促销活动。

1、在本学院网站发布报道为我们的参赛活动做宣传，以期让更多的同学知道我们的比赛，同时吸引更多的本校同学来我们的店购买商品

2、于23日正式比赛之前在学院两个校区同时张贴海报，进一步增加比赛对本校同学的影响力，在海报上注明持本院学生证可以享受优惠，希望能最大限度的得到本校同学的支持

3、比赛开始前，在两个校区对各个系部的老师对我们的比赛活动进行宣讲，为本校老师发放vip卡，使其成为我们重点客户。

4、23-28日每天比赛期间每天的上下午到富一层各发布半个小时的代金券(10元、20元、30元)，把人流引到到店内进行消费。在店内张贴pop海报，最大限度的拉动现场的零散顾客来我们的店里购买商品。

5、我们在做调研期间给每位顾客留下了信誉卡，欢迎他们在活动期间来我们的店里购买服装。

6、我们把服装店的logo做成粘贴，每个衣架上都贴有我们统一设计制作的logo。并精心为顾客准备了购物袋，在每次销售完成后用logo的粘贴封袋，让顾客记得我们changeyou服装店、记得“地一大道”组织的这个活动。做到进店的消费者能留下深刻的品牌印象，未进店的潜在消费者能看见我们流动的品牌宣传。

7、诱导消费是指消费者获得的部份，例如赠品、折扣等，现在还是有很多贪小便宜的人，可以抓住这一部分人的心理，帮助你做好促销。在圣诞节我们为所有进店的消费者精心准备了小礼品，促进消费者的消费欲望并设计布置了特价服装区走薄利多销路线。

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