

# 营销方案

**STEP01 线下互动部分。**为促进服装的销售，可以利用 AI+AR 技术，放置互动机，吸引用户的注意，通过在官方微博公布活动规则及奖品，吸引更多用户参与进来。例如，将互动机游戏设置为服装搭配，用户搭配完成后上传照片，可展示在互动机首页，让其他用户进行评分和点赞，活动结束后，评分与点赞综合第一的用户将获得下季度新品。

促销，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，与客户建立长期合作关系。结合调研结果，我们发现，地一大道开业时间不久，客流量不高，到富二来购物的客户更不是很多，我们决定把促销目标人群定为我们的同学和老师，学校人员集中，年龄符合地一大道 营销策划书 市的购物群体，而且地一大道的商品也符合学生和老师的购买需要和购买能力。我们采取了以下促销活动。

1 在本学院网站发布报道为我们的参赛活动做宣传，以期让更多的同学知道我们的比赛，同时吸引更多的本校同学来我们的店购买商品

2、于 23 日正式比赛之前在学院两个校区同时张贴海报，进一步增加比赛对本校同学的影响力，在海报上注明持本院学生证可以享受优惠，希望能最大限度的得到本校同学的支持

3、比赛开始前，在两个校区对各个系部的老师对我们的比赛活动进行宣讲，为本校老师发放 vip 卡，使其成为我们重点客户

4. 23-28 日每天比赛期间每天的上下午到富一层各发布半个小时的代金券(10 元、20 元、30 元)把人流引到到店内进行消费。在店内张贴 pop 海报，最大限度的拉动现场的零散客户来我们的店里购买 策划公司 怎么 商品。

5、我们在做调研期间给每位客户留下了信誉卡，欢迎他们在活动期间来我们的店里购买服装。

6、我们把服装店的 logo 做成粘贴，每个衣架上都贴有我们统一设计制作的 logo。并精心为客户准 品牌策划 创业

备了购物袋，在每次销售完成后用 logo 的粘贴封袋，让客户记得我们 changeyou 服装店、记得“地一大道”组织的这个活动。做到进店的消费者能留下深刻的品牌印象，未进店的潜在消费者能看见我们流 热搜文章 动的品牌宣传。

7、诱导消费是指消费者获得的部份，例如赠品、折扣等，现在还是有很多贪小便宜的人，可以抓住这一部分人的心理，帮助你做好促销。在圣诞节我们为所有进店的消费者精心准备了小礼品，促进消 费者的消费欲望并设计布置了特价服装区走薄利多销路线。

**STEP02 线上互动部分。**通过在微博发起互动活动，设置可观的奖励，吸引微博“粉丝”参与并进行转发，进一步吸引更多用户参与进来。例如，关注、转发和评论进行抽奖，或晒买家秀并@官方微博，在 7 天内，点赞数排名前三的用户获得奖品。

整体规划

1.推广初期采用突破性的媒体投放策略，以大规模的广告投放态势，结合广告推拉力量 y 力争在最短时间内吸引公共注意力，迅速提升市场

2.推广中期适当降低强度与频率，根据反馈信息，及时调整广告策略，可拉长周期，采取细水长流 市场营销 方式渗透，保证市场稳步增长。

3.推广后期再度加强广告投放态势，低密度，高强度，进行冲刺，造成强销。代言人形象要求外表漂亮又有内涵，具有女性气质。这样，广告表现策略才能拉近女性消费者对自身形象和期望存在认同的差距，引发女性的心灵共鸣，引起女性消费者追崇的心理欲求。

**STEP03 结合线上与线下开展互动活动。**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。

本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人(建议用专业人士)所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新(建议用专业人士的构思)，宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处

活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。