

服装店营销策划方案

当今的服装市场是品牌竞争的时代，公司新品牌的进入就像往大海里投入一颗石头，怎样才能使品牌在商海中激起层层浪花，从而达到品牌在消费者中的知名度，是公司在广告策划中希望达到的效果。随着时代的发展，人们对时尚的概念逐步增加，追求流行美的意识也逐渐增强，这对现在的服装店是一个考验。

一、营销背景

品牌口号：

GirlFriend，享你所享，只做自己。

目标群体：

定位 18—29 岁年轻时尚女性，该群体具有一定的经济基础，具有较强的购买欲，追求潮流，时尚个性，敢于尝试新事物，追求自我。

品牌理念：

衣服是配角，穿衣服的人才是主角

品牌背景：

GirlFriend 进入女装已有 10 年，总部设在北京，在全国各地有 108 家分店，在市场中已有一定的知名度及稳定的顾客群。

二、市场分析

A、市场环境分析

潮流服装逐渐成为服装行业的主导，就那女性服装市场来说女装市场一直是服装市场的大头，其一直引领着时尚和潮流，是时尚、个性的代表。女性购买服装的频率和金额是所有服装消费群体中最多的，有“得女装者得天下”一说。在消费者其中，女性消费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。

B、产品分析

以潮流与时尚为主导，定位消费群体的年轻一代！

C、消费分析

年轻一代服装消费的主导为潮流与时尚服装为主导，在消费方式是以简单、方便为导向。

三、策略分析

A、价格策略

我们采用会员积分制及不喊价、不还价，的销售模式，这样为我们年轻一代提供了更多的方便。

B、渠道策略

销售与实体专卖店相结合。

线下部分互动。为促进服装的销售，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。

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 或晒买家秀 并@官方微博，在 7 天内，点赞排名前三的用户获得奖品。

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 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，还应规定每位用户能在一家门店参与一次活动，且参与次数不能超过三次。

C、促销策略

1、凡在本店消费满 200 元的顾客可免费办理会员卡。

2、会员积分制：凡在本店消费的会员可享受积分活动，采取“一元一积分制”，会员生日当天可享三倍积分及全场 8.8 折（特价商品享受积分活动不参与打折）。积分可在每年店庆活动期间换购礼品，积分一年一清零。

3、本月正值 GirlFriend 十周年店庆，在享受以上两种优惠活动的同时享受购物满 188 元送 10 元代金券，购物满 288 元送 20 元代金券，购物满 388 元送 30 元代金券，以此类推，1088 元封顶。