

# 服装店营销策划方案

## 一、服装营销策略的目的

随着社会的发展，服装经济在市场需求的不变化下蓬勃发展女士们对于服装的要求越来越高，品种要求越来越多，对衣服的质量也越来越在意。糖果女装主推“棉麻”，在服装市场上容易独树一帜获得关注度。策划的主要目的就是把这种“棉麻”的主张进一步推广取得顾客的广泛认知。

## 二、市场现状

1. 市场形势:服装市场良不产，因经济水平不同，顾客购买力不同，消费者在需求、观念与购买等方面都不同
2. 产品情况:产品销量经常是排在淘宝女装品牌前列，价格偏高利润偏高。
3. 竞争形势:主要是新兴涌现出来的一系列棉麻服装品牌，开始抢占市场。糖果女装市场占有率比较高
4. 宏观环境:消费者对服装需求巨大，服装市场很有潜力。而且近年经济发展迅速，消费者的购买实力也很强。

## 三、SWOT 分析

营销方案，是通过产品和市场的结合分析，和策略的运用，因此 SWOT 分析是营销策划的关键。

1. 产品优势分析(相对竞争品牌):产品质量好,手感比较好产品款式多样化,能够满足不同需求的消费者

## 2. 产品势分析

棉麻市场质量良莠不齐,有些消费者分不清好与坏,xx品牌比较容易被有些消费者混淆,品牌宣传度不高

## 3. 市场机会分析

在服装市场中,“棉麻”概念是一个全新的概念,现代人开始注重环保与养生,比较容易接受“棉麻”产品的衣服,市场潜力很大。

## 4. 环境威胁分析

由于服装市场没有一个良好的市场机制与市场环境,有些法制不健全,服装款式容易被抄袭,而没有一定的法律来规范。

# 四、营销目标

营销方案策划实行期间,达到综合销售量为1000万件,预计毛利20000万元,市场占有率实现30%。

# 五、营销战略

## 1. 目标市场战略

(1) 市场细分:依据人口、地理、消费者心理、行为进行细分。

(2) 市场选择:以25~29岁的经济实力比较雄厚的女性白领为主要消费人群,对她们进行一系列服装的设计。

(3) 市场定位: 定位于中高档人群, 服装价格偏高。

## 2. 市场营销组合

(1) 产品策略: 独立研制开发、联合经营、协约开发。

(2) 价格策略: 采取节假放利等活动。

(3) 渠道策划: 采用垂直渠道营销。

(4) 促销策略: 在淘宝首页采取广告方式进行宣传, 通过促销让利。交易则通过线上线下完成, 促销内容则根据时令调整。

3. 市场营销预算总费用: 20 万元阶段费用: 10 万元项目费用。

## 4. 促销

(1) 广告: 十一国庆节, 在淘宝网首页进行广告宣传。

(2) 销售促进:

通过满“199 元减 10 元、满 299 元减 20 元、满 499 元减 50 元”让利消费者;

抽奖活动: 每天前十位消费者有机会免费抽奖;

会员制: 一次性消费满多少限额, 可以送会员卡。

## 六、客户管理

1. 建立销售信息: 注明产品类型、名称、价格, 由顾客签字确认方便售后服务。

2. 建立会员信息簿: 记录会员信息, 会员在生日当天, 凭会员证和身份证可以免费领取一份礼品。

## 七、总结

通过促销活动，可以传播企业文化、树立企业形象以及宣传企业新主张，聚集人气、吸引人流、增加销量，从而提高市场占有率，对抗竞争对手带给我们的市场压力。一次成功的促销策划活动，可以提高企业名声，使产品品牌获得更高的关注度，从而扩大产品销量。