

2023年童装充值活动方案策划(实用7篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

童装充值活动方案策划篇一

美容院周年店庆 零利购疯狂秒杀

活动日期：2013年12月12日—2014年1月22日

疯狂秒杀项目 周年店庆

健康.美丽.零利购

充值3800元：

配送：

- 1、面部芭蕾10次价值1280元
- 2、疯狂抽奖券1张。（每3000元可获得抽奖券1张100%中奖券）
- 3、获得一次疯狂秒杀的机会。
- 4、凡购买3800元巨邦胸部：送3800元的巨邦胸部仪器

充值5800元：

配送：

1. 赠现金充值卡 800元

2、面部芭蕾10次价值1280元 3、疯狂抽奖券2张。4、获得两次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦5800元胸部：送5800元的胸部仪器

充值12800元：

配送：

1、赠现金充值卡1200元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 i pad 价值：6000元 2名 眼镜 价值：1000元 7名蓝牙耳机 价值：300元 40名 时尚饰品 价值：200元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦12800元胸部：送12800元胸部仪器

周年店庆

健康.美丽.零利购

充值29800元：

配送：

1、赠现金充值卡2000元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 lv手袋 价值：7000元 2名 i pad 价值：6000元 7名钻戒 价值：3000元 20名 相机 价值：1500元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦29800元胸部：送29800元胸部仪器

充值8万元：

配送：

1. 赠现金充值卡5000元。

1、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

2、砸金蛋一次：1名 名表 价值：1.5万元2名 iPhone5 价值：5000元7名 Gucci手袋价值：5000元20名 钻戒 价值：3000元

4、获得3次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦80000元胸部：送80000元胸部仪器。

充值20万元：

配送：

1.、赠现金充值卡15000元。

2、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

3、砸金蛋一次：1名 香奈儿包包 价值：4.5万元 2名 黄金手链价值：8000元17名iPad价值：6000元 4、购买巨邦二十

万胸部送：20万元胸部仪器。

美容院周年店庆 零利购疯狂秒杀

活动日期：2013年12月12日—2014年1月22日

疯狂秒杀项目

周年店庆

健康.美丽.零利购

充值3800元：

配送：

- 1、面部芭蕾10次价值1280元
- 2、疯狂抽奖券1张。（每3000元可获得抽奖券1张100%中奖券）
- 3、获得一次疯狂秒杀的机会。
- 4、凡购买3800元巨邦胸部：送3800元的巨邦胸部仪器

充值5800元：

配送：

1. 赠现金充值卡 800元
- 2、面部芭蕾10次价值1280元 3、疯狂抽奖券2张。4、获得两次疯狂秒杀的机会。
- 5、购买巨邦5800元胸部：送5800元的胸部仪器

充值12800元：

配送：

- 1、赠现金充值卡1200元。
- 2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 i pad 价值：6000元 2名 眼镜 价值：1000元 7名蓝牙耳机 价值：300元 40名 时尚饰品 价值：200元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。
- 5、购买巨邦12800元胸部：送12800元胸部仪器

周年店庆

健康. 美丽. 零利购

充值29800元:

配送:

1、赠现金充值卡2000元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。

3、砸金蛋一次: 1名 lv手袋 价值: 7000元 2名 i pad 价值: 6000元 7名 钻戒 价值: 3000元 20名 相机 价值: 1500元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦29800元胸部: 送29800元胸部仪器

充值8万元:

配送:

1. 赠现金充值卡5000元。

1、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

2、砸金蛋一次: 1名 名表 价值: 1.5万元2名 i phone5 价值: 5000元7名 gucci手袋价值: 5000元20名 钻戒 价值: 3000元
4、获得3次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦80000元胸部: 送80000元胸部仪器。

充值20万元:

配送:

1.、赠现金充值卡15000元。

2、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

方案一：美容院周年庆活动方案

一、活动背景

爱美之心人皆有之。爱美，是女人的天性，如何才能变成一个美女？北京美容院在开业2周年之际，特别开展了有关美的活动。让爱美的女人从心美起来。

二、活动目标

三、活动主题

美从心开始

四、活动时间安排

（一）活动准备阶段

（二）活动实施阶段

2、活动地点：北京某某店 3、活动方式：自愿

五. 活动程序： 1、主持人开幕 2、经理上台演讲 3、节目表演

4、有关美容知识讲座。 1) 什么是美？ 2) 什么是美容？ 3) 如何保养？

6、中午休息时间会员们可以相互交流美容保养心得。

六、经费预算

横幅的制作费：2*80=160元

中餐：1000元

总计：1410元

活动方案：

我个人觉得现在的美容院太多了。店庆活动主要的目的就是突出这个美容院的特色与独特之处。据我所知，现在大多数美容院都没有开展美容课程。我们这里所说的美容课程并不是单纯的化妆课程。而主要是告知大家如何去保养美。通过这样的课程让大家知道如何去美容。同时呢，这个美容课程是收费的。费用是从会员卡里面直接扣取。

美容课程就是让大家在平时注意自己的问题。比如说皮肤问题。包括多油，缺水，开裂等等。一旦发生这样的情况应该怎么预防。

从这些基本方面去交大家。同时在会员参加这个活动的通可以享受一定的折扣。不但可以学到知识又可以美容。

毕竟现在人们对于美容的误区很多。关键就是从这个误区下手。大多数女性认为美容就是去美容院做做保养。所以对美容院的认识很局限。我认为如果您能够从根本上去解决这个误区问题，肯定会吸引更多的客户的。这样不但每月目标20万可以达到，治疗卡用户也会变成会员。您可以秉承着为客户服务的态度更好的交客户发掘美。美从心开始。

方案二：美容院周年庆活动方案

现在的消费者都变得很理性，象以前活动一搞，生意**的时代已经一去不复返了，没有实质性的促销行动，往往是促而不销。按照贵店提供的资料来看，应该已经具备一定的客户

基础，以前做过的活动方式也不少。因此我们认为，普通的买赠或打折方式（例如以前实行的会员卡充值加送30%消费）并不能真正打动消费，否则持疗程卡的顾客就不会迟迟不转会员卡。

以下是我们结合多年为企业策划促销活动的经验，从顾客心理及社会习俗角度提出的几点建议，贵店可根据实际选择某些建议进行操作，也可打包组合。

一、借鉴信用卡主、副卡制度，推行会员记名卡模式

方法是每一张会员卡只要加充会员卡充值金额10%的面额，即可办理一张记名卡，每张会员卡最多可办理5张记名卡。而记名卡的持有者可享受与会员同等的待遇，只是消费次数或有效时间与面值成正比关系。记名卡可以充值，还可以透支，透支额度不超过面值的100%，其透支额度由其主卡持有人承担，美容店根据主卡消费金额及所有透支额度总和在值到临界额度前通知主卡持有人充值，否则暂停使用。

这个方法的好处就是你的会员可以拿美容会员卡作为礼品送人（不同于会员卡在使用过程的借用，因为那是借，这是送，在人际关系中差别大了），你在增加现金流的同时还可以扩大准会员人数，对那些自认为本身消费需求有限但需要搞好人际关系的顾客特别有用，象原有使用疗程卡的人改为会员卡的兴趣会增加，而老会员也会带来新消费。

二、推广女士消费、男士花钱模式

一个不可否认的事实是，当今社会的财富更多的还是掌握在男士们手中，而他们往往对自己关爱或心仪的女士是很舍得付出的，尤其是女士美容方面。

贵店可以将会员卡当成男士们送给自己心仪的女性的最佳礼品加以推广（当然，必须将此项目适当包装、宣传），这样

一来扩大了顾客群与现金流，而且你会发现，只要推销的人员和方法合适，这个新的顾客群比女士们更容易掏腰包。

三、异业联盟，联合促销

专业性与地域集中性。此举可共享顾客资源，扩大准顾客群，长期可降低促销成本及提升美容店的知名度。这个方式并不新奇，但在多个城市及行业运作结果看却很有效，而且不同的人运作的特色会各不同。

四、借鉴会议营销模式，借免费培训及联谊活动推行会员卡等店内产品

动老会员带领亲人、朋友参加，慢慢扩大范围，形成口碑传播，在活动过程自然而然地推广会员卡等店内及你的品牌理念，这样可以扩大新客户群，增强美容店的知名度和美誉度。

以上这些方法，都不需要庞大的广告投入，更重要的在于顾客沟通与长期坚持。当然，借助店庆的时机，配合适当地宣传可以更快、更有效地推行。广告的投放方式及店面活动，相信贵店已经有足够的经验来运作，这里就不赘述了。

方案三：美容院周年庆活动方案

本案撰写目的是美容店通过店庆活动快速积聚资金，并大规模发展公司会员，迅速扩张市场。由于雇主对经营的成本、回利时间没有具体讲明，故本案在写作的过程中忽略企业成本问题，通过参考雇主往年的活动信息制定可行性高的活动策划方案。活动主题：回馈老顾客，欢迎新顾客；（暂定）

活动时间：一个月；

活动地点：美容店内；

活动内容：

- 1、友情主题卡新鲜出炉；
- 2、疗程卡换友情卡，会员卡换友情卡；
- 3、携朋友充值就送充值金额一定比例的原价消费。

活动细节：

1、原会员携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值就送充值金额40%的原价消费；回收原会员会员卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3500元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2500元）；两人需同时办理。

2、原会员携两名朋友到店办理会员业务，则三人均享受充值就送充值金额50%的原价消费；回收原会员会员卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2000元）；三人需同时办理。3、持有疗程卡的原顾客携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值就送充值金额30%的原价消费；回收原顾客疗程卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2300元）；两人需同时办理。

4、持有疗程卡的原顾客携两名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值就送充值金额40%的原价消费；回收原顾客疗程卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2100元）；三人需同时办理。

5、单个原会员办理充值业务优惠20%，充值后卡上金额需

在3000元以上（不含余额，即最少充值额度为2500元）；免费更换友情主题卡。

6、单个顾客（含持有疗程卡的老顾客）办理会员业务优惠10%，充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即最少充值额度为2700元）；免费更换友情主题卡。

单店活动预算：

预算单店100名原会员的50%参加本次活动，100名疗程卡顾客的50%参加本次活动，个人业务不在预算之中。由于资料不完整，忽略企业近期及远期成本。1、30%原会员带一人：

$30 \times 2 \times 2500 = 150000$ （元）2、20%原会员带两人：

$20 \times 3 \times 2000 = 120000$ （元）3、30%疗程卡顾客带一人：

$30 \times 2 \times 2300 = 138000$ （元）4、20%疗程卡股卡带两人：

$20 \times 3 \times 2100 = 126000$ （元）

单店总收入：534000（元）

活动形式：

活动形式以促销为主，体现创意的地方主要应表现在主题卡、活动的娱乐性上；主要以促销吸引新老顾客，在活动前期进行各种形式的宣传推广会让活动有更高的人气。相信贵公司在顾客心中已经有一定的地位，且贵公司目标消费群体为中高收入人群，会员充值促销能有效的吸引目标消费者，并发展更多的潜在消费者，拓展市场。且雇主在活动策划方面有相对老道的经验，故本次活动定能为企业带来更大的利益。

篇3：美容院周年庆实用活动方案美容院经常需要组织一些活动来提高美容院的人气，同时可以起到拓展新客户的作用。活动的形式都种多样，其中比较好的要数美容院周年庆祝的活动方案了。店庆活动不仅可以拓展新的顾客，同时也能展现美容院的品牌形象。只要店庆活动执行到位，会让老顾客对美容院更加的认可，新顾客也能对美容院有个好的印象。

先和pretisia老师来看看来看看周年庆典需要准备哪些设备和人员把。

1、舞台

美容院促销活动方案大全 一、低门槛法

方案一：一天一块钱美容，顾客只要缴纳365元，就可以享受全年的美容护理，主要是

满20次以上，年底返1000元。

说明：以上类似种种方案利用低价拓客，进而再销售，如转卡或项目捆绑等。

二、限时限量法

如：“三八”妇女节只需要花38元的促销标语，美容院全部服务项目“38特价优惠一周活动。如建国六十周年，还可以与当地单位搞个666元提供66位女性同胞进容光焕发迎国庆的活动，反正只要敢动脑筋，促销的方案就多得很。

三、透支法：

八千，六千等。这种促销政策的设计有优点，但对于美容院利润来说损失具大；

2、储值卡：消费者预存2万，2年后基础护理后，2万现金全部退回，号称美容股票；

3、任选卡：消费者缴纳1万元，就可在一年内不限次数，不仅项目，不限时间来挑选

自己喜欢的各类服务。

增值，并可留住顾客长期消费。

四、对比法：

起来相当于2倍，如果有3倍以上的好处，顾客就很容易接受了。

五、撕单法：

一、如相关减肥项目，号称五百元做一百个项目，其实从肚臍到手臂到大腿，一次就做

了十个地方，全套下来只相当于做了十次而已；

二、如果顾客现场能成交，根据不同消费者会有多达五六种礼品赠送，层层加量，如迷

你装，小礼品，加次数，多项目，抽奖券等；

次，卵巢保养10次。后面送得再多，顾客也会觉得羊毛出在羊身上。鉴于美容院开年卡相

对较难，这个政策可转化调整为：第一步：美容院半年卡1500元，送产品1000元，限活动当天开卡有效；第二步：如果顾客再加500元，就可享受全年卡，是上个半年卡的一半优惠。第三步：

如果顾客再愿意，手部护理5元/次，限10次，卵巢保养10元/次，限10次 说明：不要一次把好处给人；还有利用女性消费一次多消费，买上瘾的欲望；因小失大。

六、划点法：

开背188个点，这样顾客每次消费都不清楚具体花了多少钱，很容易做消耗。说明：利用顾客懒得算帐的心理来消费，而

且通过赠积分来做工消耗，总有花完的时间，不像打折，养成习惯就很麻烦。

七、现金法：

1、美容院年卡1380元，送价值700礼品套盒；

2、美容院年卡2000元，7折优惠，同时送700礼品套盒

套盒

说明：三种方案其实对于美容院获利都是差不多的，但是第三种方法用了焦点销售，让

顾客产生注意力，容易达成。

八、体验法：

方案一：在美容院开设体验日，每月二天，每次二个人，老顾客可以花18元体验其它项

百法的感觉定价拓客。

说明：体验方法是由最早街边派单衍生转化而来，就拿街边派单来说，到现在还是有很

多公司在用，用得还不错，就看有没新意，麦当劳肯得鸡的优惠券，学生卡，网上下载都有

此种方法的影子。九、特价法：

活动。凡是医院女性护士，凭本人工作证，由本人亲自前往，即可以3折的价格购买指定的 20余种产品。

说明：此种方法前店后院是一种不错的方法与模式，但品种

不能过多，折扣也要分开，从3折到6折，应该有效区分很重要。

十、超值法：

活动期间消费者选购消费公司产品达300元者，额外加20元，可获赠价值xxx钱的礼包：送一个大礼包包括□xxxx产品价值148元□xxx沐浴露价值130元，旅行包 价值36元。购防晒套装+16元就送简约套装+防紫外线伞+68元购买原价380元脊椎保养经典套 又如：

奖为产品或赠品，凡在3个月内到该美容院进行消费达一定额度的消费者均有机会参加现场

抽奖活动，奖品有十余种，其中最具吸引力的大奖是一辆嘉陵摩托车或者香港泰国旅游名额

一个。

十二、抵价法：

也称抵价法：凡活动期间购买纤体项目服务卡的顾客，均可参加“精油空瓶抵现金活动” 纤体项目服务卡：2000元/10次(无产品)推荐产品搭配：腹部减肥：循环油+塑身油+腹部按摩霜+迷迭香(?元)腿部减肥：循环油+塑身油+腿部按摩霜+迷迭香(?元)关于精油空瓶的相应抵用金额：

1. 抵用50元的空瓶有：茶树油、葡萄油、柠檬油、迷迭油、甜橙油)

2. 抵用70元的空瓶有：天竺葵、薰衣草、洋甘菊、檀香油，
抵用100元的空瓶有：玫

瑰油

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开卡，可获赠该护理卡

瓶(或包装盒)可获八五折优惠，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三个)；说明：第一可针对老顾客，第二可以针对新顾客，用置换概念让顾客觉得价值。十三、捆绑法：

三合一活动：

一.

里播，放上优美的音乐。比如故乡的原风景。墙上悬挂条幅。注明促销大活动。派个年轻女

孩站在那里。

一条适合自身生存和发展的道路是关键，同时美容院应积极配合策略机构做好品牌管理和促

规，则落人后，好比开车一样，速度与规则通常都背道而驰。在讲创造性思维时，常会有这

样一些原则：改变 a 能不能变为 b□拆分 a 能不能变为 b 和 c□a 加 b 能不能变成 c□等等。

容院会员的时间顺序以外，再无其他的信息。如果一个美容院只有十几个或几十个顾客，管

理者或许还可以在看到熟悉的编号时能想到对应的顾客。倘若一个美容院有一百或几百，甚

至上千个顾客时，管理者还能凭记忆去按号索骥吗？怎么才能行呢？由于在美容院的传统思

维中，顾客编号就是一种可有可无的序列号，所以能反映的信息量很少，无法对我们的管理

起任何帮助。但如果稍加改变，便可发现一个小小的编号顿时生动而有意义很多。某编号为

了反映顾客的重要级别“a”表示a类客户，顾客的购买力强、影响力大、消费水平高，属院内的忠实顾客。

“b”表示b类客户，以办理半年卡、季卡为主，消费水平中等但有潜力，属稳定顾客“c”

身的实际情况按顾客的年消费额度来量化这个级别标准，如年消费额度在一万元以上的顾客

设为“a”年消费额度在五千到一万元之间的，设为“b”等等。第二部分是反映了顾客的职业：

美容院可根据自身的实际情况设计顾客的职业代码，既可按英文缩写来表达，如“t”即

性越高，历史性越久。

如身份证一样适用终生，应随着顾客资料的动态变化而相应改变；另一方面，因为每个美容

院的顾客量都不同，在编号每一组成部分的设计上还可以根据自身情况要求适当增减，力求

其反映的信息量充分。这样不仅便于客户的分类管理和美容院管理软件的应用，还能让经营

者和美容师能从编号中即时了解顾客的情况，更重要的是便于开展各种有针对性的促销活动。

其二是在促销活动的对象上，每次活动总是希望面对的客户越多越好，胡子头发都想抓。其

性循环。促销就是通过提供给客户更多的附加值，刺激客户购买力，从而提高销售量的营

销技巧。同样的，当我们改变了时间、对象、方式上的固有思维，马上就会豁然开朗。怎么

改？就象篇首提出的那个问题，促销就如同一个铁球，要想突破销量瓶颈的局限，就需要与

群体，研究个体需求，提供个性化增值服务的方式。举例说明，参造客户编号可以有以下很

多种促销形式：

1、按客户的重要性级别作分类促销：客户消费能力的不同，其对促销活动的敏感度和

参与度也不同。很多活动推出去以后为什么无人问津，就是缺乏对客户消费能力的把握，造

之类的小额度促销。假如让“a”类的客户吃“c”类的方案就是一种资源的浪费，而“c”类的客户即使想吃“a”类的方案也吃不下去。

尘，而到了每年八月份和一月份的休假，又使其需要一些适合旅游的美容护肤品。如环卫工

人的职业性就决定了其对美白防晒品的高需求和高要求。所以美容院在掌握了职业性的原则

后，可以在某些特定时间只针对某种职业编号的客户群体来

做促销。例：在八月底，针对所有编号为“x t xxx”的顾客，均可参加购“夏日防晒套装”赠“旅行防晒装备”的优惠活动。

3、按顾客的年龄代码作分类促销：顾客年龄层次的差异，决定了其肤龄肤质的差异，以

及对所需产品和服务要求的差异。年龄层次较轻的顾客，比较看中身体服务和新奇时尚的项

5 xx”的顾客群体所作的方案肯定会有区别，不要一厢情愿的以为二十多岁的和五十多岁的会需要一样的附加值。

双号来设计促销方案，单号的顾客逢单月可享受优惠，而双号的顾客逢双月享受优惠；如按

顾客编号尾数的合计数来设计，数值等于哪个月份，则可在该月份内享受优惠。例：对于编

不定期的调查问券对院内顾客的需求做好仔细调查和分析，在用活顾客编号以后，促销活动

可以多种多样，无处不在。从前的促销虽然常常作，但由于是面对所有顾客群体，所以让客

人觉得腻味和抵触；而现在即使天天有促销，但由于细分了不同群体，采取了个性化的轮换

童装充值活动方案策划篇二

一般一份基本的促销方案起码需要包括以下几项内容

前言：主要指简单的市场背景分析，市场动态等。

促销目的：做事情总要有目标，促销肯定是有预计的目的，终端促销活动想达到什么样的结果，是为了提升销量还是想遏制竞争对手？这是在制作方案时候必须强调的。是处理库存，是提升销量，是打击竞争对手，是新品上市，还是提升品牌认知度及美誉度？只有目的明确，才能使活动有的放矢。

促销主题：主题是在促销活动中要表达的重点和核心，能让促销活动得到有效传播，主题要简明扼要，能有效吸引消费者，利于宣传。 促销内容：这是促销的核心部分，本次促销活动的具体内容是什么，是采用什么样的方式，必须在方案里明确描述出来。

执行步骤：如赠品的陈列方法，促销pop的陈列方法等，详细的还可制作一份日程表，安排好赠品制作周期等，以便及时开展促销活动。

二、促销执行促销的执行非常关键，同一个店，不同的执行确实就是不同的效果。如果能有一些广告配合就更好。如配合媒体做一些宣传广告，能引人气。在执行促销时，终端商应当先对执行人员进行系统的分工，只有各个工作人员明确职能，才能使促销有条不紊地展开，不然，如遇到人多，管理混乱，就会使促销活动的效果大大折扣，无法达到预期的目标。

三、促销活动的效果反馈

一场促销活动的具体效果如何，是由市场说了算，在活动结束后，终端商及时运用各种方式收集有关信息，进行效果分析，总结出问题点，以便下次执行活动时得到改正，这样有利于提高终端商的促销操作水平。

促销现场将包含以下几项主题活动

爱我你就抱抱我——亲子游戏

游戏设计简述：将lx标识做成拼图，把孩子的眼睛蒙上，由妈妈抱着孩子，将拼图完成。每2个家庭组成一个竞赛组，获胜者将获得免费亲子照一张，参与最终最甜蜜的“抱抱照”评选。

参与条件：

- 1、现场购物，凭当日购物小票
- 2、银卡会员可直接参与。

效果预测：

活动简单有趣，参与性强，活跃卖场气氛，同时可带动游乐场的人员购物。最重要的是，在活动过程中强化了“lx”品牌的宣传，让更多的人产生记忆。

销售促进(sales promotion)是与人员推销、广告和公共关系相并列的四大基本促销手段之一。本文所述的促销活动是指针对消费者的销售促进，至于针对经销商、制造商和销售人员的销售促进，在此不列为讨论范畴。

随着竞争的加剧，针对消费者的促销活动在营销环节中的地位已越来越重要。据统计，国内企业的促销活动费用与广告费用之比达到6：4。正如一份缜密的作战方案在很大程度上决定着战争的胜负一样，一份系统全面的活动方案是促销成功的保障。

童装充值活动方案策划篇三

- 1、送券——含移动电子券、超市券、打折券、抵用券等。
- 2、送衣服——含当季款式、旧款同类别衣服、断码产品、滞销货品等。

3、送礼品——含雨伞、烟灰缸、围巾、皮夹皮带、抱枕、打火机、袜子、香水、台历等。

1、减——现金、减零头（比如康奈皮鞋的“码上减现金”活动）。

1、在促销活动结束后某一天，当场统一进行抽奖活动。

2、现买现抽。当顾客买单之后进行抽奖，奖项一般为现金、抵用券、折扣券、礼品等。

1、折扣——现场直接马上折扣，不设置任何门槛。

2、折上折——比如买一件8、5折，买两件8折等活动。

3、贵宾卡折上折——比如冬装全场8、5折，贵宾卡享受8折。

4、捆绑销售折扣——比如买茄克衫享受毛衫7折优惠。

5、特殊对象折扣——比如教师节、“三八”、护士节、学生证等折扣。

1、折扣金额满一定额度，送围巾或袜子，并根据折扣金额的高低递增加送等活动。

2、直接又折又送。比如打8折，加送礼品一份。

附：商场促销换算表（换算出来的数字为折扣力度）

童装充值活动方案策划篇四

20xx年xx月xx日——xx月xx日。

活动一：六一节买六送一。

在童装店中选择一批商品进行买六送一活动，比如男生童装、女生童装等服装，实行买六件送一件的促销活动。由于促销成本为1/7，即让利14%，因此本活动需要厂家支持。

活动二：迎六一特价商品。

男童裤装、儿童上衣、女童上衣、女童裙装一律优惠价销售。

活动三：儿童节期间在童装店入口处举行五子棋比赛，参与者有小礼品，得胜者有奖品。

3、活动中参加对象为0—14岁的儿童，第一个活动中必须注明属作品的作者档案资料，如年龄，性别，姓名等；写的字，可规定为贵超市的名称或有关六一儿童节等内容，也可以自由确定。

童装充值活动方案策划篇五

1. 充值型会员卡办理，最低门槛500元

2. 购买型会员卡办理，交卡费200元（购买卡无积分）

凡公司职员均可向客户推荐会员卡业务，但主要以服务顾问和销售顾问推荐为主。每办理一张普通卡提成20元，银卡提成25元，金卡提成35元，至尊卡提成50元。

凡会员卡客户均可参加每年6次的俱乐部活动。人员每参加一次活动均有机会获得100元油卡。每次活动至多20人。

在各服务顾问办公桌制作会员卡卡片和会员卡画报，供客户知晓。

附：会员卡画报内容

尊贵礼遇，至尊荣耀，温馨贴切的会员服务从现在开始。

优惠服务项目：

积分使用：

100元油卡。每次活动至多20人。持卡消费每一元积一分。

1、此卡是您在本店的. 尊贵象征

2、请在结账时主动出示此卡，可享有本店积分待遇和工时折扣优惠

3、持本卡购物一元积一分，根据累计积分档次赠送本店物品，积分越多赠送价值越高的物品，多积多送。

4、此卡只能本人使用，不得转借他人，请妥善保管. 5、最终解释权归本店所有

童装充值活动方案策划篇六

xx年3月06日——3月28日

情系3.15爱心连万家

1、活动期间，每日前三名打进电话订购全系列门窗产品者，一律享受85折优惠；

2、活动期间，订购全系列门窗产品数量满200以上者，一律享受9折优惠；

3、活动期间，广东凤铝断桥铝门窗产品特价优惠；

4、活动期间，全系列门窗产品惊爆折扣价。

5、活动期间，三大产品系列全面优惠（断桥铝门窗、塑钢门窗、阳光房）。质量保证□xx门窗质量承诺，所有产品真材实料，假一罚十。

产品五年保修，终身维护。

活动期间来本店家装满铺签单的客户均享受6折优惠. 另有部分处理纸低价处售!!!

定壁纸达3000元辅料赠送嘉力丰胶浆胶粉.

定壁纸达4000元送美菱电热水壶一个。

定壁纸达5000元送美菱牌小当家系列升降衣架一套或户外推拉系列晾衣架一套

定壁纸达6000元美菱牌喜临门系列升降衣架一套或彩虹四步钢梯一套

定壁纸达7000元送美菱牌紫砂煲一个。

定壁纸达8000元送美菱牌大力士系列升降衣架一套

定壁纸达10000元送美菱牌豆浆机一台。

所定金额不含人工。只包括壁纸，壁布，壁画系列达到相应金额方可参加赠品活动!!!

本活动解释权归xx壁纸所有.

相伴.!!!

童装充值活动方案策划篇七

a□五一节店内通过暖色调的挂旗、气球，促销海报，节日特色装饰品来营造节日氛围，（如形象人偶等），同时在店内张贴海报，布置各类pop等宣传品吸引顾客关注；门口挂节日祝福横幅，在户外张贴促销pop海报。

b□有促销场地的店可以搭建促销形象展区，利用形象展架（至少保证三至四个，有一定的数量才能有气氛），帐篷，气球，进行实地陈列。没有促销场地的店要利用好宣传品和陈列作好氛围以吸引人气。

c□店内播放节日特色的音乐，快节奏的，喜乐的音乐，来吸引消费者，同时刺激在店内购买的消费者，更易购买。

d□休息区和赠品区的有效陈列。赠品陈列要让顾客看到，摸到。休息区推出不同的`玩具和娱乐活动，比如说和卡通人偶一起做游戏、照像等。

同时，促销员在整个活动中也相当重要，由于孩子相比成人更为感性，他们会先熟悉人再购买产品，因此店员的亲和力十分重要，所以要做好促销员的业务培训工作。

爱玩是孩子们的天性，让孩子们参与进来的活动自然更能吸引他们的目光，提起他们的兴趣，自然也会对产品的销售起到促进作用，这是童装品牌商都明白的道理，重要的是应选择什么样的活动，具体到每次活动该如何操作。

在促销活动上，小马嘟嘟的商家们可以采用概念营销方式，传递产品的独特之处，通过赠品的选择来推广品牌文化。比如购买一定的衣服则送相应的配饰，或者用益智类玩具比拼，获得宝贝喜爱的玩具衣物，让小朋友能参与进来，亲自动手，既能玩耍又能得到收获。