

最新七夕衣服店活动方案策划(大全5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

七夕衣服店活动方案策划篇一

相濡以沫，最爱七夕

八月一日——八月五日

1、七夕节要区别情人节，从传播的口径到活动的组织，落脚于夫妻间的情份。

2、整个策划的主题围绕“情感、爱、家庭”，实现活动与营销活动的融合。

1、相濡以沫，最爱七夕——“我与我的爱人”大型征集活动(八月一日——八月五日)

还记得您们的第一张合影照片么？还记得你们面对亲朋好友时许下的诺言么？“我与我的爱人”大型征集活动拉开帷幕，即日起征集最早的结婚照片、最早的婚礼诺言……活动结束后，按照照片拍摄日期，结婚时间早晚排定。

最早的结婚照片5张，每张照片的主人奖励价值20xx元的精美礼品。

最早的婚礼诺言5个，每个诺言的主人奖励价值20xx元的精美礼品。

照片(征集完成后,做成展架,照片原稿将返还本人)/诺言由顾客手写,签名,制作成展架放置在中兴广场活动现场展示。

2、相濡以沫,最爱七夕——步行街穿着类现价基础上77折。(折扣,现场广播公布)

步行街负责谈判,执行。

3、相濡以沫,最爱七夕——大型文艺演出,精彩现场活动。

4、相濡以沫,最爱七夕——万千纸鹤表真心

新天地步行街万只千纸鹤迎接七夕节,前期可以有x员工自己叠,所用材料由公司报销,七夕当天,可以在现场准备千纸鹤的纸和笔,顾客可以在工作人员的指引下,自己折叠千纸鹤,表示对爱情和幸福生活的祈祷,最后统一悬挂在步行街——中兴广场的范围。

5、相濡以沫,最爱七夕——七夕鹊桥会!

借“七夕节”这一传统中国节日,举办具有社会公益性质的“鹊桥会”活动,吸引更多顾客进入并了解。

库巴商城、国美电器

相见你我,缘在国美——七夕鹊桥会

相亲人员报名采用表格的形式,填写相亲会报名表。

工作人员将填写的报名表登记到制作的相亲人员报名卡片中进行现场张贴。

第一阶段:报名阶段

有意向的人员可以到x总服务台、世纪泰华广场总服务台、赛

诺超市服务台报名。

第二阶段：相亲阶段

x月x日，在x举行大型的乡亲大会，由公司人员将报名人员名单进行制作。

七夕衣服店活动方案策划篇二

20xx年x月x日—x月x日

爱在七夕有你就好

日照店、新玛特、莒县店、岚山店、莒南店、胶南店

一、“祝福北京祖国圆梦”万人签名活动

二、爱在七夕购物送惊喜□20xx年x月x日当天一次性购物满77元赠送价值5元巧克力一盒，单张小票限赠1盒，限量赠送，赠完为止。

三、欢乐购物赢金奖

20xx年x月x日—x月x日期间，活动当天一次性购物满300元(莒县店、莒南店、胶南店满x0元)，凭购物小票报名参加“欢乐购物赢金奖”评比活动，赢取金、银、铜奖。活动细节如下：

(1)一次性购物满300元以上的顾客(莒县店、莒南店、胶南店满x0元)，方可报名参加比赛，参赛资格以单张小票数额为准，购物小票不累计参加活动。

(2)该活动以顾客“购物金额”为评比标准，设“购物奖牌榜”，随时公布参与评比活动前三名的顾客的购物额信息。

商场当晚停止营业时，排名前三的顾客将分别荣获当日“赢金奖”活动的金奖、银奖、铜奖。获奖者名单将在第二天公布于“购物奖牌榜”并电话通知，领奖时请携带购物小票和身份证。

(3) 金奖获得者可获赠价值x0元礼品一宗，银奖获得者可获赠价值150元礼品一宗，铜奖获得者将获赠价值100元礼品一宗。

四、你结婚我送礼：

20xx年x月x日—x月x日登记结婚的新人，凭结婚证领取价值88元新婚大礼包一个。每天限量10位，送完为止。

五、商品促效

- 1、节日礼品类促效：巧克力礼盒、果冻礼盒、饰品礼盒等集中陈列促效。
- 2、针对暑期学生用品、图书、文具、学生箱包类商品进行折扣销售。
- 3、夏季鞋服类等部分商品5折出清促销。
- 4、情侣装优先陈列。

七夕衣服店活动方案策划篇三

“岁月无声、真爱永恒” “诗情花意过七夕”

20xx年8月9日19：30—22：00

xx酒吧

男女配合，才能玩的活动

33人左右

一) “寻找你心中的女神”

1、通过对嘉宾的介绍，嘉宾选出自己心仪的对象

(自我介绍限时2分钟/人，女嘉宾们全部站一排通过自我介绍让男嘉宾有个初步的了解，男嘉宾作出选择，如果只有1位男嘉宾选择，并且女嘉宾同意，则初步速配成功。如果有多名男嘉宾选择，则男嘉宾有1分钟的表白时间，最后女嘉宾选择1位心仪的，速配成功。)

2、如果男女双方同意则第一轮速配成功在剩下第二轮速配

二) “分组对战帅哥美女对对碰”

1、牛郎背织女(推选现场每组2对男女组合共同完成本游戏)

游戏规则是分组进行，其中一人蒙上眼睛背上自己合作伴侣，由另一方负责指挥，按游戏的路程，要捡起所安排的物品、规则是男方的蹲下女方捡起、拾玫瑰等关口。顺利通过的组并且用时最少的一组将得到小礼品一份。

2、智力大冲浪，争分夺秒游戏

3、情歌对对唱

4、七夕情侣大赢家pk

活动每对赢的男女在pk[]评第一名、第二名、第三名

6、红绳一线牵

男的，站在墙边，而女的即上红绳，对着拉，只要男能够牵

到你的手就赢的，

7、一见钟情心心相印

8、四不象

每队男女谈论给对方学什么叫，那个队的可以，男的或者女的叫男的猜，猜对算赢猜3次失败的就淘汰。

最后终结情侣

剩下最后三对，化拳看那队一组赢的。他们可以给剩下一队想游戏，让他们竞争第三名，赢的就和那一队得第一名。

文艺演出：

女嘉宾共同出些节目。大家一起娱乐，唱歌跳舞，做游戏等。

自由活动：吃巧果

七夕的应节食品，以巧果最为出名。巧果又名“乞巧果子”，准备一些巧果，和一些小零食，大家边吃巧果边娱乐边聊天，这样有可以给双方一个了解对方的机会。

动细节问题和解说部分

我想活动费用定35块，活动人数32人先定下来交钱。有负责人收其提前14号收起把经费，买礼品和道具和食品、干果、水果，这样人数可以早点定下来。活动好开始，活动结束后，每个女孩一个美扶宝化妆品。

七夕衣服店活动方案策划篇四

爱心玫瑰，爱的传递

- 1、帮助别人，快乐自己。赠人玫瑰，手留余香。
- 2、扶贫救困，片片爱心。净化心灵，升华人格！
- 3、希望通过大家的努力，共同铸就爱的长城，把这些“义卖”所得的钱去帮助那些最需帮助的孩子。

我们准备玫瑰，分会组织进行义卖,而此次“爱心义卖”的收入除去成本全部纳入到春蕾计划，贫困学生救助基金中，并向社会公布、反馈，接受大家的监督。

20xx年2月13、14日

各分会自定

宣传部准备好活动条幅和活动倡议书。总务部准备玫瑰花。各分会负责所需的桌椅、募捐箱音响设施。

安排人员提前20分钟到场，准备所需物品，在义卖地点摆放物品，发放活动倡议书进行宣传。分组并安排每组成员分组负责鲜花的包装、售卖、宣传单发放以及对问题的解答。安排专人负责鲜花的批发和补送。同时通过音响设施向广大市民宣传。

- 1、通知协会会员参加此次活动。
- 2、参与义卖活动的义工统一服装。
- 3、所有参加义卖活动的义工须提前熟知协会宗旨、目的、流程等相关内容，以便在活动当天解答热心市民的咨询。
- 4、参加活动所有人员的交通费、餐饮费用自理，不得挪用所募捐的资金。

5、活动过程中每个成员应注意保管好自己的贵重物品如钥匙、手机、钱包等。

各分会核对账目，报总会汇总。

七夕衣服店活动方案策划篇五

如今七夕的促销和换季促销放在一起，缺乏中国传统的特色

眼看七夕快到了，平日里异常忙碌的汪琳也在百忙之中盘算着如何过一个有趣的中国情人节。这个外企公司的白领，结婚正满一年，而结婚纪念日恰恰是8月16日。从8月初开始，汪琳就开始从网上搜集相关的节日信息，其中商场的促销和优惠活动是她的重点关注方向，因为她想在这个特别的日子为丈夫准备一件像样的礼物。同时，也想为自己的生活增添幸福与温馨。

众所周知，节日营销的主要手段和方式之一就是“降价促销”，广告、促销等均围绕价格展开。但很多企业僵化地认为降价促销就是大打“价格战”，把营销的重心放在如何降低商品价格上，结果往往充其量也就是赔钱赚吆喝。例如往年的月饼促销，不是“全场特价”就是“买几送几”。面对这样司空见惯的“赠送”或让利等“降价多销”类的广告，消费者早已麻木！

汪琳与丈夫到底要怎样度过美丽的中国情人节和结婚周年纪念日呢，现在还没有明确的答案。

李凡作为一家知名服装企业的市场经理，早在今年“五一劳动节”之后就开始策划8月份的中国情人节期间的市场活动了，现在，策划已经到了实施阶段。

在李凡的《“七夕情人节”商场促销策划》中这样写道：

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。活动口号：中国情人节，你准备好了吗？活动时间：8月16日（农历七月七日，俗称七夕节）……因为篇幅所限，李凡的策划书的内容无法一一赘述，但这份策划书里突出了节日期间的“体验营销”的力度。

收入水平与生活品位的提高使得消费者的需求开始由大众消费逐渐向个性消费升级，定制式、个性化服务等成为了新的需求热点。“体验营销”则随需应变，大行其道。

忠实于“体验营销”的顾客，他们消费的已经不仅是商家提供的产品或服务，更是一种精神层面的愉悦体验，此时，价格对他们也不再敏感，他们愿意花高出产品或服务本身价值几倍甚至几十倍的价钱去购买的一种喜欢的感觉。

节日营销活动中，企业就应该侧重对消费者“体验需求”的挖掘与激发。早在节日到来之前，企业就应该组织经销商对一线终端的促销人员进行相关培训□logo设计 标志设计 商标设计 vi设计并在促销现场开辟活动区域，营造出消费生活场景，并通过专业设计的“话术”和促销人员的娴熟引导，让消费者很快进入角色，激发他“体验一把”的欲望，从而在装扮的眼花缭乱的商品柜台与琳琅满目的商品中对自家的产品“一见钟情”。

七夕，不少男士会选择送老婆或女友内衣，而男士为了不在爱人面前丢面子（尤其是一起出去买的时候），一般不会买打折的产品，商家不可错过这个促销的机会。