

服装店营销策划方案

一、前言

随着人们物质生活质量的不断提高，对于服装着装的要求也越来越高，人人都希望自己的服装是独一无二的，能穿出自己的个性，穿出自己的风格。生活水平提高的同时，也给新时代的人们带来了新的困扰，城市生活节奏越来越快。

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开掘，中国服装日益向休闲化、多样化、个性化、时装化和品牌化发展。

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，促销，同时广告方面出发。

1.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。

2.促销

采用样品派送和优惠组合套装的形式在终端布局促销，有效地加速品牌及产品进入市场的进程，促进消费者认识和接受，解除消费者对新品牌的顾虑，建立对产品的信心，以建立消费者的购买和消费习惯，增加产品的销售，提升销售额。

注重平面传播和口碑传播，进行得是结合各种媒体资源有计划得中长期整合传播，其专卖形象十分有特色。促销多以客户 vip 形式，给与客户更有价值、更体贴得服务，注重客户得品牌忠诚度；打折促销偶尔也做，多在节假日或换季时期，但折扣幅度较小。

3.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。