

服装品牌线上线下营销策略分析

最近几年，实体店行业真的被称为滑铁卢，一直在走下坡路，更不用说今年了，无论环境如何，业务仍需继续，那么服装企业如何实现新零售模式呢？如何实现服装实体店新的零售转型？

一、服装企业如何做新零售？

1.服装业的发展过程自 20 世纪 90 年代以来，服装业的商业模式经历了三个发展阶段：

从 1990 年到 2000 年，这是服装批发商的时代。行业发展初期，产品供不应求，品牌销售压力小；

从 2000 年到 2010 年，它属于服装零售商的时代。行业进入增长期，服装消费逐步升级。但由于市场潜力巨大，品牌商业落地的竞争主要体现在零售店资源的竞争上；

2010 年以后，服装品牌时代到来，市场供过于求，品牌销售压力逐渐加大，直营店库存积累，加盟商对商品的严重压力，都对中国服装企业的生存和发展提出了新的挑战。

当然，在淘宝、天猫和京东等在线电子商务平台发展之初，它为刚刚进入在线销售的服装品牌带来了短暂的春天。他们依靠在线购物中心，开辟了新的在线渠道，大大提高了产品的销量。

然而，随着网上销售模式的逐步成熟，越来越多的服装品牌加入了电子商务的战争，激烈的市场竞争迫使服装品牌为自己的销售问题寻找新的出路。

2.服装业的曙光——新零售

未来，服装行业将是线上线下结合的新渠道，但新服装行业的转型并不是多个款式和类别的产品级转型。这是治标不治本的转变，这就是为什么美邦、李宁等服装巨头难以转型的原因。

新服装业的转型是商业理念和商业模式的转型，是零售形式的彻底变革。

这是服装品牌面临的最大挑战和机遇。

品牌应了解新零售对战略和财务目标的影响，在商业模式上加强全球运营，引入数字化手段，注重大数据和新技术的开发和应用，以支持商业和运营模式的升级。

例如，以订货为例，虽然说有不少人都在唱衰订货会，但是就目前来讲，订货会依旧是众多厂商的心头好。

线下的订货可能存在许多问题，例如：无法对客户订单进行及时有效的分析；订单汇总不及时，手工操作容易出错，订单数据信息严重滞后；

由于订单数据收集缓慢，客户无法在订单会议上删除付款和补货订单。只能在会后运营，导致订单量不同程度减少，损失 20 万~100 万元。

然而，如果这些问题能够得到解决，在未来五年内，订货仍然是一种有效的分销方式。

3.新零售服装企业也这样做

当然，我们应该引进上述数字手段，关注大数据和新技术的开发

和应用。例如，在订货时，可以适当选择一些好的订货软件，以提高订货效率等等。

未来零售业的健康发展离不开大数据的支撑，大数据使传统服装企业能够实现整个产业链的信息化转型升级，让用户在下单时感受到科技创新带来的效率变化。

最后，如果服装业想在新零售业中做得好，数字化是必要的，不要只依靠经验。数据通常可以帮助人们更准确地判断趋势。以上是服装企业如何做新零售的相关知识。

二、服装实体店零售转型新商业模式研究

1.线上线下深度融合

关闭传统服装店的原因是传统服装店不在网上开店。在这个移动互联网时代，与网络的断开连接必将被消除。因此，为了改造传统服装店，我们需要建立一个在线模式。

同时，与线上、线上、线下深度融合是必需的，线上和线下的结合是新零售模式。如果你有线上和线下商店，但分开经营，这不是所谓的新零售，而是传统的电子商务。

例如，具有相同型号和价格的线上和线下商店可以用于用户收到的红包或优惠券。

当然，要实现这些功能，企业需要进入小程序，这些程序可以可以找友数制作，小程序具有许多营销功能，包括拼团、秒杀、分享领优惠券等等，以满足所有新零售商的需求。

2.提升新零售的消费体验，最重要的是以消费需求体验为核心运

营。传统服装店也是如此。商家必须思考如何提高消费者的体验感，给消费者带来更好的体验感，提升店铺的整体形象，满足消费者的需求，从而吸引更多的消费者。

例如，商店里的衣服是按类型或颜色分类的。当用户进入商店时，他们可以询问自己想要什么类型的衣服，向用户推荐，让用户试穿，用心服务，找到适合自己的衣服。我们应该帮助他们“买”衣服，而不仅仅是“卖”衣服。

3.数据分析引导不同产品的不同消费者有不同的需求，什么样的用户喜欢什么样的衣服，如何获取这些信息？

一方面是服务人员的经验能力，一方面就是利用大数据。这也是一个新零售的特点，它可以通过人工智能扫描用户的脸，或者通过用户对商店中公众号的关注来获取用户的信息。

通过大数据对线上线下用户进行详细分析，了解消费者的兴趣和消费行为水平。这样，就可以准备更多的种类来满足不同消费者的需求，从而有效地提高消费者的消费频率。

4.提升现场体验

新零售注重消费者的需求，不仅体现在产品和服务商上，也体现在销售场景上，让消费者体验到多样化的销售场景，以新颖的消费模式吸引更多的消费者进入店铺。

例如，通过大数据分析，年轻时尚的女孩会在你的店里购买更多的衣服，因此你可以添加饰品或其他新颖时尚的产品，与店里的衣服搭配。你可以买多少，可以送什么样的珠宝，消费数据可以作为购买

的参考。

5.同城物流

新零售模式的主要特点是物流速度，这也不同于电子商务，新零售主打同城配送，不再让用户等待几天从外地快递送达。顺丰、达达、UU 配送助力新零售，可以在半小时到一两小时内实现。用户可以通过试穿来决定是否购买服装，这可以增加消费者对服装店的信任，增加用户的粘性。

总的来说，新零售是线上线下优势互补，从竞争关系转变为合作关系，这对于企业和用户来说是一种进化。有很多客户来源，新零售店也紧跟潮流，建议各商家抓住机遇，尽快加入新零售行列。