

# 最新七夕情人节服装促销活动方案策划

## 七夕服装促销活动方案(优质16篇)

项目策划需要对项目的风险进行评估和管理，制定相应的风险应对措施。这些游戏策划范文反映了游戏行业的发展趋势和用户需求，对于把握市场动态具有指导意义。

### 七夕情人节服装促销活动方案策划篇一

高素质、高收入未婚男女。

七夕，中国自己的情人节。

七夕——中式传统情人节，浪漫携手。

男、女各50人，共100人。

七夕之夜。18：30——20：30

外滩风尚（河西区永安道）

渲染七夕节气氛，促进公司产品在情人节期间的销售，提升品牌亲和力。

- 1、本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人（建议用专业人士）所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。
- 2、人员要求专科以上学历，薪金20xx~3000元以上的男女情侣。

- 3、广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新（建议用专业人士的构思），宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。
- 4、活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。
- 5、办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。
- 6、此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。
- 7、客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。
- 8、通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。
- 9、此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

## 1、百人穿针大赛

自找拍挡，要求是在规定的时间内，哪对组合穿的针最多，谁就赢得最终的胜利。可以获得现场大奖——一对钻戒。

此环节是根据古代南北朝时期民间为纪念织女的智、巧所举办的活动改变而来。本来的名称是“结彩缕穿七孔针”。可以体见情侣们的合作默契和女孩子的心灵手巧。

既然过的是中国传统的情人节，就应该有中国传统文化因素在内。此点可体见出中国女性的智、巧。

## 2、游戏互动

才艺表演（可以是情节表演也可以是唱歌或是其它的才艺）

情节表演的要求是演绎现代版的古代爱情故事（自找拍挡）。以牛郎织女的爱情故事为版本。参与演出的人员可获得纪念品。

## 场地布置

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用

灯光：纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。

彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效果。

彩带：用彩带在天花板上结个花球，伸展出四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。

纸鹤：在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。

鲜花：在场地醒目位置摆放百合花、兰花。

蜡烛：每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

## 活动所需设备

号码牌（设计成心型）、电视[dvd][vcd][话筒、音响、专门的情歌碟片、近期流行音乐、铁丝、灯、折纸、蜡烛、主持、工作人员、针线（出于安全考虑能定做没有针尾的，个较大点，线相应粗点，线至少要用要三四种颜色编成，每对一米就够了）、纪念品。

七夕，中国自己的情人节。

为了忘却的纪念用行动缅怀那不朽的传说。

以上就是本次服装店七夕情人节宣传策划案例，希望对这次的七夕情人节宣传给予较大的帮助。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇二

针对你的情况我觉得策划一个砸金蛋活动是非常有效果的，比如让消费满了多少的人，参加砸金蛋，是一对情人的话，就让他们一起砸，如果是单身，可以许愿后再砸金蛋，可以在蛋里面放一些祝福语或者其他奖品等等！因为我们是礼仪公司的经常做过这样的活动，通常能使整个现场气氛一种神秘感，层层突出观众的意外，而且具有一种明星效应，从而能大大提高活动的人气，促进销售额，最主要的是提高了你超时的知名度和客户的忠诚度等后续的效应也是非常明显的。做这个活动之前你可以先策划、设计印刷些海报提前公布出来，这样会更好。最后还可以配合一些其他的小节目等等都不错。

这里有三个七夕促销活动方案，请耐心等待看完。

### 活动一：写七夕故事，拿七夕大礼

这个活动主要是奖品一定要丰富(可以给红包或者优惠券，让得奖的朋友自己在店里选宝贝也可以直接给个比较有价值的商品)，这样才能让入围的朋友拉人来投票。借此让大家都知道有这样一个帮派，有这样一个店铺，为下期活动做准备。

活动参加的方式很简单，就是让参加的朋友写出一篇他和她的恋爱故事，并且由店铺自己选出入围的故事，再进行投票决出最后的大奖。

下面举例：

今年的七夕，你还是单身一人吗？

你有想要大声呐喊的爱情宣言吗？你在等待那个对的人出现吗？

快来这里许下你的爱情之愿吧！说不定你的他/她真的会在不久后出现哦！

今年的七夕，你和他/她，还在不安的暧昧中吗？

你想对他/她表白吗？想对他/她大声说出你心底的声音吗？

快来这里大胆的对她/她表白吧！我们一起为你加油！

今年的七夕，你和你的他/她刚刚走到一起吗？

你想和我们一起分享你们的喜悦吗？

快来这里记录你们碰擦出火花的一瞬间吧！我们一起感受不可思议！

今年的七夕，你和你的他/她还在热恋中吗？

你想和我们一起分享你们的甜蜜吗？

快来这里谱写你们的爱情恋曲吧！让你们在回忆中更有信心走到最后哦！

今年的七夕，你和你的他/她已经携手走出了无数个年头了吗？

你愿意告诉我们那些隐匿在生活之中爱情吗？

快来这里写下爱的点点滴滴，让我们一起见证爱的奇迹!!!

注意：该活动是为那些文笔好，并且愿意持续关注，不断拉票的朋友准备的，虽然只是淘宝买家的很小部分，但因为活动持续时间很长，所以中途店里做活动的时候就很容易得到关注。

### III

活动二：七夕挖宝大行动，给心爱的他/她一个温暖的家

活动开始前，店家一定要提前几天开始宣传，同时最好将店里的商品都弄回原价，这样挖到几折的朋友才会觉得有优惠。

其实挖宝活动很简单，就是在店里的商品介绍里随机出现藏宝图。而买家需要做的是，找到带有藏宝图的宝贝，在第一时间拍下。然后联系客服确定。是藏宝图产品，就马上付款。

不过店家必须事先申明每次终极藏宝只送出一件，最先付款并符合资格的帮众即可得到；其他已经付款但不是第一个付款的帮众，店家联系他们申请退款（每次出名单后，得在群里公布一下，这样才能让大家觉得公平）

藏宝图可以多设定几种，代表不同的优惠活动。

举例：

终极藏宝图：藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。客服会把你拍下宝贝所付的款，通过支付宝打还到你的帐号上。（等于白送的产品。）

买一送一藏宝图：藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。同时可以在这购买的本产品上，免费赠送多一件产品。买一送一，所送的宝贝，可在店铺内任选同等价格的宝贝一件（不

超过买的这件宝贝的价格)

**vip5折藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，本产品支持淘宝vip5折优惠活动，购买本产品可以享受5折vip优惠。(折扣自己定)

还有免邮或者其他的一些藏宝图，可以有很多种优惠。这样可以带动销售

关于终极藏宝图出宝时间，可以弄成每天最少有个三时间段出宝。其他时间随意‘让大家一整天都关注旺旺群里的通知：

上午10点30分——11点30分

下午14点30分——17点30分

晚上20点30分——21点30分(店家可结合实际情况更改时间)

这三个时间段会固定爆出终极藏宝图，第一天可以等宝贝上架好后，立马在群里通知大家，终极宝藏已经出现，让大家开始行动。从第二天固定时间的将不再做出宝提示。非固定时间出的宝，可以在群里客服提示。这样做是为了让大家准时关注群。方便接下来的其他活动。

**活动三：七夕大优惠**

满就送活动，送就送大的，但是可以按成本加一点就可以。此活动可带来第二次消费，可以在挖宝活动尾声的时候在群里通知(那个时候群里的成员最多)

比方说实际付款金额满100元送200元(可以任意选购商品)

实际付款金额满150元送320元

实际付款金额满200元送450元

同时只要满100元，确认收货后还送50元代金券(满50。01使用，但设置的时间可要注意，一定要在店里没做大活动的时候，不然可亏了，而且可以带来2次消费，50元啊，不用就浪费)

然后给客人算帐，就是相当于只需50元就可以买300元的产品，比打折还优惠

特别说明：该活动举行时，商品一定要回复原价啊!!!送的金额选购的商品可以让买家备注好!

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇三

这个活动主要是奖品一定要丰富（可以给红包或者优惠券，让得奖的朋友自己在店里选宝贝也可以直接给个比较有价值的商品），这样才能让入围的朋友拉人来投票。借此让大家都知道有这样一个帮派，有这样一个店铺，为下期活动做准备。

活动参加的方式很简单，就是让参加的朋友写出一篇他和她的恋爱故事，并且由店铺自己选出入围的故事，再进行投票决出最后的大奖。

下面举例：

今年的七夕，你还是单身一人吗？

你有想要大声呐喊的爱情宣言吗？你在等待那个对的人出现吗？

快来这里许下你的爱情之愿吧！说不定你的他/她真的会在不久后出现哦！

今年的七夕，你和他/她，还在不安的暧昧中吗？

你想对他/她表白吗？想对他/她大声说出你心底的声音吗？

快来这里大胆的对她/她表白吧！我们一起为你加油！

今年的七夕，你和你的他/她刚刚走到一起吗？

你想和我们一起分享你们的喜悦吗？

快来这里记录你们碰擦出火花的一瞬间吧！我们一起感受不可思议！

今年的七夕，你和你的他/她还在热恋中吗？

你想和我们一起分享你们的甜蜜吗？

快来这里谱写你们的爱情恋曲吧！让你们在回忆中更有信心走到最后哦！

今年的七夕，你和你的他/她已经携手走出了无数个年头了吗？

你愿意告诉我们那些隐匿在生活之中爱情吗？

快来这里写下爱的点点滴滴，让我们一起见证爱的奇迹！

注意：该活动是为那些文笔好，并且愿意持续关注，不断拉票的朋友准备的，虽然只是淘宝买家的很小部分，但因为活动持续时间很长，所以中途店里做活动的时候就很容易得到关注。

活动开始前，店家一定要提前几天开始宣传，同时最好将店里的商品都弄回原价，这样挖到几折的朋友才会觉得有优惠。

其实挖宝活动很简单，就是在店里的商品介绍里随机出现藏

宝图。而买家需要做的是，找到带有藏宝图的宝贝，在第一时间拍下。然后联系客服确定。是藏宝图产品，就马上付款。

不过店家必须事先申明每次终极藏宝只送出一件，最先付款并符合资格的帮众即可得到；其他已经付款但不是第一个付款的帮众，店家联系他们申请退款（每次出名单后，得在群里公布一下，这样才能让大家觉得公平）

藏宝图可以多设定几种，代表不同的优惠活动。

举例：

**终极藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。客服会把你拍下宝贝所付的款，通过打还到你的帐号上。等于白送的产品。）

**买一送一藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。同时可以在这购买的本产品上，免费赠送多一件产品。买一送一，所送的宝贝，可在店铺内任选同等价格的宝贝一件（不超过买的这件宝贝的价格）

**vip5折藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，本产品支持淘宝vip5折优惠活动，购买本产品可以享受5折vip优惠。（折扣自己定）

还有免邮或者其他的一些藏宝图，可以有很多种优惠。这样可以代动销售

关于终极藏宝图出宝时间，可以弄成每天最少有个三时间段出宝。其他时间随意‘让大家一整天都关注旺旺群里的通知：

上午10点30分——11点30分

下午14点30分——17点30分

晚上20点30分——21点30分（店家可结合实际情况更改时间）

这三个时间段会固定爆出终极藏宝图，第一天可以等宝贝上架好后，立马在群里通知大家，终极宝藏已经出现，让大家开始行动。从第二天固定时间的将不再做出宝提示。非固定时间出的宝，可以在群里客服提示。这样做是为了让大家准时关注群。方便接下来的其他活动。

满就送活动，送就送大的，但是可以按成本加一点就可以。此活动可带来第二次消费，可以在挖宝活动尾声的时候在群里通知（那个时候群里的成员最多）

比方说实际付款金额满100元送200元（可以任意选购商品）

实际付款金额满150元送320元

实际付款金额满200元送450元

同时只要满100元，确认收货后还送50元代金券（满50。01使用，但设置的时间可要注意，一定要在店里没做大活动的时候，不然可亏了，而且可以带来2次消费，50元啊，不用就浪费）

然后给客人算帐，就是相当于只需50元就可以买300元的产品，比打折还优惠

特别说明：该活动举行时，商品一定要回复原价啊！！！送的金额选购的商品可以让买家备注好！

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇四

“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。

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新取胜，只有新才有活力，只有新才能更多的吸引消费者的“眼球”。

“毛驴拉磨”——这种只有在农村才能见到的场景，最近却出现在北京一家新开张的餐厅里。一块青石碾盘固定在进门的地方，一头戴着眼罩的灰毛驴不停地围着碾盘转圈，事先放好的粮食不一会儿就被碾成了碎末，如有顾客需要，这些粮食就会被加工成可口美食。而且在碾盘的不远处还有一口水井，上面架起的辘轳可以直接从井中打水。不时有好奇者过来一试身手，围着毛驴、水井拍照的更是大有人在。毛驴拉磨进餐厅的创意使长期生活的高楼大厦之间的人们开了眼界，更使餐厅人气大增，顾客盈门。

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”。

同时，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。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇五

眼看着七夕就要来了，各位服装店主你们准备好了吗？要是没有，可要赶紧想点子了。要不，看看一些成功的促销案例，也许会对你的促销思路有所帮助哈！

### 1、做好促销前的宣传工作

“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。

利用几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”。

“毛驴拉磨”--这种只有在农村才能见到的场景，最近却出现

在北京一家新开张的餐厅里。一块青石碾盘固定在进门的地方，一头戴着眼罩的灰毛驴不停地围着碾盘转圈，事先放好的粮食不一会儿就被碾成了碎末，如有顾客需要，这些粮食就会被加工成可口美食。而且在碾盘的不远处还有一口水井，上面架起的辘轳可以直接从井中打水。不时有好奇者过来一试身手，围着毛驴、水井拍照的更是大有人在。毛驴拉磨进餐厅的创意使长期生活的高楼大厦之间的人们开了眼界，更使餐厅人气斗增，顾客盈门。

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”。

同时，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。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇六

### 【一】

活动对象：高素质、高收入未婚男女。

活动定位：七夕，中国自己的情人节。

活动主题：七夕——中式传统情人节，浪漫携手。

报名人数：男、女各50人，共100人。

活动时间：七夕之夜。18：30--20：30

活动地点：外滩风尚（河西区永安道）

活动目的：渲染七夕节气氛，促进公司产品在情人节期间的销售，提升品牌亲和力。

实施方案：

- 1、本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人（建议用专业人士）所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。
- 2、人员要求专科以上学历，薪金20xx~3000元以上的男女情侣。
- 3、广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新（建议用专业人士的构思），宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。
- 4、活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。
- 5、办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。
- 6、此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。
- 7、客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。

8、通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。

9、此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

## 活动内容

### 1、百人穿针大赛

自找拍挡，要求是在规定的时间内，哪对组合穿的针最多，谁就赢得最终的胜利。可以获得现场大奖——一对钻戒。

此环节是根据古代南北朝时期民间为纪念织女的智、巧所举办的活动改变而来。本来的名称是“结彩缕穿七孔针”。可以体见情侣们的合作默契和女孩子的心灵手巧。

既然过的是中国传统的情人节，就应该有中国传统文化因素在内。此点可体见出中国女性的智、巧。

### 2、游戏互动

才艺表演（可以是情节表演也可以是唱歌或是其它的才艺）

情节表演的要求是演绎现代版的古代爱情故事（自找拍挡）。以牛郎织女的爱情故事为版本。参与演出的人员可获得纪念品。

## 场地布置

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用

灯光：纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。

彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效

果。

彩带：用彩带在天花板上结个花球，伸展出四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。

纸鹤：在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。

鲜花：在场地醒目位置摆放百合花、兰花。

蜡烛：每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

### 活动所需设备

号码牌（设计成心型）、电视[dvd][vcd][话筒、音响、专门的情歌碟片、近期流行音乐、铁丝、灯、折纸、蜡烛、主持、工作人员、针线（出于安全考虑能定做没有针尾的，个较大点，线相应粗点，线至少要用要三四种颜色编成，每对一米就够了）、纪念品。

### 宣传语

七夕，中国自己的情人节。

为了忘却的纪念用行动缅怀那不老传说。

## 【二】

针对你的情况我觉得策划一个砸金蛋活动是非常有效果的，比如让消费满了多少的人，参加砸金蛋，是一对情人的话，就让他们一起砸，如果是单身，可以许愿后再砸金蛋，可以在蛋里面放一些祝福语或者其他奖品等等！因为我们是礼仪公司的经常做过这样的活动，通常能使整个现场气氛一种神秘感，层层突出观众的意外，而且具有一种明星效应，从而能大大提高活动的人气，促进销售额，最主要的是提高了你

超时的知名度和客户的忠诚度等后续的效应也是非常明显的。做这个活动之前你可以先策划、设计印刷些海报提前公布出来，这样会更好。最后还可以配合一些其他的小节目等等都不错。

这里有三个七夕促销活动方案，请耐心等待。

### 活动一：写七夕故事，拿七夕大礼

这个活动主要是奖品一定要丰富（可以给红包或者优惠券，让得奖的朋友自己在店里选宝贝也可以直接给个比较有价值的商品），这样才能让入围的朋友拉人来投票。借此让大家都知道有这样一个帮派，有这样一个店铺，为下期活动做准备。

活动参加的方式很简单，就是让参加的朋友写出一篇他和她的恋爱故事，并且由店铺自己选出入围的故事，再进行投票决出最后的大奖。

下面举例：

今年的七夕，你还是单身一人吗？

你有想要大声呐喊的爱情宣言吗？你在等待那个对的人出现吗？

快来这里许下你的爱情之愿吧！说不定你的他/她真的会在不久后出现哦！

今年的七夕，你和他/她，还在不安的暧昧中吗？

你想对他/她表白吗？想对他/她大声说出你心底的声音吗？

快来这里大胆的对她/他表白吧！我们一起为你加油！

今年的七夕，你和你的他/她刚刚走到一起吗？

你想和我们一起分享你们的喜悦吗？

快来这里记录你们碰擦出火花的一瞬间吧！我们一起感受不可思议！

今年的七夕，你和你的他/她还在热恋中吗？

你想和我们一起分享你们的甜蜜吗？

快来这里谱写你们的爱情恋曲吧！让你们在回忆中更有信心走到最后哦！

今年的七夕，你和你的他/她已经携手走出了无数个年头了吗？

你愿意告诉我们那些隐匿在生活之中爱情吗？

快来这里写下爱的点点滴滴，让我们一起见证爱的奇迹！！！！

注意：该活动是为那些文笔好，并且愿意持续关注，不断拉票的朋友准备的，虽然只是淘宝买家的很小部分，但因为活动持续时间很长，所以中途店里做活动的时候就很容易得到关注。

活动二：七夕挖宝大行动，给心爱的他/她一个温暖的家

活动开始前，店家一定要提前几天开始宣传，同时将店里的商品都弄回原价，这样挖到几折的朋友才会觉得有优惠。

其实挖宝活动很简单，就是在店里的商品介绍里随机出现藏宝图。而买家需要做的是，找到带有藏宝图的宝贝，在第一时间拍下。然后联系客服确定。是藏宝图产品，就马上付款。

不过店家必须事先申明每次终极藏宝只送出一件，最先付款

并符合资格的帮众即可得到；其他已经付款但不是第一个付款的帮众，店家联系他们申请退款（每次出名单后，得在群里公布一下，这样才能让大家觉得公平）

藏宝图可以多设定几种，代表不同的优惠活动。

举例：

**终极藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。客服会把你拍下宝贝所付的款，通过支付宝打还到你的帐号上。（等于白送的产品。）

**买一送一藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。同时可以在这购买的本产品上，免费赠送多一件产品。买一送一，所送的宝贝，可在店铺内任选同等价格的宝贝一件（不超过买的这件宝贝的价格）

**vip5折藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，本产品支持淘宝vip5折优惠活动，购买本产品可以享受5折vip优惠。（折扣自己定）

还有免邮或者其他的一些藏宝图，可以有很多种优惠。这样可以带动销售

关于终极藏宝图出宝时间，可以弄成每天最少有个三时间段出宝。其他时间随意‘让大家一整天都关注旺旺群里的通知：

上午10点30分——11点30分

下午14店30分——17点30分

晚上20点30分——21点30分（店家可结合实际情况更改时间）

这三个时间段会固定爆出终极藏宝图，第一天可以等宝贝上架好后，立马在群里通知大家，终极宝藏已经出现，让大家开始行动。从第二天固定时间的将不再做出宝提示。非固定时间出的宝，可以在群里客服提示。这样做是为了让大家准时关注群。方便接下来的其他活动。

### 活动三：七夕大优惠

满就送活动，送就送大的，但是可以按成本加一点就可以。此活动可带来第二次消费，可以在挖宝活动尾声的时候在群里通知（那个时候群里的成员最多）

比方说实际付款金额满100元送200元（可以任意选购商品）

实际付款金额满150元送320元

实际付款金额满200元送450元

同时只要满100元，确认收货后还送50元代金券（满50。01使用，但设置的时间可要注意，一定要在店里没做大活动的时候，不然可亏了，而且可以带来2次消费，50元啊，不用就浪费）

然后给客人算帐，就是相当于只需50元就可以买300元的产品，比打折还优惠

特别说明：该活动举行时，商品一定要回复原价啊！！！送的金额选购的商品可以让买家备注好！

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇七

针对你的情况我觉得策划一个砸金蛋活动是非常有效果的，比如让消费满了多少的人，参加砸金蛋，是一对情人的话，

就让他们一起砸，如果是单身，可以许愿后再砸金蛋，可以在蛋里面放一些祝福语或者其他奖品等等！因为我们是礼仪公司的经常做过这样的活动，通常能使整个现场气氛一种神秘感，层层突出观众的意外，而且具有一种明星效应，从而能大大提高活动的人气，促进销售额，最主要的是提高了你超时的知名度和客户的忠诚度等后续的效应也是非常明显的。做这个活动之前你可以先策划、设计印刷些海报提前公布出来，这样会更好。最后还可以配合一些其他的小节目等等都不错。

这里有三个七夕促销活动方案，请耐心等待。

这个活动主要是奖品一定要丰富（可以给红包或者优惠券，让得奖的朋友自己在店里选宝贝也可以直接给个比较有价值的商品），这样才能让入围的朋友拉人来投票。借此让大家都知道有这样一个帮派，有这样一个店铺，为下期活动做准备。

活动参加的方式很简单，就是让参加的朋友写出一篇他和她的恋爱故事，并且由店铺自己选出入围的故事，再进行投票决出最后的大奖。

下面举例：

今年的七夕，你还是单身一人吗？

你有想要大声呐喊的爱情宣言吗？你在等待那个对的人出现吗？

快来这里许下你的爱情之愿吧！说不定你的他/她真的会在不久后出现哦！

今年的七夕，你和他/她，还在不安的暧昧中吗？

你想对他/她表白吗？想对他/她大声说出你心底的声音吗？

快来这里大胆的对她/她表白吧！我们一起为你加油！

今年的七夕，你和你的他/她刚刚走到一起吗？

你想和我们一起分享你们的喜悦吗？

快来这里记录你们碰擦出火花的一瞬间吧！我们一起感受不可思议！

今年的七夕，你和你的他/她还在热恋中吗？

你想和我们一起分享你们的甜蜜吗？

快来这里谱写你们的爱情恋曲吧！让你们在回忆中更有信心走到最后哦！

今年的七夕，你和你的他/她已经携手走出了无数个年头了吗？

你愿意告诉我们那些隐匿在生活之中爱情吗？

快来这里写下爱的点点滴滴，让我们一起见证爱的奇迹！！！！

注意：该活动是为那些文笔好，并且愿意持续关注，不断拉票的朋友准备的，虽然只是淘宝买家的很小部分，但因为活动持续时间很长，所以中途店里做活动的时候就很容易得到关注。

活动开始前，店家一定要提前几天开始宣传，同时最好将店里的商品都弄回原价，这样挖到几折的朋友才会觉得有优惠。

其实挖宝活动很简单，就是在店里的商品介绍里随机出现藏宝图。而买家需要做的是，找到带有藏宝图的宝贝，在第一时间拍下。然后联系客服确定。是藏宝图产品，就马上付款。

不过店家必须事先申明每次终极藏宝只送出一件，最先付款并符合资格的帮众即可得到；其他已经付款但不是第一个付款的帮众，店家联系他们申请退款（每次出名单后，得在群里公布一下，这样才能让大家觉得公平）

藏宝图可以多设定几种，代表不同的优惠活动。

举例：

**终极藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。客服会把你拍下宝贝所付的款，通过支付宝打还到你的帐号上。（等于白送的产品。）

**买一送一藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。同时可以在这购买的本产品上，免费赠送多一件产品。买一送一，所送的宝贝，可在店铺内任选同等价格的宝贝一件（不超过买的这件宝贝的价格）

**vip5折藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，本产品支持淘宝vip5折优惠活动，购买本产品可以享受5折vip优惠。（折扣自己定）

还有免邮或者其他的一些藏宝图，可以有很多种优惠。这样可以带动销售

关于终极藏宝图出宝时间，可以弄成每天最少有个三时间段出宝。其他时间随意 ‘让大家一整天都关注旺旺群里的通知：

上午10点30分——11点30分

下午14店30分——17点30分

晚上20点30分——21点30分（店家可结合实际情况更改时间）

这三个时间段会固定爆出终极藏宝图，第一天可以等宝贝上架好后，立马在群里通知大家，终极宝藏已经出现，让大家开始行动。从第二天固定时间的将不再做出宝提示。非固定时间出的宝，可以在群里客服提示。这样做是为了让大家谁时关注群。方便接下来的其他活动。

满就送活动，送就送大的，但是可以按成本加一点就可以。此活动可带来第二次消费，可以在挖宝活动尾声的时候在群里通知（那个时候群里的成员最多）

比方说实际付款金额满100元送200元（可以任意选购商品）

实际付款金额满150元送320元

实际付款金额满200元送450元

同时只要满100元，确认收货后还送50元代金券（满50。01使用，但设置的时间可要注意，一定要在店里没做大活动的时候，不然可亏了，而且可以带来2次消费，50元啊，不用就浪费）

然后给客人算帐，就是相当于只需50元就可以买300元的产品，比打折还优惠

特别说明：该活动举行时，商品一定要回复原价啊！！！送的金额选购的商品可以让买家备注好！

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇八

七夕挖宝大行动，给心爱的他/她一个温暖的家。

活动开始前，店家一定要提前几天开始宣传，同时最好将店

里的商品都弄回原价，这样挖到几折的朋友才会觉得有优惠。

其实挖宝活动很简单，就是在店里的商品介绍里随机出现藏宝图。而买家需要做的是，找到带有藏宝图的宝贝，在第一时间拍下。然后联系客服确定。是藏宝图产品，就马上付款。

不过店家必须事先申明每次终极藏宝只送出一件，最先付款并符合资格的帮众即可得到；其他已经付款但不是第一个付款的帮众，店家联系他们申请退款（每次出名单后，得在群里公布一下，这样才能让大家觉得公平）

藏宝图可以多设定几种，代表不同的优惠活动。

举例：

**终极藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。客服会把你拍下宝贝所付的款，通过支付宝打还到你的帐号上。（等于白送的产品。）

**买一送一藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，联系客服。跟客服确认后。付款。同时可以在这购买的本产品上，免费赠送多一件产品。买一送一，所送的宝贝，可在店铺内任选同等价格的宝贝一件（不超过买的这件宝贝的价格）

**vip5折藏宝图：**藏宝图代表的是，你只要看见宝贝介绍上有这个图片就可以拍下，本产品支持淘宝vip5折优惠活动，购买本产品可以享受5折vip优惠。（折扣自己定）

还有免邮或者其他的一些藏宝图，可以有很多种优惠。这样可以带动销售

关于终极藏宝图出宝时间，可以弄成每天最少有个三时间段

出宝。其他时间随意 ‘让大家一整天都关注旺旺群里的通知：

上午10点30分——11点30分

下午14点30分——17点30分

晚上20点30分——21点30分（店家可结合实际情况更改时间）

这三个时间段会固定爆出终极藏宝图，第一天可以等宝贝上架好后，立马在群里通知大家，终极宝藏已经出现，让大家开始行动。从第二天固定时间的将不再做出宝提示。非固定时间出的宝，可以在群里客服提示。这样做是为了让大家准时关注群。方便接下来的其他活动。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇九

高素质、高收入未婚男女。

七夕，中国自己的情人节。

七夕——中式传统情人节，浪漫携手。

男、女各50人，共100人。

七夕之夜。18:30--20:30

外滩风尚(河西区永安道)

渲染七夕节气氛，促进公司产品在情人节期间的销售，提升品牌亲和力。

1、本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人(建议用专业人士)所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调

动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。

2、人员要求专科以上学历，薪金2000~3000元以上的男女情侣。

3、广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新(建议用专业人士的构思)，宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。

4、活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。

5、办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。

6、此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。

7、客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。

8、通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。

9、此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

## 1、百人穿针大赛

自找拍挡，要求是在规定的时间内，哪对组合穿的针最多，谁就赢得最终的胜利。可以获得现场大奖——一对钻戒。

此环节是根据古代南北朝时期民间为纪念织女的智、巧所举办的活动改变而来。本来的名称是“结彩缕穿七孔针”。可以体见情侣们的合作默契和女孩子的心灵手巧。

既然过的是中国传统的情人节，就应该有中国传统文化因素在内。此点可体见出中国女性的智、巧。

## 2、游戏互动

才艺表演(可以是情节表演也可以是唱歌或是其它的才艺)

情节表演的要求是演绎现代版的古代爱情故事(自找拍挡)。以牛郎织女的爱情故事为版本。参与演出的人员可获得纪念品。

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用

灯光：纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。

彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效果。

彩带：用彩带在天花板上结个花球，伸展四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。

纸鹤：在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。

鲜花：在场地醒目位置摆放百合花、兰花。

蜡烛：每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

## 活动所需设备

号码牌(设计成心型)、电视[dvd(vcd)]话筒、音响、专门的情歌碟片、近期流行音乐、铁丝、灯、折纸、蜡烛、主持、工作人员、针线(出于安全考虑最好能定做没有针尾的，个较

为大点，线相应粗点，线至少要用要三四种颜色编成，每对一米就够了)、纪念品。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇十

纪念式促销包含：

1. 节日促销：七夕
2. 纪念日促销：生日、店庆
3. 会员日促销：定期几号是会员日
4. 特定日促销：比如品牌日

2) 定价促销

定价包含：

1. 特价式促销：特定区1元、全场99元等
2. 满额式促销：满就减、满就送
- 3) 奖励促销

奖励式促销包含：

1. 抽奖促销：买单就可参与抽奖
2. 优惠券促销：优惠券、现金券、抵价券等
3. 互动式促销：微信游戏、微信互动等
- 4) 回报促销

回报式促销包含：

1. 拼单折扣：团购价
2. 回扣返利：比如返现金
- 5) 借力促销

借力式促销包含：

1. 明星促销：比如明星同款
2. 依附式促销：比如某活动赞助商
3. 热点事件促销：比如欢乐颂同款
- 6) 附加值促销

附加值促销包含：

1. 排名：比如本品牌在某榜单排名第几
2. 著名设计师：比如本款是哪个设计师设计
3. 故事：比如求爱必备款
4. 服务：某牛仔裤品牌以旧换新活动
- 7) 临界点促销

临界点促销包含：

1. 最高额：最高几折封顶、最高多少钱封顶
2. 最低额：低至1折

3. 极端式：全城最低

8) 悬念促销

悬念促销包含：

1. 不定价：刮刮卡刮出什么价就是什么价

2. 抽奖：抽出几折就是几折

3. 拍卖竞价：出价高折得

9) 主题促销

主题促销包含：

1. 情感类：情侣款卖女装送男装、闺蜜款买一送一

2. 公益类：买一单捐一元

3. 单品类：连衣裙派对500元任选3件

10) 时令促销

时令促销包含：

1. 季节性促销：夏款1折起

2. 清仓甩卖：季末大减价

11) 限定式促销

限定促销包含：

1. 限时：秒杀、今日有效

2. 限量：每店限量100件

3. 阶梯式：第一天5折、第二天6折、第三天7折

12) 赠送类促销

赠送促销包含：

1. 赠：买一赠一、赠积分、赠红包

2. 送：特制礼品、新奇特为宜

13) 指定促销

指定促销包含：

1. 指定顾客：买a送b

2. 指定产品：抽出几折就是几折

14) 组合促销

组合促销包含：

1. 买衣送鞋：鞋最好是定制款，独特款

2. 连单：第二件半价

15) 选择以上几个促销组合使用，效果更加

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇十一

活动对象：

高素质、高收入未婚男女。

活动定位：

七夕，中国自己的情人节。

活动主题：

七夕——中式传统情人节，浪漫携手。

报名人数：

男、女各50人，共100人。

活动时间：

七夕之夜。18：30--20：30

活动地点：

外滩风尚（河西区永安道）

活动目的：

渲染七夕节气氛，促进公司产品在情人节期间的销售，提升品牌亲和力。

实施方案：

1、本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人（建议用专业人士）所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。

2、人员要求专科以上学历，薪金20xx~3000元以上的男女情侣。

- 3、广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新（建议用专业人士的构思），宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。
- 4、活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。
- 5、办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。
- 6、此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。
- 7、客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。
- 8、通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。
- 9、此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

## 活动内容

### 1、百人穿针大赛

自找拍挡，要求是在规定的时间内，哪对组合穿的针最多，谁就赢得最终的胜利。可以获得现场大奖——一对钻戒。

此环节是根据古代南北朝时期民间为纪念织女的智、巧所举办的活动改变而来。本来的名称是“结彩缕穿七孔针”。可以体见情侣们的合作默契和女孩子的心灵手巧。

既然过的是中国传统的情人节，就应该有中国传统文化因素在内。此点可体见出中国女性的智、巧。

### 2、游戏互动

才艺表演（可以是情节表演也可以是唱歌或是其它的才艺）

情节表演的要求是演绎现代版的古代爱情故事（自找拍挡）。以牛郎织女的爱情故事为版本。参与演出的人员可获得纪念品。

## 场地布置

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用

灯光：纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。

彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效果。

彩带：用彩带在天花板上结个花球，伸展出四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。

纸鹤：在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。

鲜花：在场地醒目位置摆放百合花、兰花。

蜡烛：每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

## 活动所需设备

号码牌（设计成心型）、电视□dvd□vcd□□话筒、音响、专门的情歌碟片、近期流行音乐、铁丝、灯、折纸、蜡烛、主持、工作人员、针线（出于安全考虑能定做没有针尾的，个较大点，线相应粗点，线至少要用要三四种颜色编成，每对一米就够了）、纪念品。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇十二

在洋节盛行的今天，像是七夕这种我国传统的节日演变的越来越重要了！眼看着七夕就要到了，您的服装加盟店是不是也想借着这个机会好好地获利一番呢！服装店如何做七夕情人节促销活动方案。

### 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。

### 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，服装加盟开发vip会员是服装店销售的核心工作。

### 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，服装加盟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。

### 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。

### 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，服装加盟要主动联系社区，争取通过有效途径为自己造势。

## 政府支持

目前政府在不断推进人文建设，不断进行服务大众的项目推进，要很好地利用政府发布的信息资源，推进服装店的日常促销活动。

## 票据营销

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

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。

## 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，服装加盟做好适时广告也是很必要的。

## 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。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇十三

写七夕故事，拿七夕大礼。

这个活动主要是奖品一定要丰富（可以给红包或者优惠券，让得奖的朋友自己在店里选宝贝也可以直接给个比较有价值的商品），这样才能让入围的朋友拉人来投票。借此让大家都知道有这样一个帮派，有这样一个店铺，为下期活动做准备。

活动参加的方式很简单，就是让参加的朋友写出一篇他和她的恋爱故事，并且由店铺自己选出入围的故事，再进行投票决出最后的大奖。

下面举例：

今年的七夕，你还是单身一人吗？

你有想要大声呐喊的爱情宣言吗？你在等待那个对的人出现吗？

快来这里许下你的爱情之愿吧！说不定你的他/她真的会在不久后出现哦！

今年的七夕，你和他/她，还在不安的暧昧中吗？

你想对他/她表白吗？想对他/她大声说出你心底的声音吗？

快来这里大胆的对她/他表白吧！我们一起为你加油！

今年的七夕，你和你的他/她刚刚走到一起吗？

你想和我们一起分享你们的喜悦吗？

快来这里记录你们碰擦出火花的一瞬间吧！我们一起感受不可思议！

今年的七夕，你和你的他/她还在热恋中吗？

你想和我们一起分享你们的甜蜜吗？

快来这里谱写你们的爱情恋曲吧！让你们在回忆中更有信心走到最后哦！

今年的七夕，你和你的他/她已经携手走出了无数个年头了吗？

你愿意告诉我们那些隐匿在生活之中爱情吗？

快来这里写下爱的点点滴滴，让我们一起见证爱的奇迹！！！！

注意：该活动是为那些文笔好，并且愿意持续关注，不断拉票的朋友准备的，虽然只是淘宝买家的很小部分，但因为活动持续时间很长，所以中途店里做活动的时候就很容易得到关注。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇十四

：高素质、高收入未婚男女。

：七夕，中国自己的情人节。

：七夕——中式传统情人节，浪漫携手。

：男、女各50人，共100人。

：七夕之夜。18：30—20：30

：外滩风尚（河西区永安道）

：渲染七夕节气氛，促进公司产品在情人节期间的销售，提升品牌亲和力。

1、本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人（建议用专业人士）所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。

2、人员要求专科以上学历，薪金2000 ~ 3000元以上的男女情侣。

3、广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新（建议用专业人士的构思），宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。

4、活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。

5、办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。

6、此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。

7、客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。

8、通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。

9、此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

1、百人穿针大赛

自找拍挡，要求是在规定的时间内，哪对组合穿的针最多，

谁就赢得最终的胜利。可以获得现场大奖——一对钻戒。

此环节是根据古代南北朝时期民间为纪念织女的智、巧所举办的活动改变而来。本来的名称是“结彩缕穿七孔针”。可以体见情侣们的合作默契和女孩子的心灵手巧。

既然过的是中国传统的情人节，就应该有中国传统文化因素在内。此点可体见出中国女性的智、巧。

## 2、游戏互动

才艺表演（可以是情节表演也可以是唱歌或是其它的才艺）

情节表演的要求是演绎现代版的古代爱情故事（自找拍挡）。以牛郎织女的爱情故事为版本。参与演出的人员可获得纪念品。

### 场地布置

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用

灯光：纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。

彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效果。

彩带：用彩带在天花板上结个花球，伸展四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。

纸鹤：在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。

鲜花：在场地醒目位置摆放百合花、兰花。

蜡烛：每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

号码牌（设计成心型）、电视□dvd□vcd□□话筒、音响、专门的情歌碟片、近期流行音乐、铁丝、灯、折纸、蜡烛、主持、工作人员、针线（出于安全考虑最好能定做没有针尾的，个较为大点，线相应粗点，线至少要用要三四种颜色编成，每对一米就够了）、纪念品。

七夕，中国自己的情人节。

为了忘却的纪念用行动缅怀那不老传说。

## 七夕情人节服装促销活动方案策划篇十五

### 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。

# 七夕情人节服装促销活动方案策划篇十六

为确保事情或工作顺利开展，通常需要预先制定一份完整的方案，方案的内容多是上级对下级或涉及面比较大的工作，一般都用带“文件头”形式下发。那么问题来了，方案应该怎么写？以下是小编整理的七夕情人节促销活动方案，欢迎大家分享。

通过在我市的一次大范围的市场调查，我们发现：

市内其他鲜花销售商在情人节期间基本没有什么较大的促销活动，即使有也只是针对零售花店的通路促销，更多的鲜花销售商及花店采取的是自然销售，从业人员营销观念比较落

后。

市内年轻人经常光顾的场所如迪吧、电影院等虽然每年也搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，没有新意，而且活动宣传乏力，不到位，效果不佳。

另外，在受访人群中，有57%的消费者认为每年都送玫瑰、巧克力缺乏新意，不能将情人节的浪漫、温馨长久留住，希望除赠送玫瑰、巧克力以外，能赠送其他更时尚更有保留价值的礼品。

显然，消费者的需求意味着巨大的商机。

**a类消费群：**20-25岁的未婚青年，此类消费者都是情人节玫瑰消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。

**b类消费群：**50岁以上的消费群，此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个鲜花消费群体中已占有5%的比例，说明其时尚心态渐起，是一支易被“教化”的群体，如果其儿女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，而且也是一个值得关注的社会现象。

**c类消费群：**25-35岁的消费群，此类群体有的是处于事业的起步期、上升期，而有的却已事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得最为复杂，最不利于细分，也不利于有针对性的进行市场推广，但她将是影响**b类消费群**的一支“伏兵”，也不能放弃，但不作为重点。

“抓两头带中间”。即通过对**a类消费群**和**b类消费**的重点诉求，带动**c类消费群**的积极参与□**a类消费群**的消费意识最强，需求

最大，是主要目标市场，也是广告的主要对象。b类消费群虽然需求较小，但如果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，而且其社会影响对公司的品牌建设将十分有利。

我们发现，现在正流行一种代表着中华民族深刻文化内涵且历史久远的手织品：中国结。其深深的红色、多样的变化代表着富贵、吉祥、喜气，而且适合长久保存，并广泛的在年轻人中流行，应是我们寻找的理想载体。同时，由于“结”与“节”的谐音，也为中国结和情人节的结合找到了一个巧妙的切入点，显然，这个针对情人节的礼品就叫“情人结”。她不同于市场上销售的中国结，我们赋予了她全新的内涵：“情人结”套住情人节，天天都是情人节”，寓示着爱情的执著、久远。而且“情人结”本身就是一个很好的卖点。

于是，我们迅速联系了一家手编厂，开发出了系列的“情人结”礼品，包括“缘字结”、“福字结”、“同心结”、“牵手结”等，并且每种“情人结”都配备了时尚、高档材质的包装盒，一改以往中国结的低档、简单的形象。但由于其技术性不强，易被模仿，因此在活动之前，我们采取了严密的保护措施，防止概念、产品的外流。

在玫瑰销售数目组合上，我们推出了多种数目组合，并为每种数目组合都赋予了一定的内涵。例如：

1支玫瑰：一心一意篇；

3支玫瑰：我爱你篇；

9支玫瑰：天长地久篇；

11支玫瑰：一生一世篇；

21支玫瑰：爱你篇；

27支玫瑰：爱妻篇；

新颖、时尚的贺卡，贺卡上注名了该组合的寓意。此次活动的推出，让许多人都对玫瑰所代表的深刻寓意加深了印象，极大的调动了消费者购买的积极性。甚至有部分消费者在七夕电话咨询每种数目的寓意。