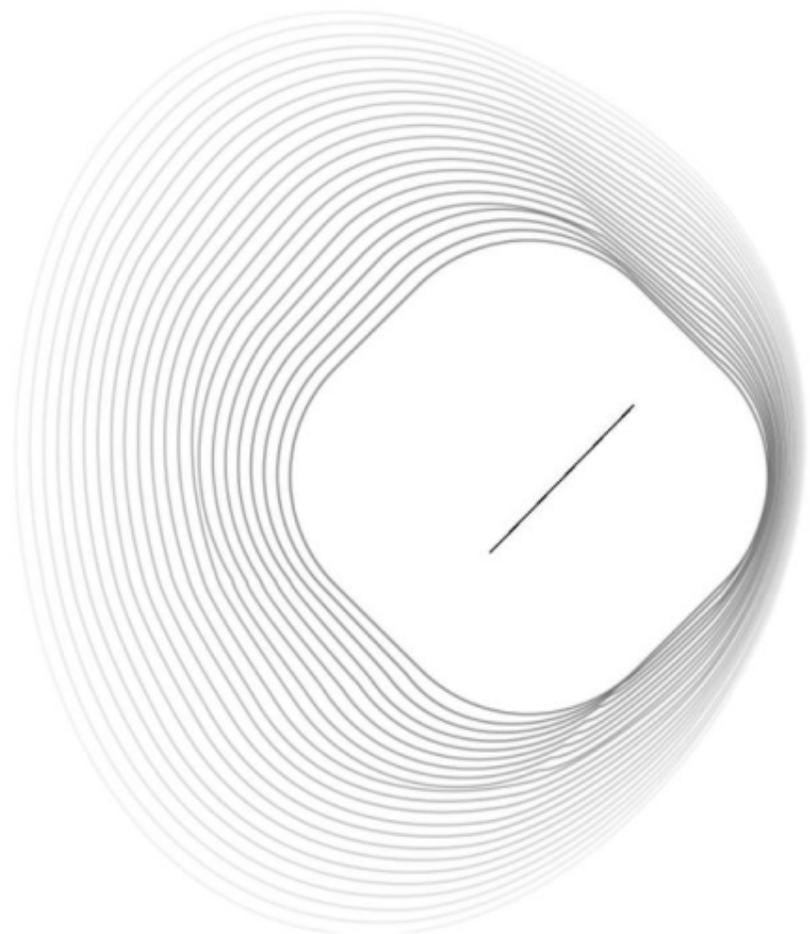
An abstract graphic on the left side of the slide. It features a large, light gray circle. Inside this circle, there are numerous thin, concentric, wavy lines that create a ripple effect. In the center of these lines is a solid black, irregular shape that resembles a drop or a teardrop.

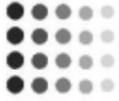
服饰营销进化论课件

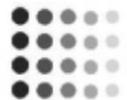
目录

- 服饰营销概述
- 服饰营销的核心策略
- 服饰营销的创新与实践
- 服饰品牌建设与管理
- 服饰市场趋势与未来展望
- 案例分析与实践经验分享



服饰营销概述





服饰营销的重要性

促进销售

通过有效的服饰营销策略，可以增加消费者对产品的了解和信任，提高购买意愿，促进销售。



满足消费者需求

通过深入了解消费者需求和市场趋势，服饰营销能够提供符合消费者需求的服饰产品和服务，提高消费者满意度。



提升品牌形象

通过服饰营销活动，可以提升品牌知名度和美誉度，增强消费者对品牌的忠诚度。





服饰营销的历史与发展

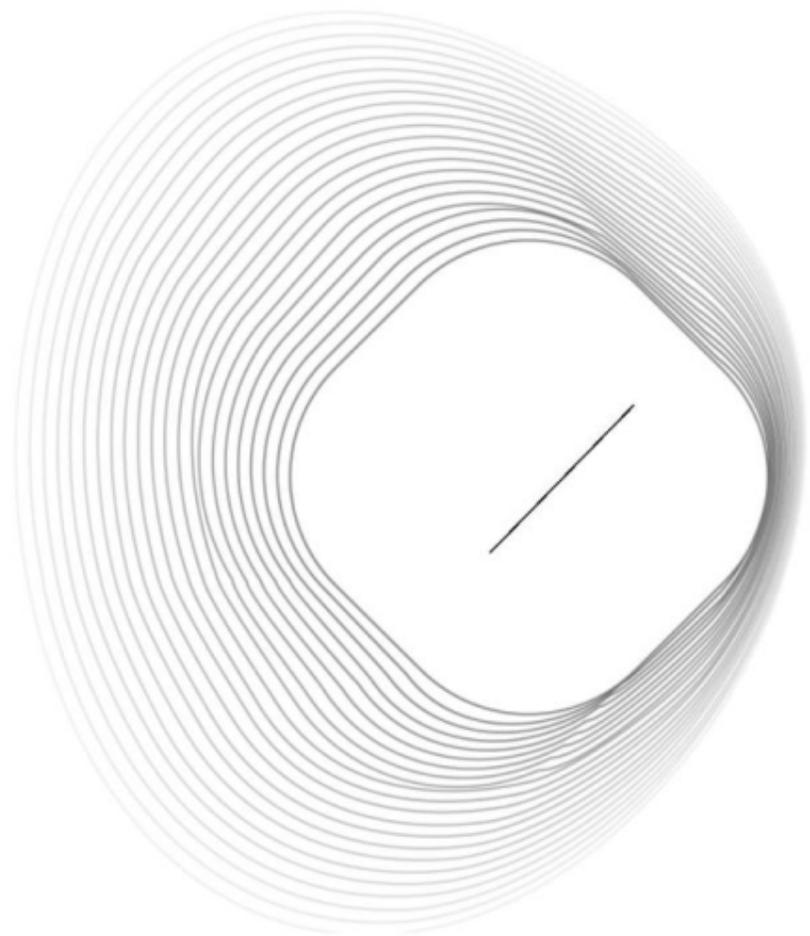
历史回顾

从最初的集市贸易到现代的电子商务平台，服饰营销经历了多个发展阶段，不断演变和创新。

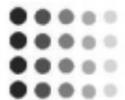
发展趋势

随着互联网和数字技术的快速发展，服饰营销正朝着数字化、社交化、智能化等方向发展，为品牌和商家提供了更多元化的营销手段和渠道。





服饰营销的核心策略



产品策略

总结词

产品策略是服饰营销的核心，它涉及到产品的设计、品质、功能和品牌形象等方面。

创新驱动

不断推陈出新，引入新设计、新功能和新材料，提高产品的附加价值和市场竞争力。

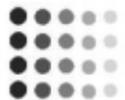


产品定位

明确产品的目标市场和消费群体，根据市场需求和竞争情况，确定产品的特点和优势。

品牌建设

通过品牌故事、形象包装和口碑传播等方式，提升品牌的知名度和美誉度，增强消费者忠诚度。



价格策略

总结词

价格策略是服饰营销的重要环节，它涉及到产品的定价、折扣和促销等方面。

1

促销活动

通过打折、满减、赠品等方式，吸引消费者购买，提高销售额和市场份额。

4

成本导向

根据产品的成本和预期利润，制定合理的定价策略，确保产品的价格具有市场竞争力。

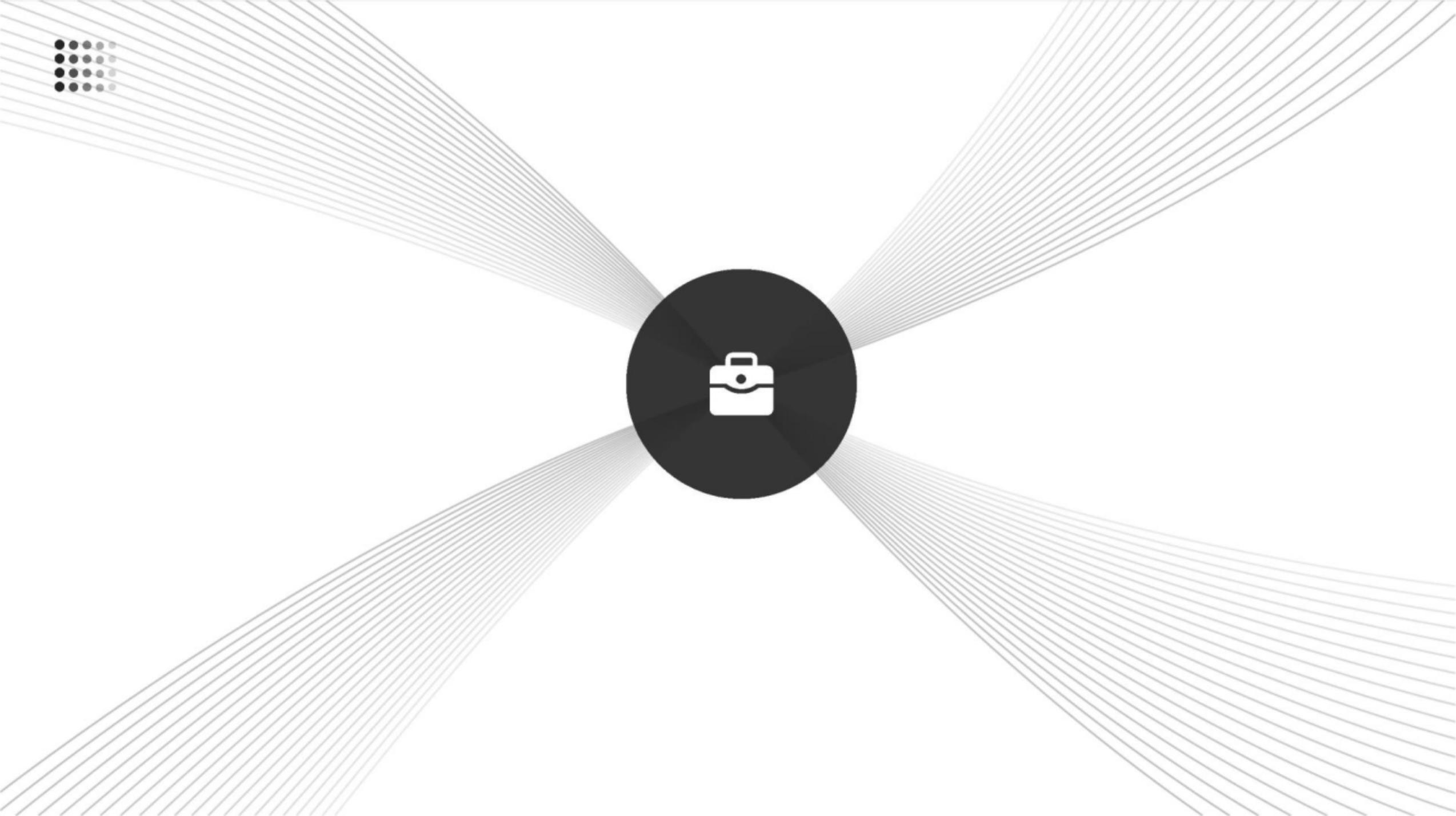
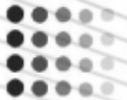
2

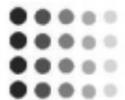
竞争定价

根据市场情况和竞争对手的定价策略，灵活调整价格，以吸引消费者并保持市场份额。

3



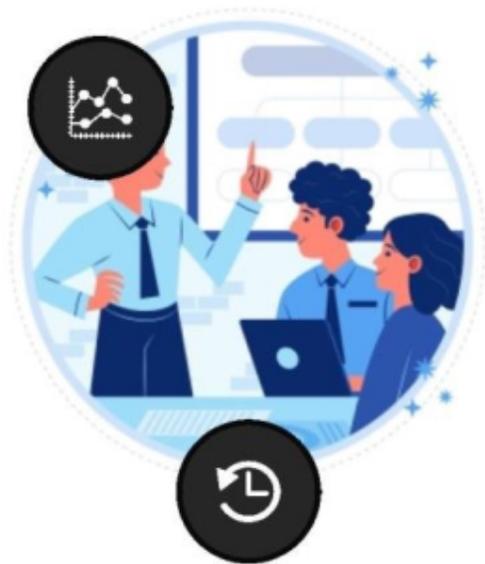




促销策略

总结词

促销策略是服饰营销的重要手段，它涉及到广告宣传、公关活动和销售促进等方面。



广告宣传

通过各种媒体和平台投放广告，提高产品的知名度和曝光率，吸引消费者关注和购买。

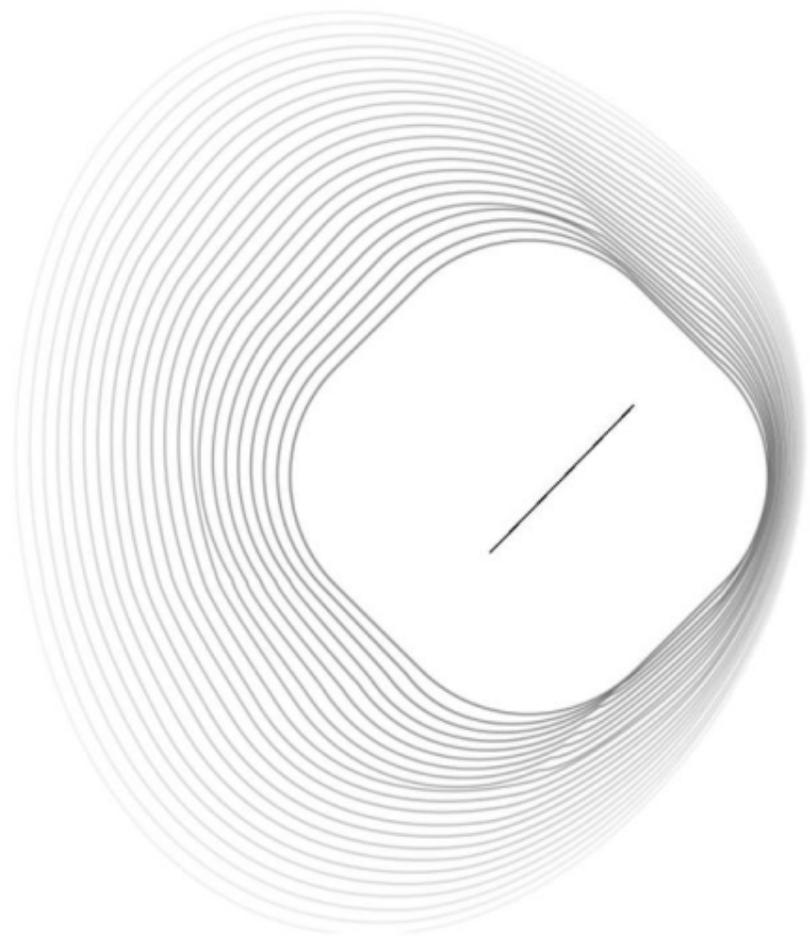


公关活动

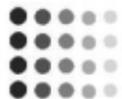
通过组织各类公关活动，如新品发布会、时尚秀和明星代言等，提升品牌形象和市场影响力。

销售促进

通过打折、赠品、会员优惠等方式，刺激消费者购买欲望，提高销售额和客户忠诚度。



服饰营销的创新与实践

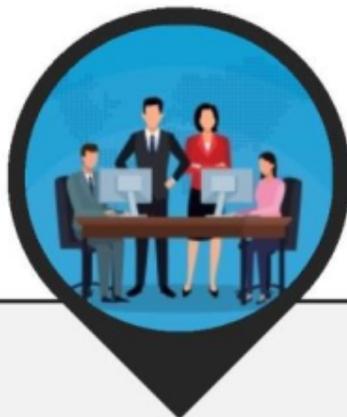


数字营销



数字营销定义

数字营销是利用数字技术，如互联网、移动设备和其他电子媒体，进行品牌推广、产品营销和客户关系管理的一种营销方式。



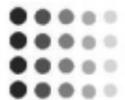
数字营销的优势

数字营销能够实现精准的目标客户定位，提高营销效果和转化率，降低营销成本，并能够实时跟踪和分析营销活动的效果。



数字营销的策略

数字营销的策略包括搜索引擎优化、电子邮件营销、社交媒体营销、内容营销、移动营销等。



社交媒体营销



社交媒体营销定义

社交媒体营销是指利用社交媒体平台，如微信、微博、抖音等，进行品牌推广、产品营销和客户关系管理的一种营销方式。

社交媒体营销的优势

社交媒体营销能够实现精准的目标客户定位，通过社交媒体平台的大规模用户基数，提高品牌知名度和产品曝光率。

社交媒体营销的策略

社交媒体营销的策略包括内容营销、用户互动、广告投放等。

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/807165013025006122>