# 最新品牌服装营销策划方案(五篇)

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2024-07-01

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。品牌服装营销策划方案篇一韩国时尚女装，主...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**品牌服装营销策划方案篇一**

韩国时尚女装，主要以针织上装为主。

二、店面装修风格：

高贵典雅的装修风格，店面色彩以咖啡色为主，米色为辅，装修材料主要以纤维为主，体现购买者(女人)的唯美感和曲线感，吸引顾客进店。

三、店内人员的配备：

2到3名导购员，要求有较强的服饰搭配能力，了解服装的面料及制作，对工作认真负责。性格开朗大方，有亲和力，语言表带能力强，能给顾客提供很好的着衣建议。

四、促销方案内容设计:

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，与顾客建立长期合作关系。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，到富二来购物的顾客更不是很多，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，限度的拉动现场的零散顾客来我们的店里购买商品。

5、我们在做调研期间给每位顾客留下了信誉卡，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。并精心为顾客准备了购物袋，在每次销售完成后用logo的粘贴封袋，让顾客记得我们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。

**品牌服装营销策划方案篇二**

一、总则

1、制定目的：为规范本公司销售管理，提升经营绩效，特制定本办法。

2、适用范围：本公司各单位销售人员管理，除公司另有规定或协议外，均依照本办法执行。

3、实施细则：由各单位拟订各自的“销售管理实施细则”，报公司总经理核准后实施。

二、销售人员

1、销售人员的聘用、考勤和离职按相关法律法规和公司规章制度执行。

2、销售人员的工作主要是留住老客户、发展新客户、促成交易、合同履约、收集和传递市场信息。

3、销售人员应保守公司商业秘密，更不得诱劝客户将公司业务转移或外流。严禁挪用公款、收受回扣及以不正当手段和渠道支取货款。

三、营销计划

销售人员根据个人的年销售指标制定营销计划，经主管审核同意后实施;该计划包括销售指标分解，及开拓市场、增加销售量的设想和措施。

四、营销过程

1、销售人员必须根据业务开展情况真实完整的填写“工作日报表”和“客户档案表”，并定期进行书面工作总结;各单位每月汇总“客户档案表”，在次月10日前必须提交公司行政管理部一份存档。

2、各单位开发的客户须及时向公司总经办备案，如市场出现“碰车”现象，由公司总经办以“先入为主”原则予以协调。

3、销售时，原则上要经过单位业务部门组织合同评审后签订经济合同，合同签订后3日内由业务主管部门向公司财务计划部、总经办、行政管理部各交一份原件备案;对信誉较好的老客户经单位业务部门同意后，可由用户负责人签字的采购单为订货依据;合同额十万元以上的原则上要有预付款。

4、销售利润率低于20%的拟签订的经济合同要通过公司总经理办公室组织合同评审后决定。

5、销售人员负责合同履约，并按约定回收合同款项(包括尾款或质保金);因销售人员个人原因不能收回货款、形成呆坏帐造成公司损失的，由销售人员付连带赔偿责任。

五、销售价格

1、内部报价：

a、原材料价格不易变化的，由生产单位定期或不定期主动向公司各销售单位提供内部报价。

b、原材料价格易变的，由购货单位书面(盖章)询价。

2、对外报价：

⑴各单位可根据该单的回款方式、总利润、竞争程度等具体情况定价，明确每位销售人员的折扣权限。

⑵客户还价低于公司定价标准、或超越销售人员的折扣权限，须报业务部门主管批准。

⑶公司内部报价和折扣标准等公司内部商业情报，严禁对外泄漏，违者追究相关责任。

六、业务费用(含差旅费、公关费)

1、销售人员在跟单过程中借业务费用，需事先请示主管，具体审批权限见《公司资金支付审批流程》。

2、业务费用标准：

⑴销售利润率低于25%时，业务费用为销售差价的20%。

⑵销售利润率等于和大于25%时，业务费用为销售额的6%。

⑶业务费用大于销售额的6%的，按超出部分在销售人员的业务提成中列支。

七、销售人员薪资福利待遇

1、销售人员试用期工资不低于当地最低工资标准，具体由各单位制订，报公司总经办批准。

2、转正后销售人员薪资结构为“月工资+业务提成+年终奖励”具体由各单位制订，报公司总经办批准。

⑴月工资，根据销售指标完成情况确定。当完成累计销售额达到升档标准，当月即可享受同档标准月工资。

⑵业务提成：

a、按超价部分的50%在销售款回笼当月结算。

b、至发货之日起，除质保金外，其余销售款在2个月后按月息1%计息。

c、除质保金外的所有销售款回笼后，方予业务结算。

d、有质保金的合同，留结算额的20%待质保金回笼后再支付。

⑶年终奖励：公司根据销售人员的销售绩效、业务素质、客户满意度、市场占有率和公司整体效益等综合因素考虑年终奖励。

3、销售人员的福利待遇按公司《员工手册》执行。

八、附则

1、公司按销售额的2%提取市场服务费，用于市场回访和优秀销售人员年终奖励。

2、非市场营销人员利用自有社会资源，在不影响本职工作的前提下协作销售，可按销售额或利润提取一定比例的奖金，具体由各单位根据该单的回款方式、总利润等具体情况定。

3、其他特殊市场营销人员政策见公司《特殊市场销售管理办法》。

4、本办法由公司总裁批准颁行，于20\_\_年\_\_

月\_\_日起生效。

品牌服装营销策划方案篇三

一、前言

顾客需求不仅是市场营销的起源，也是营销策划的基础。需求是人们有以能力购买且愿意购买的能满足其欲望的状况，需求不是由社会和企业经营创造的，而是存在于人类本身的生理组织和社会地位状况之中。随着网络营销普遍应用于各个行业，服装企业网络营销已经由最初的构想发展成为具有明确的盈利模式的商业形态，如今在服装网络营销领域已不乏成功案例。但是纵观国内整个服装行业，服装企业网络营销的效果还是有很多的提升空间。譬如大码女装行业，如今肥胖人士的不断增加，同时也带动了对大码服装的需求。

二、营销环境分析

从营销方式来讲由于大码女装行业尚处发展阶段，所以仍采用保守的、落伍的营销方式。产品经过几道环节后才末了到达终端顾客手中。这种经营方式的弊端是：商品流畅周期长，层层加价使商品价值居高不下。批发店成本小;产品相同，短缺个性，价格杂乱，货源相对较少。

以目前社会情况来说，肥胖人士的不断增加，大码女装需求也同时增加，市场缺少了肥胖人士所需的尺寸，对肥胖人士来说是个很大的困扰，大码女装的出现，便能使她们能最求时尚与美

三、市场时机与问题分析

(一)市场机会。

(1)看待大码女装行业这个夕阳产业来说。生计的机会很多，由于它在很多方面都有行业空白。譬喻：品牌、特色、编制等等，都存在着空白。

(2)由于现在人体重的不断增加，为大码女装行业营建了一个千载一时的发展机遇。合身并且适合自己的衣服愈来愈遭到民众的接待。从整个大码女装行业发展的态势来看，大码女装行业的发展尽头十足，发展潜力庞杂。

(二)市场问题分析。

(1)中国内地相当一部分企业处于手劳动坊的阶段，技术含量低，设立才智不够。所以，我们必需找到优良的、高品质的货源。

(2)行业中，档次、价格较量混乱。所以，我们必须制定出规范的咀嚼、价格系统。

四、营销战略

1、产品战略。

找几位不同体重阶段的模特试穿衣服，做好尺寸介绍，便于消费者参考，借鉴。产品要个性话，时尚化，有自己特色。

2、价格策略。

由于本店还在推广阶段，所以采取中低定位以吸收消费者，边界在50元-100元之间。在成熟阶段，将提高价格。

3、渠道策略。

(1)网站推广计划。

①e-mail策略。

向邮件列表用户介绍产品讯息。

②链接策略。

将网站登录到行业站点和专业目录中、将网站提交到主要的检索目录。

③摸索引擎策略。

向搜索引擎提交网页、调整首要形式页面以提高排名等。

(2)整合推广。

a、网站流量推广策略：关键还是流量问题，这个过程中会用到许多网络营销方法。

b、外部链接推广：友情链接策略的使用。

c、病毒式营销策略：具体的策略需要灵活运用。

d、其它推广：关注网络变化，开发新的推广手段。

4、促销策略。

(1)推出季节特色产品。(2)特价产品。(3)买n包邮。

**品牌服装营销策划方案篇四**

服装店做促销活动是必要的。无论是淡季还是旺季，只要你比竞争对手好一点儿，你的收益就会非常大。做促销活动就是利用不同的时间、节气、节日、机会对服装以不同销售方法进行销售，最后达到增加销售额这一总目标的短期销售行为。服装店不能天天开门等客上门，还是要不断的搞活动让店铺动起来，让客户感受到你这个服装店是活店而不是死店，那样销售情况一定不会差。

具体服装店促销方法一般分为以下几种

一.传统节日期间的促销活动

中国的传统节日还是比较多的，春节，元旦，端午，五一，十一，六一，还有圣诞，不同节日都应该采取一些促销活动，这些活动是必须的，因为人们在这些节日有更多的消费购物的时间。节日期间的活动除了上面讲的几个外，最主要的还有下面几种。

1.服装店促销活动：购物抽奖的活动

节日的时候是人流量时候，很多客户都是轻松的心态，如果店铺在节日期间举行只要购物就能参加抽奖活动，这个活动的重点就是活动奖品的设置，能不能让本来没有购买欲望的客户看到奖品后愿意购买并得到一次抽奖的机会，这个才是店主需要考虑的。一定牢记，奖品的设置可以高点，可以通过中奖率控制利润。

2.服装店促销活动：新款全部打折的特卖

客户永远对新款是感兴趣的，节日期间大家都是冲着放松的心态，如果真的有新款又能打折那只要是适合自己的当然会买一件。所以店主在节假日时候储备一些新款，可以在走新款的同时夹杂一些旧款，不要在乎一个两个客户说你以旧充新，因为你永远也满足不了十个人的口味，更何况是千千万万的不同消费者。目的明确就是以新款的促销带动旧款的走量。当然新款的比例还是要把握好。

3.服装店促销活动：超低价特卖

4.服装店促销活动：节日消费积分兑换促销

就是在节日这几天举行与人民币币值一致的积分兑换活动，类似于满就送的活动，但是这个是将金钱的概念转换成积分的概念，只是概念的不同但是目的还是一样的，刺激消费，勾起继续消费的冲动。这个积分的级别设置也有两种方式，一是只要够这个积分就可以兑换相应的产品，好处是积分门槛低一些，可以让很多的人都享受到这样的兑换，二是设置不同的积分兑换规则，每个级别兑换的产品也不同，但是差距不要太大，这样有利于客户攀比的心态产生。当然所有前提还是合理积分档次的设置和赠送产品的档次，是否可以勾起客户继续达到积分的购买欲望。

这个活动主要目的不在于盈利，而是在于如何吸引客户进店，只要有人气就会有销量，这个活动应该是以库存或者厂家原价甚至是不计成本的产品，促销的价格不按常规，赔一些进去搞特价只要有人流就是值得的，当然这个量的把握就看店主了，还有就是时间段的把握，早人最多的时候大张旗鼓的搞，一定会有意想不到的效果，根据自己的能力量力而行，不要不切实际，搞的赔了特卖的钱也没有多少人流量和销量。

5.服装店促销活动：买一送一的活动

至于送的这个“一”。我觉得应该根据不同节日而送不同的产品，其实这个送的礼物价格都是算在这个产品的价格里面，或者是用一定的折扣价来等价送礼物。就是原价没变，但是礼物的价格就等于是一定的折扣价。在商言商，既然是买卖。那送就一定要有理由。

二.换季期间的服装店促销活动

每年的季节交替时候是所有店主都忙碌的季节，当季的服装服装没有及时清货处理，那直接就变成一种不良资产，为了达到这个目的，店主一般应采用以下几种清货方式，

1.服装店促销活动:一口价论堆清货

这个方法适合的是季末上新款开始多起来的时候，很多当季的已经基本走不动情况下。至于时间的掌握完全是和当地的气候和换季时间联系的，店主可以自己把握。这个活动的好处就是把该清的全部清掉，至于赚多少就不要太狠了，想清楚一件事，就是这些季尾的尾货如果一旦错过这个清货的季节，也许来年就是垃圾一堆。所以一线女装还是告诫给为店主，让你的钱活起来，压货不是本事，流动资金才是你发展的法宝。

2.服装店促销活动:超低价分批清货

这个方法的好处就是在其他服装价格没有变动的情况下，对其中一部分相近价格的服装集中清货，可以搞一个大推车，或者店铺中设置一个特价专区，如果清的不好，就在价格和货品上进行调整，如果清的好，就不断的分批分阶段清货，当然在清货的时候其他还能卖的价格波动不要太大，因为只要是要给客户一个差价的感觉。

3.服装店促销活动:满就送的活动

这个活动一线女装在不同时期都可以采用，做个活动我觉得就是要大张旗鼓的宣传，在店铺醒目的位置一定要用的好报宣传活动，至于满多少送什么就要看店主自己的斟酌了。目的还是以大量走货为主，这个活动还可以分为两种方式，一种就是满几件就送，另一种就是满多少总价之后在送，但是这个活动的要点就是不要让客户觉得你送的东西不值得，这样做可能还会让客户产生一种被欺骗的感觉。所以在送什么的问题上三思后行。切记。

4.服装店促销活动:议价的店铺分区分价销售

可以在季末清货的时候采取分价进行促销清货，具体就是把差不多同一价位的服装分别陈列在不同的区域销售，然后统一标价，销售的时候也可以采用折扣的宣传方式，至于价位的把握肯定不能恰到好处，但是该一刀切还得一刀切，好货里面夹杂不好走的，至于价格阶梯的分布一线女装建议还是不同阶梯的好，因为只要客户一眼就可以找到自己的消费价格之内的服装。做到这一点就需要店主合理分配不同价位服装的陈列和价格区间。

5.服装店促销活动:全店服装打折销售

折扣保持在“少赚”这个概念之内，可以在店门口货店内全部以季末清货的大幅海报吸引顾客。口号就更多了，比如像全场\_折，季末大清仓、折上折的形式出现，当然这个折扣的比例还得店主自己拿准。这个折扣的方式是适合于一口价的店铺，至于议价的服装店可以采取下面一种方式。

三.其他服装店促销活动

1.服装店促销活动:周末促销

这个促销是每周必须有的，方法一般有几种，一种就是特定日期特定产品的折扣销售，因为服装店生意的几天就是周末那两天，如果可以有一群自己的忠实客户，只要周末都会去你店里，那产品虽然有折扣，但是长期效益确实不可小看的。另一种就是特价吸引人流，每周不同产品不同价位，短短周末其实人流量还是有限的，怎么吸引客户的购买欲望和眼球，就看各位店主活动的方法呢，一般注重到活动新颖，学会造势，让利客户就可以了。

2.服装店促销活动:开业促销

开业促销一般都是以折扣价或者买就送的促销方式，最重要的就是促销也是一种档次的，尤其是第一次开业大酬宾的促销，记住一定不要用清货的方式来促销，一定要让客户知道你店铺的风格，档次的定位。正所谓第一印象很重要。让客户知道你做的活动是一种让利于消费者的优惠活动。

3.服装店促销活动:店庆促销

这个促销应该是幅度比较大，具体方法比如在店庆这一天给每位购物的顾客适当的优惠或折扣，也可以为每个进店购物的客户赠送一些值得纪念的小礼物。这个促销一般就是一天，多了反而不好，这天的销售甚至可以全场优惠打折，至于日期的选择，就不要那么老实的选择真的店庆的那一天，选在星期天或者节假日期间，这样活动的效果会发挥到极致。

**品牌服装营销策划方案篇五**

一、营销背景

品牌口号

girlfriend,享你所享，只做自己。

目标群体

定位18-29岁年轻时尚女性，该群体具有一定的经济基础，具有较强的购买欲，追求潮流，时尚个性，敢于尝试新事物，追求自我。

品牌理念

衣服是配角，穿衣服的人才是主角

品牌背景

girlfriend进入女装已有10年，总部设在北京，在全国各地有108家分店，在市场中已有一定的知名度及稳定的顾客群。

二、市场分析

a.市场环境分析

潮流服装逐渐成为服装行业的主导，就那女性服装市场来说女装市场一直是服装市场的大头，其一直引领着时尚和潮流，是时尚、个性的代表。女性购买服装的频率和金额是所有服装消费群体中最多的，有“得女装者得天下”一说。

b.产品分析

以潮流与时尚为主导，定位消费群体的年轻一代!

c.消费分析

年轻一代服装消费的主导为潮流与时尚服装为主导，在消费方式是以简单、方便为导向。

三、策略分析

a.价格策略

我们采用会员积分制及不喊价、不还价，的销售模式，这样为我们年轻一代提供了更多的方便。

b.渠道策略

销售与实体专卖店相结合。

c.促销策略

1、凡在本店消费满200元的顾客可免费办理会员卡。

2、会员积分制：凡在本店消费的会员可享受积分活动，采取“一元一积分制”，会员生日当天可享三倍积分及全场8.8折(特价商品享受积分活动不参与打折)。积分可在每年店庆活动期间换购礼品，积分一年一清零。

3、本月正值girlfriend十周年店庆，在享受以上两种优惠活动的同时享受购物满188元送10元代金券，购物满288元送20元代金券，购物满388元送30元代金券，以此类推，1088元封顶.

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找