

服装营销策划方案

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位，可见衣服对于我们的重要性。中国人口十四亿，庞大的人口基数本身就组成了一个庞大的服装消费市场。同时随着中国国民收入的不断飞升，在 2007 年国内 GDP 总量为 30100 亿美元，人均 GDP 超过了 2280 美元，比 04 年翻了一翻，中国市场将进入精品消费时代，服装消费将不再仅仅为了满足其最基本的生存需求，将向更高的心理需求，自我满足需求跃进，特别是几千万人口跨入中产阶级后，其对反映自身社会地位和品位的服饰的需求将越来越迫切，将成就一批抓住了该阶层需求的服装品牌。

一、策划目的和主要任务

树立品牌形象，提高品牌知名度。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。

品牌服装的经营模式，是要提供到位的服务，树立企业的品牌形象。

推广品牌理念。以“时尚搭配，完美套装”为理念，推出独家时尚的、从头到尾的全套搭配设计。

产品类型定位：各类潮流女装款式、比如韩版流行、欧美复古、日系甜美、民族风等服饰风格。

通过专业的设计满足消费者对服装审美的要求，为顾客节省了大

量服饰搭配的时间和精力。

提高市场占有率，在品牌形象树立品牌形象，加大对本品牌理念的宣传力度，在消费者观念之前，进行转型，在竞争对手方向转变的不成熟时期吸引大量的忠实客户。扩大市场的占有率。进一步提升品牌知名度。使品牌长久立于不败之地。

二、服装行业未来发展趋势

年轻化、个性化趋势愈加明显。我国消费者的消费理念已经发生转变，消费更趋理性，消费者变得越来越年轻化、个性化、国际化，更加注重产品的品质和满足个性化需求，向往更加优质富有创意的产品、更合理的价格以及更好的购物体验和服务，特别是年轻人更加注重个性化和时尚化，他们更希望能与品牌建立共鸣和情感链接，通过产品来表达自己的生活方式。

三、线上营销

1. 视频广告

视频广告有着传统广告所不具备的优势，它的成本较低，而且效果并不弱于传统的广告媒体。现在的消费者基本上已经离不开手机，而各大电影和电视剧的播放量均以亿为单位，如果能在这上面做我们的服装店广告，那么所能获得的收益是无法想象的，即使无法通过这些知名电影传播我们的服装店，那么我们也可以利用当下的时事新闻，或者制作有趣的视频激起人们的关注，提高我们服装店的曝光度。

2.微信推广

微信作为知名的社交工具，有着强大的互动性。作为企业，可以通过微信进行点对点的一对一营销，让营销的效果更强，可以对消费者提供更针对性的体验。并且在微信上的每一个粉丝都是有效的精准粉丝，价值远远大于在其他平台的粉丝。

3.软文推广

通过软文的方式，也能吸引到大量的客流，虽然它的见效时间太长，但是它的成本低，而且后续根本不需要管理，就能为我们吸引到源源不绝的人流，可以在各大知名问答平台引流，也可以在各大论坛博客等等，选择的方式太多，可以根据自己服装店的定位进行针对性的营销。

四、线下营销

1、选择好方向。既然已经决定经营服装店，就要选好男装，或者女装，要做到头脑要很清楚，不要一到服装批发市场，看什么都好，什么都想做。你一定要有一个清晰的思路，做服装最好是专一如果你的店铺很大，可以做男装或者女装。不要到了市场忘记自己来做什么的，不要让别的东西影响你的思路。

2、经营方式宜灵活。服装店门口要摆放醒目的模特或者最时尚的服装，体现出新到的服装款式及适宜何种情况的女性。不妨在店门口贴上一张“谢绝男性进入”的牌子。当然，这样做的目的并不是想把男性拒之门外，只不过使服装店显得更有特色罢了。这里只是举例

说明，不是一定要这样做，这是为凸显你的店铺与众不同。

3、服装店定位。选择好了服装，就要给你的服装定位，是做品牌，还是做学生服装，还是中老年服装。针对你所要进货的服装进行市场调查。拿个本子记住谁家批发什么样的服装，什么样的价格，谁家批发做的好，谁家进货的人多，谁家的生意旺。可以要一张名片标明，你都要牢记在心，这就是你的财富。另外观察来进货的人，都进什么样的货，在哪里卖，如果你发现这个人总来进货，那就是他卖的好，你就要跟踪他，到他店里去偷偷调查，看他是怎么做的。

4、注意市场。充分利用商品打折找到价格低廉的货源。对于新手，更是不要把毛利润看得太重，刚起步，不要贪图赚太多，可以尝试物美价廉的便宜货先吸引买家，能在这些小产品上把服务做出色，赢得客户的信任，等你的小店越做越大时，就不愁没有回头客来捧场了。

5、学会聆听，学会分析。不管是同行业的，还是非同行业，不管是手下的员工，还是自己的家人，总会给你一些他的想法，看法和意见。有时候这些看法虽然不完全正确，或许是误导，你得认真等待别人的意见，学会聆听，学会分析。