

# 服装店营销策划方案

## 一、前言

随着消费者需求的不断变化、企业竞争力的不断提高，企业在选择目标市场也应该加以调整。全国城镇居民家庭年人均可支配收入

逐年提高，而且呈现高收入人群比例增加，低收入人群比例降低的趋势；服装消费也呈现个性化发展的趋向，消费者对不同场合的穿着有不同的要求，休闲服市场越来越受到厂家和商家的重视。同时我们看到企业也开始着手提高自身的竞争能力，直面市场的挑战，加大对现有员工的培训，提高市场部负责人、营销员、营业员的职业素质，优化人才结构，做好人才储备工作，提高企业的销售能力。

## 二、策划目的和任务

### 1.树立品牌形象

随着时代的不断发展，人们对时尚的概念逐步加深，追求流行美的意识也逐步加强，这对现在的服装店是一个考验。本店“完美主义”预期通过实体商城平台实现“完美”品牌的套装经营模式，并提供到位的服务树立自己的品牌形象。

## 2.推广品牌理念

以“时尚搭配，完美套装”为经营理念，真正独家推出最时尚的从头到尾全套搭配设计。产品类型定位于各类潮流女装款式：韩版流行，欧美复古，日系甜美，民族风服饰等等。我店“完美主义”通过专业的设计满足消费者对服装审美的要求，并且为顾客节省了大量进行服饰搭配的时间和精力。

## 3.提高市场占有率

在品牌形象树立及套装理念推广后，可趁机加大对本品牌套装的宣传力度，在消费者观念进行转型以及竞争对手方向转变的不成熟期吸引大量的忠实客户，扩大市场的占有率，进一步提升品牌知名度，使“完美主义”的“完美”品牌能长久立于不败之地。

## 三、营销方案

主要从产品价格，陈列，促销，方面出发。

### 1. 陈列

货品陈列方式:作为服装来说，陈列一般分为叠装与挂装。

叠装:一般是经过有序的服装折叠，强调整体协调，轮廓突出，把商品在流水台或高架的平台上展示出来。这种方式，好处就是能有效节俭有限空间，一个卖场，其空间是有限的，如果

全部以挂装的形式展示商品，则卖场的空间不够用。此时采用叠装，以增加有限空间陈列品的数量。这是叠装的优势，但劣势是无法完全展示商品，所以，它配合挂装展示，能增加视觉趣味与扩大空间。

叠装陈列时应注意以下几点：强调视觉，在色块掌握上，原则应是从外到内，由浅至深，由暖至冷、由明至暗。因为这是人观察事物的习性。这样也能使消费者对商品产生兴趣，从注意、吸引、观察、购买等环节进行购物。同季节同类型同系列的产品陈列同一区域。叠装要拆除包装，薄装每叠4-6件为宜。

厚装以3-4件为宜，衬衫领口可交错摆放。每叠服装型号及尺寸系列为自上而下，由小到大。叠装区域附近位置尽量设计模特，展示叠装中的代表款式，以吸引注意，增进视觉。并且能够摆放相应的服装款式的海报、宣传单张，以全方位展示代表款。

## 2. 价格定位

服装销售比较自由，可以具有不同的风格，但是昂贵的服装在一般的消费群体中比较容易被排除。大部分消费者能接受的单件服装价

位在 300 元以下，服装定价最好是以单件 300 左右的中等价位为主导价位，这样的价位比较容易让消费者做出购买决策，促成交易，提高成交率。

### 3. 促销

品牌的广告传播趋于理性，已不再是高举高打，更应注重区域差异性的广告诉求，转向各地强势电视载体、黄金地段户外、黄金路线车体广告的投入来进行品牌形象提升，进行长线的广告拦截，同时在利用报纸媒体进行市场启动、市场促销的拉动，使广告资源的投放真正有利于企业品牌价值的提升、有利于市场的拉动。

(1)广告策划:由于今年是起步阶段，还是低调入市。受广告投资不大的影响，只能做区域广告，在地方平面媒体和电视台适当做，同时在大型，专业的网站做招商广告。

(2)人员销售:这是最有效的销售方法，需要训练有素的销售员。利用原有的销售渠道，走访和争取老客户，发展新客户。除了本公司销售人员进取做以外对其他公司销售人员采取销售回款给提成的办法吸收更多的兼职销售员。

(3)建立企业网站:经过现代化宣传手段进行广告宣传。

### 4. 广告

经过今年秋冬的广告攻势，在广州、成都、沈阳三地的消费者心目中，初步建立公司品牌的知名度和好感度，并且能够在这三个市场中站稳脚跟，实现公司的销售目标。并且以此为中心，吸引周边城市的潜在经销商加盟。

## 四、结论

通过以上的互动营销方案设计，我们可以达到促进现有服装的销售，为新品服装上市做好准备的的目的。通过定期的调整和优化，该方案可以帮助品牌提高市场竞争力和消费者满意度，达到品牌提升和销售增长的目标。