

# 最新五一童装活动方案 童装五一节活动方案(精选5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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 五一童装活动方案篇一

五一”国际劳动节即将来临，为了丰富员工业余生活及欢度“五一”国际劳动节，公司决定于20xx年x月xx日——20xx年x月x日举办以“铸造一流团队、打造一流企业”为主题的北京市旅游活动。

增进员工之间感情、发挥团队协作精神。

1、主办部门：公司工会

2、协助部门：党支部、团支部、综合管理部

3、活动安排：分两批出发(时间根据公司生产情况定)

4、领导小组成员：

4.1第一批领导小组成员

领队：薛有海(副总经理)

副领队：张铁流(综合管理部经理)、邓金才(工会副主席/团支部书记)

召集人：邓金才(工会副主席/团支部书记)

## 4.2第二批领导小组成员

领队：薛炳军(党支部书记/工会主席/副总经理)

副领队：胡裔志(副总经理)、谢雪琼(工会副主席)

召集人：钟加崇

### 1、活动时间：

第一批□20xx年x月xx日下午1x时在公司统一乘车出发到南宁乘飞机□20xx年x月x日从北京乘飞机返回南宁后乘大巴返回公司。

第二批：时间待定(以公司通知为准)

2、活动地点：北京市及名胜风景区

3、集合地点：公司篮球场。

xx(乘大巴)xx(乘飞机)xx

公司领导、各部门领导、所有任职干部及各部门骨干，具体名单另附表。(如实际名单有变动将另行通知)

具体人员由各单位一把手及公司共同商定。(分两批出发，第一批出发总人数约为xx人，第二批出发约为xx人)

1、在出发前所有参与活动的人员集中会议室进行出行前安全培训，增强安全防范意识和自我保护能力。

2、在条件允许的情况下，可以组织有关人员对活动场地和路线进行认真勘察，并对可能发生的情况做好充分的估计和应变准备。

- 3、出发前必须听从导游及领队的指挥。在每一次集合时(出发前,返回前)一定要清点人数,确保员工安全,确保旅游活动的圆满成功。
- 4、携带急救用品,以防员工受伤或突发疾病(如感冒药、晕车药、发烧药、创可贴等)。
- 5、为了确保员工安全,参加旅游活动的员工必须服从领队及导游的安排,有突发事件要随时联系并及时上报领队及导游。
- 6、在旅游期间,禁止单独行动,休息时间外出必须向领队报告并获批准后方可结伴外出。
- 7、请自带好雨具、水杯及有关旅游生活用具。
- 8、注意人身和财产安全。

### 小礼品

3xxx元/人(含车费、风景区门票费、住宿费、餐费等),预算费用总计约3xxx元。该项费用由公司统一开支。

活动过程中允许举办趣味游戏。

## 五一童装活动方案篇二

1、凡在x-xx日至x-x期间,凭购物小票可在收银台处加1元可换取价值x元商品,满xx元顾客加x元可换购价值xx元商品,购物xx元以上顾客加5元可换购“时尚运动t恤”一件(□□x.x日前换小票,活动日开始一票换物。换购商品为袜子,背心、简易t恤等,此活动需设置最低消费标准。)

2、凡一次性购物满68元顾客,凭当日单张购物小票可到收银台免费办理积分卡一张;在活动时间内可享受双倍积分。当

日购物满588元客户可赠送会员卡，可在任何棉之家连锁店内享受会员折扣。（特价商品、换购赠品后不参加积分活动，兑换积分卡后及时收回小票）

3、会员专利优惠产品，为吸引更多会员客户购物，设置少量款式服饰进行折上折，即在活动折扣基础上再享受会员专利。（此方式需要新款、高利润产品为依托）

4、买赠及折扣最常规手段，达到一定消费额后返还比例赠品（例，满38送袜子，满68送背心及等价吊带、满128送运动衫等。具体赠送礼品需要尽快确定购买。折扣产品不参与此方案）。

5、购物反馈x□xx-x□x日进店消费顾客，可于活动期间持购物小票到店内抵现金使用，（要提前确定好反馈比例）

1、人员准备，提前按岗位明确，责任到人，避免活动期间有环节出错。

2、货品准备，购置好促销品及具体折扣，保证参与活动产品供应（建议进购一批专用促销服饰）。

3、赠品、附件准备，赠品数量充足，保证供应。确认好所需附件，提前购买全。

（店内所经营产品及需采购赠品，杯子，脸盆等家用品，衣架，皮条等附件品）

4、沟通方面，确认好参与活动店面，日期以及各店活动方式。

## 五一童装活动方案篇三

打折是在营销促进活动中运用最多的`手段，薄利多销又可以用折扣吸引消费者的心理，加强消费者对品牌的亲近感。参

加折扣的童装可以进行事先的设定。对于过季的服装在折扣上可以多做出一些让步，热销的童装折扣要进行控制，免得影响以后的销售。

## 2、发放优惠券

优惠券促销的目的包括了销售促进的三大目标，和现金折扣有所区别的是，它能更多的吸引没有计划购买童装的消费者到同一地点进行再消费。六一当天购买童装达到一定金额赠送一张优惠券，往往可拉住回头客，扩展一批老顾客。

## 3、赠送小礼品

赠品是除现金折扣外应用最多的一种销售促进活动方式，活动形式多种多样极富变化性。目前众多品牌运用的普通的买赠手段越来越难以引起消费者的关注。在赠品促进这一环节，要最多注意的是赠品的选择，好的赠品方式可以让消费者因为赠品而感觉物超所值选择产品。一件儿童玩具，一本儿童图书都是比较受欢迎的赠品。

## 4、开展抽奖活动

抽奖促销就是利用顾客消费过程中的侥幸获大利心理，设置中奖机会，利用抽奖的形式，来吸引消费者购买童装。抽奖促销是我们在日常生活中最常见的促销方式。采取抽奖促销的对于大品牌与新进入市场的品牌，都是屡试不爽的促销方式。与赠品不同的是，抽奖的奖品价位更高，不确定性，更能引发顾客的尝试心理。

## 5、现场亲子活动

这是品牌童装才可以尝试的方式。现场的亲子活动需要有适合的主题，以及详细的方案，在大型商场里经常见到这样的促销活动。其优点是更能够拉近童装品牌与消费者的距离，

在品牌推广上效果显著。很多亲子活动都与其他促销方案“打包”进行。单一的亲子活动比较少见。

## 五一童装活动方案篇四

孩子们的世界是五彩缤纷的，要想吸引孩子们的目光，第一条，也是最直观的就是卖场的布置，即要与自己的风格相符，又要为节日添彩。

a□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。

加菲猫是一只非常幽默风趣、个性的猫，加菲猫童装也是这样一种风格，为了突出这种风格，加菲猫童装店内会放很多加菲猫的毛绒玩具，也会有由人扮演的加菲猫做各种表演，与小朋友互动，做游戏，比如不久前开展的活动：十八种拥抱的方式，由加菲猫教会孩子们各种拥抱的姿势，孩子们可以拥抱他们喜爱的加菲猫玩偶，也可以相互拥抱，同时鼓励孩子们开动脑筋，想出更多更有意思的拥抱方式。加菲猫玩偶在每个地方出现都会引起轰动，特别是到儿童节，每个店面都希望加菲猫能在当天出现。

在促销活动中，巴拉巴拉主要采用概念营销方式，传递产品的独特之处，通过赠品的选择来推广品牌文化，如不久前的一次促销活动“纸飞机的夏天”，通过纸飞机来承载孩子的梦想，体现孩子们在春末夏初的一种欢悦心情；五一期间巴拉巴拉推出促销活动“炫彩的世界”，表现孩子的世界是多姿多彩的，赠品是漂亮的水壶；母亲节巴拉巴拉进行的推广活动是“蹦谢妈妈的爱”，表现的是一种关爱，一种母子、母女的深情，一种感恩的文化；红黄蓝则在休息区推出f1赛车道，让小朋友享受游戏的快乐，红黄蓝还在圣诞节时准备了免费的糖果机，希望小朋友能参与进来，亲自动手。

当然，上面只是童装促销的个别方面，要做好整场促销还需要各个部门的共同努力，各个环节的相配合！

## 五一童装活动方案篇五

童装促销方案究竟该如何撰写才能使销售产生最大的回报实效？这是商家倍受关注的问题。今天给大家带来的是童装促销活动方案范文，希望能帮到你。

### 童装促销活动方案范文1 卖场布置

孩子们的世界是五彩缤纷的，要想吸引孩子们的目光，第一条，也是最直观的就是卖场的布置，即要与自己的风格相符，

又要为节日添彩。

a□六一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。

## 活动的选择

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。

我们来看一些例子：

加菲猫是一只非常幽默风趣、个性的猫，加菲猫童装也是这样一种风格，为了突出这种风格，加菲猫童装店内会放很多

加菲猫的毛绒玩具，也会有由人扮演的加菲猫做各种表演，与小朋友互动，做游戏，比如不久前开展的活动：十八种拥抱的方式，由加菲猫教会孩子们各种拥抱的姿势，孩子们可以拥抱他们喜爱的加菲猫玩偶，也可以相互拥抱，同时鼓励孩子们开动脑筋，想出更多更有意思的拥抱方式。加菲猫玩偶在每个地方出现都会引起轰动，特别是到六一儿童节，每个店面都希望加菲猫能在当天出现。

间巴拉巴拉推出促销活动炫彩的世界，表现孩子的世界是多彩多姿的，赠品是漂亮的水壶；母亲节巴拉巴拉进行的推广活动是蹦谢妈妈的爱，表现的是一种关爱，一种母子、母女的深情，一种感恩的文化；红黄蓝则在休息区推出f1赛车道，让小朋友享受游戏的快乐，红黄蓝还在圣诞节时准备了免费的糖果机，希望小朋友能参与进来，亲自动手。

当然，上面只是六一童装促销的个别方面，要做好整场促销还需要各个部门的共同努力，各个环节的相配合！童装促销活动方案范文2 婴方喜：

六一是童装行业的一个重大节日，这一段时间将是销售的旺季，我们作为0-3岁的婴幼儿童装，却与别的年龄段的童装有所区别，我们调查到最近3年，七、八月份的婴儿出生率不会低，所以我们不会只视六一为重头。当然，在六一我们也会做足宣传，推出新款婴幼儿玩具，在商场专柜进行礼品派送，同时与新中国儿童冠名合作举行婴幼儿的爬行大赛。

叮当猫：

孩子的天性是纯真的，所以在六一，我们不赞成过于商业化的运作。我们品牌在六一提出娱乐营销与体验式营销观念，以半赠送的形式推出超值体验套装，让孩子们能够感受到环保服装的舒适；同时，在专卖店里开展轻松、娱悦的互动小游戏，使家长及孩子在温馨、娱乐中购物。

商场年六一促销活动案例：

儿童节即将来临，百货大楼特推出扮靓芭比穿衣秀活动，5月31日之前，3岁到12岁的小朋友都可以到百大五楼报名参加。与此同时，百大五楼儿童欢乐亲子园还准备了各种趣味、竞技比赛；当天购物满161元的顾客，可免费享受由妈咪宝贝专业摄影师拍摄亲子合照一张；购物满200元，即可获赠61元摄影现金券一张。值得一提的是，奥迪超车王南昌地区城市大奖赛也在百大五楼举行，17岁以下的青少年儿童均可参加。而且在百大五楼电梯口将设立一个旧玩具捐献区，由商场统一把玩具捐给福利院儿童，凡捐献的小朋友还可获得一份小礼物。

此外，百大50周年庆祝活动依然进行，一楼百丽[tata]天美意等女鞋买200元送150元；二楼播女装、箱子女装新品300元送150元；三楼5月23日至5月27日14：00至17：00及明晚，在三楼电梯口分别举办桑扶兰、芬怡、浩沙07新款泳装系列真人模特静态秀，雅蒂安娜等满200元送150元。

下面是几点儿小诀窍：

- 1、在店面的摆设上花心思，如在最显眼的地方摆挂一些今年流行的色彩和款式，同时在衣服下边摆上一些小玩具和小贴画，这些是专门作为礼物送给小朋友的，会取得不错的效果。
- 2、店面周边饰以缤纷多彩的气球，六一期间童真荡漾，让孩子们在欢乐的天地、缤纷的童装世界中度过一个快乐难忘的六一儿童节。通过本次活动的开展。

希望商家都能做好六一节童装的促销活动，并通过本次活动的开展，可以提高服装在顾客心中的美誉度，吸引更多的家庭消费。

童装促销活动方案范文3 国内童装企业的童装店促销活动费

用与广告费用之比达到6：4，这不能不说是一个让人倍受关注的现象。兵家有云：战无不备，攻无不克。正如一份缜密的童装店促销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童装促销活动成功的保障。

童装促销方案究竟该如何撰写才能使销售产生最大的回报实效？一般说来，以下这些方面是必须要逐步展开的。

首先是促销活动目的：对市场现状及活动目的进行阐述。

以在实施活动之前，一定要弄清竞争对手与本品牌的差别性所在，哪怕是细微的，最终力争让本品牌的优势脱颖而出。

其次是活动对象。

本次活动针对的是目标市场的所有儿童、家长还是某一特定阶层的儿童和家长？活动控制在范围多大内？哪些人是促销的主要目标？哪些人是促销的次要目标？主要是为了吸引家长购买还是吸引儿童购买？（这里需要注意：虽然儿童消费最终要通过家长购买来实现，但二者的关注重点许多时候都存在着很大差异）这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

第三是活动主题的拟定。

在这一部分，主要是解决两个问题：确定活动主题和包装活动主题。是降价？价格折扣？赠品？抽奖？礼券？服务促销？演示促销？消费信用？还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

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。这里需要强调的是，由于目前中国童装品牌相互之间的差异化不是成人装那样明显，所以在实施活动之前，一定要弄清竞

争对手与本品牌的差别性所在，哪怕是细微的，最终力争让本品牌的优势脱颖而出。

其次是活动对象。

本次活动针对的是目标市场的所有儿童、家长还是某一特定阶层的儿童和家长？活动控制在范围多大内？哪些人是促销的主要目标？哪些人是促销的次要目标？主要是为了吸引家长购买还是吸引儿童购买？（这里需要注意：虽然儿童消费最终要通过家长购买来实现，但二者的关注重点许多时候都存在着很大差异）这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

第三是活动主题的拟定。

服装加盟在这一部分，主要是解决两个问题：确定活动主题和包装活动主题。是降价？价格折扣？赠品？抽奖？礼券？服务促销？演示促销？消费信用？还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

服装加盟在确定了主题之后要尽可能艺术化地扯虎皮做大旗，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。一般说来，童装都是面对家长和孩子这样一个双重消费群体，所以对于家长来说，可能很大程度上要突出环保、保健、益智这些主题，而对于儿童这一直接消费者来说，他们感兴趣的则往往是趣味、幻想这些主题思想。

服装加盟值得重视的是，这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性，让人们真正愿意购买你的童装产品，最起码也要记住你的品牌特点。

第四是活动方式。这一部分主要阐述童装促销活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的羊头来卖自己的狗肉？是厂家单独行动，还是和经销商联手？或是与其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势，儿童是祖国的未来，是人们关爱和保护的对象，政府和媒体往往也愿意在这一点上做文章；和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险，扩大整个活动的规模和影响。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象（如儿童或家长）参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。要强调的是，这种刺激必须要突出公益性。

第五是活动时间和地点的选择。

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让儿童或家长有空闲参与，如一般可选择五一、国庆黄金周或儿童节，在地点上也要让消费者方便（特别是儿童），而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

第六是广告配合方式。

一个成功的童装促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作（这个时候往往应该选用大众媒体或一些专门针对启蒙教育的节目）？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

第七是前期准备。

服装加盟前期准备分三块：人员安排；物资准备和试验方案。

品发放？谁负责顾客投诉？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。特别是一些幼儿参与活动的时候，偶尔会出现一些安全问题，必须要有专人负责，否则往往会阻碍整个活动的进行。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

服装加盟尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想，特别要注意到儿童的身心承受能力。试验方式可以是询问家长、孩子的老师，填调查表或在特定的区域试行方案等。

第八是中期操作。中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对参与人员各方面纪律作出细致的规定。儿童比较好动，在活动中有时可能会因为兴趣所至，注意力发生转移而我行我素，所以在活动前必须反复强调纪律问题。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊，包括意外情况处理，如儿童受伤等。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

第九是后期延续。

第十是费用预算。

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的阳光行动b计划以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的，还必须要有足够的财力支持。

此外就是意外防范。

每次活动都有可能出现一些意外，比如政府部门的干预、消费者的投诉、参与者出意外甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

最后一点是效果预估。

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结本次童装促销活动的成功点和失败点。

以上十二个部分是针对童装促销活动方案的一个

整体框架。当然，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

有了一份有说服力和操作性强的活动方案，才能让公司支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，使本次童装促销活动起到四两拨千金的效果。