

美特斯·邦威服装新品营销方案

一、品牌介绍

“美特斯·邦威”是上海美特斯邦威服饰股份有限公司于1995年自主创立的本土休闲服品牌。目标消费者16~25岁活力和时尚的年轻人群。品牌致力于打造“一个年轻活力的领导牌，流行时尚的产品大众化的价格”，导青春活力和个性时尚的品牌形象，带给广大消费者富有活力个性时尚的休闲服饰。上海美特斯邦威服饰股份有限公司是中国服装产业代表企业之一，秉承“世界的裁缝”的梦想，以“不走寻常路”的精神不断进行企业的发展创新和向上突破。公司旗下拥有“Metersbonwe”和“ME&CITY”两大时尚休闲品牌；“米喜迪”和“MooMoo”两大童装品牌，慢生活体验品“祺”以及独立电子商务平台“邦购网”。截止至2016年底，已经在全国设有专卖店3900余家。

二、活动目的

此次活动的开展目的是为了促进现有服装的销售，为新品服装上市做好准备。

三、产品开发及定位

美特斯·邦威的开发主要抓两头：一头是消费者的需求，一头是流行时尚。为此，开发团队的设计人员会不定期地来到各个专卖店，与消费者进行“零距离”接触；还经常到酒吧、大学校园等场所，观

察年轻群体的穿着方式，由此不断调整产品的结构。不仅如此，公司的设计师们还长年奔波于世界各地，参加各种重要的博览会，调研流行趋势和消费走势，以不断满足消费者求新求变的心理。通过与国际知名的设计顾问公司长久合作，美特斯·邦威准确把握每季的面料方向、款式方向和色彩方向，并及时把握来年服装的流行趋势，缩短了开发周期，提高了开发的成功率。在瞬息万变的服装行业，美特斯·邦威能够根据四季的变化以及每年流行色的转换快速调整设计和生产。另外，为了使服装能够引领时尚，美斯·邦威对设计师十分重视，不仅广揽国内外名才，还道请法国著名设计师任设计总监。创办11年来，美特斯邦威已经培育了一支具有国际水准的设计师队伍并与法国、意大利等国家的知名设计师开展长期合作，以第一时间获取国际流行信息，包括面料、款式风格等。现美特斯·邦威每年设计的新款服装多达数千种。

美特斯邦威的定位十分明确，就是年轻时尚的消费群体，如在校学生。服装设计较为简单得体，颜色的运用大胆明快，体现了年轻消费群体的活力气息，加上有一定的产品质量保证，所以有很多的年轻人非常喜欢选择美特斯邦威的服装。

四、竞争品牌

一些中低端品牌的进驻，对美特斯邦威的品牌造成一定影响。近几年来，像以纯、森马、真维斯等都是不容忽视的区域竞争对手。

五、营销方案设计

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

通过在微博抖音等平台发起互动活动，设置可观的奖励，吸引平台“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，或晒卖家秀并@官方账号，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，拍下照片或者视频，上传到微博抖音等新媒体平台，并@官方账号，赢得大奖。例如，在每一家线下门店收藏 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@官方账号，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。

