

# 服装店营销策划方案

## 一、策划方案的目的

### 1. 争夺顾客，拓展市场

产品在市场处于强势竞争地位的时候，决不能有刀枪入库、马放南山的松懈麻痹思想。促销活动仍要继续。这时的促销目的就变成了争夺顾客、拓展市场。无论在促销力度、促销手段上都要求大求新求创意。力争在\*短的时间消灭竞争对手。不能给对手任何喘息之机。而事实是，我们有些市场上的强势品牌往往就是在这个阶段由于骄傲自满轻视敌人而被对手拉下马的。

### 2. 抑制对手，保护市场

激烈的市场竞争在某种程度上会演变为促销手段的竞争，谁的促销活动力度大，谁就拥有更高的市场份额，谁就掌握了打败对手的决定权。因此，在竞争对手搞促销活动的时候，我方决不能等闲视之，一定要有针对性的开展促销活动。

### 3. 新品上市，吸引顾客

在活动的现场有火热的劲爆歌舞助兴、有产品知识有奖问答活动的穿插，有漫天横幅、标语、空飘的造势等。应该更大限度的提高活动的娱乐性，吸引眼球、提高关注度，其次是在活动期间搞适度的价格让利，诱导部分顾客对新品的尝试性购买行动。

## 二、分析当前的服装产品营销环境

## 1. 当前市场状况及市场前景分析

①产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。

②市场成长状况,产品目前处于市场生命周期的哪阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何,相应营销策略效果怎样,需求变化对产品市场的影响。

③消费者的接受性,这一内容需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

## 2. 对产品市场影响因素进行分析

主要是对影响产品的不可控因素进行分析:如宏观环境、政治环境、居民经济条件,如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等,对一些受科技发展影响较大的产品(如:计算机、家用电器等产品)的营销策划中还需要考虑技术发展趋势方向的影响。

## 三、市场机会与问题分析

1. 针对产品前服装产品营销现状进行问题分析。一般营销中存在的具体问题,表现为多方面:

企业知名度不高,形象不佳影响产品销售;

服装产品质量不过关,功能不全,被消费者冷落;

服装产品包装太差,提不起消费者的购买兴趣;

服装产品价格定位服装产品结构不当;

销售渠道不畅,或渠道选择有误,使销售受阻;

促销方式不务,消费者不了解企业产品;

服务质量太差,令消费者不满;

售后保证缺乏,消费者购后顾虑多等都可以是营销中存在的问题。

## 2. 针对产品特点分析优、劣势

从问题中找劣势予以克服,从优势中找机会,发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分,对不同的消费需求尽量予以满足,抓住主要消费群作为营销重点,找出与竞争对手差距,把握利用好市场机会。

## 四、竞争分析

公司实力、产品情况(种类、价位、特点、包装、营销、市场占有率等):经过对多家类似商品网店的调查,我们发现,我们的竞争对手已经比较成熟,目前这些网店的品种还可以,但是对于消费者而言信誉度还不够高,产品的知名度也是不够的,这些对我们很有利。服饰和饰品对于每个商家来说,都是一项热门的选择,市场竞争对手也必然数不胜数,所以,如果要在网店中脱颖而出,必须打出我们店铺独有的,与众不同的特色,突出我店铺中服饰和饰品的风格,永远保持在时尚的前沿,引领潮流。除此之外,还要注重我店铺的诚信度,金碑,银碑,都不如群众的口碑,做好这些,我们的店铺一定会很火的!

## 五、商品与服务

我们提供的商品绝对是货真价实,如果出现假冒商品我们会以一赔十。如果顾客收到的商品不合之前所描述的那样,我们将如约退款。

同时我们会积极地 and 顾客去沟通，让他们更多地去了解我们自身，只有让每一位顾客都能满意，我们的生意才会做得更好！

## 六、服装产品营销目标

服装产品营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为 x 万件，预计毛利 x 万元，市场占有率实现。通过市场分析，找出市场机会，提炼自身优势，确定销售目标。确定的目标市场：以行业销售为主（利润和稳定市场）、渠道销售为辅（提高知名度，扩大市场占有率）；行业主要是指工矿，交通，建筑，消防，制造，工厂等有一定采购规模的目标客户；渠道销售主要系是指区县级的加盟或者代理商。

## 七、营销方案策略

### 1. 线下互动部分

节日期间全场服饰 8.5 折，部分商品除外；

活动期间来店即送精美礼品一份；

折后满 200 元赠送指定服装一件；

活动期间推出店庆价新款服饰；

能够旧换新，只需补足前后购衣差价；

消费者现场办理 VIP 贵宾卡活动（满 500 元可办理贵宾卡）；

店庆当天过生日的顾客出示身份证即能够 7 折特价购买任意服饰一件。

### 2. 线上互动部分

在微博发起有奖互动，进一步吸引更多用户参与进来。例如，关注、转发和评论进行抽奖，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奖品。

### **3. 结合线上与线下开展互动活动**

在线下设置条件，用户完成后，拍下照片或视频，上传到微博等新媒体平台，并@官方微博，赢得大奖。例如，在每一家线下门店藏12个碎片，要求用户在半小时内，集齐碎片并完成拼图，且要求拍下开始时间、找到每一块碎片的时间和拼图完成的时间，上传并@官方微博，活动结束后，按用时长短排序，用时短的前10名，分别给予奖励，除此之外，还应规定每位用户仅能在一家门店参与一次活动，且参与次数不能超过3次。