

2023年母婴店服装活动方案(优质10篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

母婴店服装活动方案篇一

借特殊的日子,进一步把握销售旺季,特为元旦节做出以下促销活动方案策划:

元旦节惊喜无限多

提升销售,降低库存,发展vip客群

(针对某某品牌专卖店)

口号元旦同欢,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

母婴店服装活动方案篇二

1、迎接网络情人节旺季,品牌宣传造势

2、提高销量给客户信心,为5月压货创造条件

3、搞好客情关系（本人4月份调到该市场）

迎520□xx大优惠

XXXX

1、与商场领导沟通具体的操作细节，主要是价格、场地、人员、物料的支持。

2□x日在xx市场做宣传：贴海报和包装三轮车□xx日在商场前贴海报。

3□xx日检查库存和现场物料。

4、活动统一说辞的`提炼□xx厂家“520”提前做促销活动，特价销售且赠送精美礼品。

1、一个拱门、两个帐篷、两个产品气模、一个易拉保、两个海报牌。

2、8款样品输出。

包装三轮车（5辆）200元、运输费用50元、临时促销30元/天x2=60元，共310元（场地有商场申请）。

母婴店服装活动方案篇三

为了让幼儿了解和懂得尊重他人的劳动，激发幼儿的劳动激情，培养幼儿的劳动意思和劳动能力，学习劳动技能，体验劳动生活、理解“五一”劳动节的意义并记住“五一”是国际劳动日，我们今年开展“五一”劳动节活动。

二、活动时间、地点

四月二十八日在幼儿园。

四月二十九、三十、五一在家里。

三、活动形式

以班为单位，班主任或当班老师负责给幼儿讲解有关劳动节的知识，保育老师负责幼儿劳动实践，劳动过后与幼儿共同谈谈劳动感受、劳动价值。

四、活动过程

第一阶段：

四月二十八号：（幼儿每人带一块儿旧毛巾或清洁球）

（一）课堂讲述

- 1、班老师收集适合本班幼儿的关于劳动为主题的儿歌、故事让幼儿听一听、唱一唱。
- 2、讲解有关劳动节的知识。并结合实际要求孩子，大班“自己的事情自己做”，大班“我是快乐小帮手”，大班“劳动最光荣”。

（二）劳动实践

- 1、饭后幼儿自己洗刷自己的碗、勺，老师检查收回。
- 2、户外活动时间值日生跟随保育老师打扫餐后卫生，其他幼儿由老师带领到区外卫生区，其他幼儿由老师带领到区外卫生区捡纸、砖、棍棒等垃圾物品，（幼儿边捡老师边讲解怎样爱护花草树木，不要乱拽操场周围的花草树木，树叶，不要随手在操场乱扔东西，有垃圾放进垃圾桶等）。

3、幼儿在教师的指导下擦自己的桌、凳。老师检查过关后结束劳动!班主任或当班老师做整理总结:今天我们为什么劳动?劳动感受怎样?我们的劳动有什么意义和价值?强调“五月一日”是国际劳动节。

4、下午起床后各班幼儿在老师指导和帮助下整理自己的床铺。大班幼儿学习自己穿鞋、穿衣服。中、大班幼儿在老师指导下尝试整理自己的书包。(床上用品整理后让家长统一带回家晒洗)

第二阶段:

四月二十九号、三十号、五月一号:在这三天内家长负责引导幼儿做力所能及的劳动,例如:

1、饭前饭后帮大人摘菜、洗菜、搬凳子、发放餐具,收拾餐具、洗碗等

2、帮爸爸、妈妈打扫房间、院落,学习洗袜子、手套、毛巾之类的小物件品。

3、帮爷爷奶奶捶背、拿放拖鞋、衣服等。

每天孩子做了什么家长要有文字记录,特别是五一这天家长要有意思督促孩子劳动,让孩子体验劳动生活,并引导孩子谈谈劳动的感受,懂得尊重他人的劳动,记住国际劳动节是几月几日!孩子这三天都做了什么家长整理总结在信纸上,五月二号开学交给老师。

4、幼儿在家的劳动细节请家长朋友拍成照片开学后交给本班老师。

五、活动结果

第一阶段选出x个做的好的班，第二阶段每班推出两名做得好的家长！

母婴店服装活动方案篇四

12月24日(周五)——1月5日(周日)

xx元旦礼欢乐健康送

xx商城□xx购物广场□xx八一店□xx北园店

1、元旦“欢乐健康送”

内容：活动期间，在xx购买服装类、床品、箱包满200元以上，均可获赠：价值元欢乐健康券+元旦大礼包一份。（欢乐健康券含价值元保龄球票、价值元沙狐球票、价值元动感影票、价值元台球票。）

满500元以上，可获赠：价值元欢乐健康券+价值元英派斯健身券+元旦超值大礼包一份。

具体操作：活动用礼券由保龄球馆为各分店提供，保龄球、影票、台球、沙弧球、成本价每张元，英派斯健身券每张元，由各店与保龄球馆分别结算。元旦大礼包成本约元，元旦超值大礼包成本约元。元旦礼包由各店自行购买包装纸，根据成本价包装休闲食品、玩具等。

2、元旦“缤纷玩具节”

地点：各店中厅或其他公共区域

内容：各店进行玩具展销，展示不同类别、各种款式的玩具。另外可展销部分元旦礼品，如元旦帽、元旦树、元旦雪花、袜子等。各店联系厂家，给与顾客一定幅度的优惠。

环境布置：由策划部统一制作背板，各店拷图制作。各店专柜摆放装饰精美的元旦树，12月10日前布置到位。

3、抢购：活动期间，每天下午17：00—21：00，部分穿着类、床品5—6折抢购，抢购品牌由各店自行确定。各店于12月17日前确定品牌。参加抢购活动的品牌不再参加赠券、赠礼活动。

4、元旦狂欢夜

时间：1月1日晚18：00——21：00

地点□xx商城地下一层中厅

演出：拟邀请10名大学留学生或由xx艺术团演员现场表演节目，中间穿插互动有奖问答(国外品牌知识)。

5、元旦寄语板

各店在总服务台设，“元旦寄语留言板”由顾客填写对亲人朋友的祝福，并由化妆的服务人员现场派发礼品。“元旦寄语留言板”由策划部统一设计，各店拷图制作。

12月31日xx晚报d1版通栏xx元

xx商报头版通栏xx元

费用共计□xx元。

母婴店服装活动方案篇五

眼下林中鸟可以说前有狼后有虎，尤其是通过这届的北京服装博览会，我们应该清楚的看到，现在的休闲服市场，已经非常的残酷，我们再也不能把眼光盯在温州的几家品牌，一

些其它地区的品牌，已经日新月异，发展非常迅速，品牌服装活动方案。我们必须在公司主体思想意识上做好迎接更恶劣挑战的准备，增加我们的危机感。

要想与狼共舞林中鸟服饰必须首先变成狼，而今年的五月长假期间的市场，也是各家企业必争的一块肥肉。所以必须要出奇招制胜。一方面我们坐下来冷静的分析市场背景，认清我们所处的位置；另一方面也要做好背水一战的思想准备。

一、市场现状与分析

1、市场背景

(1) 全国各地休闲服市场竞争激烈

休闲服企业不断增多，商家不断涌现，瓜分着消费者的钱袋，挤占着休闲服的市场。

(2) 产品结构类同，但老品牌占上风

眼下虽然几家休闲服的产品结构虽然类同，但是依旧是老品牌占上风。原因是它们的市场积累丰厚。

(3) 品牌形象综合

从广告宣传、营销水平、品牌号召力到消费者选择偏好，林中鸟整体上和他们比还是有一段距离。

由于各家品牌的服饰结构，甚至品牌形象都很类同，所以在五月份必然会有一场激烈的价格战。

温州消费者对休闲服饰的认识有较快的提高，他们不仅仅是看产品，同时还追求价格比例。

2、竞争者状况（温州地区）

第一集团军：邦威、高邦，他们是领先品牌；

第二集团军：森马、拜丽德他们是强势品牌；

第三集团军林中鸟、意丹奴。

特点：品牌知名度高，企业实力强大，广告投入大。实施本地化战略，降低成本，强化竞争力。

3、消费者状况

消费者对休闲服饰已经认同，经常购买者占78、89%，偶尔购买者占8、15%，只有2、96%的人从来不购买。但年龄结构明显偏小。

消费行为特征：重价格，但对品牌附加值概念模糊。但也已有一部分消费者认识到这一点。

4、林中鸟的市场表现

知名度、美誉度不十分高。有一定的市场占有率，尤其是南方市场。而且今年产品开发还有一定的竞争力。虽然有前一段时间特价的不俗表现，但综合实力表现不突出。

结论：市场潜力极大，教育转变引导消费者任务极重。消费者已经被培养起消费休闲服饰的习惯，这个消费习惯是几家牌子共同完成的。从长远来说，目前消费者有相当大的部分会有换口味的倾向，市场潜力极大，但培养教育消费者是较长期渐进的过程，林中鸟任重道远。

纵上所述，怎么让消费者理解林中鸟真正的名牌，尤其显的重要。必须利用新店开业的契机和一系列品牌推广活动，表达林中鸟品牌内涵，从而达到轰动效应。林中鸟题很多，但可变因素多，只要方向对头，工作到位，就会有良好效果。

其中两点很重要：一是产品特点、产品质量很好，只是原来没有把它很好地传播出去。二是林中鸟影响面不大，但让人有亲切感。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。

二、活动目的

- 1、充分展示林中鸟独特的个性魅力。
- 2、提高林中鸟的美誉度。
- 3、以温州市区林中鸟专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。
- 4、促进林中鸟在市场的发展。
- 5、提高营业额
- 6、增加社会效益
- 7、增强公司全体员工的凝聚力

三、活动主题

活动主题：火红五月别样天

四、活动口号

活动口号：你火了吗？

意为：

(1) 消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标；

(2) 消费者应该选择新的品牌消费，该换换口味了；

- (3) 酷暑即将来临应该添置几件清凉的服饰了；
- (4) 让充分展现消费者个性化消费。
- (5) 体现林中鸟夏季服饰已经全新上市；
- (5) 体现林中鸟在不断的完善自己。

五、活动地点

活动地点：所有林中鸟专卖店

六、活动时间

活动时间：5月1日至5月15日

七、活动内容

- (1) 针对文化衫进行捆绑销售，设计活动包装。
- (2) 所有重点活动区域都进行立体包装
- (3) 利用20元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

注：具体销售手法，由商务部和计划部提供。

八、广告策略

由于本次活动属于常规策略活动，它是林中鸟下半年活动的序幕，所以这次的活动的重点不在于活动内容，而是媒体的运作。所以本次媒体投放的质量尤其重要。另外在新货上市之际，还要尽量推产品的功能性和实用性。

- (1) 广告创意原则：以理性诉求为主，以感性诉求为辅。

(2) 媒体选择

本次活动主要宣传应用在终端布置，媒体届时不需要宣传。

(3) 软广告

a□在温州电视台及有线台以新闻形式发布消息和软广告

b□在温州本地几家主要报纸上发布新闻

(4) 软广告主题

全面启动“凉一夏”促销活动

(5) 广告语

a□你火了吗？

b□你应该火了

c□全世界无产阶级联合起来

d□林中鸟时尚服务区

(6) 广告诉求目标：追求时尚的消费者；收入较底的消费者；已经厌烦大路货的消费者。

(7) 广告表现策略：要新、准、巧。

(8) 店堂终端布置

整个色调采用红色或粉红色来渲染，创造一种强烈的政治气息，借此来表现五月节日的氛围，除了常规的布置以外，本次活动还要注重细节上的点缀，如营业员脸上需要划一个镰

刀和斧头的标志，营业员在见顾客的时候，都要问“你火了吗？”店堂音乐可以播放如《国际歌》之类的体裁音乐。

九、费用预算

暂略

十、综合评述

眼下温州市场，已经硝烟四起，可以预计这次价格战，在今年五月份将还会延续下去。如果是这种情况，其实将对林中鸟有利，因为这样使林中鸟和其它牌子的品牌地位。但是如果继续下去的时间太长将会使两败俱伤，所以林中鸟必须早做打算，稳步前进。活动的开展一定要有系统性和规范性。

母婴店服装活动方案篇六

1、由于本店位置处于偏离正街地段，路边无显眼标示，在活动期间会有很大困难吸引客户！

1、活动目的：让更多人了解布意坊及古淳品牌，增强品牌意识和品牌知名度，加大客流引进消费群体！利用活动互动处理滞销、夏季服装提升销售业绩、从而达到盈利！

2、参与人员：

3、具体地点：邾县西大街聚源广场

5、横幅内容：

迎中秋*庆国庆布意坊*古淳服装大赠送

喜迎双节秋装上市5折起！布意坊*古淳

迎中秋*庆国庆秋装上市5折起!布意坊*古淳

6、活动内容:

好消息,好消息!布意坊女装开业了!全场新款购第二件5折!

特惠款买一送一!抽奖送礼品、抽奖送现金!活动期间购物有礼!

进店就有机会中大奖!大奖开心抱回家!好运连连就在七彩转盘!

好消息,好消息!古淳男装开业了!全场新款购第二件5折!特

惠款买一送一!抽奖送礼品、抽奖送现金!活动期间购物有礼!
进

店就有机会中大奖!大奖开心抱回家!好运连连就在七彩转盘!

2、奖品宣传由本品牌服饰店提供增强品牌知名、赠送滞销

1、全场衣服任选一件、

2、古淳裤子装任选一条、布意坊短裤任选一件、

3、现金100元、

4、现金50元

5、现金20元

6、现金10元

7、vip白金卡一张

8、立白洗衣液一袋

3、产品宣传公司产品可作为该活动的指定用品，形象

4、抽奖活动流程

树立布意坊古淳品牌

通过横幅，活动、抽奖等形式, 扩大宣传力度, 让公众增加对本店的. 好感和信赖。

母婴店服装活动方案篇七

端午节服装促销期间，店长和导购都要特殊情况特殊对待。服装店长主要负责收银和整体控制旺场局面，协调导购员跟进顾客和进行间歇性调货理货。而导购则要摒弃常规“一对一”跟进及排队服务做法，对于顾客只要做好陈列恢复和试穿提供就可以了。导购之间要相互配合，服装拿货取货照看顾客，离开营业区需向店长或者其他导购打招呼等等，防止货品丢失和让顾客不耐烦。

为了防止出现导购员管理混乱的情况。服装店可以划分成几个区域，每个区域由固定员工负责，职责是协助顾客进行挑选和试穿并在闲暇时理货补货和陈列复原，相邻区域相互照应，中间由店长负责收银和调度。这样多层次立体的分派既解除了服装店长参与销售而忽略收银影响成交的顾虑，也在导购和顾客之间形成点面呼应，让顾客感觉到随时有导购为其服务。当然，这样做对导购的要求也较高，不仅要熟悉货品的尺码价格，还要有大局观，对货品的整理等基本素质要过硬，需要平常严格要求才能做到。

端午节服装店促销是稀缺资源，一年也就那么几个，如果能更好地利用，就能最大化提升销售额。所以销售流程最好简化，顾客一旦试穿或者几番挑选后导购就要主动询问：您穿

走还是打包？请那边收银台付款！谢谢！或者高声提示店长：一件上衣，麻烦店长收银！然后继续为其他顾客服务，这样既可以让顾客减少犹豫又能烘托成交氛围。

如何让顾客成交最重要。人们都有这种心理：如果大家都看不买，也都光看不买，如果大家都抢着买，很多顾客在犹豫不决后很可能会买。这就是一种心理导引行为的潜意识。当导购把有埋单意向的顾客指引到收银台之后，接下来的划价收款包装和简单的送宾工作就可以由店长来做了，店长在唱价、唱收和唱付的时候，声音最好比平时高，语速也可加快，关键是要有激情，在嘈杂忙碌的环境中，这会让人感到顾客成交的数量很多，带动其他顾客购买。

母婴店服装活动方案篇八

5月xx日(星期x)—5月xx日(星期x)□

活动期间，顾客购穿着类商品满x减x□满xx减x.....多买多减，依次类推，上不封顶。男女装、男女鞋、羊毛羊绒、家居内衣、床品儿品、箱包皮具、部分少淑女装，少数品牌及特例品不参加活动。相同满减规则不跨楼层、专厅累计，详见各专厅告示。

活动期间，顾客购穿着类商品实付现金满xx元赠xx摄影价值xx元摄影券一张，满xx元赠送xx摄影价值xx元婚纱礼券一张。满xx元赠送周末相声大舞台门票2张。单票限赠一次，不累计不重复赠送，数量有限，赠完为止。赠礼地点：一楼总服务台。

活动期间，顾客购穿着类商品实付现金满xx元加赠xx玩偶或电影票2张；满xx元加赠xx小熊皂一个；满xx元加赠迷你绿色盆栽一个。单票限赠一个，不累计不重复赠送，数量有限，赠完为止，礼品以实物为准。赠礼地点：三楼商场xx专厅旁。

活动期间，顾客购镶嵌类实付现金满xx元加赠xx一盒。单票限赠一次，不累计不重复赠送，数量有限，赠完为止，礼品以实物为准。赠礼地点：一楼商场办公室。

活动期间，顾客持xx信用卡购穿着类、化妆品当日单卡累计消费满xx元(含)送x元xx储值卡1张，珠宝玉器、家电当日单卡满xx元送x元xx储值卡1张，单卡当日限送2张，数量有限，先到先得，送完即止。赠送地点：一楼总服务台。

活动期间，顾客持工行信用卡购穿着类、化妆品当日单卡累计消费满xx元(含)送洗护三件套1份，礼品以实物为准，数量有限，送完即止。赠送地点：一楼总服务台。

六、双休日幸运x分购物只花一半钱。

母婴店服装活动方案篇九

：12月24日（周五）——1月5日（周日）

□xx元旦礼欢乐健康送

1、元旦“欢乐健康送”

内容：活动期间，在xx购买服装类、床品、箱包满200元以上，均可获赠：价值元欢乐健康券+元旦大礼包一份。（欢乐健康券含价值元保龄球票、价值元沙狐球票、价值元动感影票、价值元台球票。）

满500元以上，可获赠：价值元欢乐健康券+价值元英派斯健身券+元旦超值大礼包一份。

具体操作：活动用礼券由保龄球馆为各分店提供，保龄球、影票、台球、沙弧球、成本价每张元，英派斯健身券每张元，由各店与保龄球馆分别结算。元旦大礼包成本约元，元旦超

值大礼包成本约元。元旦礼包由各店自行购买包装纸，根据成本价包装休闲食品、玩具等。

2、元旦“缤纷玩具节”

地点：各店中厅或其他公共区域

内容：各店进行玩具展销，展示不同类别、各种款式的玩具。另外可展销部分元旦礼品，如元旦帽、元旦树、元旦雪花、袜子等。各店联系厂家，给与顾客一定幅度的优惠。

环境布置：由策划部统一制作背板，各店拷图制作。各店专柜摆放装饰精美的元旦树，12月10日前布置到位。

3、抢购：活动期间，每天下午17：00—21：00，部分穿着类、床品5—6折抢购，抢购品牌由各店自行确定。各店于12月17日前确定品牌。参加抢购活动的品牌不再参加赠券、赠礼活动。

4、元旦狂欢夜

时间：1月1日晚18：00——21：00

地点□xx商城地下一层中厅

演出：拟邀请10名大学留学生或由xx艺术团演员现场表演节目，中间穿插互动有奖问答（国外品牌知识）。

5、元旦寄语板

各店在总服务台设，“元旦寄语留言板”由顾客填写对亲人朋友的祝福，并由化妆的服务人员现场派发礼品。“元旦寄语留言板”由策划部统一设计，各店拷图制作。

12月31日xx晚报d1版通栏xx元

xx商报头版通栏xx元

费用共计□xx元。

母婴店服装活动方案篇十

温馨五月情、感恩慈母爱

20xx年5月8日—5月10日

1、实折实扣

女士服饰/女鞋/床上用品/羊毛衫/珠宝眼镜/运动休闲/箱包皮具/内衣4.5—6折

2、刷卡再惠

以上商品在享受以上优惠的基础上，刷二百贵宾卡再享8.5折优惠

3、情寄母亲、满额赠礼（购物送健康）

• 宁波新东方医院联合二百推出‘关爱母亲购物送健康’活动。活动当天，凡在二百当天实际消费累计满200元，赠送一张由新东方医院提供的价值183的女性健康体检代金卡一张。

4、配合促销辅助活动：

1) ‘母爱无疆真情专递’——母亲节真情祝语题写活动

2) 活动时间：5月10日‘母亲节’当天

3) 凡在二百购物并在题写板上写祝语的'顾客，每人赠送由晶都好时光提供的价值580元的'三口之家'合家欢免费摄影券一张。（礼品有限，赠完为止）