

服装双旦活动宣传语(通用6篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

服装双旦活动宣传语篇一

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。

1. 市场背景

(1) 全国各地休闲服场竞争激烈

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，整体上和它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。

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. 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。

问题很多，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。

- 1、充分展示独特的个性魅力。
- 2、提高美誉度。
- 3、以温州市区专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。
- 4、促进在市场的发展。
- 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

活动主题：火红五月别样天

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)体现夏季服饰已经全新上市；

(5)体现在不断的完善自己。

活动地点：所有专卖店

活动时间：5月1日至5月15日

(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。

由于本次活动属于常规策略活动，它是下半年活动的序幕，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)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。

暂略

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。

服装双旦活动宣传语篇二

礼情款款欢度国庆

20xx年9月20日

(三)加深超市与消费者的相互了解与情感沟通;

(四)扩企业知名度，进一步树立超市“关爱社区居民会形象。

(一)买99元送30元现金

1、活动时间：9月20日10月7日

3、注意事项

(1)顾客购买活动商品后需保留购物小票，凭购物小票到总服务台领取返现现金。

(2)单张购物小票方可参加活动，不可多张小票累计参加。

(3)顾客领取现金时，需由工作人员加盖“现金已领”字样章后方可领取。

(4)该返现活动只限活动期间消费的顾客，以小票机打日期为准。

(二)国庆狂欢，礼疯狂送国庆狂欢，狂欢1、活动时间：9月20日10月7日2、活动内容活动期间，公司在第四期促销手册(时间：9月15日10月15日)封面上印刷中秋、国庆现金券，现金券面值10元，凡顾客拿到我们的手册，剪下现金券到我超

市购物满100元可使用一张，直接省8元现金，购物满200元可使用两张，多买多用，依次类推。现金券不可兑换现金。

注意事项：

(1) 顾客凭现金券消费时，需保持现金券完好，出现破损、模糊等现象不得使用。

(2) 现金券为一次性使用，消费结账时需由工作人员将现金券收回。

(3) 顾客使用现金券消费，退货时只退回现金部分，现金券部分不予退回。

(4) 现金券不找零、不可兑换现金。

(三) 国庆黄金周，会员你享，旅游商品折扣展销国庆黄金周，会员你享，旅游商品折扣展销黄金周1、活动时间：9月20日10月7日2、凡是在活动期间购买旅游商品的顾客，凭会员卡均可享受最低3折优惠。活动期间推出以户外旅游小食、护肤品套装等为主的30款特价商品集中陈列，突出国庆旅游特价商品的'优越性，促进销售。采购部与百货部负责落实旅游商品资料与陈列，促销部负责落实现场布置与场内外的宣传。

注意事项：

(1) 购买特价商品的会员，不可同时使用代金券

(2) 特价商品已经售出，概不退换

(四) 同岁同贺，礼赠送同岁同贺，同贺

1、活动时间：10月1日7日

2、活动内容活动期间，凡是年龄为61岁的顾客在本超市购物，

不论购物金额多少，均可凭身份证到总服务台领取精美礼品一份。每位顾客在活动期间只可领取一份。

3、注意事项

(1) 顾客需凭身份证领取礼品，并由工作人员登记身份证号码。

(2) 每位顾客在活动期间只可参加活动一次

(3) 本活动最终解释权归超市所有。

服装双旦活动宣传语篇三

温馨五月情感恩慈母爱

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供给的价值183的女性健康体检代金卡一张。

1、母爱无疆真情专递——母亲节真情祝语题写活动

活动时间：5月10日‘母亲节’当天

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供给的价值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）

开服装店要想生意火爆，促销活动是必不可少的日常经营手段之一。对于激励顾客消费、提高服装店的品牌知名度、提升店铺经营业绩、优化女装产品结构，都有着不可小视的作用。眼下马上就到元旦了，服装店想要做好促销又有哪些招数呢？下面小编就跟大家聊聊服装店节假日促销需要注意的几个事项，来看看元旦假期服装店应该如何去做吧。

服装双旦活动宣传语篇四

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20xx年xx月底至春节后一周

【促销内容】

- 1、新年新气象，全场xx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】 :某某男装××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xx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xx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xx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】 :某某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xx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xxx一律xxx

主要目的:以特卖为主,拉动库存销售.

服装双旦活动宣传语篇五

为了提升服装店的销量,带来更多的客户,提升店面品牌形象,我店特地开展了一系列服装促销活动。

疯狂抢衣大比拼。

20xx年x月x日至20xx年x月x日。

通过一个星期时间的人气集合,当晚参与活动的人员只多不少数百种商品的赞助,其价值将远远高于购物最低标准,迎合了众多顾客贪便宜的心理,参与性加强。由于现今休闲服装单品价值较低,所以购物参与的最低标准定为xx元,可促进其商品销售。活动现场气氛热烈,使人过目不忘。

促销活动气氛不必多言,需根据卖场不同进行区别对待。现场秩序更为重要,人员分配如下:计时人员2人、核定商品价值人员2人,主持1人、发号员2人、公布价值员1人、保安若干。商家赞助商品需把握一定尺度,价值不能太低。其它活动也需跟进,如发放礼品等,不需多言。

六、广告宣传

x月x日报纸四分之一通栏,设计思路:不能过分强调商品促销,应以服装促销活动为主,将抢衣活动介绍清楚及诱导顾客参与为重中之重x月x日报纸四分之一,以促销为主,重点转为商品促销以及整体活动介绍,并突出夜场。发放活动传单若干。

服装双旦活动宣传语篇六

一、活动背景：相对于母亲，父亲羞于表达自己的爱。他们常把爱放在心底。母爱有声，父爱无声。中华民族作为礼仪之邦向来重视孝敬父母回报感恩，因此我们要充分利用这一机会开展互动的亲情文化营销。

二、活动主题：礼赞父亲，孝行天下

三、活动时间□20xx年6月21日

四、活动内容：

1、赠送生日蛋糕：

凡6月20日出生的父亲凭有效证件可在xxx店享受购生日蛋糕6折优惠。

2、喝啤酒的比赛

在大厦店换购处持本商场当日单张50元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛。

活动细则：每场次分两组，每组5人。由主持人下令，能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听啤酒。

3、五颜六色闯关中大奖：

父亲节活动期间，商品全场88折，购买商品折后单票满128元以上者，可凭电脑小票参加“五颜六色闯关中大奖，为父亲抽个父亲节礼物”活动，为父亲献上精美的父亲节礼物。

(1) 奖品设置：

特等奖：任选服饰一件；

一等奖：送指定商品一个

二等奖：购买商品在打8折；

三等奖：购买商品在打7折；

(2) 活动细则：

a)在商场收银台出入口处放一促销长桌，并铺上红布；于桌上放置两个抽奖箱，每个箱上都装着5种颜色的乒乓球共11，分别是白色4个、兰色3个、绿色2个、黄色、红色各1个[]b)只要顾客连续两次从箱子里抓出来的乒乓球的颜色是一样的，即可获得相应的中奖奖品；红色球代表特等奖；黄色球代表一等奖；绿色球代表二等奖；兰色球代表三等奖；白色球代表四等奖。

4、为父亲父亲赢奖

在商场门前搭建舞台，举行“为父亲父亲赢奖”趣味游戏，即让孩子戴上眼罩，去找找谁是自己的父亲父亲。口号：为父亲父亲赢奖！

(1) 活动细则：

a)从现场围观的观众当中选择5—7对父子，小孩子的年龄应该在4——7岁之间。父亲父亲们套上商场提供的一模一样的衣罩站在一边，衣罩上应该有编号牌，号码与自己的孩子身上的号码相对应。

b)将孩子们蒙上眼睛，由主持人一个一个轮流引着

他们去找自己的父亲，可以采取摸、闻方法，但不能说话和

做其它暗示性动作。违反者取消资格。孩子找到自己的父亲父亲后就站在其背后，但不能摘下眼罩。接着完成下面几个孩子的找父亲父亲的游戏。

c)当所有的人都找到自己的父亲父亲后，就摘下眼罩看结果。

d)如果能准确找到自己父亲父亲，孩子将获得一份肯德基或麦当劳餐饮券，父亲将得到衬衣一件。其他没有成功找到自己的父亲父亲的孩子也将获得精美食品或饮品一份（5元左右）。

五、广告宣传及预算：

3、纸质宣传单5000份。预算金额：500元

老票据营销是一个传统做法，但效果很好，要关注票据的可用、可藏、可互动性，服装加盟采用有价或者便民的方式推出，进而把票据销售转化为商品销售。

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。

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

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。