

服装店营销策划方案

一、营销策划方案的目的

本次营销策划的目的是提高服饰店的知名度，线上线下的年轻人群体，作为年轻时尚的服务消费群体，视野广阔，富有进取心，追求时尚、个性、表现自我，与众不同，其视野具有前瞻性，且具有代表性，能代表广大的青年人的消费心理。而我服饰店，产品追求个性化和独特的文化品位，款式新颖，前卫，非常适合年轻人群体的品位和选择。希望通过此次活动让年轻人对于我服饰店有更深刻的认识、了解，更加喜欢我服饰店的产品，从而选出最适合他们自己的服装！

二、营销市场环境分析

中国服装企业起步较晚，而真正的品牌热潮才是近些年的事情，伴随互联网时代的到来，年轻消费者日益追求个性青春与舒适随意，青年时尚品牌也日益增多，服装产业发展迅速。

国内现有服装市场中时尚女装占 25%，职业女装占 10%，正装男装占 10%，男女休闲占 40%。现在大多数消费者都把目光转向了休闲服饰，主要是休闲服饰带来了新的生活方式，即简单又舒适，特别是对年轻消费者的影响力，逐渐增加。

18-30 年龄段的是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较大的群体。该年龄段群体具有一定的经济基础，具有较强的购买欲望，追求时尚、个性，敢于尝试新事物，容易接受新品牌。大学生团体是其中最具有代表性的，他们具有较强的审美能力与较前卫的思想观念。随着经济水平的发展，大学生的购买能力也不断增强，具有很大的购买需求和潜力。我服饰店作为新生代的流行服装品牌，以休闲舒适为主，为大学生提供大量的展示个性与时尚的平台，是大学生购买服装的良好选择。

三、店面销售商品定位

主要以休闲服饰为主。

四、店面装修风格

时尚简约的装修风格，店面色彩以彩色调为主，蓝色为辅，装修材料主要以纤维为主，重点突出年轻人喜欢的潮流色彩风格，提升顾客对店面的满意度，吸引顾客进店。

五、店内人员的配备

两到三名导购员，要求有较强的服饰搭配能力，了解服装的面料及制作，对工作认真负责。性格开朗大方，有亲和力，语言表带能力强，能给顾客提供很好的着衣建议。

六、营销方案内容设计

营销，是服饰业经营中的一大利器，不但可以促进销售额的上升，还有助于提高店内形象，与顾客建立长期合作关系。结合调研结果，我们采取了以下促销活动。

1.线下互动部分

为促进服装的销售，利用 AI+AR 技术，放置互动机制，吸引用户的注意，通过微信小程序及时发布活动规则与奖品，吸引更多的顾客参与到此次活动中来。设置服饰搭配游戏机制，让顾客亲临门店，选择适合自己的服饰进行搭配。

搭配完成后，现场工作人员给顾客进行拍照，照片统一上传，均展示在微信小程序的活动页面，顾客需要召集其他用户点赞或评论。活动截止时间到时，点赞和评论综合前十名的用户获得精美小礼品一份，并给顾客送打折券。

2.线上互动部分

通过在抖音平台发起互动活动，设置可观的奖励，吸引抖音“粉丝”参与并进行转发，进一步吸引更多用户参与进来。

第一种形式，客户通过关注、转发和评论门店发布的抖音作品，完成任务后，让顾客添加企业微信，提交截图凭证，工作人员对顾客提交的截图凭证及号码信息进行统一审核，审核通过的顾客，可进行抽奖，获得奖励的顾客可联系工作人员，填好邮寄地址，奖品由工作人员在活动结束的五个工作日内统一发放。

第二种形式，顾客可以通过多种渠道购买服饰，收到货物后，顾客在抖音平台上发布作品，晒买家秀，并@门店抖音账号，顾客可以召集自己的亲朋好友为自己加油助威，在7天内，点赞数排名前五的用户获得奖品。

3.结合线上线下开展互动活动

活动方式：以各种互动游戏的形式吸引用户参与活动，通过用户的游戏成绩排名来派发奖品，也可以设置成绩门槛，用户达到设定的游戏成绩即可以参与抽奖的形式派发奖品。

活动入口：二维码海报，公众号菜单，公众号文章等。

奖品：实体物品，虚拟优惠券，视频网站会员卡，话费。

兑奖方式：线下到店兑奖，公众号兑奖，联系客服兑奖。

效果反馈：用户群体以年轻人为主，在游戏过程中加入商家广告和产品元素，对于提高知名度和推广产品有很大的作用。

游戏方式：动作模仿，在规定时间内完成动作指令，每局累计成绩最高者可获得精品美衣一份。