

服装营销策划方案

一、当前服装行业市场环境分析

中国服装市场是一个正在加速扩张的市场，消费潜力也在逐步得到发掘。服装需求日益向休闲化、多样化、个性化、时装化和品牌化发展。随着人们生活水平的提高，服装购买和消费的过程已经成为一种包含幻想、情感和乐趣的行为，成为一种愉悦的个人体验，充分展示着消费者的地位、教养、鉴赏能力和经济实力。服装消费不仅仅是消费服装本身，同时还消费着品牌的文化、企业的服务以及企业提供的资讯。

消费者的消费心理逐渐成熟，消费主体正由中低档向中高档转变，高档需求所占的份额逐渐增大。消费者对服装时尚的追求越来越强烈，对产品的款式、质量和知名度有较高要求。服装消费紧跟国际流行时尚。在消费者中，女性消费已经成为了消费的主力军，主导着消费的潮流。女性服装消费是一个潜力极大的广阔市场。女性消费者是服装市场中最为活跃的主角，面对庞大的女性消费者。谁能吸引女性消费者，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女性消费者，从而扩大销售。就能占有女性服装消费市场份额，成为服装市场的赢家。

二、服装行业市场机会及问题分析

当今社会，服装消费者主要集中在女性，我们可以集中在女性消费市场，女性市场一直是服装市场的大头，引领着时尚和潮流。据统计，排在前十位品牌之间市场占有率都是女性服装品牌。众多国内女

装品牌基本定位在中低端市场，中高端市场女装品牌很少，市场机会很大。但同时进军中高端市场面临很多问题和挑战，企业如果没有自己的品牌，就需要打造符合市场针对女性消费者的特色品牌，提高品牌知名度，提高市场竞争力。

三、营销方案内容设计

营销，是服饰业经营中的一大利器，不但可以促进销售额的上升，还有助于提高店内形象，与顾客建立长期合作关系。结合调研结果，我们采取了以下促销活动。

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。

2. 线上互动部分

通过在抖音平台发起互动活动，设置可观的奖励，吸引抖音“粉丝”参与并进行转发，进一步吸引更多用户参与进来。

第一种形式，客户通过关注、转发和评论门店发布的抖音作品，完成任务后，让顾客添加企业微信，提交截图凭证，工作人员对顾客提交的截图凭证及号码信息进行统一审核，审核通过的顾客，可进行抽奖，获得奖励的顾客可联系工作人员，填好邮寄地址，奖品由工作人员在活动结束的五个工作日内统一发放。

3. 结合线上线下开展互动活动

活动方式：以各种互动游戏的形式吸引用户参与活动，通过用户的游戏成绩排名来派发奖品，也可以设置成绩门槛，用户达到设定的游戏成绩即可以参与抽奖的形式派发奖品。

活动入口：二维码海报，公众号菜单，公众号文章等。

奖品：实体物品，虚拟优惠券，视频网站会员卡，话费。

兑奖方式：线下到店兑奖，公众号兑奖，联系客服兑奖。

效果反馈：用户群体以年轻人为主，在游戏过程中加入商家广告和产品元素，对于提高知名度和推广产品有很大的作用。

如何做好一次优秀的互动营销呢？

一、了解品牌和用户需求。一个互动营销活动要与自己品牌相符合，还要满足用户的需求。为此，企业要明确自己的品牌定位，这样才可以抓住品牌特点，然后把其融入活动中。而用户需求就是要从活动的方式和内容出发，而互动营销的方式有很多可以选择，企业可以选择 H5 互动游戏，或是 H5 页面，选择用户比较感兴趣的形式。

二、发掘创意点。想要你的互动营销脱颖而出，那么就要有创意点。特别是 H5 页面和 H5 互动游戏这两种方式，通常都会是因为一个好的创意点而被用户广泛的，自主的进行传播，从而达到互动营销的效果。一个有创意的 H5 游戏也可以引爆朋友圈，达到营销效果，为此创意对于互动营销来说是比较重要的。

三、多种营销方式相结合。互动营销不仅是只有一种营销方式，还可以与多种营销方式相结合，不但是通过线上营销，还可以结合线下营销。互动营销能够与线下营销结合，还可以以传统的网络广告等方式进行整合，增加用户接触到品牌的机会。