

服装营销方案

一、吸引眼球

将入口附近“门面”布置的富有魅力，将不仅仅进步对顾客的吸引力，而且还可增加会籍参谋的成功率。经调查，消费者几乎不记商店的名称，大体上只能记住商店的位置和经营的行业，可以被顾客清楚的记住店名的商店确实屈指可数。但一提到店名就模糊不清了。假如顾客不熟悉你的中心名称，会带来很多费事。比方在分发宣传册或广告时，顾客会感到很茫然，不知道中心的实际位置。这样的话，宣传册及广告的效果就被大大地削弱了。因此，在预售期间，入口处应有大幅横幅招牌标明“某某高级时装预售中”，其中包括热线号码。这是在广阔区域刚开展的促销活动，对象主要是乘汽车来购物或途经的顾客。为了让顾客即使在奔驰的汽车中也能看清横幅上的文字，这就要求横幅一定要很大，因为顾客的目光是一扫而过的，要传达的信息也应非常单纯，只要有“时装中心预售及号码”就可以了。如想测试这个横幅效果的好坏，可以开车以正常速度在门前经过，并用 dv 将招牌拍摄下来，是否明晰楚的看到上面的文字。对于一些步行经过入口的客人，“门面”的外观那么非常重要。

二、网络宣传

预热期间，XXX 女装官方公众号向老用户推送新品发布会活动信息、公众号关联小程序领取预购优惠券、转发抽取幸运大奖的促销信息，用户通过微信公众号关联 XXX 女装微商城小程序即可获赠预购优惠券一张，优惠券金额为 XXX 元，满 XXXX 可用，限购新品发布会预售商品，优惠券可在 X 月 X 日-X 月 X 日线上购买新品发布会

限量预售商品。转发 XXX 女装新品发布会活动信息至朋友圈，还可获得抽奖机会一次（被转发的抽奖信息新用户点开弹出邀请注册页面，注册成功后转发也可获取抽奖）也可选择异业平台如本地的一些生活类公众号、小程序等，做流量交换合作，通过活动广告推送的形式，向合作的渠道用户做 XXX 女装新品发布会活动弹窗广告，为了控制费用，同时在 XXX 女装微商城首页提供 banner 广告位，与其他的平台达到互相引流的效果借助高流量异业平台的常规合作引流，实现 XXX 女装新用户的增长。前期预热阶段的时间为 1 周，即 X 月 X 日-X 月 X 日，主要目的是活动推广以及前期引流，具体执行方式是微信推广结合线下的会员推广。

三、福利营销

可在店门口写上一块招牌，以此来提醒过往行人，服装促销活动即将开展，得为促销活动做准备了。活动期间，可主推某一款或几款服饰，通过导购员向顾客详细介绍。可提前制作好宣传画，在店内适当位置进行张贴或者悬挂，到街头，闹市去发送宣传单以及讲解活动细则，欢迎顾客拨打电话进行咨询，接线员可在电话中明确告诉顾客，凡来店中参加活动的都有好礼赠送，活动期间，每天来店中的前十位购衣的中老年人送上一朵康乃馨，购衣就能参加抽奖，设定购物达到多少元就设定不同的奖品，奖品为针对中老年朋友的食用油，大米，洗衣粉等。

四、做好自身

1.店堂内环境

首先要保持活动期间室内的地面，墙壁，门窗以及各种活动牌的干净，检查上面是否有灰尘，是否破损，是否有错误的或是不恰

当的标语，如果有上述情况，就要立即纠正，以免影响店面的形象从而破坏活动氛围。

2.服饰陈列

查看服饰是否摆放好了，是否有灰尘，吊牌是否完整等，在平时就应该注重陈列这一块，活动期间客流量会突然增大很多，更应该注意服饰的陈列，可通过平时的经验，觉得哪种陈列更利于促销，哪种陈列更受顾客欢迎，在活动期间可做出有针对性的调整，或者尝试换一种陈列风格，让顾客光临时有一种焕然一新的感觉。

3.灯光，音响等设备的布置

可针对中老年服饰的顾客定位以及品牌理念，适当的布置一下灯光，围绕某一主推款式，可用不同的色光来装饰，也可在店中选择一些比如舒缓的音乐，让老人进店了有种回归的感觉。

五、活动结束

要注意做好活动结束的工作，比如清点物品与货品，撤消宣传标语，以免引起不必要的纠纷。

中国的节日很多，促销的理由也很多，总之一句话，一切为了顾客，只要节日不要忘了你那批真诚的顾客，节日的促销一定还有许多没有挖掘的宝藏！服装店促销，也是需要消耗一些脑细胞的！