

服装营销方案

一、营销前工作

（一）确定营销目的

当今的服装市场是品牌竞争的时代，公司新品牌的进入就像往大海里投入一颗石头，怎样才能使品牌在商海中激起层层浪花，从而达到品牌在消费者中的知名度，是公司在广告策划中希望达到的效果。

1.树立品牌形象

随着时代的不断发展，人们对时尚的概念逐步加深，追求流行美的意识也逐步加强，这对现在的服装店是一个考验。本店“完美主义”预期通过实体商城平台实现“完美”品牌的套装经营模式，并提供到位的服务树立自己的品牌形象。

2.推广品牌理念

以“时尚搭配，完美套装”为经营理念，真正独家推出最时尚的从头到尾全套搭配设计。产品类型定位于各类潮流女装款式：韩版流行，欧美复古，日系甜美，民族风服饰等等。我店“完美主义”通过专业的设计满足消费者对服装审美的要求，并且为顾客节省了大量进行服饰搭配的时间和精力。

（二）货源问题：并备好充足商品。不同的服装采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对我们的印象和品牌

口碑。

(三) 顾客人群的确定:要促销,当然要把促销网店活动策划的对象搞清楚,促销对象是你的目标消费群,这些人才是你的财富来源,而不是你自己,所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播,你的目标消费群知道了,促销才会有成效,如果对着自己促销,促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴

二、线下互动部分。

团体促销活动,一人行,第一件原价,第二件打8折。两人行,两个人第一件打9折,第二件统统半价。三人以上(包括三人)全体六折。

凡是当天在本店购买服装的消费者,可获赠服装店代金券10元(或会员卡,可打8、8折与积分,积分越高,打折越低),用代金券牢牢抓住顾客,牢牢抓住顾客的心,提高长期回头客。

另外凡购满499元的顾客还能够参加抽奖一次。100%中奖率,惊喜等着你。

奖品:

特等奖:999元购物券一张(1名)一等奖:499元购物券一张(5名)
二等奖:399元购物券一张(8名)三等奖:299元购物券一张(10名)四等奖:199元购物券一张(15名)五等奖:99元购物券一张(20名)六等奖:新年红包一个(50名)幸运奖:精美手机链一个活动前期宣传主要靠发传

单和电视广告推广此活动。由临时工和当地广播电视局执行。

活动期间宣传为各个专卖店，由各专卖店销售人员执行。

三、线上互动部分。

（一）总体营销方式

1.博客推广---在博客内对公司以及品牌做详细的介绍并发布企业的最近动态和相关流行服饰信息，以及服装业的营销商机。

2.友情链接---与淘宝上其他店铺或博客人气博主建立联系，收藏分享，增加人气。

3.邮件广告---通过发送邮件广告，做广告传。给人印象冲击。

4.D 碑传播---对客户的诚信,网站的反复使用。前期可先通过同学熟人等宣传。

5.论坛发帖---有些流行的服饰网等的社区论坛的积极交流，举办活动。

6.搜索引擎排名---登录国内外搜索引擎和导航站的收录;增加外部链接和反向链接数目，提高搜索引擎搜索的有效性和排名。

（二）具体营销方式

通过在微博发起互动活动，购买热搜，提高服装热度，设置可观的奖励，吸引微博用户参与并进行转发，进一步吸引更多用户参与进来。例如，关注、转发和“粉丝”评论进行抽奖，或晒买家秀并@官方微博，在 7 天内，点赞数排名前三的用户获得大奖，并在

评论区随机抽取十名幸运用户赠送小礼品，激发更多人参与评论，

了解产品。

与知名博主合作，让其试穿服装，拍摄图片或视频，发布微博并配图，吸引粉丝关注，注意不能太刻意，发布要日常随性，不要过度展现营销目的，引起用户反感。

最后总结促销的效果和经验教训，组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。

对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果