

# 服饰促销实战攻略



[服饰促销实战攻略\\_下载链接1](#)

著者:齐世春

出版者:企业管理出版社

出版时间:2011-9

装帧:

isbn:9787802557864

《服饰促销实战攻略》是一部为成千上万服饰零售店面、专柜用心血编著的书，完全原

创，没有艰深的理论，只有实战的真谛。书中案例来自于作者个人所参与策划、实施的促销一线战场。作者分章节详细描述了全年各大节日和非节日期间针对大中小城市进行的促销方案，文字详实、图片生动，令《服饰促销实战攻略》成为一本真正意义上的服饰促销实战指南。相信你读完后定能获益匪浅并即刻采用。适合服饰厂家促销策划人员、分公司经理，服饰店及类似品类零售店老板、店长、促销策划人员和营业员阅读。

## 作者介绍:

齐世春，高级注册咨询师。主要职业经历：宁波贝发集团 | 首席运营官，北京派力营销管理咨询有限公司 | 高级顾问，上海金九略企业管理咨询有限公司 | 首席执行官，北京新华信（正略钧策）管理咨询有限公司 | 高级顾问，广东科龙电器股份有限公司 | 直效营销部门经理，（中外合资）洛阳春都实业有限公司 | 董事会秘书，为惠泉啤酒等十几家企业进行营销咨询和管理咨询服务，为福田汽车等几十家企业进行营销培训和管理培训服务，为华尚服饰、贝尔地板等数家企业进行营销与管理贴身指导服务，创造多个促销经典案例。

主要著述：专著：《新销售人员管理》企业管理出版社，2003年出版。文章：在权威营销杂志《销售与市场》发表“解析春都”“科龙的直效营销”“与顾客有效对话”“销售预测：如何成为渠道先知”“产销链条协作的几大关键时点”“营销流程”等多篇文章。

目录: 第一章 服饰促销的主要方式 第一节 价格促销 价格促销操作要点  
价格促销的常见操作方法 降价的奥秘与价格陷阱 退费促销 返券促销  
几种价格促销方式实际费用率与消费者心理感受比较 第二节 买赠促销  
买赠促销的关键是赠品 买赠促销操作要点 付费赠送 第三节 有奖促销 抽奖  
比赛有奖促销 优惠券促销 集点奖励促销 会员制促销 第四节 服务促销  
服务促销的常见方式 服务促销的注意事项 第五节 其他促销方式 联合促销 主题促销  
商场限时抢购 赠寄代价券 教育促销 限量版促销 活动促销 第六节 直效营销  
直效营销做不到，直效促销思路好 顾客数据库是个宝 分群分类瞄准目标  
促销诱因分类用药 沟通信息方式与内容不可大意 掌握沟通时机  
接受并重视顾客反馈第二章 促销大攻略 第一节 促销之上  
服饰品牌什么情况下可以不促销 促销需要先改善终端条件 促销之上 童装促销的特殊性  
第二节 服饰促销策划要点 促销活动目的、性质与市场现状  
促销对象、促销产品、促销预算与力度 活动方式  
提炼促销活动主题（标题）——吸引顾客的点睛之笔 促销活动时间和地点的选择  
传播方式 促销广告设计，尤其是终端海报设计 终端促销气氛的营造 第三节  
整体攻略——拟订年度促销计划 促销方案与计划的拟定必须研究九项问题  
年度促销计划应明确的主要事项 第四节 促销要维护品牌，尤其是名牌服饰  
品牌很重要，品牌很脆弱 怎样判断促销对品牌的影响 哪些促销行为会伤害品牌形象  
要有品牌传播大纲 要有好的品牌广告语 第五节 促销实施的准备 促销准备的主要内容  
促销人员的类别及其特点 临时促销人员的甄选 促销人员的培训  
促销员基本工作要求与考核 临时促销员的使用定位 第六节 几个重要关系的平衡  
平衡专卖店与大型百货商场柜位的促销 平衡多品牌的促销  
平衡传播费用与促销费用的比例 平衡促销活动扩展费用与扩展效果 第七节  
掌握促销核武器——不紧急时不使用 实战策划 实战指挥第三章 节日促销攻略 第一节  
三八节促销攻略——小试牛刀 当时的环境因素 促销目标与要点  
实战策划案——赔一赚十 店长的疑问与实操中的变通 效果及评估——赔一赚十的奥秘  
第二节 3·15促销攻略——重点树品牌 当时的环境因素 3·15促销思路与目标、要点  
实战策划案——项庄舞剑意在品牌 实操中的变通、效果及评估 第三节  
五一节促销攻略——季节转换的拿捏 季节转换的节点 促销目标与要点——瞻前顾后  
实战策划案——稳妥为先，多重保险 促销主题与赠品价值的推敲 效果及总结 第四节  
母亲节、护士节促销攻略——温馨动人 料势、料敌 促销目标与要点

实战策划案——选择性延续 海报设计要点 实操变通——明修栈道暗度陈仓 第五节  
六一节促销攻略——霸王硬上弓 形式突变，以变应变 促销策划要点——为成人装找借口  
实战策划案——赠品做由头 海报设计要点 第六节  
端午节促销攻略——用最快的刀下最狠的手 夏季服饰的最后大型节日机会  
促销要点——拿出全部法宝 实战策划案——打折加减现再加重礼 让海报凉爽诱人  
怎样指导海报设计的修改 此时不砍价，过时砍自己 第七节  
父亲节促销攻略——一个都不能错过 有速度才有机会 促销要点 实战策划案  
海报设计要点 识别海报设计常见错误——三易其稿实例 第八节  
教师节促销攻略——旺季来临的探路策略 教师节促销目标、要点与陷阱 实战策划案  
海报设计要点 第九节  
国庆节促销攻略——既要先声夺人，又要瞻前顾后，还须左顾右盼 促销目标 促销要点  
实战策划案——联合促销 海报文案的提炼——快乐到底 海报设计要点 实际操作与变通  
第十节 重阳节促销攻略——保持热度和关注 重阳节促销目标与要点 实战促销案  
海报设计要点 第十一节 圣诞元旦促销攻略——演绎辉煌 决战时刻  
圣诞元旦促销目标与要点 实战策划案——首试抽奖，不惟抽奖，顾客自选  
海报设计要点 让海报唱起来 会唱歌的海报是怎样设计出来的 实际操作中的变通  
元旦促销攻略——顺水行舟 第十二节 春节促销攻略——完满收官，留有余韵  
春节促销目标与要点——节前要利润，节间要影响 实战策划案 海报设计要点第四章  
非公共节日促销攻略 第一节 自造节日促销攻略——无中生有 有什么节日方便自造  
不能不造的节日 店庆促销要点——自己的节日要更隆重 实战策划案——温情、真情感人  
传播与气氛营造 第二节 司庆促销攻略——拉大旗作虎皮 促销目标与要点——找杆大旗  
实战策划案——好日子挑着庆 海报设计要点 怎样指导喷绘店设计出可用的海报  
实际操作中的变通与注意事项 第三节  
反季节促销与学子入学促销攻略——抓住一切机会 为什么进行反季节促销  
促销目标与要点 两个实战策划案比较 高效促销方案与低效促销方案的区别  
为什么折扣越来越小，促销反而更有效 第四节  
大型临时活动借势攻略——怎样打擦边球 限制与诱惑  
促销目标与要点——要擦边不要落网 实战策划案——从鱼头吃到鱼尾 打擦边球要快  
第五节 日常促销攻略——不抛弃、不放弃 日常促销要点 几个日常促销的方式  
VIP促销是日常促销的旗帜和百宝囊 日常促销的出奇策略——逆反促销 第六节  
季末清货促销攻略——创新是关键第五章 特卖促销攻略——善攻者动于九天之上 第一节  
成功特卖的要点 成功特卖的条件 特卖的货品准备 特卖的场地 特卖队伍的管理与激励  
第二节 新商场特卖攻略——整合传播创奇迹 少有的特卖挑战 上车策划下车实施  
充分利用商场可以提供的帮助 现场要争取尽量多的广告位置 有机会就整合传播  
现场组织与指挥 平均4分钟一件 第三节 五级以下市场特卖攻略——广阔天地大有作为  
五级市场特卖——对手不是问题，问题是突破自己  
五级以下市场才可能有的待遇——七处不同性质的广告位  
县城特卖攻略——还是拉大旗做虎皮 第四节 专卖店特卖攻略——随心所欲  
专卖店特卖有讲究 实战方案 海报设计全覆盖 导购员变成了守门员，店长变成收银员  
第五节 时装特卖攻略——抢天时争地利抓连带 产品结构最重要 中原春光短，天时靠抢  
卖点提炼是关键 时装特卖的陈列 特卖场的传播 消灭孤品，降低管理难度  
不同时段，定价方式不同  
• • • • • (收起)

[服饰促销实战攻略\\_下载链接1](#)

标签

服装

促销

营销

学习

2012

评论

-----  
[服饰促销实战攻略\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[服饰促销实战攻略\\_下载链接1](#)