

# 2023年服装春季活动方案 春季服装促销活动方案(大全5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 服装春季活动方案篇一

恭贺新禧喜迎新春

共庆佳节洛兹奉献

新春是绚丽的，精彩的，浪漫的，时尚与激情在这个多彩的日子里完美汇聚，洛兹男装佳节礼相连，与您共度绚丽节日！

建议某某年12月底至春节后一周

- 1、新年新气象，全场xxx折起。
- 2、凡购物即送新春礼品一份（送完为止）。

二，店庆促销活动（包括新开店）

洛兹男装××店喜庆×周年

自定

（以下促销活动可自由选择，组合）：

- 1、全场服饰xxx折，部分商品除外；

- 2、活动期间来店即送精美礼品一份；
- 3、折后满xxxx元赠送指定服装一件；
- 4、活动期间推出店庆价新款服饰；
- 5、可以旧换新，只需补足前后购衣差价。
- 6、消费者现场办理vip贵宾卡活动（满500元可办理贵宾卡）。
- 7、店庆当天过生日的男士出示身份证即可以xxxx折特价购买任意服饰一件。

### 三，单品文化月（周）促销活动

洛兹男装棉褙系列文化月（或者其它单品系列）

自定

（以下促销活动可自由选择，组合）：

- 1、全场服饰xxx折起。
- 2、打折后累积消费满xxx元，可获得指定服装一件（库存产品）。

主要目的：以上回馈以推广新品为主拉动销售力度，同时，通过赠送库存产品提升销售额。

3、××原价xxx一律xxx

主要目的：以特卖为主，拉动库存销售。

为统一洛兹品牌形象，“恭贺新禧，喜迎新

春”促销活动（对元旦，新春进行连带策划）的主题，时间，内容由企划部统一拟定，不做修改，物料统一制作，发放。

店庆促销（包括新开店），单品系列促销活动由客商根据市场需要进行选择是否实施，平面设计方案由企划部统一拟定。同时，鉴于市场特殊性，店庆，单品促销活动的的时间，内容仅供各分公司经理及代理商参考，挑选。具体促销时间，促销内容（包括大型活动公证）请各分公司经理和代理商根据市场及地区实际情况确定，精美礼品也由各分公司及代理商根据活动要求自行确定，并当地购置。

为保证促销活动按计划展开，请客商认真统计活动实施所需要的吊旗，立牌等物料数量，并确定店庆（包括新开店）及单品系列促销的时间，内容。请在表格相关位置填写统计好的各物料数量，确定的促销时间及选择好了的促销内容。

## 服装春季活动方案篇二

恭贺新禧喜迎新春

共庆佳节洛兹奉献

新春是绚丽的，精彩的，浪漫的`，时尚与激情在这个多彩的日子里完美汇聚，洛兹男装佳节礼相连，与您共度绚丽节日！

### 【促销时间】

建议某某年12月底至春节后一周

### 【促销内容】

- 1、新年新气象，全场x折起。
- 2、凡购物即送新春礼品一份（送完为止）。

## 二，店庆促销活动（包括新开店）

**【促销主题】**：洛兹男装××店喜庆×周年

**【促销时间】**：自定

**【建议促销内容】**（以下促销活动可自由选择，组合）：

- 1，全场服饰x折，部分商品除外；
- 2，活动期间来店即送精美礼品一份；
- 3，折后满x元赠送指定服装一件；
- 4，活动期间推出店庆价新款服饰；
- 5，可以旧换新，只需补足前后购衣差价。
- 6，消费者现场办理vip贵宾卡活动（满500元可办理贵宾卡）。
- 7，店庆当天过生日的男士出示身份证即可以x折特价购买任意服饰一件。

## 三，单品文化月（周）促销活动

**【促销主题】**：洛兹男装棉褙系列文化月（或者其它单品系列）

**【促销时间】**：自定

**【建议促销内容】**（以下促销活动可自由选择，组合）：

- 1，全场服饰x折起。

2, 打折后累积消费满xx元, 可获得指定服装一件 (库存产品)。

主要目的: 以上回馈以推广新品为主拉动销售力度, 同时, 通过赠送库存产品提升销售额。

3, ××原价x一律x

主要目的: 以特卖为主, 拉动库存销售。

为统一洛兹品牌形象, “恭贺新禧, 喜迎新

春”促销活动 (对元旦, 新春进行连带策划) 的主题, 时间, 内容由企划部统一拟定, 不做修改, 物料统一制作, 发放。

店庆促销 (包括新开店), 单品系列促销活动由客商根据市场需要进行选择是否实施, 平面设计方案由企划部统一拟定。同时, 鉴于市场特殊性, 店庆, 单品促销活动的的时间, 内容仅供各分公司经理及代理商参考, 挑选。具体促销时间, 促销内容 (包括大型活动公证) 请各分公司经理和代理商根据市场及地区实际情况确定, 精美礼品也由各分公司及代理商根据活动要求自行确定, 并当地购置。

为保证促销活动按计划展开, 请客商认真统计活动实施所需要的吊旗, 立牌等物料数量, 并确定店庆 (包括新开店) 及单品系列促销的时间, 内容。请在表格相关位置填写统计好的各物料数量, 确定的促销时间及选择好了的促销内容。

## 服装春季活动方案篇三

恭贺新禧喜迎新春

共庆佳节洛兹奉献

新春是绚丽的,精彩的,浪漫的,时尚与激情在这个多彩的日子里完美汇聚,洛兹男装佳节礼相连,与您共度绚丽节日!

**【促销时间】**

建议某某年12月底至春节后一周

**【促销内容】**

- 1、新年新气象,全场\_\_\_折起.
- 2、凡购物即送新春礼品一份(送完为止).

二,店庆促销活动(包括新开店)

**【促销主题】**:洛兹男装××店喜庆×周年

**【促销时间】**:自定

**【建议促销内容】**(以下促销活动可自由选择,组合):

- 1,全场服饰\_\_\_折,部分商品除外;
- 2,活动期间来店即送精美礼品一份;
- 3,折后满\_\_\_元赠送指定服装一件;
- 4,活动期间推出店庆价新款服饰;
- 5,可以旧换新,只需补足前后购衣差价.
- 6,消费者现场办理vip贵宾卡活动(满500元可办理贵宾卡).
- 7,店庆当天过生日的男士出示身份证即可以\_\_\_折特价购买任意服饰一件.

### 三, 单品文化月(周)促销活动

【促销主题】:洛兹男装棉褙系列文化月(或者其它单品系列)

【促销时间】:自定

【建议促销内容】(以下促销活动可自由选择,组合):

1, 全场服饰\_\_\_折起.

2, 打折后累积消费满\_\_\_元,可获得指定服装一件(库存产品).

主要目的:以上回馈以推广新品为主拉动销售力度,同时,通过赠送库存产品提升销售额.

3, ××原价\_\_\_\_\_一律\_\_\_\_\_

主要目的:以特卖为主,拉动库存销售.

为统一洛兹品牌形象,“恭贺新禧,喜迎新

春”促销活动(对元旦,新春进行连带策划)的主题,时间,内容由企划部统一拟定,不做修改,物料统一制作,发放.

店庆促销(包括新开店),单品系列促销活动由客商根据市场需要进行选择是否实施,平面设计方案由企划部统一拟定.同时,鉴于市场特殊性,店庆,单品促销活动的的时间,内容仅供各分公司经理及代理商参考,挑选.具体促销时间,促销内容(包括大型活动公证)请各分公司经理和代理商根据市场及地区实际情况确定,精美礼品也由各分公司及代理商根据活动要求自行确定,并当地购置.

为保证促销活动按计划展开,请客商认真统计活动实施所需要的吊旗,立牌等物料数量,并确定店庆(包括新开店)及单品系列促销的时间,内容.请在表格相关位置填写统计好的各物料

数量, 确定的促销时间及选择好了的促销内容.

## 服装春季活动方案篇四

七夕情人节马上就要到了, 这个浪漫的节日, 相信很多人都不愿错过, 服装店主们当然也不会放弃任何一个可以赚钱的机会。那么, 准备好七夕服装促销, 积极备战是必不可少的。要促销, 要“打仗”, 点子肯定是少不了的。下面是小编整理的七夕服装促销方案, 一起来看看吧!或许会对你的服装店促销有帮助哦!

### 1、做好促销前的宣传工作

也就是适时广告。现在服装店的广告一般是通过目录式销售来实现, 因此, 做好适时广告也是很必要的。

“酒香也怕巷子深”, 再好的促销方式消费者不知晓, 也只能“胎死腹中”。做好七夕促销前的宣传工作是促销达到目的的前提。

一般而言, 一个店面的辐射力因其自身实力的强弱也有大小之分, 在店面辐射范围之外的宣传工作只能是浪费钱财, 并起不到什么实质性的作用。促销宣传要在店面的辐射范围之内, 针对目标消费者进行。

对于实力雄厚的商场, 可运用电视广告, 强势媒体, 全方位多渠道地向消费者传递信息, 而一般的中小店面则无须“大动干戈”, 在商店周围散发传单, 充分利用店内广播、海报、店招等资源, 或者运用宣传车等工具, 就能达到相应的目的。时下, 不少商店的促销政策“轻轻地来”, 又“轻轻地去”, 在人群中“惊不起一丝涟漪”, 自然也就达不到提升人气的目的。

### 2、巧制促销政策

促销方式的合理与否直接关系到促销效果的好坏，在制定促销政策的时候，一定要先对目标顾客市场进行调查，有一个整体上的把握，然后有针对性地制定相关的政策，这样才能收到较好的效果。

### (1)、发挥附赠品的魅力

在麦当劳店内每逢节假日都座无虚席，这到底是什么原因呢？原来吸引用餐者的不单单是卫生、便捷、可口的快餐，尤其是对小朋友吸引力更大的是玩具赠品，每种玩具都样式各异创意新奇。孩子们的需求带来了全家的消费，孩子吃乐了，玩具到手了，高兴了，家长多掏一点腰包也是心甘情愿的。赠品的造价本来就不高，由于数量大，成本低，快餐店用少量免费赠品带来了丰厚的回报。

### (2)、集点消费

现在不少商场推出了会员制，发行优惠卡，当顾客在店里购物达到一定数量时就可以得到一定的返利。如累计购满100元返利20元，购满200元则返利50元，以实物或购物券的形式兑现，吸引的不少的消费者前来购买，并有效的培养可顾客的忠诚度。

利用集点消费的促销方式关键是要讲信誉，承诺的政策一定兑现，让消费者得到切实的好处。

### (3)、注意创新

时代在变，但很多商店的促销却是“一成不变”，面对漫天飞的促销广告，消费者对“老面孔”已经不再“感冒”，因循守旧的促销方式成了“聋子的耳朵”，所以促销方式一定要以信取胜，只有新才有活力，只有新才能更多的吸引消费者的“眼球”。

如今，促销花样越来越多，但只有符合顾客的心理和需求的方式才可能收到良好的效果。一般说来，商店应结合产品的性质，不同方式的特点以及消费者的购物习惯等因素，选择合适的方式，以新取胜，并确定合理的期限。但不管是那一种方式，促销过程中一定要杜绝虚假，否则损害了商店的信誉，只能“搬起石头砸起了自己的脚”。

### 3、中后期的宣传

在促销的过程中，不要忽视中后期的宣传，一方面令消费者感到商家兑现行为的可信性，一方面引起更多消费者的注意和购买欲望，另一重要的方面则是增强商店的良好形象，形成良好的口碑，以此换来更多的顾客。

### 4、发放优惠券

优惠券促销与现金折扣最大的区别之处就是，它能更多的吸引那些没有计划购买服饰的消费者寻找确定活动的终端进行消费。

有三个方案可以争取到更多新顾客。

方案一 可以在目标消费群集中的地方进行每个单位有限额度的有限时间的优惠券派发，并结合优惠券派发新产品说明，以吸引更多新顾客前往服装店参加促销活动，争取新顾客。

方案二 可以在一些大型百货商场门前的产品小单页发放可结合优惠券活动，这种方案在短期时间内有一定的销售效果，不过会对品牌造成一定的伤害，通常阿里山，服装店优惠券促销不会简易使用这种方式，除非是竞争导向趋向于激烈的价格竞争。

方案三 也可以与相关性服装产品的地区性购物杂志联系，认可该杂志所有的优惠券，并进行产品销售。这种方案可以更

大限度地扩大宣传范围，让更多地区的消费者都知道服装店的促销活动，从而吸引他们前来光顾，参加促销活动。

## 5、其它七夕促销具体方案

### (1)、精品促销

精品促销带来的利润远远高于一般常规产品，所以服装店适合做精品销售，它有别于超市的上万种商品的销售。因此，服装店必须时刻拥有精品意识，做好精品销售的规划与促销策划工作。

### (2) vip招募

服装店要始终壮大自己的会员队伍，会员的预存费用模式是服装店最大的效益保障，因此，开发vip会员是服装店销售的核心工作。

### (3)、网点淘宝

网络是个新时代产物，必须要参与进去，服装店与网店的结合是目前比较流行的做法，可以吸引大批距离服装店比较远的客户，同时要控制好价格与服务，做好管控措施，实现线上与线下互动。

### (4)、醒目活动

一个醒目的活动能够促进销售，带来客户，提升服装店的知名度。醒目活动要月月开展，周周开展，不能荒废，活动要贴近实际，贴近消费需求，贴近合理的利润空间。

### (5)、社区互动

服装店要始终服务于周边环境，以便于经营。因此，社区互

动必须积极参加，要主动联系社区，争取通过有效途径为自己造势。

## (6)、直销

直销市场来势汹涌，目前国内批准的20多家直销企业做得如火如荼，直销领域中大部分都有服装店的开设，因此，服装店做直销是一个很好的方式，直销带动的消费数据库将大大增加编外销售的规模与效益，做好类直销的奖励体系与激励制度，也是一个很好的服装店销售模式。

## (7)、团购

团购、拼购成为流行模式，服装店也可以开设这样的通道进行销售，团购采用量大，以低廉折扣吸引消费眼球，通过互联网传播推进销售。

## 服装春季活动方案篇五

每当换季的时候，就是服装商家抓住机遇的时候了，这时候会有很多商家进行服装促销活动，接下来由小编为大家整理了春季服装促销活动方案，欢迎大家阅读！

1□xx公司有大批量的网购衣服库存。款式新潮多样，主要以短袖为主。让利空间比较大。

2、季节上来说，市场上还是对冬装进行清货，春装热卖的时候。虽然目前情况是天气比较冷，但对于即将到来夏季来说，市场相应能力还是比较可观的。

3、为了扩展公司品牌在本地甚至地区知名度，为以后促销活动打好基础。综上所述，我们应充准备合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次有系列促销活动，在短时间内把大

量库存产品给买出去，同时实现品牌形象与商品销量的同步提升。

1、活动主题厂区促销期间活动口号：国际品牌厂家迎春促销零利润让利清货(具体时间:x月x日——x月x日)城区促销点活动口号：国际品牌厂家清货，全场买一送一(一折起)。

2、活动思路:充分利用两大契机，通过特价酬宾、豪礼派送□x元换购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强化品牌文化印象。

3、活动时间:x月x日——x月x日三、活动地点:x厂区□xx市区服务点四、活动组织:总监督:总负责部门:服务点销售人员:宣传人员:

1、各服务点全场特价各服务店特价商品要保持在90%以上，特价商品主要定位在a□款式受大众欢迎，库存量大，比较新潮款式。

b□年轻化群体的范畴

c□预留一定利润空间的具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、加x元送t恤活动主要针对库存量不多，款式市场上不太受欢迎的衣服。可以作为一个有效的促销方式，利用消费者占便宜的心里去消化掉那一部分库存。同时激发部分还在犹豫的消费者的购买欲望。

3□x折特价衣服，买一送一活动主要针对库存量大，但款式没市场的衣服。利用超低价位来吸引消费者来消化这部分衣服。同时可以作为吸引消费者进行围观购买。拉动产生羊群效应。

4、网购更划算主要根据现场派送抵运卷，消费者可以凭借上面的序列号到网上抵运费换购产品，通过本地区的消费者传达信息，让拉动外地的消费群体，扩大影响群体和销量。

5、网络抽奖加官方微博，参加转发微博活动，可以获取奖品一份。全国包邮!主要是通过现场的宣传，把线下的消费者引导到网上，以获取消费者资料，方便后期的宣传的互动。加强品牌文化方面的宣传和影响。

## 6、一元超低价活动

a□活动日期x月x日、x月x日、x月x日

b□超低价商品明细表(仅供参考,具体由确定)价位1元1元1元1元  
产品型号数量5件5件5件5件单价x元x元x元x元合计x元x元x元x元  
元x元亏损x元x元x元x元3个服务点共x件3天共x件x元x元c□超  
低价抽号券2种领取途径:

(a)□每天的排队的前50名顾客都可以领取抽号券。(凭单张抽奖换取)

(b)□月x日—x月x日各分服务点每天购物满200元以上即送1张,每天x最多送出50张。有收钱人员派送抽号卷□d□方法:x月x日—x日各分服务点每天上午10:30开始派发抽号券。每人只能认领一次。

e□超低价抽号券由大旗文化传播公司设计,数量x张,各分销售点平分,由公司总负责人负责盖店章并负责暂时保管,于活动前交现场负责人。现场派发超低价抽号券及超低价商品购物负责人。

g□所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章,后交各分服务点负责

本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入公司费用。

h□当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当消费者出现中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客的抽号卷是否中奖并检查有无公司盖章来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i□活动开始的前一天晚上(营业结束时)，各店把超低价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注:数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j□在派发超低价购物券前由现场负责人通过广播解释超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由工作人员维持现场秩序。

实施措施:

(a)时间:x月x日—x月x日，x日前通过互联网或者户外广告进行宣传，渐渐把顾客注意力注意到这次服务点□x日前，再通过现场宣传活动内容以此把活动推向高潮。

b□售后服务:具体由负责，按照以下操作执行。

1、宣传方式安排户外宣传海报:刀旗(横幅):平媒广告:宣传单:网媒广告:

## 2、广告投放安排

a□宣传海报□x张，规格□xm□贴放位置：小区或者商业区为佳

c□d□平媒广告：报纸xx版面，杂志页

e□网媒广告：中山本地论坛x天置顶，微博xx次转发。

### 1、户外宣传海报

a□投放时间:x月x日—x月x日

b□投放形式:精准人群地区投放

c□媒体选择:xx小区，商业街

d□广告词:

e□海报张贴时段及费用:张贴地点投放时段费用合计x元

### 2、服务点、过街宣传刀旗(横幅)

a□悬挂时间:x月x日—x月x日

b□悬挂地点及数量:地点x条、共xx条。具体悬挂地点由安排。  
申报事宜由安排。

c□规格:m

d□内容:

### 3、平媒广告

a□投放时间:x月x日、x月x日b□导刊xx版(主要是针对休闲购

物)

c□形式及内容:

标题:

内容:

d□费用预算:(暂略)

#### 4、宣传单张

a□单张:数量张,印刷,张。内容为活动期间系列促销活动及相关特价商品介绍,单张正面为本次活动主要活动内容、厂家相关信息,反面为各组特价信息□xx日前由设计人员根据已订内容设计单张基本框架及填写既定内容□xx日前根据采购部提交的特价内容及厂家活动再对单张修改□xx日前完成单张设计□xx日上午印刷完毕后分发到各分店。

b□派发时间:x月x日——x月x日

c□其中夹报张,其余各分服务点张,各分服务点安排销售员在各所属地区派发

#### 5、服务点现场布置

根据各点情况对店外布置。

要求如下:

(a)□充气拱门:x条,各点1条,内容为。

(b)□气球xx个,彩带扎

(c)□促销帐篷:x个，每点x个。

(e)□人员服装套上衣，套裤子,顶帽子

(f)□桌子张，椅子张

(g)□人员安排服务点xx人

(h)□音响设备台

8、场内气氛营造根据各店情况对店内气氛布置。

要求如下：

(a)□专柜布局(各分店安排)

(b)□特价牌制作及安装(各分店美工安排)

(c)□吊牌海报(市场部)及其它活动海报制作(各店美工)

(d)□特惠商品及赠品堆头(各分店安排)

(e)□主推机型及新款机型陈列(各分店安排)

(f)□休息区布置(各分店安排)

(g)□礼品发放区及购物抓现金兑奖区(各分店安排)

(h)□导购员形象包装(迎宾小姐须佩戴礼仪带)及导购技巧(各分店安排)

(i)□宣传广播，市场部根据活动内容统一制作，各分店安排播放

## 9、短信发布(略)