# 最新服装营销策划书方案 服装营销策划书论文(7篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-12-22

*服装营销策划书方案服装营销策划书论文一当今的服装市场是品牌竞争的时代，公司新品牌的进入就像往大海里投入一颗石头，怎样才能使品牌在商海中激起层层浪花，从而达到品牌在消费者中的知名度，是公司在广告策划中希望达到的效果。1、市场定位：以广州、成都...*

**服装营销策划书方案服装营销策划书论文一**

当今的服装市场是品牌竞争的时代，公司新品牌的进入就像往大海里投入一颗石头，怎样才能使品牌在商海中激起层层浪花，从而达到品牌在消费者中的知名度，是公司在广告策划中希望达到的效果。

1、市场定位：以广州、成都、沈阳三大城市为中心辐射其周边城市和全国市场。各种活动以成都、沈阳为主。

2、商品定位：

简洁、优雅的高档次，中价位的女性时装

3、广告定位：时尚、优雅的欧陆风情

1、对店员全面、系统的规范化培训；

2、制定一些对店员的奖励制度，提高其积极性；

3、不定期举办时装展示活动或与其他类品牌举行联合促销活动；

4、参加7月25日～27日的深圳服装展，并召开新闻发布会，邀请各类媒体和潜在经销商参。

1、广告目的：经过今年秋冬的广告攻势，在广州、成都、沈阳三地的消费者心目中，初步建立公司品牌的知名度和好感度，并且能够在这三个市场中站稳脚跟，实现公司的销售目标。并且以此为中心，吸引周边城市的潜在经销商加盟。

2、广告分期：

①引导期：

主要任务是吸引消费者对品牌的认识和接受；

展示品牌的独特魅力和产品特色；

初步树立品牌的形象。

②加强期：

深度引导消费者，塑造对产品和品牌的信赖感和好感，抢占市场；

由点带面，吸引其周边市场的经销商。

③补充期：

以各种sp、促进销售，使品牌形象及产品销售走向平稳和发展，进一步吸引经销商对加盟品牌的信心。

3、诉求重点：

时尚、优雅的欧陆风格

环保的仿毛皮大衣

高贵品位的低价产品

4、策略建议：

②、拍摄并制作一册高档次的画册；

③、设计制作一份精美的加盟手册；

⑥、促销活动：

引导期：

几个销售终端的建立

vip卡的免费派送

开业活动

加强期：结合当地市场，实行联合促销、招商会

补充期：在各种节假日实行sp活动

1、广告媒体策略：（见附件1）

2、画册制作策划

宗旨：高档次的、时尚的

风格：欧洲风情

模特：2个外国模特（身高172—178cm，之间，成熟专业女模特）

摄影师：广州有名望的摄影师

3、深圳展会策划

展会地点：深圳

展会时间：20xx年7月25日—27日

活动目的

—展示公司品牌形象

定位：直接对经销商公关：利用全国各地经销商聚集的机会，用良好的品牌形象、先进的管理理念和优惠的加盟条件吸引经销商的合作。

展示主题：以高档、简洁的风格重点展示品牌形象，产品展示作为辅助性

广告：会刊广告一版（16k）、 《中国服饰报》 、 《服饰时报》 《服饰商情》（七月份第四周）

准备宣传资料：手提袋、加盟手册、产品画册、媒体邀请函、商家邀请函（由策划部董见波设计完成）

会场人员配置：3—4人（负责接待，发放邀请函、品牌和产品讲解）

**服装营销策划书方案服装营销策划书论文二**

双12·狂欢季

20xx年12月12日—12月13日

1、20xx年新品会员享8。8折优惠；

2、部分产品7折起；

3、满额换购，聚划算

一次性消费满1000元，加12元即可换购价值200元以内的商品；

一次性消费满20xx元，加12元即可换购价值400元以内的商品；

一次性消费满3000元，加12元即可换购价值600元以内的商品；

一次性消费满4000元，加12元即可换购价值800元以内的商品；

以此类推

本次活动最终解释权归努xx男装直营店所有。

**服装营销策划书方案服装营销策划书论文三**

服装营销是一门基本技能课，是市场营销和服装销售的结合，是市场营销原理在服装业的综合运用。下面是小编为大家整理的关于服装营销的活动策划方案，欢迎大家的阅读。

华夏民族夏日服装展示活动

1、通过该活动进一部激发民族创新意识，响应国家’’建设创新型国家”的号召。

2、推动我国服装业自主创新意识的形成与发展，增强我国服装的自主设计能力，宣传并打造我国品牌服装，转变我国服装业的增长方式。

3、继承并发展我国的服装文化，推动我国民族文化的振兴。

4、丰富校园文化活动，为海大学生创造一个锻炼自我能力展现自我才能的平台。

5、打造中国民族企业中纺基团公司的品牌形象，让中纺集团公司早日走向世界，服装展示策划方案。

6、锻炼公关六组学生的公关交际、公关策划、公关组织能力，增强六组这个组织的名誉度与美誉度，为六组学生的发展创造一个优越的环境。

1、初步准备阶段：9月10日—9月30日

2、正式进行阶段：10月2日—10月4日

3、活动闭幕阶段：10月5日

海南大学第一田劲场

公关六组

海口市电视台，海南大学艺术学院，海南大学记者站，海南大学形象与礼仪协会。

1、时间： 9月10日—9月30日

2、组织人员安排：

江姗：项目经理，作为此次活动总负责人，领导全局，安排主要工作，协调人际 系， 并与李强主管商议确定评委人选。

袁超：负责财务安排，编写财务预算

邓梅君：负责参与设计同学的报名，作品的收集，以及联系中纺集团公司海南分公司设计部制作参展学生的设计方案，。

文思：负责联系海口市电视台海南大学记者站，做好活动各方面的宣传工作。

刘晓琴：负责活动所需物品的准备，做好活动期间的后勤工作，最后进行参赛作品的成绩汇总。

萧譍铭：负责联系海南大学艺术学院与海南大学形象与礼仪协会，做好活动期间各项节目的设计、准备与排练。

袁博：负责活动期间会场的设计与布置工作，购买相关奖品与道具。

王文龙：主持活动正式进行阶段各项工作，协调好各方面的工作。

李强主管：中纺集团公司海南分公司此次活动筹备工作负责人，选择公司的参展服装作品，联系一些民族服装企业代表等工作。

3、报名安排：

4、报名时间：9月10日—9月20日

5、宣传准备：首先由海口电视台以广告的形式将此次活动向社会各界宣传，吸引服装企业界的注意力，让服装厂商派代表参展;让民族文化界知名人事也参与此次活动中来，并为此次活动写些有关文章进行宣传，让公众进一步了解此次活动的重要意义。其次，由海南大学记者站在校刊上校报上写文章在校内进行宣传，并以广播的形式向全校师生公布相关流程;最后，以海报通知的形式进行介绍本次活动的参与方法以及重要意义。

6、活动道具准备：由袁超与刘晓琴负责准备相关演员化装品衣服，联系舞台搭建商与音响租用等商家，以及购买其他所需物品。

1、时间： 10月2日—10月4日

3、设立场地前台接待由形象与礼仪协会派会员担任。

⑴负责参展企业报到登记 与参赛学生的贵宾入做

⑵根据参展报名情况落实参展证的派发和展品进入场地确认

4、由张主管亲自安排本公司以及参赛作品的场地以及派业务人员进行作品介绍。

5、活动开幕式：首先由中纺集团公司海南分公司总经理发表讲话。然后由主持人介绍此次活动重要佳宾与参赛人员。

6、王文龙与节目主持人共同安排节目的各项工作，其余工作按事前安排有序进行。

7、由刘晓琴对评委的评议与打分进行汇总，选出各等级奖的得主。

8、由文思主持电视台记者做好相关拍摄工作。

9、由中纺集团公司海南分公司的相关人员登记其他企业代表对其评价较高的参赛作品进行连接登记，在活动结束后进行合作谈判，使得参赛人员的作品可以服务社会，获得专利。

1由与会重要佳宾以及活动负责人为获奖佳宾颁奖。

2由海南大学艺术学院院长发表重要讲话，并阐述此次活动的评价与意义。

3晚会以我国传统音乐结束。

4最后由组织人员有次序的安排到场人员的退场。

（一）主会场租金 ：20xx

（二）会场气氛布置：20xx

（三）设备租用：

投影仪 有线话筒 无线话筒 桌椅 音响2500

（四）舞台搭建商： 3000

（五）广告宣传：

电视台 3000 同声传译设备500 会议资料300

纪念品奖品 1500 会场礼仪 300 代表证 300

广告牌 200 文件包300

（六）、交通通讯、联络电话费：500

（八）、员工劳务费以及艺术学院演员报酬： 5000

（九）、办公费用：1000

（十）、不可预见费用：3000

（十一）、根据会议策划需要的其它的费用（另议）

总计花费估计：30000

中纺集团公司海南分公司赞助费：40000

节余：10000

1、赞助此次活动能树立中纺集团公司的良好形象，为中纺集团公司的发展创造一个良好的社会环境，最为重要的是，学生的服装设计很可能为中纺集团公司打造一个个新的品牌，提升中纺的自主设计能力，增强中纺在国内甚至国外的影响力。而赞助此次活动只要40000元，对中纺如此大的企业来说，只是一笔小数目。

2、此次活动目的在于激发民族创新意识，响应国家’’建设创新型国家”的号召，因此它会得到社会各界的积极响应。。

3、此次活动为海大学生创造一个锻炼自我能力展现自我才能的平台，学生的作品还有机会获得企业生产，获得丰厚的专利报酬，因此有这方面爱好的学生也会积极报名参加。

4、公关六组组员之间关系好，组员团结， 而且个人才能也比较出众，因此有能力组织此次活动。

**服装营销策划书方案服装营销策划书论文四**

感恩节是一个温暖的全球节日，世界各地的友人都会互相问候，互相表达谢意，世界各地充满着爱的气息。

在这个充满着爱意的节日，没有尊卑，没有冰冷的面孔，有的是节日下暖暖的问候，这也是零售、餐饮业等各行各业必将迎来消费高峰期，同时也是促销活动高峰期。也是我们通过感恩节促销活动，拉动产业销售，展示品牌热促销的时机。

暖冬传心意，惊喜数不尽。

店内所有商品(除配件)产品介绍：

xx的产品具有面料质地紧密轻薄，手感光滑柔软，光泽柔和，强力较好，耐磨性好，不虫蛀，不霉变。绚丽的色彩，青春的气息，潮流的设计，合理的剪裁，亲民的价格等众多特点。

(1)活动时间：20xx年xx月xx日

(2)活动地点：xx奉节专卖店

(3)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xx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xx服装做好前期的`准备工作。

(4)主要活动内容及流程：

即日起，凡来xx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xxvip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xxvip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。

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。

通过此次促销活动，提高了本月销售产量和市场份额，预计该月销售额将达到平时每月平均销售额的140%，同时xx品牌的影响力也将大大增加，使更多的消费者信赖xx。

**服装营销策划书方案服装营销策划书论文五**

感恩节是一个温暖的全球节日，世界各地的友人都会互相问候，互相表达谢意，世界各地充满着爱的气息。

在这个充满着爱意的节日，没有尊卑，没有冰冷的面孔，有的是节日下暖暖的问候，这也是零售、餐饮业等各行各业必将迎来消费高峰期，同时也是促销活动高峰期。也是我们通过感恩节促销活动，拉动产业销售，展示品牌热促销的时机。

暖冬传心意，惊喜数不尽。

店内所有商品（除配件）产品介绍：

xx的产品具有面料质地紧密轻薄，手感光滑柔软，光泽柔和，强力较好，耐磨性好，不虫蛀，不霉变。绚丽的色彩，青春的气息，潮流的设计，合理的剪裁，亲民的价格等众多特点。

（1）活动时间：20xx年xx月xx日

（2）活动地点：xx奉节专卖店

（3）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xx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xx服装做好前期的准备工作。

（4）主要活动内容及流程：

即日起，凡来xx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xxvip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xxvip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。

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。

通过此次促销活动，提高了本月销售产量和市场份额，预计该月销售额将达到平时每月平均销售额的140%，同时xx品牌的影响力也将大大增加，使更多的消费者信赖xx。

**服装营销策划书方案服装营销策划书论文六**

对于服装行业来说，打造的自己的品牌代表着未来中国服装行业的一个发展方向，前景非常广阔。只有有效利用各种资源，充分挖掘消费者的潜力，弥补市场空缺，发展自己的品牌，才能在竞争中立于不败之地。

目前服装店众多，更是琳琅满目，但是产品质量存在良莠不齐的现象。我们的营销方案是通过对市场的现状和发展环境，做出拥有自身特色的品牌服装。我们以中端品质定位和高性价比为品牌特色，以当下流行元素的完美结合形成品牌竞争力，通过对商品合理的定价和两种主要的促销方式(降价促销和赠品促销)以及适当的广告宣传来打开市场，推广我们的品牌――“完美”。

最后，通过详细的策划和活动安排以及严格的评估审核，保证了计划的可行性，从而完成了整个完美套装营销方案。

1.树立品牌形象

随着时代的不断发展，人们对时尚的概念逐步加深，追求流行美的意识也逐步加强，这对现在的服装店是一个考验。本店“完美主义”预期通过实体商城平台实现“完美”品牌的套装经营模式，并提供到位的服务树立自己的品牌形象。

2.推广品牌理念

以“时尚搭配，完美套装”为经营理念，真正独家推出最时尚的.从头到尾全套搭配设计。产品类型定位于各类潮流女装款式：韩版流行，欧美复古，日系甜美，民族风服饰等等。我店“完美主义”通过专业的设计满足消费者对服装审美的要求，并且为顾客节省了大量进行服饰搭配的时间和精力。

3.提高市场占有率

在品牌形象树立及套装理念推广后，可趁机加大对本品牌套装的宣传力度，在消费者观念进行转型以及竞争对手方向转变的不成熟期吸引大量的忠实客户，扩大市场的占有率，进一步提升品牌知名度，使“完美主义”的“完美”品牌能长久立于不败之地。

中国服装市场是一个正在加速扩张的市场，消费潜力也在逐步得到发掘，中国服装日益向休闲化、多样化、个性化、时装化和品牌化发展。

随着人们生活水平的提高，服装购买和消费的过程，已经成为一种包含幻想、情感和乐趣的行为，成为一种愉悦的个人体验，充分展示着消费者的地位、教养、鉴赏能力和经济实力。服装消费不仅仅是消费服装本身，同时还消费着品牌的文化、企业的服务以及企业提供的资讯。消费者的消费心理逐渐成熟，消费的主体正由中低档向中高档转变，高档需求所占的份额逐渐增大。另外，消费者对服装时尚的追求越来越强烈，对产品的款式、质量和知名度有较高要求，服装消费紧跟国际流行时尚。

在消费者其中，女性消费这已经成为了消费的主力军，主导着消费的潮流。可以说谁占有的女性消费市场份额越大，谁就越能吸引女性消费者，就越能成为消费市场的赢家。女性消费市场是一个潜力极大的广阔市场。女性消费者是市场中最为活跃的主角，面对庞大的女性消费世界，生产者和经营者具有同等的市场机会。如果企业能够多争取到一位忠实的女顾客，就可以通过这条渠道而联系和争取到她周围的许多消费者，从而扩大销售。

当今社会，消费者主要集中在女性，我们可以集中在女性消费市场，女性市场一直是服装市场的大头，引领者时尚和潮流。据统计，排在前十位品牌之间市场占有率不大，众多国内女装品牌基本定位在中低端市场，中高端市场女装品牌很少，市场机会很大。

但同时进军中高端市场面临很多问题和挑战，没有自己的品牌我们需要打造符合市场同时能针对消费者的特色品牌，提高知名度，提高市场竞争力。

第一年完成30万件销量，代表产品成功占领市场份额。第二年推出更多的产品，拥有10%的市场份额。

第三年年底，在消费者中拥有很高的品牌知名度。

主要从产品价格，促销，同时广告方面出发。

1.价格定位

服装销售比较自由，可以具有不同的风格，但是昂贵的服装在一般的消费群体中比较容易被排除。大部分消费者能接受的单件服装价位在300元以下，服装定价最好是以单件300左右的中等价位为主导价位，这样的价位比较容易让消费者做出购买决策，促成交易，提高成交率。

2.促销

采用样品派送和优惠组合套装的形式在终端布局促销，有效地加速品牌及产品进入市场的进程，促进消费者认识和接受，解除消费者对新品牌的顾虑，建立对产品的信心，以建立消费者的购买和消费习惯，增加产品的销售，提升销售额。

注重平面传播和口碑传播，进行得是结合各种媒体资源有计划得中长期整合传播，其专卖形象十分有特色。促销多以客户vip形式，给与客户更有价值、更体贴得服务，注重客户得品牌忠诚度;打折促销偶尔也做，多在节假日或换季时期，但折扣幅度较小。

3.广告

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，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。

报纸媒体

广告目的：说明针对女性特有身体曲线研发，引导新审美观。

a报纸

在诸如《扬子晚报》、《成都商报》、《华西都市报》等各类报纸上刊登连续性的广告，最好能以较大的篇幅，清新的色彩吸引人们的注意力。

b 杂志

由于我们的目标市场是在15―36岁的消费群体，其中主要是大中学生和白领阶层，因此我们应该在青少年杂志和白领阶层喜欢看的。

**服装营销策划书方案服装营销策划书论文七**

韩国时尚女装，主要以针织上装为主。

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，吸引客户进店。

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，能给客户提供很好的着衣建议。

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。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！