

2023年服装五一活动方案(通用8篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么写，我们一起来看看吧。

服装五一活动方案篇一

借特殊的日子,进一步把握销售旺季, 特为服装店五一节做出以下促销活动方案策划:

五一节惊喜无限多

提升销售,降低库存,发展vip客群

(针对某某品牌专卖店)

口号双节同欢,惊喜无限多

幸运大转盘,凡在专卖店购买某某品牌服装的顾客均可参加幸运转盘游戏活动,所买产品按照幸运数字享受折扣优惠(先买单再做游戏根据结果给与结算),另加128元赠军靴一双,台历一份vip一张。

全场服装参与活动,平均折扣约: (58%+68%+78%+88%)73%

活动对象:周边潜在消费群体

利润说明:

58%折扣(最低档)

1件400元(吊牌均价)58%(幸运数字)+128元(军靴平均成本)=360元

商品成本：400元(服装吊牌均价)0.35+128元(军靴平均成本)=268元

毛利润：360元-268元=92元

88%折扣(中高档)

1件400元(吊牌均价)88%(幸运数字)+128元(军靴平均成本)=480元

商品成本：400元(服装吊牌均价)0.35+128元(军靴平均成本)=268元

毛利润：480元-268元=212元

活动口号买一赠1+1+1(买的`多送的多)

平均折扣：(70%+78%+85%)77%

活动对象□vip客群及周边潜在消费群体

利润说明：

赠品费用说明：台历成本约：8元洗衣卷成本约：5元

1、公司统一设计提供:kt版、pop□海报、部分礼品

2、场内外广告牌宣传：放置显眼位置

3、店铺布置:促销信息必须要提前安排制作宣传单(内容准确无误、主题突出)和人手在目标群体集中区域发放，传递促销

活动信息，为店铺销售造势，条件允许的情况下可在当地使用“短信通知的方式把促销内容信息传递给军备酷vip群体。

4、卖场布置，节日气氛隆重，如：树等具有节日元素的装饰品。

服装五一活动方案篇二

新店、新礼、新时尚

新店添时尚、折上加折、礼中送礼

时尚新店、好礼相见

新店开业，精点时尚

活动周期：开业之日起十天（要害是前5天）

选择周六或周日、最好是节假日开业。

25—40岁的社会各阶层女士；

本次活动也会通过促销礼品的选择来吸引一些男性消费。

适合40—60平米专卖店的'开业连环喜方案

一重喜、进门有喜：

进店即赠予某某精美纪念品（或凭dm宣传单即可赠予礼品）

如1—3元左右的礼品打火机、便签簿、原珠笔、锁匙扣、扑克等

二重喜、买就送（买满的金额、赠予的礼品各专卖店自行定

制)：

凡在活动期间凡购物就送“价值28元纯棉袜子”一双；

凡在活动期间凡买满258元，送价值48元精美宝珠笔一支；

凡在活动期间凡买满368元，送价值100元精美笔记本三组合一套；

凡在活动期间凡买满488元，送价值138元的真皮皮带一条；

三重喜、获赠贵宾卡，凡有发生购买的顾客，前50名赠予贵宾卡一张，注册登记后成为永久会员。

1、店外主题海报：（主题任选其一）

新店新礼、新时尚

新店添时尚、折上加折、礼中送礼、企划文案

时尚新店、好礼相见

新店开业、精点时尚

点精时尚三降惊喜

2、吊旗：

正面主题词，反面开业大吉或新品上市

3、易拉宝或展架统一活动主题，与海报统一。

4、小立牌pop分别置于所属产品系列的陈列区域。

5、横幅：活动主题内容

6 dm传单内容同海报

7、大型充气拱门（写有活动主题）、升空气球、刀旗、花篮等

8、其他：名片、礼品、贵宾卡、绶带

1、硬环境：陈列、道具及灯光音响等，应符合特色龙品牌个性主题终端的要求，与形象宣传的风格调性保持一致。

2、软环境：专卖店导购员、收银员等，其仪容仪表、服务规范等应与特色龙的品牌形象交相辉映。

附加篇：幸福大投“球”，下一个属于你。

一、主题：幸福大投“球”，下一个属于你。

二、活动时间：上午11：00开始

三、现场准备：

音乐放弃（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开业横幅，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”。

服装五一活动方案篇三

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

二、活动内容

（一）开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

- 1、活动对象：支行全体存款客户。
- 2、活动时间□20xx年5月1日—20xx年5月7日。
- 3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理存款业务满x元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值x元的商品。

（二）开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

- 1、活动对象：支行全体贷款客户。
- 2、活动时间□20xx年5月1日—20xx年5月7日。
- 3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值x元的商品。

（三）开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

- 1、活动对象：支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。
- 2、活动时间□20xx年5月1日—20xx年5月7日。

3、活动规则：活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔（含）以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值x元的商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔（含）以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品：一等奖20名（个人网银和手机银行用户各10名），分别赢取价值x元的商品。二等奖500名（个人网银和手机银行用户各250名），分别获赠100元话费充值卡一张。

三、活动安排

活动结束后在5月中旬抽奖，抽奖在公证部门的公证下进行，由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布，并到指定地点领取奖品。

四、活动声明

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点领取奖品，视为客户自动放弃。

五、活动宣传

（一）本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

（二）本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

（三）本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

服装五一活动方案篇四

二、活动时间：5月1日下午2：10从学校出发。

三、参加人员：各班选派男、女生各5名参赛

四、登山地点：公路尽头

五、登山活动工作人员

1、总指挥：

2、登山起点负责人：（负责人）、

3、登山终点负责人：（负责人）、。

4、安全负责人：

5、医护负责人：、。备药包、备车、时刻为实施急救待命。

6、后勤保障：

7、摄影宣传：。

8、各班参赛选手及其他学生的安全由班主任选好后勤服务人员及护理人员，沿队员登山路线做好后勤及安全工作，班主任随行，及时处理好各类突发事件。

六、登山活动具体安排

1、登山分组。本次登山活动分六组：

初一年级男、女生组；初二年级男、女生组；初三年级男、女生组。

- 2、各班于4月29日前将参赛选手名单交团委x老师处。
- 3、准备好登山奖状及奖品，由团委苏忠国负责具体落实。
- 4、联系有关单位准备好登山期间的车辆秩序维护(杨校长负责)。另安排其他教师实施维护。(具体人员另行能知)
- 6、准备团旗一面，提前竖立于登山终点(团委负责)。
- 7、登山分组号码(团委负责)。

七、登山奖励

- 1、体育道德风尚奖2名，奖金50元。(集体)
- 2、前5名奖。各组评选出前5名，分别发给个人荣誉证书和纪念品。
- 3、登山集体奖。各班学生根据到达终点的先后分别获得一个名次，第一名15分，第二名14分，依次递减。男、女总分多者为该年级登山优秀班级，发给该班奖状和奖金80元。

八、温馨提示

- 1、本次登山活动为集体活动，要求广大师生积极参与，并提前做好工作，按时参加登山活动。
- 2、为确保登山安全，登山时穿着运动鞋、运动服，并根据体力和身体状况，调节好登山速度。
- 3、在登山活动中，要讲文明，做环保的使者。

服装五一活动方案篇五

一、主题：幸福大投“球”，下一个属于你。

二、销售活动时间：上午11：00开始

三、现场准备：

音乐放弃(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开业横幅，宣传标语悬挂好。

主要销售活动

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，销售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销售活动，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--“掘贝一家通”的'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. 销售活动前必须把大衣挂好(挂在何处暂定)

四、具体促销销售活动方案

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“掘贝一家通”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。

服装五一活动方案篇六

五一是各大店铺大搞促销活动吸引客源的好时机。一些爱是范本，欢迎能够阅读。

随着服装促销目的的不同，服装促销计划有下列不同的种类：

(一) 年度服装促销计划

一般而言，为营造卖场的气氛与动感，应以年度为计划基准，规划年度服装促销计划时程，并且以下列为主要重点：

1、与当年度的营销策略结合

专卖店与消费者接触最为亲密，公司与消费者之间是有赖营销沟通策略的展现，每年推出不同主题的营销策略，可以建立消费者对品牌形象的认知更为肯定，因此年度服装促销计划结合营销策略，将可以使得品牌形象更加强烈，消费者对品牌好感度增加，同时结合营销策略也能使得资源运用更为集中，具有延续效益，范文之规划方案:服装店五一活动方案。例如某休闲服饰店年度营销沟通策略主题为“社区生活伙伴”，举办的服装促销活动以社区为主要目标群体，表现出对社区的关怀与共同生活的信念，因此举办“社区休闲大赛”服装促销活动，以凝聚社区情感，并且增加社区消费者对本店的好感度。

2、考虑淡旺季业绩差距

任何品牌几乎都会有季节趋势的特性，对于业绩会有不同比率的变化，因此在年度经营计划应已考虑此特性，当然服装促销活动的规划必须要考虑淡旺季的影响，淡季的服装促销活动除了会延缓业绩下降外，并可以尝试以形象类服装促销活动，来增加品牌形象的认知，旺季的服装促销活动因竞争较为激烈，通常以业绩达成为主要目标。

3、节令特性的融合

节令包括国定假日与非国定假日，国定假日型例如国庆日等，非国定假日例如情人节、母亲节、父亲节等，另外中国传统

习俗节令也是不能忽视的。

4、年度服装促销行事历

年度服装促销行事历是以年度营销计划为策略始点，将整年度的服装促销活动，以行事历的方式表达，目的在使得品牌以策略的观点充分掌握年度服装促销活动的重点，同时也能以整合性的营销策略规划服装促销活动。

(二) 主题式服装促销计划

所谓主题式服装促销计划是指具有特定目的或是专案性服装促销计划，最常使用在店铺开业、周年庆、社会特定事件以及商圈活动。

1、店铺开业

店铺开业代表新通路点的开发以及服务地区的延伸，为专卖店的一大要事，开业期间能吸引多少消费者，会影响未来店铺营运的业绩，因此通常店铺开业期间会搭配服装促销活动，以吸引人潮并且刺激购买欲望。店铺的经营有赖消费者的维系，因而消费者资料相当重要，所以在开业期间的服装促销活动就得在此多费心思，不妨利用开业服装促销留下消费者资料，作为未来商圈耕耘的基础。

2、周年庆

店铺既然有开业，当然也有周年纪念，因此周年庆的服装促销活动成为目前最常被炒作的话题。虽然周年庆年年都有，若是能多加一点创意，多用点心，仍然可以走出刻板的模式，创造出新鲜感的话题。

3、社会特定事件

专卖店除了销售外，就另一种层面而言，也是资讯信息流通中心，是以专卖店对于社会发生的事件，必须时时保持敏感度，平时与消费者接触时可当作闲聊话题，拉近彼此距离建立情感，遇某一事件发生时，也可以举办服装促销活动，一则表示企业关怀社会，一则刺激购买提高业绩。

4、商圈活动

零售店的经营具有区域性，商圈消费者的掌握为最根本之道，连锁店虽然拥有多家店经营的规模利益，仍不能脱离商圈耕耘的基本动作，因此商圈活动必然成为未来区域经营的重点，规划方案《服装店五一活动方案》。

(三) 弥补业绩缺口的服装促销计划

业绩是专卖店维持利润来源最主要的管道，也是代表品牌在竞争下市场占有率的态势，营业人员每日所为即是在确保业绩的达成，因此以月为单位，以周为单位或以日为单位，都应设立预警点，若发现到达预警点即以服装促销活动来弥补业绩的`缺口，为了能有效而准确地达到目的，平日应建立“服装促销题库”，遇有状况即能派上用场。至于预警点的设立标准，则会因各业态及专卖店特性而有差异，不妨以过去正常业绩趋势为参考值；某店铺在当日下午六点累积业绩通常为该日业绩的60%。诸如此类，以专卖店特性，建立预警点的参考值，对业绩的达成有相当大的帮助。当然设立预警点不能一成不变，必须随时参酌每一个时点的各种因素，才能符合当时的效益。

(四) 对抗性服装促销计划

经营本身是动态的，在市场的激烈竞争之下，专卖店随时要有接受挑战的准备，由于连锁店的蓬勃，竞争的加速化是可以预期的，消费者长期地笼罩在服装促销的诱惑，竞争对手的服装促销活动很可能使得我们的消费者流失，造成业绩的

减少，必要的对抗性服装促销活动因此而产生，由于对抗性的服装促销活动通常较为紧急，可运用的时间较短，若能平日建立“服装促销题库”，在面对应变时，将可以立即运用。

经过上述阶段的策略思考之后，接下来便是拟定服装促销方案，服装促销方案的内容包括以下的项目：

(一) 目标对象

只针对某一群消费者举办的服装促销活动，以便拟定最适合的服装促销手法。

(二) 主题

主题的设置必须具有创意性、话题性，若能创造出口语或标语，则可兼具广告效果。

(三) 诱因

诱因是指消费者获得的部份，例如赠品、折扣等，诱因的大小要同时考虑消费者的接受度，以及企业成本的负担。

(四) 参加条件

参加条件是界定哪些消费者可以参加，以及如何参加此服装促销活动，例如：购买金额满300元可参加抽奖。

(五) 活动期间

活动期间指服装促销期间的设定，依过去经验及消费行为特性，决定长短合适的活动期间。

(六) 媒体运用

媒体的运用是指通过讯息传递的管道，将服装促销的讯息传

达给消费者，由于讯息是否准确且即时的传达给消费者，对于服装促销期间的来客数会有相当的影响，因此必须谨慎地评估及选择媒体。

一、打1折

商家打折大拍卖是常有的事，人们决不会大惊小怪。但有人能从中创意出“打1折”的营销策略。实在是高明的枯木抽新芽的创意。

日本东京有个银座绅士西装店。这里就是首创“打1折”销售的商店，曾经轰动了东京。当时销售的商品是“日本good”□

具体的操作是这样的：先定出打折销售的时间，第一天打9折，第二天打8折，第三天第四天打7折，第五天第六天打6折，第七天第八天打5折，第九天第十天打4折，第十一天第十二天打3折，第十三天第十四天打2折，最后两天打1折。

商家的预测是：由于是让人吃惊的销售策略，所以，前期的舆论宣传效果会很好。抱着猎奇的心态，消费者们将蜂拥而至。当然，消费者可以在这打折销售期间随意选定购物的日子，如果你想要以最便宜的价钱购习，那么你在最后的那二天去买就行了，但是，你想买的东西不一定会留到最后那两天。

实际情况是：第一天前来的客人并不多，如果前来也只是看看，一会儿就走了。从第三天就开始一群一群的光临，第五天打6折时客人就像洪水般涌来开始抢购，以后就连日客人爆满，当然等不到打1折，商品就全部买完了。

二、一件货

对买新产品的商家来说，最吸引消费者的无非是“新”，如何再在“新”上继续作文章呢？

意大利有个莱尔市场，就是专售新产品的。有些新产品很畅销，许多消费者抢着购卖，没抢到手的，要求市场再次进货，可得到的回答竟是：很抱歉，本市场只售首批，买完为止，不再进货。

对此，有些消费者很不理解，还向旁人诉说。但从此以后，来这里的消费者中意就买，决不犹疑。不难看出，莱尔市场的“割爱”是个绝妙的创意，它能给消费者留下强烈的印象——这里出售的商品都是最新的；要买最新的商品，就得光顾莱尔市场。

这真是“新”上创新的创意！

三、明亏暗赚

日本松户市原市长松本清，本是一个头脑灵活的生意人。

他经营“创意药局”的时候，曾将当时售价200元的膏药，以80元卖出。由于80元的价格实在太便宜了，所以“创意药局”连日生意兴隆，门庭若市。由于他不顾赔血本的销售膏药，所以虽然这种膏药的销售量越来越大，但赤字却免不了越来越高。

那么，他这样做的秘密在哪里呢？

原来，前来购买膏药的人，几乎都会顺便买些其它**，这当然是有利可图的。靠着其它**的利润，不但弥补了膏药的亏损，同时也使整个药局的经营却出现了前所未有的盈余。

这种“明亏暗赚”的创意，以降低一种商品的价格，而促销其它商品，不仅吸引了消费者，而且大大提高了知名度，有名有利，真是一举两得的创意！

服装五一活动方案篇七

幸福大投“球”，下一个属于你。

上午11:00开始

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。

服装五一活动方案篇八

幸福大投“球”，下一个属于你。

：上午11:00开始

2遮阳伞摆好，工作人员到场，

3开业*，宣传标语要悬挂好。

主要的活动

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，并写上此次参与我们活动，并且留下姓名与联系方式的学生姓名，然后贴在店铺墙上。(活动的目的是为了来店铺的消费者有机会看到自身的名字，产生一种自豪与归属感)。

规则与要求：

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)

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。

特制的大衣要求：

- 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)

促销方案一：

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)全部都是六折。

促销方案二：

凡是当天在本店购买服装的消费者，可获得服装店代金券10元(或会员卡，可打8、8折与积分，积分越高，打折越低)，用代金券牢牢抓住客户，抓住客户的心，提高长期回头客。