# 服装定制店营销文案范文通用16篇

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2025-05-10

*服装定制店营销文案范文 第一篇一、店面销售商品定位韩国时尚女装，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...*

**服装定制店营销文案范文 第一篇**

一、店面销售商品定位

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。

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。

猜你感兴趣:

**服装定制店营销文案范文 第二篇**

>一、前言

“折扣服饰店”，说起来，现在的社会中并没有真正一些店是完全的折扣的，所以，也就只能从有打折扣的这些服饰店进行了解了。

服饰呢，对于每个人来说自然都是必不可少的，也即是说，服饰店的市场是很大的。这些服饰为什么要打折扣？原因是很多的，有些是作为过季产品进行折扣促销；有些可以是为了宣传而进行折扣；也有的可以是在某些节假日进行折扣促销，所以，不同的折扣方式也都会吸引不同的消费者。现在的人们，对于折扣而言，有很多都是有一定需求的。毕竟现在社会上，属于中层或者中下层的消费者为多，他们要的是实惠且也需要耐用的服饰，对于高档的服饰可能只有在过个年或者什么比较重要的日子时才会去买，所以这也给了折扣服饰很大的市场。

>二、服装总体市场分析

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位,可见衣服对于我们的重要性。

中国人口十四亿，庞大的人口基数本身就组成了一个庞大的服装消费市场。同时随着中国国民收入的不断飞升，在20xx年人均GDP超过了1000美元后，中国市场将进入精品消费时代，服装消费将不再仅仅为了满足其最基本的生存需求，将向更高的心理需求、自我满足需求跃进，特别是几千万人口跨入中产阶级后，其对反映自身社会地位和品位的服饰的需求将越来越迫切，将成就一批抓住了该阶层需求的服装品牌。国内服装市场将越做越大，市场细分将越来越小，但今后国内服装市场的消费趋势将集中在精品化和个性化上。服装市场细分分析：

1、性别细分

女装市场分析：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。因此众多企业和资源混战在女装市场里，女装品牌众多，各品牌之间差距不大。据统计，排在前十位的品牌之间市场综合占有率的差距并不大，总和也只在15%左右。国内女装品牌带有强烈的区域色彩，还没有一个能在全国形成规模和影响，例如颜色鲜艳、色块较大、结合时尚流行款式的“汉派”服装，带有江南文化气息的杭州女装产业和具有港澳风格的深圳、广东虎门女装产业。众多国内女装品牌其定位基本是定位在中低档市场，在中高档市场上还没几家知名品牌。

男装市场分析：根据国家\_20xx年第五次全国人口普查公报,中国男性人口数量为65355万人,占总人口的51、63%,比女性的比例略高,由此可见,中国的男装消费者构成了一个容量不容忽视的市场。目前我国男装业的发展已具有相当的基础：男装企业拥有现代化生产设备，产品市场定位相对明确，质量比较稳定。

2、年龄段细分

国内成年服装年龄段分类基本为：18—30，30—45，45—65，65—。

18—30：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，该年龄段人口在1、8亿左右，其中女性人口略多于男性，与中国总体人口男女比例相反。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚，追求流行、个性，敢于尝试新事物，容易接受各种新品牌。该群体中很大一部分容易冲动购物。是目前服装品牌最多，竞争最激烈的细分市场。

30-45：该年龄段的消费群体是服装消费的主要群体，是消费群体中购买单件服装价值最高的群体，该年龄段人口在3、3亿左右。该群体是消费群体种经济基础最为雄厚的群体，有较强的购买欲望。但该群体大多数人的人生观和价值观已相对成熟，因此对风格、对时尚有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低，购物理性居多。有相当部分品牌定位于此细分市场。

45-65：该年龄段的人口在2、7亿左右。该年龄段的消费群体事业有成，服装购买欲望一般，但对服装有一定的高阶需求（即品牌需求）。市场上适合该年龄段的服装品牌较少，往往是有购买欲望时，却找不到适合的服装品牌，特别是满足该年龄段的女性服装品牌严重缺失，市场机会较大。

65-：该年龄段人口在1亿左右，购买欲望较低，对服装的需求不是很强。对于该年龄段的服装品牌基本为空缺。

3、产品属类细分

我们将现有市场中主要服装产品的属类进行划分，他们包括：

a、商务正装系列

商务正装系列包括在正式商务活动及高级商务会晤期间所穿着的商务服装，包括如西装(套装)、燕尾服（宴会装）等类型的服装系列。此类服装代表着经典、非凡与高尚，被誉为“衣着贵族”。此类服装的市场需求量一定，价值较高。

b、高级时装系列

高级时装也被人称之为“明星服装”，因为这类服装往往价格高昂，诸如各类时尚晚宴及高级典礼之中进行穿着。此系列服装以奢侈、豪华为设计特点，大多以纯个性化（即个人订制）订购为经营模式。

c、“新正装”系列

随着“知识精英族群”日益成为都市社会的主流人群，品味休闲、人本与自然的双重追求成为时尚，大量生活化正装、休闲化正装、时尚化正装、商务休闲装的出现，跳脱了传统正装或休闲装的领域，这些都可以统成为“新正装”系列。正装休闲化已经成为了近年国际

服装市场的一大流行趋势，“新正装”概念正是近年来在这一潮流趋势下应运而生，其定位于“知识精英族群”的社会主流人群，着力营造出一种品位休闲、人本与自然的双重追求时尚，为男/女士提供了一种８小时以外同样可以展示自己魅力的选择。尤其是商务休闲系列是近几年国际消费市场中越来越推崇的着装方式，即能够在一般的商务场合进行着装，也可以在八小时外着装，可以更加放松的享受工作和生活，因此，也越来越受到多数白领和成功人士的喜爱。

>三、SWOT分析

A、优势：因折扣服饰的价格相对较低，比较能吸引消费者，也能加强宣传；“折扣”二字或许也有些诱惑感。且商品以大众化为主，在哪里卖都有销路，适应面广，购买人气旺，生意有保证。

B、劣势：它与一些有名的服饰店相比，可能还是会因此而减少了消费者，而且店内的装饰，或者说店内的环境这块可能也会差点。

C、机会：由于折扣服饰的价格不高，且需要的成本也不高，所以有很大的潜力可以扩大市场，向上延伸；折扣店的目标市场是经济型、品牌非时尚的消费者，这是有很大市场容量的。而且目前的消费整体水平还较低，有很大的市场需求；从折扣店目标市场细分来看，折扣店所切出的是一部分崇尚品牌消费而又经济拮据的消费者，这一部分消费者在现实的市场环境中是难以得到满足的，这无疑为折扣店填补空白预留了空间。

D、威胁：折扣店的优势是借助成本来显现的，而在中国，这种成本优势在短期内还将无法显现；折扣店的现实发展受到来自同种业态竞争者、异种业态竞争者和潜在业态竞争者三方面的威胁。

>四、市场推广方案

（一）、产品策略：

由于经营面积的限制，折扣店常将销售品种限定在800—1000种的范围内，同时实行双品牌策略，即折扣店自有品牌和周转快的、畅销品牌，这个范围内，不仅可以尽可能的控制成本，而且也能尽可能的发挥折扣店对目标顾客的品牌吸引力；根据畅销品在实际中供应链改造的难度，可酌情控制畅销品品种的比重；折扣店的发展，很大程度上得益于其重视质量更胜于重视利益的产品价值观。而对商品质量的重视，恰恰是目前中国折扣店的软肋。为了应对激烈的市场竞争，也为了维持自己的低价，在固定成本短期内无法有效控制的前提下，大多数零售商采取的是“低质低价”的发展战略，以牺牲商品质量来控制自己的成本，这是一种典型的竞争“近视”。

（二）、价格策略：

消费者对于商家定价的真实性、稳定性、公正性的要求更重于商品价格本身，消费者所需要的并不是纯粹的低价，而是一个令它感到“物有所值”的价格。作为一种品牌折扣店，其针对的是部分追求名牌却又经济实力不足的消费者，对于这些消费者而言，尽管折扣店销售的是过季商品，却仍不失为他们的最爱，他们的口号是“品牌保证，物美价廉”，但与国外名品折扣店的迅猛发展相比，国内的名品折扣之路却坎坷颇多，这与他们尚欠成熟的定价策略有关。

（三）、促销策略：

促销本质上来说是为了让顾客有一段愉快而印象深刻的购物经历。在传统的促销模式中，销售促进、推销、广告、公关一直是营销者惯用的四大法宝。但随着人们对促销理念理解的`不断深入，营销者开始发觉，原来促销并不仅仅依赖于有形的行动演示，有时候，诸如服务、卖场的人性化设计、卖场氛围的活跃等无形因素，对消费者购买经历的刻画甚至更为深刻。而折扣店使用的，恰恰是这种策略。出于成本控制的需要，折扣店一般情况下并不进行直接的卖场促销，甚至只提供极其有限的人员服务。它依赖的仅仅是它别具一格的卖场设计，时常涌现的购物惊喜，以及有限但却最为关键的服务提供。

>五、财务分析

1、宣传单费用：5000元

2、广告费用：15000元

3、人员推销费用：十个人，每人每天20元，共计30天，合计6000元

4、总计40000人民币。

>六、小结

360行，行行出状元。我觉得没有所谓那个赚钱那个不赚钱的行业，只要合适管理，适、当的市场分析，准确的市场定位以及良好的自我认知，在加上良好的机遇，你就能创业成功并找到你自己人生方向。

**服装定制店营销文案范文 第三篇**

企业成在营销，也败在营销。服装企业应当更重视市场营销策略。

>一、 性质及内容范围

销售服务行业,主要业务是销售校园服装、时尚服装、独具个性的适合大学生的服装、校园运动服装。

>二、 市场背景

在桂林电子科技大学北海校区中，学生不出校门就几乎可以买到所有的东西，除了衣服。表明服装店为学校中的一个空白。在这种背景下，面向学生开一家学生自己的挑衣服的，前景总体来说还是乐观的。此计划可行性指数比较大。

>三、 市场调查

大多数学生是支持在校园中开一家服装店的。原因主要有两个：一是大学生几乎成为时尚与潮流的生力军，买衣服几乎可以说是家常便饭了;二是市区离学校比较远，外出购物比较浪费时间，如果校园中有就方便多了。

>四、 市场预测

价格预测：消费对象主要为学生，出价位应定在偏低水平上。

需求预测：学生们的衣服与社会联系紧密，除了衣服外，一般随季节与潮流更换都比较快比较频繁，加之一些大众化的衣物如牛仔裤，在价格合理的情况下销售绝对有保障。 并且女生是买衣服的主力军，所以女生的衣服是主打产品。

>五、 营销方案

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招揽顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在宿舍散发些传单。学校地域略小，学生是最好的广告媒介，只要维持店牌的信誉开张前后的推销与正常营业之后的宣传可以省掉很多环节和费用。

>六、 店址选择

在综合楼，学生流量大，并且旁边是一家超市，学校去购买的人数多，而且店面承揽申通快递，所以综合楼下面的位置是不错的，旁边还有两家银行的ATM机，也方便同学们取钱购买。

>七、 投资金额分析，每月费用分析

初期费用粗算

房租：1500元/月 装修费：1000 元 第一次衣服货款：5000元 其他费用：1000元

>八、 投资收益预算

经济效益评价：桂林电子科技大学北海校区有在校学生约两万人，再加上校职工教师，保守数字可以定为20xx人。这些人对服装的消费即使是最低标准20元/月，服装店每月将有六十万元的销售收入。各项成本在之前已列出，计算之后得出服装店最保守的税前利润也将会是40000元/月。且从项目的风险性分析，投资服装店从各因素分析风险性都是极低的。

社会效益评价：如果服装店按正常预算营业运转，学生们将用最低的价格买到满意的服装。这对于支持学生学业是一大贡献;二是学生们节约了去校外购物的时间;三也是最重要的，是给学校增加了收益，学生提供了勤工俭学的机会。

>九、 组织形式及员工

服装店为自由创业的小型个体私营企业。 销售人员将从学生中招聘，利用学生课余时间勤工俭学锻炼自己。

>十、选货及进货的渠道

1、选货

品牌以杂牌为主。进货要适销、适量，编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货。少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。进货尽量安排在每个星期的六或周日，正好这时是学生放假出去玩的机会，而且周日桂林电子科技大学北海校区会进行晚点名，学生就没空去逛店铺。每个星期店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着周末上!

2、进货渠道

**服装定制店营销文案范文 第四篇**

>一、活动策划

（一）活动主题

新店、新礼、新时尚

新店添时尚

时尚新店、好礼相见

（二）活动时间：七夕期间

活动周期：开业之日起十天（关键是前5天）

选择周六或周日、最好是节假日开业。

（三）活动对象

25-40岁的社会各阶层人士；

本次活动也会经过促销礼品的选择来吸引一些男性性消费。

>二、前期准备工作

1、专卖店全体人员深入熟悉本次活动的主题、形式等；

2、活动期间，导购、促销人员、执行负责人等均应提早到岗，确认各项准备工作到位；

3、每一天营业前摆放主题海报，检查其他宣传物料、促销礼品等是否齐备；

4、DM或其他宣传单置于店内供顾客自取（企业内刊）；

5、专设开业促销活动区域及业务宣传台，并有专人负责；

6、专人负责物资准备：横幅、海报、报纸、促销礼品；

7、每一天营业结束后收好主题海报及其他形象画面；

8、注意整理并及时把持有贵宾卡的消费者的资料输入电脑做备案资料。

公司总部供给：

a、负责本次促销活动的所有宣传广告画面、海报、易拉宝、横幅、礼品包装的设计等；

b、加盟商负责本次新店开业促销方案的协调、执行、监督；

c、店长负责统计礼品数量、礼品派发进行跟踪；

d、督导负责促销方案执行、促销礼品、贵宾卡，开业地毯、画册、企业报纸等的确定；

e、片区经理对终端礼品、活动物料督促落实情景，跟踪、促销活动指导、监督、促销效果评估等。

>三、终端现场气氛营造

（一）营造气氛的原则

1、紧密结合主题，构成主题表现；

2、突出隆重感及视觉效果；

3、所有宣传物出现品牌logo，突出表现时尚的以及企业文化；

4、用统一的品牌视觉形象出现，体现品牌运作的规范。

（二）、造势规划

1、周边街区

a专卖店邻近街和市区主干道布标宣传；

b专卖店邻近街口指示牌宣传；

c商业集中区、重点街区DM发放；

**服装定制店营销文案范文 第五篇**

>一、店面销售商品定位：

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。

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。

**服装定制店营销文案范文 第六篇**

一、推广目的

由于今年天气的因素，夏季时间比往年提前，入秋以后天气也一直比较炎热，从终端消费上看，消费者在入秋后仍然以消费夏装为主，到目前为止除了秋前款已经销售一段时间外，其他的秋装才刚刚开始销售，十一之后很多地区的气候将会变冷，将进入卖冬装的季节，所以今年秋装的销售时间将比较短，对于销售非常不利。为在十一期间促进秋装销售，配合市场部各项促销活动，制定此推广方案，以期在十一期间在终端营造出促销的氛围，为销售推波助澜。

二、推广主题

三、主题诠释

语出《千字文》“寒来暑往，秋收冬藏”

利用古训作为秋装促销文案，以非常规的方式强调十一购买播牌是一件天经地义的事，同时也体现播牌特有的文化气息

四、礼品促销

1.礼品一：衣架(见图)

以衣架作为本次促销赠品，主要目的是体现播牌人性化的一面，播牌设想周到，因为你新添了一些衣服，所以送你衣架，让你没有后顾之忧地可以去买自己的喜欢的衣服。另一个说辞就是：有了漂亮的衣服，你还要有漂亮的衣架才行。

2.礼品二：围裙(见图)

本次推广主题为“秋收”，“收”其实包含收衣服和收礼品的含义，“秋收”的第一联想就是收获季节的劳动，但消费者均为都市女性，因为意义已经转换，但秋收时要用的围裙却仍有具有标志性，所以，为凸显“秋收”的主题概念，本次推广活动定制了一批围裙作为促销礼品。因为围裙是能够渗透到消费者生活里面去的生活用品，所以，对于品牌的长期推广具有一定的渗透性意义。

五、促销办法(详见十一活动通知)

六、主题海报

国庆·中秋快乐

七、橱窗布置：背景布前挂着许多衣架，衣架上挂着几件衣服。(见图)

八、店员着装：活动期间，店员均穿上围裙。(见图)

九、店铺整体氛围

**服装定制店营销文案范文 第七篇**

1、商品质优，价格实惠！

2、新年新貌，外表重要，新衣要穿，鞋子换掉，你来打折，你走我笑。

3、换季大优惠，一样的品质，白菜的价格。

4、母亲节穿我鞋，妈妈高半截，母亲节穿我衣，妈妈更牛气。

5、真情回馈，真情感恩，母亲节送您我们的祝福！

6、青春时尚，由您做主。

7、平凡——经典，因您蜕变。

8、“友缘”千礼来相送，无缘对面不相逢！

9、伊人，珍爱你的身影。

10、绽放风情，享受追捧。

11、俗得可靠，俗的完美。

12、扭伤回头客，优雅一路行。

13、要潮，我完美闪亮登场。

14、“蔻”住优雅更青春。

15、豆蔻年华，青春标致。

16、我的青春我做主，我的蔻牌我优雅。

17、豆蔻年华，只因有你。

18、穿上她，优雅不再是梦。

19、穿上醒师，柔情似水！

20、缝制精细，选料上乘、工农牌服装

21、飘鹰飞翔，英姿俊爽、飘鹰牌服装

22、展现你高贵典雅的风情！夏奈尔套装

23、简明朴素又潇洒轻逸的服装、工农牌服装

24、您若拥有双羽，将不再有冬天！双羽牌羽绒服

25、超前享受，率领潮流！佳衣牌服装

26、你悄悄在穿上一件“普来得“，再司法局法去约会吧！普来得编织

27、欧美风让年轻与时尚搭配。

28、寇牌时尚，“衣”见钟情。

29、女人的选择在于自我。

30、豆蔻服饰，风姿绰约。

31、夏装降价，清凉一夏。

32、他的难以忘记—半梦女子（不押韵，但是非常有涵义的一个广告，诠释了品牌的力量）

33、人生难得有相逢，切莫辜负真感情！——友缘礼品

34、精品秀出你风格！

35、照“靓”女人，夏装“抢购”总攻开始啦！全场正品货打8折。

36、半梦女子，美丽伊始！

37、尽显魅力女性的万千风情，女人坊！

38、女人坊，20到35岁睿智女人的品质之选！

39、以静止动，依然飘香，尽在女人吧。

40、“友缘”屋里来相会，诚心小礼固情分。

**服装定制店营销文案范文 第八篇**

>一、国庆促销活动目的：

1、由于十一黄金周的人流量可能较大，因此促销活动能够很有效的提升营业值，提高品牌在同行业市场的知名度，同时趁国庆促销的机会推广新的服饰品。

2、促销活动，打动客户的心，树真情增加美誉度；同时利用十·一”国黄金庆周馈赠老顾客的同时吸引潜在的客户群体。

3、利用“十·一”国黄金庆周，馈赠老顾客，开发潜在消费群体；

4、趁国庆的热度将新品进行有效的推广。

>二、中秋国庆促销活动主题：

平分秋色限时抢购加钱增购——\_\_服饰商城品牌店迎国庆促销活动

>三、中秋国庆促销活动时间：

20\_\_年9月26日——20\_\_年10月8日

>四、促销活动地点：

各地专卖店

>五、促销活动内容：

平分秋色

喜迎国庆，金秋送爽！\_\_服饰商城品牌店为了感谢广大消费者的厚爱，特在国庆期间举行“平价分享秋装男人本色\_\_服饰喜迎国庆促销活动”。凡9月26日——10月8日促销期间，在\_\_服饰商城专卖店或专柜购买任何一款商品者，7、5折优惠

满288元有礼品赠送一款精美礼品。送完为止！

限时抢购

限时抢购，在规定的时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

加钱增购

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。

六、促销活动策划宣传

制作现场POP上面写着节日祝福语和促销活动内容，制造节日氛围，吸引人气。

有促销场地的店可以搭建促销形象展区，利用形象展架，等等

上海秋韵策划提醒：常用的国庆促销活动方案主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、限时抢购、空瓶抵现换购等等。

**服装定制店营销文案范文 第九篇**

一、优惠活动营销策略

1、优惠券

采用优惠券促销的目的包括了销售促进的三大目标，与现金折扣不同的是这种方式能更多地吸引没有计划购买服装的消费者找到确定活动的终端进行消费。

方案一：在目标消费群集中的地方进行每个单位有限额度的有限时间的优惠券派发，并进行新产品说明，争取新顾客。

方案二：大型百货商场门前的产品小单页发放与优惠券活动结合，虽有短期实际销售效果，不过会对品牌造成伤害。一般不建议使用此种方式，除非竞争导向趋向于激烈的价格竞争。

方案三：可与产品品味相衬的地区性购物杂志联系，认可该杂志所做的优惠券，并进行产品销售。

2、现金折扣

对于服装行业而言，打折是促进活动运用最多的手段，现金折扣在实际运用中更多的是购买前让消费者知道产品所能产生的折扣。在购买后提供折扣更能吸引消费者，加强消费者对品牌的亲近感。

方案一：在终端公示并直接在购买时体现现金折扣，例店庆七折特价。

方案二：不在终端公示而在消费者产生购买意向后给予意外的现金折扣。

方案三：将产品分为形象款，主销款，促销款三种类型。只对促销款开辟专区进行现金折扣活动，避免大范围损害品牌形象。

3、赠品

赠品是除现金折扣外应用最多的一种促销方式，活动形式多种多样极富变化性。现在众多品牌运用的普通买赠手段越来越难引起消费者的关注。不过，在赠品促进这一环节，需要注意的是赠品的选择，好的赠品可以让消费者因为赠品而感到物超所值。

方案一：在某些确定的特价品种中，进行买一套即送任选另一套的特价活动。

方案二：进行买即赠的活动。发放的赠品与服饰相关的产品为宜。如帽子、围巾等。

4、特价包装

这种促销方案的目的是为了增强产品价格及形象竞争优势，主要包括减价包和组合包两种形式。

方案一：季节组合包。事先组合好同类型不同季节的产品组合或顾客现场搭配。例春季，凡购春季+冬季各一款，组成季节组合包装，即获赠礼。

方案二：普通的特价组合包。两件八折，三件七折等这种折扣累计方式。

二、主题活动

活动主题

双11·脱单季---告别单身小时代

活动时间

20\_年10月25日—11月13日

活动内容

1、20\_年新品会员享折优惠;

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11元即可换购价值200元以内的商品;

一次性消费满20\_元，加11元即可换购价值400元以内的商品;

一次性消费满3000元，加11元即可换购价值600元以内的商品;

一次性消费满4000元，加11元即可换购价值800元以内的商品;

**服装定制店营销文案范文 第十篇**

1、温柔多情的夜，甜蜜温馨的梦。

2、任凭虎啸豹孔，为独金羊行俏！

3、我型我潇洒，因她而激动自己。

4、摩登精品，全新感受，身份象征！爽！帅！

5、忆往昔，服装设计千余种；看今朝，又有新品正风雅！

6、琢妮衣坊，女人的御用服装师。

7、浪漫舒适的法国风情！瑞奇牌服装。

8、滨哥冬衣，运动从这里开始！

9、年轻的女人，优雅才是归属。

10、重塑你童年时代的妈妈！风雅牌服装。

11、望眼欲“穿“，爱建服装！爱建牌服装。

12、我的青春，我的时尚，我的优雅，我的服饰！

13、你悄悄在穿上一件“普来得“，再司法局法去约会吧！

14、隋溢夏梦！爱，就是奉献！把世界的色彩带给您！

15、时代目标追“真舒“，“真舒“风采魅全球！

16、创造流行，展示潇洒豪情之气概！

17、留住寇豆年华，其实很简单。

18、穿出女人品味，衬出你的文雅。

19、简明朴素又潇洒轻逸的服装。工农牌服装。

20、九严寒无法阻挡，身着金照，寒冷全消！金照牌冬装。

21、您若拥有双羽，将不再有冬天！双羽牌羽绒服。

22、新出布料，随意冲洗不变形。

23、简单朴实，运动服装。工农牌服装。

24、登雅西装有风度，助您登上成功路！登雅牌西装。

25、品味时尚，我的第“衣”选择。

26、一个微笑加一个“贾森“，你便拥有全部。

**服装定制店营销文案范文 第十一篇**

一、 前言:在选定行业之前，我先衡量我们的创业资金有多少，5万元.因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先衡量自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划.

选择开服装店的优势是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动.而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧，呵呵.

二、店面的选址

店面的选择主要考虑的是消费人群的密集程度，我们作为大学生在我们大学城就是很好的地方，我们大学城有毓华园、毓秀园、文泽园、四季花园、德胜园等六七个园区，周边济宁医学院、日照职业技术学院、山东水利职业技术学院、曲阜师范大学等四五所高校的在校生大部分都在这几个园区住，有将近八万人，女生也会有将近四万人，所以说女装消费的人群会很广的.并且大学生的消费能力大部分不会太高，也不会太低，所以我们的目标人群就是大部分消费能力适中的女大学生，因此我们的女装会以中档服装为主.

店面的租金也不高5000元/月，付三压一.找好店面之后，接下来就是要与房东签约.而且，这个动作不能太早，必须待前面几项步骤都完成后才能进行.因为，一旦与房东签约之后，就开始支付房租，自然就会有时间压力.所以，我在与房东签约之前，一切能做的筹备工作与书面数据(包括营业证照的办理等，这里我就不在熬述了)，都先准备好了.在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收本钱，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限.我签的合同是三年，即使将来经营出了问题我也可以转租出去(这里的房租一直在涨).店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出.呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱只有5万元起步金呢.

三、店面的装潢

租好了店面，下面要装修了.店面装潢关系到一家店的经营风格，及外观的第一印象，因此，装潢厂商的选择十分重要，所找的装潢厂商必须要有相关店面的装潢经验.譬如，开咖啡店就一定要找有咖啡店装潢经验的厂商，开儿童美语就必须找有儿童文教装潢经验的厂商.因为，装潢厂商如果没有同类型店面的装潢经验，到时候所装潢出来的店面，在实务操作上，就未必能完全符合需求.届时，如果再打掉重做，当然就费钱费时.

所以，我在装潢前请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚.为便于沟通清楚自己所想要装潢的模样，最好先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法.

我要求的装潢效果如下:

1、 门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西!重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲!当然本店刚开张简装为宜.

2、 灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的!晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球!灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光(也就是平时所看见的白色灯光)店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和!加上暖光灯(平时看见的射灯之类的黄色光)能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人!空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的!

四、选货及进货的渠道

万事具备只欠东风，下面进入正题，我该讲讲怎么买生财的工具:衣服了，怎么进货选货

一、 选货及进货

1、 选货:选样，款式，品牌，数量

选货要掌握当地市场行情:出现哪些新品种?销售趋势如何?社会存量多少?价格涨势如何?购买力状况如何?大体上能心中有数.

品牌以杂牌为主，以外贸货为主.

进货要适销、适量，要编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改.进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货

少进试销，然后在适量进货.因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大. 进货安排在每个星期的三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着星期天上!如果进入销售旺季，三四天就补一次货!

象\_三八\_\_五一\_\_国庆\_等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了!要给自己有足够的安排时间才行!

2、 进货渠道:

日照太阳城里面的东西可能比较适合我，因为那里的东西会比较便宜些，并且样式和款式也很新颖，但是质量可能次点，所以还应该从其他渠道进一些档次高、质量好的女装.等服装店得生意起步之后，可以去外地进一些档次高点的女装，比如临市临沂，这城市有着物流之都的美誉，相信等起步之后可以从那里找到物美价廉的商铺.

五、人力规划

我计划雇佣三个人，两个小姑娘最好是漂亮MM(不要骂我色，爱美之心人皆有之，漂亮MM容易招揽顾客奥)，主要负责接待顾客，两人轮班倒.另外招一个年龄大点的阿姨和我自己轮班倒收银，我基本上一直要在店里看着的(除了进货或者重要的事，自己创业累点是应该的).两个小姑娘的工资，800/月+提成，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性.大一点的阿姨也一样，800/月+提成1%，不收银出了问题它要负责.

六、投资金额分析，每月费用分析

1， 房租:5000/月，付三压一，20xx0元2， 装修费5000

3， 第一次衣服货款20xx0元4， 其他费用1000元5， 员工工资可以在第一月底结，不用算在初期5万内

6， 余下4000做流动资金使用

七、营销策略

一、开幕促销

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕.开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型.同时在周围园区散发些传单.

二、衣服的陈列

做女装产品关键要品种多，给客户有足够的挑选余地，这与其它品牌专卖店不同，不是依靠主要几个款的来销售!产品陈列上要突出自己服装的特点，把上衣，裙子，裤子，套装等分开陈列，除了店铺看上去整齐外也给有目的性购买的客户挑选提供方便，如果只想买裙子的，他只需在裙子类挑选，如果买了裙子又想配上衣，直接可以到上衣类去搭配!量多的款可以用模特出样，往往出样的衣服是卖得最快的!橱窗里的出样要经常更换，这不能偷懒!

三，长期发展营销策略

1、 原则:每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅(高档点缀低档适量)

2、 方针:尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制

3、 服务:训练营业员的基本利益，对顾客的服务态度及服务宗旨.无论顾客是否买衣服或者买所少钱的衣服都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客.顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足.

4、 方法:

(1) 初次来店的惊喜

① 免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表(做客户数据库)

(2) 增加其下次来店的可能性

① 传达每周都有新货上架的信息

② 利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服(要定量)或送生日礼物等

③ 购适量女士手袋告知顾客一次购物满400元送一只女士手袋(女士手袋要在店内陈列出来，进货以38元标价300+的那种为宜，给顾客物超所值的感觉)或者累积消费600元及以上.(获得奖励之后在从新累积)

(3) 满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

① 告知顾客量大或团购可优惠，如:一次购满500元及以上打8折等，或者个人累积消费1000元既获得一张8折的金卡

② 介绍新顾客，如:每介绍一位新顾客并购满200元及以上送推荐人50元购物卷等.

(4)不定期打折

①人一定程度上都喜欢贪小便宜，女人就更是如此了.\_店铺开张大赚送\_、\_本店商品八折优惠\_，也可以采用买一送一的策略(送的货以滞销货为主，过季货为辅)

这些招牌通常能抓住女人的心.

(5)一年中做几次短期促销，售价定为10-30元，非常聚人气!再把店内滞销款低价一起处理!如五一，十一，三八等最佳时间

八，总结

综上所述我用5万元开一个女式服装店，是不是能够成功当然还需实践中去检验了.

**服装定制店营销文案范文 第十二篇**

>一、活动目的：

三八妇女节作为女性的节日，相较于其他节日，妇女节更适合推崇\_情感促销\_活动；针对特定消费群体主色活动，加之以贴心的宣传；推动店面的销售及连带销售；发挥XXX品牌影响力和主体消费群的优势，增加营业收入和强化品牌效益。

>二、策划思路：

在专属于女性的节假日，主打特定消费群\_女性\_亲情促销模式；以买赠及贴心的礼品，刺激女性消费者的消费欲望；有效的利用安琪蒙莉莎的服务优势扩大新客户群和增强老顾客的忠诚度。

>三、活动主题：

三月爱美丽绽放女人季

>四、活动内容：

满388元送立体玫瑰手包一款※新顾客可正常办理入会；※VIP会员与活动同时享受相关的折扣优惠；

>五、活动时间：

20xx年3月6日―3月15日

>六、活动推广

1、活动前1天发送VIP会员短信XXX三月爱美丽，3/6—3/15日满388元即送高档立体玫瑰花手包一款，春季新品上市，与你绽放女人季！

2、专卖店活动POP氛围布置橱窗活动海报、货架活动台卡、前台活动台卡

3、销售人员话术培训

店员：欢迎光临XXX，三月爱美丽，绽放女人季

顾客：现在有什么活动吗？

店员：我们现在正在举行妇女节感恩活动，3月6日―3月15日满388元即送立体玫瑰花手挽包一款。我们春夏新品全新上市，需要我为你介绍下吗？

关于立体玫瑰花手挽包介绍：

店员：这款立体玫瑰花手挽包，是由意大利高级合成皮制作，独特的手工立体玫瑰花装饰工艺，设计独特，细致轻巧耐用，是今年最流行的款式，有粉红和玫红两种颜色可供选择，非常实用！

**服装定制店营销文案范文 第十三篇**

频繁营销规划也称为老主顾营销规划，指设计规划向经常购买或大量购买的顾客提供奖励。奖励的形式有折扣、赠送商品、奖品等。通过长期的、相互影响的、增加价值的关系，确定、保持和增加来自最佳顾客的产出。美国航空公司是首批实施频繁营销规划的公司之一，80年代初推出了提供免费里程的规划，一位顾客可以不付任何费用参加公司的AA项目，乘飞机达到一定里程后换取一张头等舱位票或享受免费航行和其它好处。由于越来越多的顾客转向美国航空公司，其它航空公司也相继推出了相同的规划。许多旅馆规定，顾客住宿达到一定天数或金额后，可以享受上等住房或免费住宿。信用卡公司也向持卡人提供折扣。

频繁营销规划的缺陷是:第一，竞争者容易模仿。频繁营销规划只具有先动优势，尤其是竞争者反应迟钝时，如果多数竞争者加以仿效，就会成为所有实施者的负担。第二，顾客容易转移。由于只是单纯价格折扣的吸引，顾客易于受到竞争者类似促销方式的影响而转移购买。第三，可能降低服务水平。单纯价格竞争容易忽视顾客的其它需求。

关系营销的各种策略

关系营销是与关键顾客建立长期的令人满意的销售关系的活动，应用关系营销最重要的是掌握与顾客建立长期良好业务关系的种种策略。

设立顾客关系管理机构

建立专门从事顾客关系管理机构，选派业务能力强的人任该部门总经理，下设若干关系经理。总经理负责确定关系经理的职责、工作内容、行为规范和评价标准，考核工作绩效。关系经理负责一个或若干个主要客户，是客户所有信息的集中点，是协调公司各部门做好顾客服务的沟通者。关系经理要经过专业训练，具有专业水准，对客户负责，其职责是制定长期和年度的客户关系营销计划，制定沟通策略，定期提交报告，落实公司向客户提供的各项利益，处理可能发生的问题，维持同客户的良好业务关系。建立高效的管理机构是关系营销取得成效的组织保证。

个人联系

个人联系即通过营销人员与顾客的密切交流增进友情，强化关系。比如，有的市场营销经理经常邀请客户的主管经理参加各种娱乐活动，如滑冰、野炊、打保龄球、观赏歌舞等，双方关系逐步密切;有的营销人员记住主要顾客及其夫人、孩子的生日，并在生日当天赠送鲜花或礼品以示祝贺;有的营销人员设法为爱养花的顾客弄来优良花种和花肥;有的营销人员利用自己的社会关系帮助顾客解决孩子入托、升学、就业等问题。

通过个人联系开展关系营销的缺陷是:易于造成企业过分依赖长期接触顾客的营销人员，增加管理的难度。

俱乐部营销规划

俱乐部营销规划指建立顾客俱乐部，吸收购买一定数量产品或支付会费的顾客成为会员。日本的任天堂电子游戏机公司建立了任天堂俱乐部，吸引了200万会员，会员每年付16美元会费，可以每月得到一本任天堂杂志，先睹或回顾任天堂游戏，赢者有奖，还可以打“游戏专线”电话询问各种问题。哈莱·戴维森公司建立了哈莱所有者团体，拥33企业活力XX年第10期nn营销筹划YINGXIAOCHOUHUA有30万会员，向会员提供一本杂志(介绍摩托车知识，报道国际国内的骑乘赛事)、一本旅游手册、紧急修理服务、特别设计的保险项目、价格优惠的旅馆，经常举办骑乘培训班和周末骑车大赛，向度假会员廉价出租哈莱·戴维森摩托车。第一次购买哈莱·戴维森摩托车的顾客可以免费获得一年期的会员资格，在一年内享受35美元的零件更新。目前，该公司占领了美国重型摩托车市场的48%，市场需求大于供给，顾客保留率达95%。

顾客化营销

顾客化营销也称为定制营销，是根据每个顾客的不同需求制造产品并开展相应的营销活动。其优越性是通过提供特色

关于服装折扣业营销的知识与技巧

折扣服装导购的工作是要找出具体销售工作中致胜的关键。只有找到折扣销售致胜的关键，导购员才能够有的放矢。

世界上最顶尖的导购人员曾总结出10个成功的关键：明确的目标、健康的身心、极强的开发顾客的能力、自信、专业知识、找出顾客的需求、好的解说技巧、善于处理反对意见、跟踪顾客和收款。

**服装定制店营销文案范文 第十四篇**

我们的以纯

1.企业概述 2.营销战略 3.运营管理 4.企业目标

企业概述

企业使命：以最优的价格，提供卓越 的质量并为顾客创造卓越的价值，确保 顾客对我们的产品、服务以及对我们店 感到满意。为此，我们承诺在社会行为 中具备高度的责任感。我们还力求通过 与合作伙伴的通力合作来提高我们店的 社会责任标准，从而为中国服饰产业的 可持续发展做出贡献。把一种积极创新 的精神带给全世界所有的人，为消费者 提供新时尚的生活体验。

所有权形式：合伙制 企业类型：专卖店 产品组合和种类：a.自由休闲Casual 系列 b.时尚TRENDY系列 c.校园Y2—— 最年轻的青春休闲系列 我们的口号：Never the same ，穿什么， 穿什么， 穿什么 潮我看! 潮我看!

企业形象

以紧贴时尚、简洁大气的设计，追求活力、自 然、靓丽、纯真的青春气质，追求现代人个性 发展潮流，鲜明友善、充满时尚气息，给顾客 一种完全自我是感觉。希望从众多的服装店中 脱颖而出，发展成为受广大学生青睐的引领休 闲服饰潮流的品牌店面 店面轻柔的装修风格和店面活泼轻快的色调以 及服装陈列格局让人更多联想到这是一家专门 为学生所开的运动休闲服饰的服装店

营销战略

A.目标市场 B.竞争对手分析 C.营销方式 D.市场定位 E.店铺选址 F.顾客沟通 G.竞争优势

目标市场的分析

1.自我认知：首先要对企业自身做理性分 析。 2.熟悉环境，对所选择市场进行细分分类 分析，为企业寻找适合的目标市场。 3.目标市场分析。企业选择了细化的目标 市场后，就需要对目标市场的现状进行 更为详细的分析。 4.目标品牌分析

竞争对手分析 阿迪达斯: 品牌个性是成熟专业、时尚现 代、够酷，稳稳占领着中国的高端市场 耐克: 品牌个性是挑战、热情、信心、在 竞争中体味快乐的，核心就是“以专 业 体育用品市场来引导大众市场”。 安踏： 品牌个性是专注、务实、不断超 越。成本、价格上有优势， 选择将重点放 在二、三线城市的大众市场，在中低端 品牌中性价比较高，口碑一直不错。

营销方式

1、建立顾客档案。包括姓名、性别、手 机、电话、生日、通信地址、购买日期 及款式、二次购买日期及款式、月度购 买频次、建档人。 2、会员积分制。根据积分对产品进行打 折，采取消费返利1%—30%，平均15%。

市场定位

目标消费者定位到18岁至30岁的年轻群 体。他们属于时髦潮流型，青春生机、 活泼健壮、热爱时尚、追逐时髦、有见 地、是享用愉悦生活的特性人士。

**服装定制店营销文案范文 第十五篇**

1、春天，腊梅、迎春花和平安喜乐都会如约到来，就跟我的童装一样，准时为你奉上~。

2、又是一年春，何不添新衣？服饰打折，美丽不打折，做春季时尚的小可爱

3、哇塞，女孩子不要把风格圈的太死了！可爱，休闲，时髦…各种风格都要尝试一下，趁着春款上新，使劲漂亮，使劲打扮。

4、初冬已温暖舒适开启，不张扬也不刻意，为你精选每一季。

5、或许今年的冬天更值得期待呢。

6、生活可以平凡，但穿搭不能无趣啦！今天春款又上新啦，100%个性。

7、冬天夺去的清爽、可爱、漂亮，春天都会还给你，这不~春装正在马不停蹄的上新~。

8、春天永远不会缺席，我朋友圈里面都是它的痕迹哦。

9、通知你们一下，春天来喽，万物复苏，春意盎然，新的一年开始了！加油！

10、生活很苦很累，希望这件新衣服给你带来一两分的甜，冲淡那七八分的苦，希望你继续成为厉害的大人?。

11、你有发现美的眼光，我有等待被发现的好品质，我在春天里等你。

12、美丽不打折，春款全部上新，时光不老，我们不散，繁华落尽，我们一起享受世间美衣，衣服千千万，唯有新款最好看。

13、春天是远道而来的浪漫，你要问我变美有什么副作用，那大概就是：会遭人嫉妒吧！

14、20xx年春款已上新，冬己88，春可期，我在这里等你呦。

15、降温不可怕，没新衣服穿才可怕。不用翻衣柜，翻了你也不想穿。旧的永远没有新衣服好看。

16、天气变冷了，你可以看见我哈出仙气了。

17、春天来了，新款还是要坚持发啦，万一谁看上了呢。

18、别辜负每一个当下，因为明天的颜色，不一定比今天更洋气。

19、有人喜欢当面一套背后一套，而我不一样，我喜欢今天一套明天一套，一天换好几套。

20、感谢你关注我的盆友圈，为你呈上春天的入场券。

21、北风潜入悄无声，未品秋浓已入冬，有漂亮的衣服才有故事的开始。

22、卖服装卖出了恋爱的感觉，对于老顾客来我店里，心里万分欢喜。

23、我在秋天储存浪漫，好在冬天馈赠给你。

24、该酷的酷，该飒的飒，宝贵的童年只有一次，穿出属于你的春季风采。

25、所有的美都是“蓄谋已久”，哪有那么多天生丽质的宝宝，只不过是麻麻在用心经营打扮。

**服装定制店营销文案范文 第十六篇**

1、我们要立体的元素，要有力度的设计，要自由的精神，要有存在感的你，在人群中一眼就能看到的你，我要你。

2、无论是喜悦还是哀伤，穿着的衣服都会比表情更直接地表现你的心情。

3、千万别等没了好身材才买得起漂亮衣服。

4、今年冬天，我的衣柜只有大衣。

5、有领的连衣裙，让你在职场中大方自如表现。无领的连衣裙，让你在休闲时刻挥洒自己的创意。

6、用极简风甩开邋遢，散发女神知性美。

7、冷场了吗，我穿着保暖秋裤来暖场了。

8、大毡帽设计，让寒风也无法入侵你的身体，加了暗扣的小立领脖颈也暖暖哒。

9、不是所有的衣服都是可以直接扔进洗衣机的，关于衣服，多知道点总不是坏事。

10、蓝色条纹里藏着夏天，梨花随风落一地，晚樱静静与蜂飞舞。不想说话的背带裤，在沉默里唱着动人的歌谣。

11、人与人的亲密关系，有时不如一件打底衫。

12、夏天总给人轻盈自在感，但这并不妨碍为每一个场合盛装打扮的兴致。

13、梦幻小女人的时尚态度。

14、天然彩棉，A类品质，够软，够大，够亲肤。

15、萝莉范儿的小花边，渴望的不是你的保护，而是你的占有。

16、开业有惊喜，优惠乐翻天。

17、职场上你可以表现综合的智慧气质，只需穿搭平衡，即可完美展现。

18、若隐若现的肉肉，才性感。

19、质感剪裁、触感纯粹，给肌肤完美的呵护。

20、貌似缺乏设计细节，在版型上反而最为讲究，长短比例/领口大小都需要经过反复调试，这些细节才是构成一件衣服的基本。

21、帽子上一圈16厘米宽的貉子毛领，就是冬天安全感的来源。

22、穿得千娇百媚，“像个女人的样子”，和裙子、高跟鞋脱不了干系。好在裤装拯救了我们的另一部分自我。

23、没有最好的，只有适合自己的。

24、新店开业五折优惠，工作了一天，把身体交给我们吧，来一个身体的放松spa吧!

25、岁月长，衣衫薄，少年未曾走远，只是再回不去从前。

26、你看，黑色不会把你和年轻隔开，只要你大方迈出脚步。用点睛之笔塑造你的黑色小A裙，芥末黄短袜、穿旧的小白鞋，或者随便什么配饰，只要你敢，黑色永远年轻。

27、今年夏天流行长裙，尤其是红色的。

28、说认真做饭的男人很性感，而我们是认真做衣服的男人。

29、无论是以回归精神，还是略用了夸张的设计细节，游刃有余地告诉你，最简单的，也是最特别的。

30、人手必备的一件小白裙，以不同形式表达不同态度。

31、双鞋陪你走过的路，可能会比一个男人还远。

32、永远要记住，你的新衣服是用来讨好自己的，你的人生也是。

33、淑女花色修身雪纺衬衫，仿似一个个可爱的樱桃醉倒在刚刚沐浴好的气质女王的怀里。

34、讨好女人有很多招术，我们选择一针一线认真缝。

35、它有时安静，有时热情，有时严谨，有时灵动，全凭你的穿搭策略。穿对它的时候，它也在塑造你。

36、似有似无的肩边袖，带着对世俗的不羁，雪山女王般的冷傲气质，为夏天曾添了可以感受到的凉爽。

37、美女人生第一次开店，笑笑行服装店正式开业了，真开心!

38、斜边衣领，波浪似的倒垂着，仿佛围巾赶来捧场献身装饰。

39、开业期间优惠大酬宾，所有衣服低价销售，样样让你心动，款款让你心动，买的越多，省的越多，好机会不容错过，衣尚女装欢迎您进店选购，祝您购物愉快!

40、性感的另一种可能，向上世纪60年代末70年代初的无性别时尚理论致敬，区别于男性化，也不等同于休闲，它是一种帅气、率性但不硬朗的风格。

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！