

最新服装店铺员工激励方案(精选5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

服装店铺员工激励方案篇一

以“国庆节”为契机，通过策划一系列活动，进一步宣传企业的整体形象，提高企业在顾客及供应商中的知名度和美誉度；借助“国庆节”，刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，最大限度地扩大销售额；同时，充分体现会员卡的价值。让会员感受到超市的真情关怀。

20xx年10月1日—20xx年10月7日

欧尚超市

会员顾客

“欢乐国庆欢乐颂，欧尚大礼乐翻天”

- 1、发电子短信到“会员顾客”的手机上，说明活动的项目、活动的相关信息。
- 2、安排人员在各大小区、广场、街道发放有关超市国庆活动的海报。
- 3、在超市人流高峰期，超市广播滚动式宣传国庆的‘酬宾信息，刺激顾客的购买欲望，增加销售额。
- 4、在活动前几天就要循环的在超市内液晶显示屏上滚动国庆活动信息，增强顾客的记忆。

5、超市美工部门制作巨幅，内容为国庆节各项主题促销活动和会员优惠活动。超市入口，停车场拉横幅，扩大宣传。同时在超市橱窗玻璃上设计制作国庆节的主题橱窗广告，在收银台以及超市各个地方使用吊旗，增加节日的喜庆气氛。

6、所有人员必须充分了解此次开展的活动，做好每一位顾客的活动解释工作。在前期当顾客购物时，适当的去给顾客宣传。

7、超市堆头，提前规划好国庆期间放置的促销产品的摆放。以及预先设计好个别商品的堆头摆设，要新颖，有特色，吸引顾客的眼球，购买欲望。使得超市焕然一新，带给顾客不同的体验。

8、国庆期间超市有赠送饮料活动，超市联系主要的饮料厂商，通过竞选，选出哪种饮料作为活动的奖品，同时获选的饮料厂家要配合超市的宣传工作，共同宣传动。

1、国庆期间20xx年10月1日—20xx年10月7日

每天前300名到超市的会员都会获得饮料一瓶。如果国庆7天中，有会员4天都是前300名中，将会获得参加10月7号“欢庆国庆购物抽大奖”的活动，同时还能获得超市赠与的15元购物现金券。

2、会员在国庆期间可以购买超市特价物品。只有会员可以享受特价商品（涉及到的特价商品，超市提前联系供应商，备好货物）。

3、会员在国庆期间累计消费超过500元或者国庆期间累计购物超过3次的会员可以参加10月7号“欢庆国庆购物抽大奖”的活动。

4、10月5号超市举办亲子互动大联盟游戏。凡是会员，当天

只要带小孩参加亲子大联盟，前30组家庭都可以通过转动转盘获得超市的精美礼品一份。（转盘有5种超市提供的礼品，从5元到20元不等你，转动你的转盘，转出你的运气）（亲子大联盟“猜猜爸爸妈妈”，游戏规则：小椅5到6把，儿童蒙眼坐成一排父母分别走到幼儿面前，让儿童通过触摸猜测自己的爸爸妈妈。）同时获胜的家庭都可以再当天享受6折折优惠。同时赠送参加欢庆国庆购物抽大奖的卡片，平卡片课参与免费抽奖活动。

5、凡是会员在国庆期间关注超市官方微博，并连续七天转发超市微博，并互动。均有机会获得微博互动大奖。国庆期间每天都将抽出10名幸运会员，获得超市50元购物卡。

6、欢庆国庆购物抽大奖

10月7号凭当天购物小票满78元参与抽奖活动。前期拿到抽奖卡片的会员也可以免费抽奖。

特等奖：数码照相机一台（1名）

一等奖：超市600元购物卡一张（5名）

二等奖：微波炉一台（10名）

三等奖：毛巾一条（35名）

安慰奖：饮料一瓶（100名）

如果活动现场出现冷场怎么办？

- 1、主持人适量的幽默，讲一些能引起顾客共鸣的一些话题！
- 2、每隔5分钟，向人群中抛洒几十个小礼物，糖果，巧克力
- 3、活动现场穿插一些魔术表演，请顾客上台辅助魔术师表演。

服装店铺员工激励方案篇二

感恩母亲，母爱永恒。

一、在母亲节期间，向顾客宣传品牌文化内涵，让人们明白有这样一家中老年服饰专卖店，推广品牌，提高品牌知名度和美誉度。

(5.5----5.11)

大多数人没有过“母亲节”的习惯，[感恩的心]本身知名度也不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式开展做好铺垫工作。告知公众“今年5月11日是母亲节”，以及[感恩的心]在“母亲节”当天要做的活动资料以及活动期间的承诺，引起消费者参与活动的欲望。

预热时间:可定在主题活动的前一个星期5.3---5.5三天。

一、可在店门口写上一块招牌，上写“今日距世界母亲节还有__天”，以此来提醒过往行人，母亲节即将来临，得好好为母亲过个节日准备了。

二、活动期间，可主推某一款或几款服饰，经过导购员向顾客详细介绍

三、可提前制作好以母亲为主题目的，宣传画等，在店内适当位置进行张贴或者悬挂，宣传方式有以下几种，可根据各个店的具体情景具体对待：

(一)到街头，闹市去发送宣传单以及讲解活动细则。

(二)将卖场的电话定为“感恩热线”，欢迎顾客进行咨询，

接线员可在电话中明确告诉顾客，凡来店中参加活动的都有好礼赠送。

(三)为每一位在店中留下了电话的'朋友，在母亲节的前一天若是还没有来参加活动，可主动给其发去感恩祝福，祝福其母亲节欢乐。

(四)活动期间，每一天来店中的前十位购衣的中老年人送上一朵康乃馨，并送上一声节日快乐。

(五)购衣就能参加抽奖。设定购物到达多少元就设定不一样的奖品，奖品为针对中老年朋友的食用油，大米，洗衣粉等。

(六)另外，可针对具体的顾客，送不现的好礼：

a孝心礼：高档木梳；

b青春礼：鲜艳康乃馨；

c长寿礼：精美生日礼品

根据其消费情景和身份来选择送什么礼适宜

1、店堂内环境。首先要坚持活动期间室内的地面，墙壁，门窗以及各种活动牌的干净，检查上头是否有灰尘，是否破损，是否有错误的或是不恰当的标语，如果有上述情景，就要立即纠正，以免影响店面的形象从而破坏活动氛围。

2、服饰陈列。查看服饰是否摆放好了，是否有灰尘，吊牌是否完整等，在平时就应当注重陈列这一块，活动期间客流量会突然增大很多，更应当注意服饰的陈列，可经过平时的经验，觉得哪种陈列更利于促销，哪种陈列更受顾客欢迎，在活动期间可做出有针对性的调整，或者尝试换一种陈列风格，让顾客光临时有一种焕然一新的感觉。

3、灯光，音响等设备的布置，可针对中老年服饰的顾客定位以及品牌理念，适当的布置一下灯光，围绕某一主推款式，可用不一样的色光来装饰，也可在店中选择一些比如舒缓的音乐，让老人进店了有种回归的感觉。

4、人员安排问题。活动期间，应当多增添些人员，做到每一块都有人负责，以坚持活动期间的服务不打折扣。

为了使活动能够取得预期目标，我们还要学会分析顾客的心理：

顾客的类型千万种，服务方式因人而异，所谓“知己知彼”“百战百胜”。

1、节俭型顾客

特点：爱讨价还价，选东西很仔细，爱占便宜，一向问价钱。

对策：推广时以强调产品优点为主，选择时价格较便宜产品。

2、虚荣型顾客

特点：喜欢吹虚自我的成就，穿着时髦，爱听别人赞美。

对策：尽量投其所好，强调产品时尚，引起她的注意。

3、自负型顾客

特点：穿着打扮引人注目，喜欢谈论自我，喜欢聊天。

对策：假装崇拜她，把话题捡过来。

4、固执型顾客

特点：主观意识强不易动摇，有明确购买意愿，不愿理解别

人意见。

对策：尽量满足其意愿，反驳她时尽量委婉。

5、苛求型顾客

特点：喜欢吹毛求疵，不易被说服，喜欢自我掌握情势，通常这类顾客穿着打扮都很讲究。

对策：抓住她的需求，介绍一些价值较高的产品。

6、专家型顾客

特点：她问的话题，喜欢围绕着专业知识打转，使导购员下不了台。

对策：不要和她们在专业知识上做过多的争论，尽量改变话题。

7、反复无常的顾客

特点：情绪不稳定，反复无常。

对策：细心应付，根据她的心境来确定服务，对方情绪不好时，导购员的态度应更加友善。

活动期间，切忌要注意现场氛围，必要时可请专业人士来现场指导，比如走秀，热歌热舞来引导现场气氛。

要注意做好活动结束的工作，比如清点物品与货品，撤消宣传标语pop等，以免引起不必要的纠纷。

服装店铺员工激励方案篇三

背景介绍

- 1、著名设计张肇达先生设计的最新高级休闲服品牌马克·华菲，以其代表的世界时尚和流行的国际品味散发着独特的魅力，作为一个新生的品牌，还需要有更多的消费者知道、了解，因此，树立品牌的知名度和美誉度则是产品上市之初的“重中之重”。
- 2、而上海这个国际化大都市，对国内引领着服装潮流，带动国内市场；对外，是通往世界的桥梁，是让世界了解品牌的窗口，是品牌代表发展的温床。
- 3、马克华菲在上海地区的自营形象店，代表着不仅是一个品牌，而是一个历史、一种气势，是我们对自身品牌的一个最完美的诠释，需要我们用激情来全心演绎。

活动目的1、打开马克·华菲在国际化在都市——上海的知名度；

- 2、树立马克·华菲的国际品牌形象和目标市场的切入；
- 3、提高马克·华菲的销量

活动要求

- 1、开业活动的可操作性强；
- 2、在活动费用尽可能低的情况下，取得最好的活动效果。

目标对象

- 1、热爱休闲与时尚的都会高级office人士及都市新贵族；
- 2、追求高品质生活的中、上等阶层；

3、关心国际流行的现代都会时尚人士；

推广策略

1、在开业当日举办一场别开生面的时装秀、话剧、舞台剧和戏剧融合一体)，邀请名人为开业剪彩，给应邀嘉宾及目标消费群视角和听觉带来的全新感受，直接而形象地展现马克·华菲品牌的魅力和品位。

2、充分发挥设计师张肇达的名人效应和优势，邀请当今国内顶级的名模到场助兴，通过名人的轰动效应和新闻媒体的量性曝光和炒作，从而提高品牌的知名度和美誉度。

3、品牌文化季刊和形象广告带(vcd碟片)的附带宣传推广：

2)将品牌的宣传资料发送至上海著名外企或大公司，供目标消费者自由取阅。

活动主题

1、识别之士，非凡时尚之选

——马克·华菲专卖店开业庆典

活动方式

1、时间：(双休日或假日)上午10：00—11：30

2、地点：上海梅陇镇广场一楼大厅

3、庆典程序：

9：30 嘉宾陆续入场

10：00—10：05 主持人简单致词

10: 05—10: 20 嘉宾讲话(讲话顺序如下)

1) 当地政要或名流 2) 名模 3) 商场领导 4) 名模

10: 25—10: 45 “世纪传说” 时装秀

时装表现现代都市新贵工作、生活、娱乐方面七大主题:

1□“e流精英” ——精彩的网络世界、游刃有余的工作能力

2、“挑战极限” ——工作中各抒己见、精诚合作的团队精神

3、“运筹帷幄 “——商务谈判中睿智、精明和超凡自信

4、“静夜畅想” ——在音乐茶座、酒吧中体味生活、感受夜色

5、“闲庭信步” ——节假日里轻松休闲、悠闲自得的心情

6、“乘风归去” ——野外郊游的洒脱、回归自然的写意

7、“死生契阔” ——敢爱敢恨，不离不弃，爱的宣言

10: 45—11: 30 来宾入店参观、选购

记者现场采访名模或张肇达、拍照

专业摄影公司全程跟踪拍摄

促销策略

1、促销优惠政策:

2) 出席开业庆典的全部嘉宾可获得以马克华菲送出的纪念礼品一份;

3) 应邀的个别社会名流获得以马克华菲提供的全年免费用购衣特别优待(购衣金额限5万元)。

2、促销期礼品设置:

1) vip卡: 全年购物享受9折优惠, 同时享受十大贵宾优待政策;

2) 时尚卡: 全年享受vip上十大贵宾优待政策。

3) 纪念礼品: 待定 媒体策略

1、开业前期:

1) 报纸、杂志类软性广告9次左右。

媒体选择: 《新民晚报》(2次)、《新闻晨报》(2次)、《上海译报》(1次)、《环球时报》(1次)、《创意》(1次)

2) 电视广告:

〈2〉 上视a段19: 00电视剧前特约(周六是相约星期六)30秒广告一个月;

〈3〉 上视周日20: 00 〈〈智力大冲浪〉〉

主持人服装赞助三个月;

3) 硬性户外广告:

〈2〉 建议在相应的时间内做一些户外或室内大型平面广告, 如上海虹桥机场候机楼外巨型的户外形象广告, 或上海繁华路段高架的大型户外广告。

2、开业当日：

3、开业后期：

〈1〉 报纸、杂志类软性广告12次左右。

媒体选择：〈〈新民晚报〉〉（6次）、〈〈新闻晨报〉〉（2次）、〈〈上海译报〉〉（2次）、〈〈环球时报〉〉（2次）

〈2〉 电视：同开业前期安排一致

〈3〉 硬性户外广告：同开业前期安排一致

时效评估及总结

4、方法：

在开业庆典当日，安排2-3名的现场工作人员，对出席的嘉宾及现场观众进行采访，访问其对活动的看法和对马克华菲品牌的感受，并做好记录，整理成文，用做活动时效评估的依据、给媒体记者发布素材或公司自行做软性广告发布。

5、活动总结：

6、在活动结束后，筹备工作小组开会对该次活动进行总结，针对活动的效果及过程出现的遗漏过起和成功的经验等进行全面的讨论，整理成文后上报至公司领导，并存档备忘。

1)“e流精英”——精彩的网络世界中游刃有余的非凡能国

马克华菲的休闲偏听偏正装灰色系列，简约为主调，却又不失沉稳与优雅，让新贵们在精彩纷呈的网络世界里无所顾忌，畅游无限。

2)“挑战极限”——工作中各抒己见，精诚合作的团队精神

休闲偏正装中纯度色彩系列，明快轻松中不失办公正装的沉稳，却少了沉重和累赘的感觉，极好地满足了新贵男士们工作中全心投入、轻装上陈的作风。

3) “运筹帷幄”——商务谈判中睿智、精明和超凡的自信

商场如战场，现代新贵们力战于激烈的竞争之中，马克华菲黑色系列休闲偏正装给新贵们带来非凡自信，在商务谈判中叱咤风云、主载沉浮，永远立于不败之地。

4) “静夜畅想”——在音乐茶座、酒吧中体味生活，感受夜色

“白天不懂夜的黑”混沌是黑色的始祖，极简是斑斓的升华，夜色是空想的天地，马克华菲休闲装中简约的中高明度色彩系列，让新贵们在魔幻的酒吧音乐和暧昧的夜色中，做一个自由意志者。

5) “闲庭信步”——节假日时；轻松休闲、悠然自得民心情

退却厚重的职业正装，就抛开了浮世的繁锁与恩怨。回到亲情盎然的上家庭中来，与心爱的人携手相约，到都市宁静的一角小歇，或到湖边荡起童真的双桨，第二做一个重生的新生活男人。

6) “乘风归去”——野外郊游的洒脱、回归自然的写意

忙碌的工作加恰似了生命旅程的脚步，行色匆匆的都市贵族很是懂得“忙里偷闲”偷来的无限乐趣。马克华菲休闲系列，色彩明亮轻快，随时让您踏遍千山万水，寻幽访古，不变乐乎。

7) “死生契阔”——敢爱敢恨，不离不弃，爱的宣言

红颜知己，青衣之交，爱是生命中的永恒；敢爱敢恨，不离不弃，是贵族们爱的宣言，马克华菲新颖而独特的闪光面料休闲系列，华丽隆重，充满了对女性无限的吸引力。

(5) 嘉宾入店参观指导

活动筹备：

1、组成专门的活动筹备委员会，分工协作，责任到人。

a联系工作：

(1) 嘉宾的邀请及信息的回馈

(2) 模特经纪公司和舞台设计公司的甄选

(3) 礼仪公司的甄选

(4) 专业摄影公司的甄选

(5) 梅陇镇广场和相关政府部门的公关协调工作

b□物品准备：

(1) 宣传品设计；vip卡、时尚卡、店堂pop及主题宣传栏展板设计

(2) fashion show 服装的选择和准备

(3) 到场嘉宾纪念礼品：马克华菲包袋、一个马克华菲服饰或饰品(t恤、衬衫、围巾或公务包等任何一件作为礼品)

c□媒体宣传

(1) 开业前的软性广告文案拟定及投放

(4) 开业后相关媒体宣传

d□现场统筹：

(1) 开业庆典现场的整体把握

(2) 专业摄影公司对庆典全程的跟踪拍摄录像

(3) 会场服务工作

3、邀请嘉宾：

张肇达

名模：目前国内走红的女模特，具有较大的新闻价值

政界：分管产业的市长、消协领导、上海服装设计师协会领导、行业协会领导

影视界：知名度高的电视节目男主持人

商界“知名外企的ceo或职业经理人、梅陇镇广场领导

美京公司领导：周总、杨总

(以上共计20人左右)

4会场布置：

a舞台风格描述(提供给模特经纪公司)

b时装秀的表演形式：将舞台剧、话剧与时装表演融合在一起。
(提供给模特经纪公司)

c会场分为三个区：舞台区、嘉宾区、观众区、嘉宾区根据嘉宾人数设置休闲座位，写上该嘉宾名字观众区不设置座位。

d 具体实施：企划部提供舞台风格描述、时装秀的表现、演形式给舞台设计公司，由舞台设计公司负责实施；模特经纪提出建议，企划部协助并监督。

e show中七在主题舞台的背景画面设计要求：由摄影公司完成3、物品准备：

a 配合时装秀七大主题的服装选择和准备，提供给模特公司执行

4、文案准备：

1) 请柬

2) 商场广播稿

3) 司仪庆典剧本

4) 软性广告系列文案

5) 时装秀解说词

6) 名模致词要点

7) 舞台风格描述

8) 时装秀的表演形式描述

9) 马克华菲介绍：包括设计师背景、品牌风格介绍、市场定位和消费层属等相关资料(提供出席庆典的媒体人士用)

10) 企业文化月刊+fashion show主题简介(提供给现场观众)

第三阶段：促销期

2、宣传策略：软性新闻报道

3、手段：

1) 报纸杂志软性广告：

类别：品牌消息发布软性广告，选择发布量在且读者属性与马克华菲目标消费群相符的媒体

时间：开业庆典后二周报纸：《新民晚报》(每周而复始/4/5共次)、《新闻晨报》(每周期共患难次)、《上海译报》(2次)、《环球时报》(2次)

版面：安排在新闻、体育或生活资讯等了非广告版面(共青团2次)

字数：150字——300字(杂志)、500——1000字(报纸)

2) 电视：同开业前期安排一致

3) 硬性户外广告：同开业前期安排一致

费用预算及费用分配

费用类别 单价 数量 金额

名模出场费

模特经纪公司服务费用

舞台设计公司服务费用

fpc卡 7.5元/本 3000份 22500

时尚卡

嘉宾纪念礼品

记者发布消息费 500元 7位 3500

软性广告 《新民晚报》

《环球时报》

《上海译报》

《新闻晨报》

《创意》

《经理人》

〈生活周刊〉

〈周末画报〉

梅陇镇一楼马克华菲宣传栏

场地租赁费用、管理费

礼仪公司服务费

公司布置物品费用

其它

合计

背景介绍

树立马克华菲的国际品牌形象和目标市场的切入

提高马克华菲的销量。

活动要求

开业活动的可操作性强；

在活动费用尽可能低的情况下，取得最好的活动效果

目标对象

热爱休闲与时尚的都会高级office人士；

追求高品质的中、上等阶层；

关心国际流行的现代都会时尚人士；

推广策略

马克华菲与目标消费者“一对一”的宣传营销策略；

宣传品推广发送渠道：

通过搜索南京各大顶级商铺的贵宾资料，将宣传资料邮资或亲送至目标消费群手中；

将宣传资料发送至南京各大星级酒店、一流酒吧或咖啡馆，供目标消费群自由取阅；

将宣传资料发送至南京著名外企或大公司，供目标消费群自由取阅。

活动主题

经典的精髓蕴育贵族品位 名模与您相约

——马克华菲专卖店开业

庆典

时间：(双休日或节假日)上午10:00——10:30

地点：专卖店或店中店门前

庆典程序

9:30 嘉宾陆续入场

10:00——10:05主持人简单致词

10:05——10:20嘉宾讲话(讲话顺序如下)

1)名模2)当地名流水3)商场领导4)其它

10:20——10:25剪彩开始(名模和当地名流二人)

10:25——10:30主持人致谢

10:30——11:30来宾入店采访名模或张肇达、拍照

专业摄影公司全程跟踪拍摄

促销策略

优惠政策:

受直邮宣传品影响而到专卖店一次性购物满1000元的消费者

可获得马克华菲vip一张(凭马克华菲宣传品购物)

应邀的个别社会名流获得马克华菲提供的全年免费用购衣特别优待(购衣金额限5万元)。

优惠卡设置:

vip卡: 全年购物享受9折优惠, 同时享受十大贵宾优待政策;

时尚卡: 全年享受vip上十在贵宾优待政策。

宣传品设置: 由公司文化月刊和影视广告带vcd组成媒体策略

1、开业前期:

报纸杂志类软性广告(开业消息发布)6次左右;

〈〈扬子晚报〉〉(每周而复2/4/5共3次)、〈〈周末报〉〉(2次)

版面: 新闻、体育或生活资讯等广告版

杂志: 〈〈东方〉〉文化周刊(1次)

电视广告: 马克华菲影视广告vcd带(5分钟和30秒)投播方式

a在专卖店内播放;

2、开业当日:

开业后期:

报纸杂志类软性广告(开业消息发布)约10次左右;

〈〈扬子晚报〉〉（每周2/4/5共6次）《周末报》（2次）

版面：新闻、体育或生活资讯等非广告版

杂志：《东言》文化周刊（2次）

电视广告：与开业前期安排一致

准备及预算

详见活动实施细则

时效评估及总结

评估方法：

在开业庆典当日，安排1-2名的现场工作人员，对出席的嘉宾及现场观众进行采访，访问其对活动的看法和对马克华菲品牌的感受，并做好记录，整理成文后上报至公司领导，并存档备忘。

结束语

服装店铺员工激励方案篇四

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。

x疯狂抢衣大比拼。

20xx年x月x日至20xx年x月x日。

自x日起凡购物满x元以上的顾客，凭购物小票于总服务台记录，并可以参加x日的“抢衣大比拼”活动。报名时间

为20xx年x月x日至20xx年x月x日下午17:00点整x月x日晚18:00发号前200名顾客凭小票参与活动，晚19:30分正式开始。所抢商品由百货商场所有商家赞助，并于规定位置注明商品价值。顾客在规定时间内所抢商品归顾客所有，并根据所抢商品价值高低最后评定获奖者。x月x日晚照常营业。

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x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。

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x夜场。发放活动传单若干。

服装店铺员工激励方案篇五

双节同，惊喜无限多

2021年x月xx日—2021年x月xx日

提升销售，降低库存，发展vip客群

口号双节同欢，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xx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 $\square\square x\%+x\%+x\%+x\%\square x\%$

活动对象：周边潜在消费群体

利润说明：

x%折扣（最低档）

1件x元（吊牌均价 $\square x\%$ 幸运数字 \square +x元（军靴平均成本 $\square=x$ 元

商品成本 $\square x$ 元（服装吊牌均价 $\square x+x$ 元（军靴平均成本 $\square=x$ 元

毛利润 $\square x$ 元-x元=x元

x%折扣（中高档）

1件x元（吊牌均价 $\square x\%$ 幸运数字 \square +x元（军靴平均成本 $\square=x$ 元

商品成本 $\square x$ 元（服装吊牌均价 $\square x+x$ 元（军靴平均成本 $\square=x$ 元

毛利润 $\square x$ 元-x元=x元

活动口号买一赠1+1+1（买的多送的多）

平均折扣 $\square\square x\%+x\%+x\%\square x\%$

活动对象 \square vip客群及周边潜在消费群体

利润说明：

x%折扣□x元（吊牌均价□x件x%□折扣）

赠品费用说明：台历成本约□x元洗衣卷成本约□x元

- 1、公司统一设计提供□kt版、pop□海报、部分礼品。
- 2、场内外广告牌宣传：放置显眼位置。
- 3、店铺布置：促销信息必须要提前安排制作宣传单（内容准确无误、主题突出）和人手在目标群体集中区域发放，传递促销活动信息，为店铺销售造势，条件允许的.情况下可在当地使用“短信通知的方式把促销内容信息传递给军备酷vip群体。
- 4、卖场布置，节日气氛隆重，如：树等具有节日元素的装饰品。