
服装店营销策划方案

随着消费者需求的不断变化，企业竞争力的不断提高，企业在选择目标市场也应该加以调整，全国城镇居民家庭年人均可支配收入逐年提高，而且呈现高收入人群比例增加，低收入人群比例降低的趋势，服装消费也呈现个性化发展的趋势，消费者对不同场合的穿着有不同的要求，休闲服市场越来越受到厂家和商家的重视，同时我们看到企业也开始着手提高自身的竞争能力，直面市场挑战，加大对现有员工的培训，提高市场部负责人，销售员，营业员的专业素质，优化人才结构，做好人才储备工作，提高企业销售能力。

一. 营销策划方案的目的

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。

3. 提高市场占有率

在品牌形象树立及套装理念推广后，可趁机加大对本品牌套装的宣传力度，在消费者观念进行转型以及竞争对手方向转变的不成熟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“完美主义”的“完美”品牌能长久立于不败之地。

二. 市场营销环境分析

中国服装市场是一个正在加速扩张的市场，消费潜力也在逐步得到发掘，中国服装日益向休闲化、多样化、个性化、时装化和品牌化发展。

随着人们生活水平的提高，服装购买和消费的过程，已经成为一种包含幻想，情感和乐趣的行为，成为一种愉悦的个人体验，充分展示着消费者的地位、教养、鉴赏能力和经济实力。服装消费不仅仅是消费服装本身，同时还消费着品牌的文化、企业的服务以及企业提供的资讯。消费者的消费心理逐渐成熟，消费的主体正由中低档向中高档转变，高档需求所占的份额逐渐增大。另外，消费者对服装时尚的追求越来越强烈，对产品的款式，质量和知名度有较高要求，服装消费紧跟国际流行时尚。

在消费者其中，女性消费这已经成为了消费的主力军，主导着消

费的潮流。可以说谁占有的女性消费市场份额越大，谁就越能吸引女性消费者，就越能成为消费市场的赢家。女性消费市场是一个潜力极大的广阔市场。女性消费者是市场中最为活跃的主角，面对庞大的女性消费世界，生产者和经营者具有同等的市场机会。如果企业能够多争取到一位忠实的女顾客，就可以通过这条渠道而联系和争取到她周围的许多消费者，从而扩大销售。

三. 营销目标

第一年完成 50 万件销量，代表产品成功占领市场份额。

第二年推出更多的产品，拥有 10% 的市场份额。

第三年年底，在消费者中拥有很高的品牌知名度。

四. 营销方案设计

1. 线下互动部分

为促进服装的销售，可以利用 AI+AR 技术，放置互动机，吸引用户的注意，通过在官方微博公布活动规则及奖品，吸引更多用户参与进来。例如，将互动机游戏设置为服装搭配，用户搭配完成后上传照片，可展示在互动机首页，让其他用户进行评分和点赞，活动结束后，评分与点赞综合第一的用户将获得下季度新品。

2. 线上互动部分

通过在微博发起互动活动，设置可观的奖励，吸引微博“粉丝”参与并进行转发，进一步吸引更多用户参与进来。例如，关注，转发和评论，进行抽奖，获晒买家秀，并@官方微博在七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，分别参与线下抽奖活动，除此之外，还应规定每位用户只能在一家门店参与一次活动，且参与次数不能超过三次。