

服装店营销策划方案

随着消费者需求的不断变化、企业竞争力的不断提高，企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。同时我们应该也开始着手提高自身的竞争能力，直面市场的挑战。

一、营销策划方案的目的

本次营销策划的目的是提高服饰店的知名度，占领市场份额。

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。

二、营销市场环境分析

中国服装企业起步较晚，而真正的品牌热潮才是近些年的事情，伴随互联网时代的到来，年轻消费者日益追求个性青春与舒适随意，青年时尚品牌也日益增多，服装产业发展迅速。

国内现有服装市场中时尚女装占 25%，职业女装占 10%，正装男装占 10%，男女休闲占 40%。现在大多数消费者都把目光转向了休闲服饰，主要是休闲服饰带来了新的生活方式，即简单又舒适，特别是对年轻消费者的影响力，逐渐增加。

18-30 年龄段的是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较大的群体。该年龄段群体具有一定的经济基础，具有较强的购买欲望，追求时尚、个性，敢于尝试新事物，容易接受新品牌。大学生团体是最具有代表性的，他们具有较强的审美能力与较前卫的思想观念。随着经济水平的发展，大学生的购买能力也不断增强，具有很大的购买需求和潜力。我服饰店作为新生代

的流行服装品牌，以休闲舒适为主，为大学生提供大量的展示个性与时尚的平台，是大学生购买服装的良好选择。

三、店面销售商品定位

主要以休闲服饰为主，价格适中，适合绝大多数人。

四、店面装修风格

时尚简约的装修风格，店面色彩以彩色调为主，蓝色为辅，装修材料主要以纤维为主，重点突出年轻人喜欢的潮流色彩风格，提升顾客对店面的满意度，吸引顾客进店。

五、店内人员的配备

两到三名导购员，要求有较强的服饰搭配能力，了解服装的面料及制作，对工作认真负责。性格开朗大方，有亲和力，语言表带能力强，能给顾客提供很好的着衣建议。

六、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。

第二种形式，顾客可以通过多种渠道购买服饰，收到货物后，顾客在抖音平台上发布作品，晒买家秀，并@门店抖音账号，顾客可以召集自己的亲朋好友为自己加油助威，在7天内，点赞数排名前五的用户获得奖品。

3.结合线上线下开展互动活动

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 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，还应规定每位用户仅能在一家门店参与一次活动，且参与次数不能超过 3 次。