

服装店营销策划方案

一、行业分析

服饰店的优势是服饰行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动且回收成本快、利润高，经营上轨以后容易产生固定顾客，稳定客源。

二、产品定位

主要针对 16--22 岁，23-29 岁，30 岁--35 岁的人群，分为低档，中档，高档。（应附属说明服装店服饰类型，例如休闲装、成人装、运动装。）

三、市场分析

16--22 岁以学生居多，而现在的学生大多数 90 后的孩子，他们喜欢特立独行，喜欢个性，也就是所谓的非主流，他们不需要品牌只要求和别人不一样，彰显个性。所以需要前卫、时尚、独特的商品来满足他们的需求，并且现在哈韩势头有增不减，斥流服饰也会吸引他们的眼球。

23--29 岁属于成年人，有一定的支付能力，他们是属于 80 后的人群，也喜欢独特和潮流的服饰来展现自己，并且他们最求品牌，认识品牌，了解品牌，喜欢追着品牌走。但是由于家庭的压力和品牌服饰很高的价格，他们都望而却步。

30--35 以上的人群他们有相当的支付能力，随着社会的发展，

经济的进步，他们也开始对自己的形象更加美化，并且要求更高。

四、竞争分析(优劣分析)

皱鱼圈地区一般低档货源来自西柳，且类型单一，给消费者带来不了新奇感，大多数消费者都选择别的地方去购物消费；中档的服装店，里面的货样不是很全，只能满足少一部人的需求；高档品牌店只有 2、3 家，且只有运动品牌。

按人口来说，皱鱼圈现已将近 30W 的人口，而 1640 岁的人口将近 25W，除去一半没有消费实力的人群，在除去一部分没有意识消费的人群，也还有 10W 人左右的消费群体，这些群体中在被别的服装占有一部分，而按市场占有划分率来算，面对人群们然有 5W 左右，这样人群对于一个服装店来说已经供不应求

1. 优势分析

1) 本人持有大学生自主创业证，可以免事业税和减半商业税。

2) 货源：有大量从上海、温州、杭州、广州、香港、韩国等不同地方的原单服饰仕应，且价格优惠

3) 品牌：大量的品牌服饰，如服饰有 DIOR、ONLY、G-STAR、香奈儿、D&G、阳玛尼、李维斯等一些韩服品牌：鞋有 adidas (阿迪达斯)、DIOR 迪奥、耐克等包有 LV (路威登)，GUCCI (古驰，意大利的名牌)，VERSACE (范思哲)，CHANEL (香奈儿)，CL 个丝汀迪奥)

2. 劣势分析：
鱼圈的店铺选址是问题所在，暂时没有合适的位置。

五、店铺投入

1. 选址：现在鱼圈的服装商圈以商业大厦为中心，店面大部分为4000元/月左右的价格，就发展来看以后中心医院附近商业区的建立为新的中心。那里现在的租金20xx元月，按现在来看，按4000元/月，租一年为4W8，按半年付一期为2W4

2. 店铺装修：具体装修可以依据房子架构来设计。

1) 门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲！

2) 灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的！晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球！灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光（也就是个看见的白色灯光）店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯（平时看见的射灯之类的黄色光）能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要具备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的！

所以装修费粗略计算为5000元。

3. 进货预算：先批进货以中低档为主，高档点缀，所以2万元。少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给

顾客的选择余地大。

进货安排每半个月的星期三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着星期天上！如果进入销售旺季，一个星期就补一次货！

4. 人力规划：我计划雇佣三个女生，两个主要负责接待顾客，另外招一个有经验收银。两个导购的工资，800/月+提成，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性。大点的阿姨也一样，1000/月+提成1%，收银出了问题要负责。工作时间为：早上9点晚上9点。

投资金额分析，每月费用分析：

1. 房租：4000/月，付六压一，24000元
2. 装修费 5000
3. 第一次衣服进货 20xx0元
4. 其他费用 1000元
5. 员工工资可以在第一月底结，不用算在初期6万内
6. 余下10000做流动资金使用

六、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。