

## A 服装设计工作室网络营销策略研究



## 摘 要

网络营销作为一种新型营销方式，代表了我国服装产业新的发展走向。服装企业想要获得竞争优势，在竞争激烈的服装市场中占据一席之地，就需要迎合与互联网相结合的新的形势，积极开展网络营销。

服装设计工作室是小微服装企业中最具典型代表的一种运营模式，由于体量较小，在营销投入上资金较小，往往以固定的客户群为服务对象，所以导致整体的销售额较少，并不利于长久的市场发展和公司扩张。在网络营销如此迅猛的时代，这些传统的服装设计工作室都有机会乘势而起。现有服装网络营销的研究不能跟上服装网络营销模式的变化，因而对服装企业开展网络营销借鉴意义不足。因此，深入研究服装企业的网络营销策略能有效提升服装企业的市场竞争力，既具有一定的理论意义，也具有较强烈的现实意义。

所以本文以 A 服装设计工作室为研究对象，以 4P 和 4C 等营销理论为主线，深入剖析 A 服装设计工作室所面临的宏观环境和微观环境，进一步分析 A 服装设计工作室网络营销现状。运用 SWOT 理论策略，重点剖析 A 服装设计工作室市场营销策略中存在的问题，并提出了网络营销优化策略。以分析如何利用网络影响进一步加强自身的营销水平，在较低成本的情况下，进一步提高品牌的声量和传播量，并且提供更加多元化的服务给消费者。

**关键词：**服装设计工作室；网络营销；4P；4C

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/516004230013010213>