

服装店营销策划方案

一、服装营销背景

随着互联网的快速发展，营销市场的规模不断扩大，衍生出了一个成本更低、效率更高的营销环境，为企业的营销活动提供了更多的可能。信息技术的普及和网络化技术的飞速发展，人们已经对网络越来越熟悉，它覆盖于世界的各个角落，在发达国家和地区已经成为现代人们生活方式中的重要组成部分。可以说网络市场作为以虚拟空间为媒介的交易方式，是交易方式上的又一次革命，对于传统的服装市场模式来说，电子商务交易已经成为一种崭新的交易方式在转变传统的市场交易理念，并在传统的市场模式中占有较大的比重。而服装网络市场正以一种较快的发展速度在整个电子商务交易中占有越来越大的份额，并且随着信息化技术的进一步发展和人们对销售观念的转变有逐渐被开发的巨大潜力。

二、营销的目的与作用

营销是以顾客需求为导向，在盈利的基础上，尽可能地去满足顾客的需求！营销的关键是对顾客需求的策划，对顾客的规划。应该充分分析和理解顾客的需求，利用一些点引起顾客的关注和兴趣，从而激发顾客的购买服装的欲望，进而提高服装企业的形象和影响力，提升服装企业的核心竞争力。利用营销的特点即商业性和创新性，提高提高服装企业的销量和利润。有效的营销可以使企业的份额极具扩大，占领市场的先机、提升品牌知名度和声誉。而创新决定了策划的有效性。创新是生命力的源泉。创新要有关键点，和其它企业的不同亮点，

要有想象力、洞察力。采用互动营销可以帮助企业更精准地找到目标用户，避免更高的营销成本和用户对营销活动产生审美疲劳。

三、市场分析

服装行业不断地更新人们的观念，推动服装行业的发展，时装设计师的创意一旦被消费者，被社会所认可和接受，都会产生巨大的社会效应。这样为数众多的服装、款式新颖的服装汇入到服装发展大潮中，加快了服装行业发展进程。服装样式趋向多样化，还要求符合穿着的场合，人们休闲的生活方式，更加崇尚体育运动，都将会对服装样式的面市产生巨大的影响。长期以来市场经济的发展和变化都以企业的常态化经营和发展为主线，其中产品理念、企业文化、经济效益等核心内容在市场经济的变化中也在更新换代、不断完善。企业对于消费者的购买需求和购买欲望的研究也在不断深化发展，企业对于消费者的消费需求未能够建立深化的研究和整合，就会直接影响自身商品的销售和发展。随着经济建设的不断深化发展，企业在进行商品定位、设计、销售的过程中也需要强化对于消费者消费需求的认识和感悟。在我国建国初期一直到上世纪八十年代左右，服装种类和样式之间的灵活性和多样性较差，供消费者选择的样式较少，随着 20 世纪以来我国经济建设的不断推进与发展，人们能够选择的服装样式正在不断革新和完善。销售者更为重视消费者的需求和变化，为消费者提供更具广泛性的商品种类。

四、营销方案

互动营销要求互动的双方进行交流，这种交流可以分为线上交流

与线下交流，因此互动营销的策略也可以分为线上互动策略与线下互动策略。

1. 线下互动策略：

①AI+AR 营销互动。AR 技术即增强现实 (Augmented Reality) 技术，利用 AI+AR 技术，在不同地点放置互动机，设置一定的游戏规则，吸引用户与之互动，提升顾客的购买欲望。

②品牌拟人化形象互动。通过将品牌的拟人化形象制作为立牌，或员工扮演拟人化形象的方式，在线下与用户进行互动，如合影、拥抱等。

③ 趣味化营销。通过在线下进行趣味游戏、活动，吸引用户的注意，进行互动营销。

2. 线上互动策略

①网上赠品促销与积分兑换。在淘宝、微博、拼多多首页的网上购买服装送腰带、帽子、围巾等配件在一定程度上促使交易成功。但要注意赠品的选择以及时间与时机。例如夏季时不可赠送冬季的帽子要明确促销的目的，选择适当的能够吸引消费者的产品与服务。要注意预算和市场需求，赠品要在可接受范围内，不可过度赠送赠品而造成营销困境。最重要的不要选择次品和劣质品作为赠品。

②借助互动游戏。线上互动营销的另一策略是借助互动游戏，这种游戏可以是抽奖形式，在服装企业官方微博设置抽奖项目（20名）和上传故事照片活动，将奖品寄送给被抽中以及点赞数排名前三的用户。

五、注意事项

1. 店堂内环境，首先要保持活动期间室内的地面，墙壁，门窗以及各种活动牌的干净，检查上面是否有灰尘，是否破损，是否有错误的或是不恰当的标语，如果有上述情况，就要立即纠正，以免影响店面的形象从而破坏活动氛围。

2. 服饰陈列，查看服饰是否摆放好了，是否有灰尘，吊牌是否完整等，在平时就应该注重陈列这一块，活动期间客流量会突然增大很多，更应该注意服饰的陈列，可通过平时的经验，觉得哪种陈列更利于促销，哪种陈列更受顾客欢迎，在活动期间可做出有针对性的调整，或者尝试换一种陈列风格，让顾客光临时有一种焕然一新的感觉。

3. 灯光、音响等设备的布置，可针对年轻人服饰的顾客定位以及品牌理念，适当的布置一下灯光，围绕某一主推款式，可用不同的色光来装饰，也可在店中选择一些比如舒缓的音乐，让顾客进店了有种轻松的感觉。

4. 人员安排问题，活动期间，应该多增添些人员，做到每一块都有人负责，以保持活动期间的服务不打折扣，避免给客户带来不良体验。微博等网络平台专人操控，尽量满足顾客的需求。