

服装营销策划方案

服装，是衣服鞋装饰品等的总称，多指衣服。在国家标准中对服装的定义为：缝制，穿于人体起保护和装饰作用的产品，又称衣服。服装在人类社会发展的早期就已出现，当时古人将一些材料做成粗陋的“衣服”，穿在身上。人类最初的衣服多用兽皮，而裹身的最早“织物”是用麻和草等纤维制成。对社会来说，服装已经是遮体、装饰的生活必需品，不仅仅为穿，还是一个身份、一种生活态度、一个展示个人魅力的表现。服装行业是我国的传统产业，我国是世界上最大的服装生产和消费大国。

德国统计学家恩斯特·恩格尔发现，家庭收入与食品支出之比显示出生活富裕程度。随着家庭收入增多，用于食品的开支下降，用于服装、住宅、交通、娱乐、旅游、保健、教育等项目的开支上升。诚如虚有市场，并不等于实有市场。企业成在营销，也败在营销。二十一世纪的服装市场，一定是营销型企业的天地。服装企业应当更重视市场营销策略。

一、新媒体营销背景下服装品牌的现状

1、部分服装企业管理者对新媒体营销形式认识不深

当前，市场中多数服装企业管理者对新媒体营销理念认识不深，没有重视企业内部员工的数字化媒体培训和全体员工数字营销理念的培养。虽然部分服装企业建立了相关网站、博客、公众号等，但是由于对这些网络平台管理不当，使得平台中的信息更新不及时，无法通过网络来获取当前服装行业最新的动态及流行趋势。企业管理者对网络中的各类舆论热点缺乏敏感性，没有意识到新媒体在进行服装品牌营销和传播过程中的重要作用，使得多数服装企业管理者在品牌营

销中的思想仍停留在传统的贴牌生产、固定订单、线下传播的销售模式。

2、部分服装企业对自身品牌价值管理不当

服装营销需要在新媒体背景下体现出自身的商业价值，进而提高市场受众忠诚度和品牌的推广度。可是部分服装企业在提高销量的过程，却忽视了对市场中受众用户的信任度、满意度和忠诚度的提升，由于部分服装企业对市场消费者的反馈漠不关心，使得自身的服装品牌在市场营销中逐渐落后。新媒体营销背景下，任何服装品牌都拥有快速传播的机会，这也使得市场消费者在服装选购过程中拥有更多思考和体验的空间，需要服装企业做好服装实物和传播效果的有效匹配，以提高服装品牌价值。

3、部分服装品牌缺乏诚信意识

新媒体营销背景下，服装品牌最重要的销售形式便是电商销售，但是当前困扰电商最重要的问题便是商家的诚信度不足，部分电商在服装销售中所描绘的货物外形与实物严重不符，甚至服装版型、色差、品牌等存在严重问题，这使得服装市场中以次充好、商品货源渠道不明等情况屡次发生，给不少服装品牌造成了诸多负面影响，这也成为制约服装品牌发展的一大问题。

二、服装行业的发展趋势

1、细分市场兴起

服装行业的发展受社会各项因素的影响。比如“跑步经济”带来了运动品牌的业绩增长；“全面二胎”政策的落地加速了童装市场的发展；人们对贴身衣物的重视度的提升使内衣品牌得到发展。竞争激

烈的市场行情使得细分市场成为必然，服装行业要发展，必须针对细分市场做出适应性调整，提前布局才能够抓住机遇，突破当前所面对的瓶颈。

2、线上线下合二为一

没有线上线下之分的新零售时代已经悄然来临，未来服装行业销售思维将发生转变，站在顾客的立场思考问题，以顾客为导向，提供顾客想要的产品。

3、消费群体年轻化、个性化

中国已经逐渐成为全球最大的服装消费市场之一，而以 90 后、00 后为代表的新中产正成为时代的消费主力，他们拥有独立自我、个性张扬的特征，敢于接受新事物，对潮流资讯拥有自己的独特看法。应把握机会，更重视数据分析以追踪消费者喜好，对自身设计做出调整，增加个性化体验。

4、自媒体时代已成定局

90 后和 00 后组成的潮流新人群对互联网有着很高的依赖性，纸媒这样传统的媒介渠道已经无法引起他们的关注。相反，快速兴起的社交网络是品牌垂直攻略年轻受众的最有效途径。

5、粉丝经济崛起

女生们口中的“魔鬼”李佳琦是当前大热的 KOL，用 18 秒卖掉 10000 瓶防晒霜，5 个半小时带货 353 万的超强带货能力，成功解释了什么叫“得粉丝者得天下”。粉丝经济已经崛起，它把产品的功能隐藏在后面，让情感上升为第一位，实现商品的快速销售。

6、视觉营销趋势更加明显

5G 技术的高效数据传输推动了视频营销的发展，视觉营销 VMD 的作用将更加明显。优秀的视觉创意能让店铺更有美感，差异化，能提升消费者对品牌的认知和兴趣，提升品牌影响力，助力品牌或者店铺走得 longer 更远。

7、IP 赋能

如今 IP 联名已经在各行各业打的火热，越来越多的品牌都应用了此趋势，通过这种方式可以产生 122 的效能。在超级 IP 时代，丰富、多重、新鲜、场景化、限时限量集中爆发，才是真正的自然引爆策略。

三、营销互动策略

1、线下互动

凡来本店购物的顾客满 200 元即可享受 9 折优惠，满 300 元享受 8.5 折优惠，满 500 元享受 8 折优惠，满 700 元享受 7.5 折优惠，满 888 元即可享受 6.5 折优惠或 vip 卡一张（注打折不送卡，送卡不打折），购满 1000 元以上即可 6.5 折优惠再加 vip 卡一张。

为促进服装的销售，也可以利用 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，第二、三名可获得无门槛优惠券。

2、线上互动

邀请一些明星、网红进行宣传。通过在小程序发起互动活动，设

置可观的奖励，吸引小程序“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，在7天内，点赞数排名前三的用户获得奖品，购物券一张，红包一个，精美手机链一个。

3、结合线上与线下开展互效活动

在线下设置条件，用户完成后，拍下照片或视频，上传到官方小程序，并@官方，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，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，第一名可提前获得夏季新品，第二名可获得夏季新品5折优惠，第三名新品5.5折优惠，依次类推。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。