

淘宝店铺促销活动方案 淘宝店铺几种促销活动方案(优质5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

淘宝店铺促销活动方案篇一

圣诞是西方最重大的节日，也是西方社会消费最旺盛的季节，被业界称为“购物季”，目前圣诞在中国人心中的地位也在逐渐提升，甚至大有盖过中国传统节日的趋势。而元旦是阴历新年的开端，其地位在国人心中的位置不言而喻。圣诞、元旦叠加更是一年中难得的商业促销机遇，也是年前最后一个重大商机。值此时期，望各部门、各专卖店提前做好准备。

一、**年云敦男装直营店圣诞、元旦促销目的：

- 1、通过从圣诞、元旦期间促销，迅速回笼资金，减轻库存压力。
- 2、通过促销活动迅速抢占区域客户资源，为今后产品的销售拉拢客户。
- 3、通过活动的传播提升区域知名度，吸引消费人群，从而活跃终端的气氛。

二、**年云敦男装直营店圣诞、元旦促销主题：

把温馨带回家云敦男装情暖圣诞，“礼”贺新年

三、**年云敦男装直营店圣诞、元旦促销主题配文：

当新年的钟声响起的时候，我们将最美好的祝福化为雪花飘送，我们把真挚的问候洒成绵绵细雨，连缀着满心愉悦，让节日快乐的音符时刻伴随着您。值此佳节，我们热诚欢迎您的光临，将我们最温馨、美好的祝福和新年好礼带回家，与您的亲朋好友共享节日欢乐。

四、**年云敦男装直营店圣诞、元旦促销时间：

20**年12月18日至20**年1月3日

五、**年云敦男装直营店圣诞、元旦促销方式：

1、20**年秋冬产品在活动期间全场7.5折销售。

2、购物折后满368元，送云敦领带□68pl2#□或皮带□68pp131□一条；

4、购物折后满668元，送云敦指定高级衬衫□68c□一件+精美挂历一本。

vip客户、配饰产品及特价产品不享受此活动优惠；

云敦服饰有限公司保留本次活动最终解释权。

六、卖场圣诞氛围的营造：

a□营业员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

b□划出圣诞商品区域，陈列各种圣诞礼品，圣诞树排成一排，配以各种彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来渲染圣诞氛围，将卖场变成圣诞晚会的天堂。

c□橱窗玻璃上面可以点缀一片一片的雪花，在橱窗里面可以随意的摆放一些圣诞装饰以衬托圣诞氛围。

七、圣诞、元旦促销活动的传播：

1、专卖店在20**年12月16日，布置双节的主题内容，主要有如下物品：

a□橱窗海报牌一个；

b□台卡4—8个；

c□各类特价牌若干个；

d□布条布置文字如下：

把温馨带回家云敦男装情暖圣诞，“礼”贺新年。

八、活动的执行关键点把控：

1、活动的物料制作和专卖店的布置，由品牌部负责策划，由各部门分配执行，本次活动在12月17日前布置完成。

2、物流部负责对商品、配饰品的及时配送。

3、各个直营店提前两天要店员熟悉促销方案，调整卖场陈列、营造卖场气氛，做好活动期间的准备工作。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

淘宝店铺促销活动方案篇二

方案68大派“红包”——见者有份的促销策略

方案69疯狂舞会——让顾客爱上你的店铺

例：ktv开业大型舞会。

方案70步步高升——寓意双关的游戏促销

例：数码店的“cs精英赛”。

第二节店庆促销

方案71积分优待——真情回馈老顾客

方案72自助销售——招揽更多的新顾客

例：店庆时任选3件金额50元。

方案73有奖征集——店庆提升影响力

例：征集广告语。

第三节其他主题促销

方案74金上填金——用金色来吸引顾客的眼球

例：手机店金色的滑盖手机购买就可以抽奖赢真金“现金

奖”。

方案75店铺植物园——让环保记住顾客的名字

方案76幸福五胞胎——愿顾客幸福常在返回目录

淘宝店铺促销活动方案篇三

第一节 价格折扣

方案1错觉折价——给顾客不一样的感觉

例：“花100元买130元商品”错觉折价等同打七折但却告诉顾客我的是优惠不是折扣货品。

方案2一刻千金——让顾客蜂拥而至

例：超市“10分钟内所有货品1折”，客户抢购的是有限的，但客流却带来无限的商机。

方案3超值一元——舍小取大的促销策略

例：“几款价值10元以上的货品以超值一元的活动参加促销”，虽然这几款货品看起来是亏本的，但吸引的顾客却可以以连带销售方式来销售，结果利润是反增不减的。

方案4临界价格——顾客的视觉错误

例：10元改成9.9元，这是普遍的促销方案□

方案5阶梯价格——让顾客自动着急

例：“销售初期1-5天全价销售，5-10天降价25%，10-15天降价50%，15-20天降价75%”这个自动降价促销方案是由美国爱

德华法宁的商人发明。表面上看似“冒险”的方案，但因为抓住了顾客的心里，对于店铺来说，顾客是无限的，选择性也是很大的，这个顾客不来，那个顾客就会来。但对于顾客来说，选择性是的，竞争是无限的。自己不去，别人还会去，因此，最后投降的肯定就是顾客。

方案6降价加打折——给顾客双重实惠

例：“所有光顾本店购买商品的顾客满100元可减10元，并且还可以享受八折优惠”先降价再打折。100元若打6折，损失利润40元；但满100减10元再打8折，损失28元。但力度上双重的实惠会诱使更多的顾客销售。

第二节奖品促销

方案7中奖——把折扣换成奖品

例：将折扣换成了奖品，且中奖只不过是新瓶装老酒，迎合了老百姓的心里中彩头，而且实实在在的实惠让老百姓得到物质上的满足，双管齐攻收销匪浅。

方案8“摇钱树”——摇出来的实惠

例：圣诞节购物满38元即可享受“摇树”的机会，每次摇树掉下一个号码牌，每个号码牌都有相应的礼物。让客户感到快乐，顾客才会愿意光顾此店，才会给店铺带来创收的机会。

喜庆元素，互动元素，实惠元素让顾客乐不思蜀。

方案9箱箱有礼——喝酒也能赢得礼物

例：此方案涉及的顾客多，且没有门槛要求，所以是最为广泛应用的。

第三节会员促销

方案10退款促销——用时间积累出来的实惠

例：“购物50元基础上，顾客只要讲前6年之内的购物小票送到店铺收银台，就可以按照促销比例兑换现金。6年一退的，退款比例100%；5年一退的，退款比例是75%；4年一退的，退款比例是50%……”。此方案赚的人气、时间、落差。

方案11自主定价——强化推销的经营策略

例：5-10元间的货品让顾客定价，双方觉得合适就成交。此方案要注意一定先考虑好商品的价格的浮动范围。给顾客自主价的权利仅仅是一种吸引顾客的方式，这种权利也是相对的。顾客只能在店铺提供的价格范围内自由定价，这一点是保证店铺不至于亏本的重要保障。

方案12超市购物卡——累计出来的优惠

例：购物卡的有点稳定了客源，双赢，广告效应。

第四节变相折扣

方案13账款规整——让顾客看到实在的实惠

例：55.60元只收55元。虽然看起来“大方”了些，但比打折还是有利润的。

方案14多买多送——变相折扣

例：注意送的东西比如“参茸产品”可是是“参茸”也可以是“参茸酒”也可以是“参茸胶囊”。其实赠送的商品是灵活的。

方案15组合销售——一次性的优惠

例：将同等属性的货品进行组合销售提高利润。

方案16加量不加价——给顾客更多一点

例：加量不加价一定要让顾客看到实惠。返回目录

第一节按年龄促销

方案17小鬼当家——通过儿童来促销

例：六一儿童节让孩子自己选择喜欢的玩具在导购阿姨的陪伴下自己当家选物品，父母在休息区等候付账。注意时间点，立足点，促销方案，细节取胜。

方案18自嘲自贬——中年人最求实在

例：一家饭店门前门帘为“却山珍少海味唯独便宜，无名师非正宗图个方便”横批“隔壁好小吃店。自曝取点却突出有点“便宜，方便”。

方案19主动挑错——打动老年顾客的心

例：将有瑕疵的货品，主动写明瑕疵来出售，让顾客主动挑错，得到客户信任。

方案20“欢乐金婚”——即做广告又做见证人

方案21“寿星”效应——让寿星为店铺做广告

第二节性别促销

方案22英雄救美——打好男性这张牌

例：美国一家烟草店铺，橱窗中一位美女被香烟压着并向往来的男性求救，只要男士卖掉香烟美女就可以从困境中出来。此方案目标明确多重心里的把握适应性强等特点。

方案23挑选顾客——商场促销的“软”招

例：一家服装店打着女性专店男性谢绝入内的牌子，为男性安排休息区，女性选购商品又保证了私密性。

方案24赠之有道——满足女顾客的“心”需求

例：赠送的是成套商品中的一种如被套，这样顾客为了配齐整套的货品又来购买增加了店铺销量。

方案25“换人”效应——给女性不一样的感觉

例：服装店推出广告“带着几十元钱来这里，我们保证给你换一个人”，来店顾客接收店铺的搭配服务，给人一种焕然一新感觉，并且接收“换人”销售的女性顾客适当给予一些折扣和小礼品。

方案26爱屋及乌——做好追星女孩的文章

例：将流行的东西附加赠送给追星的女孩，提高销量。

方案27“情人娃娃”——让单身女性不再孤单

例：在情人节，推出购物即可领“情人娃娃”加上广告的宣传达到好的效果。

第三节心理于情感促销

方案28货比三家——顾客信任多一点

例：售前劝告“货比三家”提高客户的信任度。

方案29吃出幸运——为幸运而疯狂消费

例：餐馆消费可抽奖，消费多抽奖几率高，获奖留影张贴墙

上，广告词“幸运，越多越好”。优势：商品优势，顾客可以拒绝买但吃饭是不会拒绝的；幸运比例优势，消费额度高抽的奖项高，中奖率高，这样中奖比例是由店铺控制的不仅不会亏本还会激发顾客积极性。

方案30能者多得——引诱推销的法宝

例：零食铺，推出买零食即可翻卡片，答对问题送同样的零食，赠品零食小少精。抓住孩子喜欢逞能的特点，又有小赠品的满足感。

方案31档案管理——让顾客为之而感动

例：在特定的日子给顾客以短信礼品的问候打动顾客。

方案32一点点往上加——让顾客喜欢上你

例：“多一点商铺”在承重时，拿的少一些，然后一点点往上加，这样顾客有种增加的感觉。顾客消费同样看重感觉哟。

方案33模范双星——紧抓民族文化传统不放

第一节摆设促销

方案34“绿叶效应”——新鲜水果自由顾客来

例：水果铺体现水果的新鲜，水果上带着叶子。

方案35混乱经营——乱中取胜的好办法

例：服装地摊的乱中取胜，启示：商品销售不能一成不变要反其道而行之，摆设可以反映价格信息。

方案36货比好坏——好货需要劣货陪

例：将质量差异大而外形相同的货放在一起销售，效果明显。

方案37排位有诀窍——便宜的总是在前排

例：将一些便宜的货放在前面，打出便宜的口号吸引人。

第二节包装促销

方案38故弄玄虚——满足顾客的档次心理

例：将商品二次豪华包装，将商品变成礼品。

方案39心心相印——用来见证爱情

例：花店二次包装和婚介合作为新人举办集体婚礼手捧心心相印的鲜花见证爱情。同样是二次包装，但可通过活动将信息传达给顾客。

方案40齐聚一堂——搭配出来的畅销

第一节店铺广告促销

方案41现场效应——在现场为自己做广告

例：羽绒系列当场拆开衣服被褥让大家看内里的东西。卖点：眼见为实，口碑相传，邀请顾客体现互动行。

方案42暗示效应——让顾客自以为是

例：饭店在大厅拜访名人的就餐照，暗示这家是名人常来光顾的店。卖点：提高店铺知名度，利用客户的心里漏洞。

方案43点名效应——让顾客关注自己的品牌

例：搞些公关活动提高店铺知名度。

方案44对比效应——让顾客看到实际效果

例：洗车店门前放置一台没洗过的车和洗过的车来引起大家的关注。

第二节媒体广告促销

方案45“夸张效应”——吸引顾客的眼球

例：卖手表的放在水里卖。卖点：展示商品的质量，抓住顾客好奇心。

方案46巧用证人——真正的活广告

方案47名人效应——让名人为店铺做广告

方案48搭顺风车——借力取胜的捷径

例：在重大活动中做在前排争取露脸机会，提高曝光从而可以做宣传。

第三节公益活动促销

方案49温情一元——超市卖场的助学之旅

例：超市购物满38元即可要求服务台往捐款箱里投入1元资助希望工程的学校。

方案50免费领养——把奖品变成领养权

例：广告让人们领养被遗弃的小动物，宠物店签署协议不再遗弃小动物，宠物店提供一个星期免费粮食。

方案51“买”来的学费——另一种形式的助学促销

例：书店活动购物满多少元即可抽奖，奖品是现金，名额有限。

方案52希望商场——把让利变成孩子的希望

例：在地震的时候，商场推出让利促销活动价格保持不变，所有利润捐给慈善总会，以帮助地震中的孩子早日回到学校。例如当时王老吉的做法。要以有影响力的事件为立足点，要兑现自己的承诺。

第四节公关活动促销

方案53破坏效应——让顾客真正放心

例：床垫用压路机压过去，证明质量。

方案54效果展示——让质量自己说话

方案55消费卫士——迎合顾客心理做文章

例：质量有问题的货品在大家面前请出店铺。

方案56传声筒——让顾客帮你促销

例：奥运时的全*动会，电动车经销商尾随，让掉队的人做上车永远不掉队。传声筒就是一次口碑销售。

第一节传统节日促销

方案57新年红包——春节礼品促销

方案58非常1+1——清明节鲜花促销

例：1+1=一站式购物，卖点方便，价格合理。

方案59五五有礼——端午节粽子促销

例：注意方案可以不新颖，但一定要实在；让利幅度大，善于一点带面。

第二节外来节日促销

方案60情人价格——情人节花饰促销

方案61平安是福——平安夜苹果促销

方案62圣日“圣”情——圣诞节蛋糕促销

第三节特定人群假日促销

方案63三八彩头——妇女用品促销

方案64快乐童年——儿童节玩具促销

例：儿童购物广场播放儿童喜爱的动画片提前热身后，玩游戏，答对问题赢奖品，且在活动期间购买玩具可享受折扣。

方案65亲情厨房——让您的母亲更轻松

例：母亲节的厨具促销，购物送康乃馨，赢“亲情海南三日游”。

方案66含蓄父爱——父亲节礼品促销

方案67尊师台——尊师重教的创意促销

例：教师节十字绣店铺的广告“老师将自己的汗水和知识融进了一笔一划的粉笔字中，作为学生的你，为什么不将尊重和感谢一针一线地绣在十字绣里送给老师呢？教师节期间，凡在本店购买十字绣的顾客都能得到一张精美的教师节贺

卡。”

淘宝店铺促销活动方案篇四

方案77美女效应——让顾客美不胜收

方案78侏儒餐厅——一笑而过的新鲜

方案79爱美之心——抓住女性的攀比心里

例：化妆品店“你有漂亮吗？你想和我一样漂亮吗？那么请来cc试试？”的试妆活动。

第二节促销人员促销

方案80另类模特——别开生面的促销场面

例：服装店请老年模特，宣传语“老年人的时装我们都能做好，更何况是给年轻的你呢？”。

方案81美丑分明——给人震撼的视觉效果

方案82双赢模式——做好促销员的文章

方案83人情促销——满足顾客的情感需要

例：以促销员的亲戚为借口促销。

方案84沉锚效应——促销员的服务语言创意

例：问客户要不要啤酒不如问要1瓶还是2瓶啤酒。返回目录

淘宝店铺促销活动方案篇五

方案85样品派送——更直接的试用感觉

方案86适当越位——多给顾客一点儿

方案87欲取先给——店铺服务的取舍之道

第二节售中服务促销

方案88自选餐厅——一切都为了服务顾客

方案89将错就错——让顾客都觉得满意

方案90依样画瓢——给顾客一个思路

方案91按需供应——不让一个顾客失望

第三节售后服务促销

方案92榜上有名——给顾客最好的服务

方案93有求必应——想顾客之所想

方案94无理由退货——赢得声誉的服务方案

第四节免费服务促销

方案95免费服务——一种超前的感情投资

方案96额外服务——真心诚意为顾客服务

方案97涂鸦服务——让顾客恋上你的店铺

第五节其他服务促销

方案98请君入店——小服务带来大利润

方案99栽梧引凤——方便顾客，也方便店铺

方案100知心服务——知其好，投其所好返回目录