

服装营销方案

线下营销方案：

活动目的：开展此次促销活动的目的在于消化目前公司积压库存，帮助终端客户快速销售服装，提高消费者对 xX 服饰品牌的认知度和对 xX 品牌的好感忠诚度，为即将上市的新款服装做好前期的准备工作。

主要活动内容及流程：即日起，凡来专卖店购物的顾客满 200 元即可享受 9 折优惠，满 300 元享受 8.5 折优惠，满 500 元享受 8 折优惠，满 700 元享受 7.5 折优惠，满 888 元即可享受 6.5 折优惠或 vip 卡一张（注打折不送卡，送卡不打折），购满 1000 元以上即可 6.5 折优惠再加 vip 卡一张另外凡购满 499 元的顾客还可以参加抽奖一次。100%中奖率，惊喜等着你。

奖品：

特等奖：999 元购物券一张（1 名）一等奖：499 元购物券一张（5 名）二等奖：399 元购物券一张（8 名）三等奖：299 元购物券一张（10 名）四等奖：199 元购物券一张（15 名）五等奖：99 元购物券一张（20 名）六等奖：新年红包一个（50 名）幸运奖：精美手机链一个
活动前期宣传主要靠发传单和电视广告推广此活动。由临时工和当地广播电视局执行。

活动期间宣传为各个专卖店，由各专卖店销售人员执行。

活动预算：

基础费用：广告费用、宣传单印制、及各种宣传费用、临时工工资及加班费、奖品等等。
预计本月促销活动期间成本费大概是 4 万元，以及各种应急费用 1 万元，一共 5 万元。

线上营销方案：

要有一支扎实的直播团队，打好预热

- ①在直播前，可以发动主播、团队在自己的社交领域传播（朋友圈、抖音、快手）；
- ②请服装 up 主进行宣传，吸引更多的粉丝来观看直播；
- ③服装企业也可以在自身官网、公众号也进行一波宣传（可先不公开全部衣服，引发用户好奇心，做好预热优惠、福利等）。

服装选品这样选

- ①女性的购买欲一般很冲动，可以在选品时着重于女性的服装，T 恤、连衣裙、半身裙等；
- ②选择适当的时间点，展示引流爆款，抓住时机提升直播间人气，来一波涨粉；
- ③对商品上架顺序不要过于死板，可根据观看人群的需求进行调整，必要时可采取饥饿营销。

精准维客留客，微信生态内“精耕细作”

目前有很多服装企业主也都在利用微信做营销，期待利用新媒体营销获得更大的市场，但定位精准人群是重中之重，要根据服装产品类别、不同的年龄层次，定位潜在消费用户。我们从朋友圈和社群两种来说：

朋友圈营销

就是指将企业的优惠活动，用文字形式、图片形式或者图文结合的形式发在朋友圈，以此来激发朋友圈里的潜在用户。但是如果是利用朋友圈营销，就需要注意每天的发布时间，比如一些高峰期，午晚餐前后，上下班的时间节点，这样人们刷朋友圈的几率会很高。

社群营销

通过建立社群，把老客户和潜在客户拉进群。在群里通过发红包、开展优惠活动来增加粉丝粘性。其中，根据不同消费水平的人群建立不同的社群，分别来进行服饰的推荐、发布。如有新款式还可以发到相应的社群，测评用户的喜爱程度，维护好粉丝的关系，突出产品件数的限制性。

案例：某女装个体经营者，利用周围人脉，来建立专属社群形成庞大的潜在用户群体，并按照不同的消费水平，分别建立不同的社群（普通甩货群、VIP群），在这样不同的社群内定时定量的发布多种服饰品类，秒杀款等，从而进行分层级营销，来吸引潜在客户咨询，从而进一步促成转化。

案例：某自营服装老板利用朋友圈营销的方式，通过图片、文字+优惠活动的方式来每天定时定量的发布产品，文字上着重强调“便宜、价格感人、白菜价”等字眼，来突出产品价格的平易近人，通过不同的衣品款式和不同价位的产品来吸引朋友圈内的潜在用户，通过增加发布频次来吸引用户要求，刺激消费。