

# 耐克阿迪达斯折扣店大品牌运动鞋春夏新款免费代理加强实体店活动方案

产品名称	耐克阿迪达斯折扣店大品牌运动鞋春夏新款免费代理加强实体店活动方案
公司名称	三河奥莱体育用品有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	河北省廊坊市三河市燕郊开发区迎宾北路西侧、孤山西路北侧百世金谷燕郊产业基地内（注册地址）
联系电话	15901431311

## 产品详情

不是传统实体店生意难做，而是实体店老板还在用传统实体店经营思维在做生意，实体店该怎么做活动，才有效果，一般市面上的实体店，按照做活动的频次，可分为：

一种 是从来不做活动的，多见于具有超高流量的店铺或完全不会做活动的老板开的店铺二种 是经常做活动的店铺，多见于高频消费或有个戏精老板开的店铺；三种 是偶尔做个活动，多见于想起一出是一出的老板开的店铺。其实，在做活动前，比较重要的是要有适合自己当下情况有价值的思维框架奥莱赋能，干货环节，按照活动思维框架，我们在做活动前，首先要确定活动目的：引流、拉升付费、提升粘性、增加趣味性和增加曝光量。

### 一、引流活动方案

90%以上的实体店老板头大的问题是没有客人或客人少，做活动吸引客人进店，是迫切的需求，教你十一引流活动方案

#### 1、活动名称：新店开张随天数递减折扣

活动玩法：新店开张首日，全场5折，第二天全场6折，第三天全场7折，第四天至第七天全场8折，第八天之后恢复原价。

活动说明：限于刚开的店铺，随着折扣力度减小，引流的效果会越来越弱，这属于正常现象。如果产品品质好，复购率不用担心。

#### 2、活动名称：第二份半价

活动玩法：购买第二份同样商品时，五折。

活动说明：适用于高频低价的产品

### 3、活动名称：定时折扣

活动玩法：早十一点之前消费全场8折，晚二十一点之后消费送袜子。

活动说明：缓解高峰期的客流，也可以额外引流 到对价格敏感的用户。

### 4、活动名称：前一百名到店送礼品

活动玩法：店铺营业当天，前一百名到店消费的用户免费领取小礼品。

活动说明：这种活动多见于商家重大节点时，比如国庆活动、年庆之类的。

通过送礼品，可以锁定当天的流量至少有100人次，避免当天因客流量少给商家造成的尴尬。

### 5、活动名称：三人行，一人买单

活动玩法：三个人一起前往消费，一人获得买单资格，本质上相当于是每个人打了6.6折。

### 6、活动名称：X元免费领

活动玩法：X元办理会员，当天会员区的产品免费领。

### 7、活动名称：优惠券

活动玩法：凭券到店领免费的产品

活动说明：发传单的方式去引流，适用于新店开张，需要注意的是优惠券领取可以设置个门槛，比如扫码送优惠券，容易得到的东西，用户不珍惜，设置门槛，用户会当做宝。

### 8、活动名称：指定省份身份证8折

活动玩法：例如深圳开的阿迪耐克折扣店，在11月份凡是持有重庆身份证的用户到店消费，一律8折。

活动说明：可以配上情怀，比如让重庆人享受折扣。目的是给部分人以尊贵感，用户一旦觉得自己有了特权，就容易去消费。

### 9、活动名称：超萌身高差88折

活动玩法：情人节或者其他与情侣有关的日子，男女情侣消费，身高相差18CM以上，享受88折。

### 10、活动名称：凭准考证打8折

活动玩法：活动期间，出示高考准考证打8折。

活动说明：适用于高考结束后，说是为了给高考学生的福利，实际上还是为了拉新。也可以根据高考成绩来减免消费金额，高考100分减10元，而且顶天了700分，减70元。

### 11、活动名称：熟人介绍打9折

活动玩法：让用户留手机号加入会员，之后有朋友来消费，报他的手机号享受9折。

活动说明：熟人打折让用户有了面子，当有其他人问用户哪家店比较好时，他一定会推荐这家报自己号

码可以打折的店。

## 二、拉升付费活动方案

拉升付费本质上是提升客单价，在客流量稳定的情况下，提升营业额只有通过提升客单价的方式了，拉付费不能太过火，否则是杀鸡取卵，用户复购率降低，得不偿失。

### 1、活动名称：买X送1

活动玩法：活动期间，购买X件产品，赠送1件。

活动说明：适用于低客单价的产品

### 2、活动名称：套装组合

活动玩法：将店里主打的产品，组合成套装，比如单买原价X元，套装价格X元

活动说明：适用于高频低价的产品。3、活动名称：消费满X元，抽奖一次

活动玩法：在店里装一个抽奖箱

活动说明：金额可以根据实际情况来调整，比正常客单价高一些即可。4、活动名称：充值返利

活动玩法：开通会员卡，充值500，返100元；充值1000元，返300元。

活动说明：充值返利的金额根据利润率来定，别亏就好。5、活动名称：满减或满送

活动玩法：消费满200元，减20元，消费满200元，送礼品。

## 三、提升粘性的活动

提升粘性是为了增加用户的复购率，减少用户的流失率。很多商家做活动时，都没有关注过这一块，觉得拉来人，让用户多冲钱了，就万事大吉了，实际上细水长流，才是提升粘性，真正能赚大钱的方式。

### 1、活动名称：连续转发推文

活动玩法：店铺发的推文，让用户转发到朋友圈，每天转发一次，连续转发10天，到店验证后，享受折扣

### 2、活动名称：拍照发圈集赞送礼品或根据点赞数减免

活动玩法：用户到店消费后，拍照发朋友圈集赞，集30个赞送一个礼品，或者集1个赞减免1元钱，上限50元。

活动说明：建议大家提供文案给用户去发圈，用户自己拟的文案效果不好，帮用户想好文案这个工作省不了的，不然活动做了，效果没有，就有点费力不讨好了。

### 3、活动名称：拍抖音，送礼品（小红书同理）

活动玩法：用户发布在店铺拍摄抖音的视频，可以获得奖励。

活动说明：任何店铺都可以在抖音做推广，也就是说，用户拍了抖音，店铺都可以拿出产品或者服务来赠送，记住一句话，只要给的够，让用户做什么都没问题。

#### 4、活动名称：公众号文章评论点赞前三名，送礼品

活动玩法：在公众号推了某个服务的介绍推文后，做评论点赞活动，点赞前三的送奖励。

活动说明：上线这种活动的推文，阅读量往往会很高，为了抢前三名，用户会分享给身边的每个人去求赞，尤其是三四名打的比较激烈。

#### 5、活动名称：砍价活动

活动玩法：类似拼多多的邀请好友砍价，到了指定人数，用户可以免费或者低价拿到产品。

活动说明：需要注意的是要选一个靠谱的砍价平台，体验要好，用户为了礼品，会让身边的每个人来砍价，无形中对企业的品牌做了推广。

如何拿捏好活动和服务之间的关系十分的重要，活动只有组合起来效果才能发挥到好，活动频次和节奏掌握好，不要过分的依赖于活动，也不要完全没有活动。