

大学生创业计划书服装店摘要 大学生创业服装店计划书(精选5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

商场十一促销策划案篇一

9月21日（周五）——10月7日（周日）

合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

1、活动时间：9月28日（周五）——10月7日（周日）

2、活动范围：某商场商城及八一店、某商场购物广场、北园店及华信店

3、活动内容：

穿着类、床品、箱包新品7折起活动期间，凡单店当日购买穿着类、床品、箱包商品新品7折起，原上参加品牌范围要广，至少济南五店相同品牌要保证相同力度。（超市及特例品牌除外，活动期间，会员积分卡只积分不打折）

购物某商场，尽享意外惊喜——“国庆购物不花钱”

4、时间□20xx年10月1日—7日

凡当日单店购物满300元的顾客，可凭购物发票参加抽奖，有机会获得该票全额和半额消费返还。5. 操作细则：

各店设置一个抽奖箱，内有20个乒乓球（其中全额返还1个，半额返还2个，17个纪念奖，可选择超市商品），工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“1”章，即时开奖。

国庆同欢乐，某商场送安康

此活动旨在通过购物加购的方式，经历过7.18暴雨事件后，人们在面对意外事故、灾难时候的无助和彷徨，更加突出了保险的重要性，拟通过购物赠送人身意外保险的方式，体现出某商场以人为本，关心顾客，为树立某商场关注顾客健康的形象，起到一定的积极作用。因国庆主题促销已经推出全场7折起，为控制成本，此活动采用加购的方式，作为主活动的附加活动，淡化商业气息，突出某商场送安康的营销思路，能引起顾客的关注。

活动期间，凡当日单店购物累计满1000元（含超市）的顾客，均可加一定金额的现金到各店总服务台办理“保险卡”一张，每日每店500个，保险卡设置为：

a系列：加5元赠送保额为22000元的意外伤害保险（成本15元）。

b1系列：加10元赠送办理保额为63020元的意外伤害保险（成本30元）。

b2系列：加10元赠送办理保额为281000元的交通意外伤害保险（成本30元）。

c1系列：加20元赠送办理保额为155030元的意外伤害保险（成本50元）。

c2系列：加20元赠送办理保额为540000元的交通意外伤害保险（成本50元）。

详细规则另附

操作细则：

a□凡当日单店购物累计满1000元（包括超市）的顾客，均可参加，仅限单店办理，不得跨店□b□顾客凭机打发票办理保险卡时，工作人员需在机打发票上加盖“1”□（赠品已领）章。

c□保险卡由总部统一联系确定，费用由各门店按照实际赠送数量承担。

费用：

保险卡：4店10天共需约：20000张×均价35元=约70万元

顾客加购可回收：20000张×均价13元=约26万元

4店总费用约44万元，预计10天活动四店

保守销售1.2亿，活动成本率约0.4%喷绘写真：约4000元

真情相伴5周年，缤纷好礼喜相送（仅限某商场八一店）

活动时间：9月26日（周三）——9月30日（周日）

7折以上商品再送大礼

当日累计满300元（包含300元）至500元，赠价值32元礼品一份，单张发票限赠1份，每日限赠150份。

当日累计满500元（包含500元）至800元，赠价值65元礼品一份，单张发票限赠1份。每日限赠80份。当日累计满800元（包含800元）以上，赠价值102元礼品一份，单张发票限赠1个，每日限赠40份。

- 1、超市、特价及特例品牌除外，
- 2、退换货时，要求退回赠品或等额现金。
- 3、赠礼活动费用原则上供货商承担5个点。

商场十一促销策划案篇二

光棍节是一种年轻人的娱乐节目，1月1日是小光棍节，1月11日和11月1日是中光棍节，而11月11日由于有4个1，所以被称为大光棍节。本次活动围绕“光棍也要狂购物”这个活动主线，全力突出光棍节娱乐的节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。通过宅男系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

20xx年11月9日——20xx年11月11日

“欢乐光棍欢乐颂，联盛大礼乐翻天”

“欢乐在联盛，光棍大采购”

- 1、“光棍欢乐颂”活动期间，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。并针对单身宅男宅女群体最喜爱的泡面类商品统一实行优惠促销。
- 2、“联盛送情意，光棍礼上礼”凡在本超市购物满200送精美礼品一份并免费办理联盛超市会员卡。（礼品建议个性饰品等时尚物品）
- 3、“欢乐幸运颂”幸运转盘转不停，大礼连连送！凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推！可得到指针指中的相应的奖品。

4、“欢乐会员颂”推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让联盛的会员卡变成随身必带的物品之一。

5、“欢乐时尚颂”时尚家纺又送礼，开心赠券送不停！凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推！

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关事宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置，海报的制作与发放，活动的监督执行。

礼品费用0.6万，宣传费用0.3万，人员费用0.5万。

拓展：

11.11，光棍节由来

光棍节的来历，一直是个迷，有各种各样的猜测和说法。其中光棍节产生于校园文化的说法是比较可信的，但由谁最先提出已不可考了。众多说法中，光棍节起源于南京高校的校园文化是被广泛接受的观点。（同时期诞生在不同地区，后续在南京地区高校开展比较活跃，继而通过群体活动和媒体传播，光棍节在社会上流行开来。）

1月1日是小光棍节，1月11日和11月1日是中光棍节，而11月11日由于有4个1，所以被称为大光棍节，一般光棍节则指11月11日的大光棍节。带11尾年份的11月11日是超级光棍节，例如20xx年11月11日□20xx年11月11日是万年一遇的顶级光棍节。

一：南大卧谈会

光棍节的来历有多种说法，被人广为接受的是，它起源于南京大学宿舍文化。1993年，南京大学“名草无主”寝室四个大四学生每晚举行“卧谈”，一段时间卧谈的主题都是讨论如何摆脱光棍状态，卧谈中创想出了以即将到来的11月11日作为“光棍节”来组织活动，从此，光棍节逐渐发展成为南京高校以至各地大学里的一种校园趣味文化。随着一批批学子告别校园，这个节日被渐渐带入社会，并随着成年单身男女群体的庞大，以及群体活动和网络媒体的传播，光棍节在社会流行开来，并由光棍节发展出了“脱光节”。

二：爱情故事

男主角木光昆，生于1970年11月11日。由于名字特殊，从小学到大学外号都叫“光棍”。他在南大读大二时和一名女生开始了一场恋爱。只是没想到，幸福是那么的短暂，女生突然查出患了绝症，最终离开人世。在她走的那天，木光昆跑到顶楼，点燃蜡烛，吹了一晚的笛子。从此，木光昆似乎变了一个人。读大四那年的11月11日，也是他生日的那天，同宿舍的舍友们在南大第一宿舍的楼顶上陪他一起喝酒庆生。此后，关于木光昆的故事在南大流传开来，他的生日于是被定为“光棍节”。这个故事后来也被南大同学改编制作成校园微电影播出。

三：京工光棍节

可能源于北京理工大学的“京工光棍节”。这一说法是说“光棍节”的说法最早源于1992年的北京理工大学，几位同学为了打发即将到来的周末，于是想出了去找女生联谊的想法。第二天在食堂门口贴了一张写着“京工光棍节”的海报。

商场十一促销策划案篇三

1、活动主题

国庆期间活动口号:诚信铸就、十九辉煌;众店齐庆、礼礼俱到; (具体时间:9月24日——9月30日)

国庆期间活动口号:贺国庆、一元家电惊爆全城,挑战价格极限。(具体时间:9月28日——10月5日)

2、活动思路:充分利用两大契机,通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机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展现xx辉煌历史。

3、活动时间:9月24——10月5日

xx各连锁店(包括xx店)

总监督:总负责部门:销售管理、采购部、各分店

各分店总负责人:各分店店长(监督人:销售管理部、采购部)

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上,特价商品主要定位在

a□库存量较大、急需处理商品

b□其它商家主推商品及公众敏感性机型

c□我司主推商品

d□厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下发的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）

活动主要针对司庆期间光临xx电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送（购物送麦当劳券）

活动主要针对国庆期间在xx电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元麦当劳使用券；购物满3000元送价值30元麦当劳使用券；购物满5000元送价值50元麦当劳使用券；购物满5000元送价值100元麦当劳使用券。

日日新店由**负责联系券□xx店由**负责联系□xx店由**负责联系，先从麦当劳或肯德基负责哪出50张，10月4日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在9月24日、25日，10月1日、2日、8日、5日（星期六、日）开展老总签名售机活动，活动形式:签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、

现场新机及主推机展示、赠送礼品等。（具体内容根据采购部提供的资源再来安排）

商场十一促销策划案篇四

- 1、提高卖场人气，达到活动期间销售额的大幅提高；
- 2、提高××珠宝品牌在当地知名度，达到抢占市场份额的目的；
- 3、塑造××珠宝的品牌形象和提高美誉度，达到长期销售的目的。

以“喜从天降”、“拍档射箭”、“婚礼进行时”、“数字柜台”等活动丰富国庆的文化生活，活跃市民文化氛围。

9月28日-10月7日（以国庆期间为重点）

活动一：“喜从天降”活动

奖品设置：

每日3枚价值200元的女式手提包，法国香水，翡翠吊坠或手镯。

活动二：“拍挡射箭”活动

凡购买××珠宝专柜任一款首饰者即可参加“拍挡射箭”活动，活动现场布置如下图所示，操作方式为一男一女为一组拍档射箭，女握弓，男射箭，每日可分数组先后游戏（如顾客只有一个人购买则可以一个人独自射箭），每组共射10箭。

返利说明：

射中红心几次者即返还百分之几的现金，

例如：某顾客购买××首饰3000元，参加射箭返还结果如下：

射中红心10次者即返还 $3000 \times 10\% = 300$ 元；

射中红心4次者即返还 $3000 \times 4\% = 120$ 元；

依次类推……

（注：本次活动首饰为亲情一口价，真情返利回馈消费者）

活动三：“婚礼进行时”抽奖

凡在××珠宝专柜购买首饰2800元以上的新人凭购物发票即可参加“婚礼进行时”抽奖活动，本次抽奖活动的奖品是现场展示的流行婚纱和新娘中式礼服各一套，10月7日由参与活动新人现场抽取，后由中奖的幸运新人现场展示婚纱，扩大活动的宣传效果。

活动四：“数字柜台”促销

把钻石分数的不同将柜台分为二十五分到三十分柜台，并赋予特殊的情感含义，从情感上吸引顾客，主要是推广25分至30分的婚庆钻石：

二十五分到三十分钻石柜柜台名称：十分爱你+十分爱我+十月新婚

1、活动举办和宣传可联合商场一起举办和进行，但不能联合本商场的其他珠宝专柜一起进行（如本商场无其他珠宝专柜则更佳）。

3、在店前做好活动宣传海报，在柜台安排咨询活动咨询员（如有条件可设立咨询电话）；

4、在活动前印制活动宣传单页在店前派发（有条件还可在人流汇集区及社区派发），扩大活动影响力和宣传力度。

5、后期印制50元或100元的现金优惠券，通过与其他强势非珠宝类品牌经销商（比如同商场的家电销售商）、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

6、宣传器材及内容：

(1)x展架：

主题：××珠宝国庆“××珠宝国庆有礼”

内容：本次促销活动奖品设置、报名参与办法及××珠宝logo□咨询电话等内容。

(2) 宣传页dm□

主题：××珠宝国庆“三大活动三重惊喜”

内容：本次促销活动细则及奖品设置、报名参与办法（配“拍挡射箭”场地图片）、××珠宝logo□××珠宝专柜位置图、地址、电话等。

1、在活动中做好顾客咨询到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录；

2、活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至××珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟商。

1、“喜从天降”活动奖品费用：200元×3×9=5400元；

- 2、“婚姻进行时”抽奖婚纱及礼服：3000元；
- 3、易拉宝：65元/个×2=130元□pop:80元，条幅：40元；
- 4、宣传页(dm)□2元/张×1000份=2000元；
- 5、总计：10650元。

（广告宣传费要根据当地媒体实际情况来定，故现暂不作预算）

商场十一促销策划案篇五

半年前就开始吹牛，说双十一给一次大的优惠，该偿还了。

本次双十一主要卖场选在微店系统，从11月1日开始至11月11日开始，每日特价的方式进行。

每天拿出6款壶进行特价销售，特价原则上是日常销售价格的八折左右□vip客户可以在此价格基础上享受折上折。比如vip1会员是九折权限，那么，实际成交价就是特价后的9折□vip2会员是8.5折权限，那么最终成交价就是特价后的8.5折。

选款照顾各个层级，以基础款为主，也会有高端壶，每天放出部分。

海外客户在微店系统没有会员的，可以联系我本人，适当给与优惠价格。（主要参照邮费成本）

最终成交满500元，即赠送茶叶一饼。

最终成交满1000元，赠茶叶两饼，另加送一片菩提树叶茶虑或陶瓷杯。（不喜欢可以不要）

最终成交满2000元，送茶针一枚。另赠送国画一幅，带题赠名字。

最终成交满3000元，赠送茶叶罐一个。另赠送国画一幅，带题赠名字。

最终成交满5000元，送茶针一枚，加送茶叶罐一个，国画一幅，带题名名字。

最终成交满一万元，送一提茶叶、两个茶叶罐、一枚茶针、国画一幅。

最终成交是指在11月1日至11月11日活动期间，消费总额。

活动期间消费总额第一名，赠送价值一万五千元的葡萄提梁壶一把。

活动期间消费总额第二名至第五名，赠送龙泉宝剑一把。

最终成交满一万元，赠送一套紫砂壶主题的邮票。此邮票目前市场已绝迹，极具收藏价值。

五、所有赠品和奖品于11月12日起陆续发放。