

# 大学生服装店创业项目计划书 大学生服装店创新创业项目计划书(大全5篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。我们该怎么拟定计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 大学生服装店创业项目计划书篇一

本公司位于郑州市二七纪念塔旁边的步行街，是郑州的中心，这里交通发达，人口密集，市场是没问题，平时无论白天晚上人来人往，特别是周末各大院校的学生聚集于此而情侣装的消费对象主要是追求时尚和浪漫的年轻人(以大学生为主)，这给我们的店铺带来了更大的经济效益。

这是一个新兴的行业，这是一个紧跟流行和时尚的行业，它的消费对象主要是追求时尚和浪漫的年轻人(以大学生为主)、有一定消费能力的白领阶层、有一定经济基础的已婚夫妇，这里蕴藏着巨大的市场。这是一个冲动消费行业，爱情的力量有时会使人消费失去理智，情侣产品就是这样一个冲动的消费行业，没有计划，没有理由，看到喜爱就去购买……掌握这种爱情玄机，你就拥有了市场。只要爱情存在，这个市场就会永不饱和。爱情无处不在，这个市场也无处不在，无论是大都市还是小城市，这个市场都存在。大城市的消费者可能会对产品的品牌、质量要求较高；小城市可能对产品的品质、档次要求略低点，只要选择好你的客户定位，任何地方都会有市场潜力。

做情侣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来销售！产品陈列上要突出自己服装的特点，训练营业员的基本素质，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多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。产品一定要围绕市场需求，一切要以满足市场需求为指导，才能提高销售业绩，才能赢利。

在刚开业前段时间里我们要搞各种“买就送”的活动，争取薄利多销，提高店铺的知名度。我们也知道，服装经营是一种感性经济，产品要跟着时尚潮流走，上个月的跑火货到下个月可能就要变死货了，如果你一直抱着死货眼巴巴地盼望消费者的垂怜，那你就会成为消费者遗忘的角落。因此，处理滞销货一定要当机立断，在“将滞未滞”时就要动刀，由滞销到死货就是你的损失过程；动刀早，往往损失少，而且新品上架快，成交量才会拔高，货流量才能最大化，利润也就最大化，同时又消除了库存风险。因此，要尽量避免死货，决不能让“死”货挡了“活”货的财路。要不然，你就真的是“不知死活”了。

我计划雇佣五个人，四个人年轻人，分成两组主要负责接待顾客，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)。四个年轻人的工资，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%，若收银出了问题它要负责。

- 1， 房租：6000/月，付三压一，24000元
- 2， 装修费5000
- 3， 第一次衣服货款20000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

## 大学生服装店创业项目计划书篇二

大学里每天都在发生新的变化，发生新的改革。我们不甘心大学四年就那样啃几十本理论上的书籍只是，我们也不甘心自己空有一身的本领却无处施展。然而现在，我们施展自己的才华的时候到了。你有多少梦想没有实现，你有多少的思想没有得到重视，你有多少的能力没有得到体现，这些都过去了。或者说你想锻炼自己的能力，你想在一个充满着新生气息的环境中找到自己的影子，那么，请加入我们，这是一个让自己得到发展的地方，是一个可以追寻梦想的地方，这里只有怀揣着梦想的人，只有不被现实打败，不向命运屈服的人才敢做的事。这个世界上没有现成的食物，只有自己不断的寻找，不断的发现，不断的探索，才会嗅到新鲜的香味！

在中国的大学校园，其开放程度实质上是很低的。学生们有很多话不能说，不敢说，或者说根本没有一种制度去让学生们大胆的表达出自己的意见。虽然在法律上这是允许的，可是在这个大学的小型社会中，说话或者做事方式仍然受到很多的限制。这种社会风气的抑制思想的行为，其实是在无形的将大学生社会化，没有自己的主见与思想，一味的听从与顺成，造就的是一批怎样的青年？就像一只被圈养的老虎，亦或是被枷锁锁住的鹰，他们本是王者，却被如此的人为的抑制，最终是成为无能的动物。在这样的社会背景下，我们有必要，也必须要寻找一种方式，来发泄自己，或者说，表达自己的思想！

针对上述的背景条件，我们选择在衣服上面表达自己的思想。衣服作为生活必需品，在上面印刷上我们的宣言或者我们的表达语言，一方面可以展现特色，另一方面更是把自己对于某个领域的意见思想表示出来，再加上人与人之间的沟通交流以及社会舆论，我们的思想得以扩大，影响力也会加深，这样的效果会更加出色。然后随着营销范围的扩大，在全国高校中推行，创造出一种统一的营销体系。前期的营销工作主要是将我们的工作以及我们工作的意义宣传出去，让更

多的人了解这个项目并且吸引更多的投资者。在这之前我们需要联系好各方面的机构还有分配好各自的工作，使这个项目得以运转并且形成正式的公司体质。接着我们的营销是采用直销的方式，在同学们之间进行推销，然后逐渐扩大范围。

对于这种学生制作一些个性服装，即文化装的行为之前在全国高校就数见不鲜了，然而我们之间关键的不同是在于一种只是为了娱乐，而另一种是反映了当时的社会现象，并不是一直只是生产出一种产品，而是随着当时的社会风气和人们的喜好逐渐改变的，一方面是满足消费者的需求，在衣服穿着上的需求；另一方面也在创造需求，是激发人们个性特征，反映社会现象的另一种精神上的需求。目前，这项服务在我校并没有开发过，或者说还没有成功过，并且在全国各大高校也没有很成功并且继续成长的案例，所以市场是比较空阔的。针对这样的市场空缺以及市场需求，我们可以试行这样的一项服务。

我们从实际生活出发，切入大学生的生活，反映大学生在各个时期的思想特征，是我们最大的特色以及我们的优势。作为大学生中的一员，我们有必要为自己的大学生生活的不同时期的不同感觉不同思想做出一个表示，这代表我们曾经经历过的青春，代表我们曾经的大学生活，代表我们曾经不屈服的意志和思想，而踏入社会后的人往往是没有了这份激情的。另外，我们采用的是一种无店面销售模式，是关于市场的需求而随时变化的机构，具有灵活性与时效性的特征，不是一层不变的，而是瞬息万变，这就使我们更加适应市常在《维基经济学》中阐述的当代大规模协作模式中有这样的几大重要的商业法则：开放、对等、共享及全球运作。我们目前的生产规模以及公司规模可能没有那么的成熟，或者说非常简单，但是我们具有的是团队精神，是激情，是创新。这就与适应全球的市场的经济更近了一步。“团队、激情、创新”是我们最初的文化，是我们之所以成为大学生称为大学生所必备的素质，只有敢于创新的人才是我们的伙伴！

从班级，学院开始，逐步扩大我们的市场，在全校内实施初步策划，然后开展电子商务，通过网络进一步扩大市场范围，在全国内进行这样的推行，在校内成功后正式成立一个企业，以公司经营模式运营企业，并且发展壮大公司规模。

第一步：首先需要建立起自己的团队，以团队为核心分配任务并且实行，团队成员自己先做一套衣服，以自身作为宣传，然后采用两种宣传模式。一种是网络宣传，将自己的项目计划以及项目意义公布于众，借助各种网络渠道来扩大网络影响力；第二种是在生活中宣传，通过贴海报，挂横幅，现在演示，还有上门服务等一系列的行为来促进在现实生活中的影响，吸引更多人的关注，并且造成一定的社会舆论，以此来将我们的团队营销出去。

第二步：在我们的团队已经小有规模之后，由团队内部成员以股份形式投资项目，每个成员作为企业的股东，占有企业的股份，同时也要承担企业的风险，在一定程度上形似合伙企业的经营模式。然后以我们的项目宗旨以及策划目的为引吸引各方的投资，并且发展新的成员入股，使我们的流动资金链得以正常运行。

第三步：在大学的日常生活中，积极的了解社会动态以及校园动态，并且以此为机会创造我们的产品，结合大学的各种活动或者联合一些外面的企业公司开展一些针对大学生创新思维和独立思想的活动，开放大学生的生活，即使为项目的进一步发展打开市场，亦是寻找到更加适合更加优秀的合作伙伴。

风险规避是新兴的企业就避免不了资金风险，所以，在前期的宣传过程中要做好恰当的风险预算以及资金运算，后期融资过程中要做好财务账本的分类，保证资金链的正常运转。团队成员共享利润，共担风险。

# 大学生服装店创业项目计划书篇三

摘要：

当今，随着女士服装店市场的逐步扩大，各种风格、经营模式、面向人群的服装店也是五花八门。市场大，竞争也大，目前女装市场已初显供过于求的态势。本文旨在通过此创新、创业项目的训练，提高大学生对于社会、人文、社交、人际关系等社会生活的认知能力以及毕业时个人职业规划和人生定位的实践能力。同时，也想在竞争如此激烈的女士服装市场挖掘可竞争资源，开辟长久生存之路，为创业做好准备。

关键词：

创业训练；服装店；营销策划；竞争

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位，可见衣服对于人类的重要性。本次，我们的项目选择女式服装店，是因为服装行业是一项永不饱和行业。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，很适合我们这些刚涉足商业的创业阶层，而且自己本身对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧。为什么要选择女装呢？爱美是女人的天性，而女人更愿意在穿着上来体现自己的美丽。一句话说得好：“女人的衣柜里永远都少一件衣服”，这也恰恰迎合了爱美，爱穿的女性心理。在当今市场环境下，各行业不是那么景气，加之女装市场在日趋饱和，竞争非常激烈，要想成功经营女装店并实现稳定盈利，是非常不容易的一件事情。下面，就我们在本次创业训练的过程中遇到的问题和成功经验，包括：服装店的消费群体、风格定位、开店前期准备，店面装修设计、货源批发市场等方面的角度出发，着重介绍服装店从市场定位、店址选择、顾客服务、进货技巧等方面予以系统地介绍，以期使女士服装店达到有效经营。

## 一、服装店的消费群体、风格定位

在定位方面我们考虑了几个方案：中高档的中年女装、少女装、风格混搭等；形式上采取加盟连锁或自营杂牌。但是考虑到本次的大学生创业训练项目，参加项目的共有5人，而且都是女生，这样就使得对消费者心理把握比较准确。为了使女生操作起来方便，尽快了解所要面对的消费群体，最终我们定位于：以自营杂牌为主的少女装系列。

## 二、店址选择

找商圈位置好、交通发达、人口密集、地块成熟、消费力旺盛的店面。由于是大学生创业，加之风格定位于少女装，所以我们将店面选择在大学城区的商业街。这里店铺面子虽小但租金低，也适合有限的创业资金。

## 三、进货渠道

西安康复路交易广场是西北部大型服装批发市场之一。我们已地域优先的原则可以主要选择在这里进货。其次，资金允许可以到广州、成都等地选择进货。网上进货也不失为一个辅助的货源渠道。

## 四、店面装潢

店面装潢关系到一家店的经营风格及外观的第一印象，要达到的装潢效果：有创意的店名是首要的，我们的店名定为“衣衣布舍”。其次要有醒目的广告标牌、灯光（服装店适合冷暖结合的灯光），如果全部冷光，店铺虽然亮堂，但给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和。还有壁纸的选择也很重要，要选择能衬托衣服的浅色的壁纸。

## 五、进货

进货要适销、适量，要编制进货计划。进货时，首先要到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，然后再着手进货。少进试销，进货时间在每周三周四，这样周六上部分新货，另一部分留着星期天上，如果进入销售旺季，三四天补一次货。节假日，提前半个月备货。我们进货的种类主要有：外套、打底衫、裤子、裙子。小配件包括：链子、丝巾。

## 六、店内货物陈列

店内货物的陈列：衣服要品种多，给顾客足够的挑选余地，上衣、裙子、裤子、套装分开陈列。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。其次是挂板、模特的穿着很重要。墙上挂的板必须是你最近主要销售的爆款，而且此款必须是对着门口方向，以便顾客路过店门口就能看到并被吸引进店，挂板和模特衣服的搭配从里到外、从上到下必须做到适合大多数消费者的审美观，吸引消费者想去试穿。如果全身搭配的非常好，顾客一试穿，会整套买走。所以搭配很关键，也不失为增加销售额的有效手段。

## 七、营销策划

(1) 开业促销：打折、赠品、抽奖。

刚开业的店面，我们不追求大的营销额，最首要的是让顾客喜欢我们的服装、认可我们的服务态度、接受我们的销售价格，从而起到对店面宣传的作用，争取较多的回头客。

(2) 免费提供专业搭配建议。

学会用专业的眼光来审美，为顾客提供适合顾客本人气质的搭配建议。即使顾客的衣服不是在本店买的，也要热情地向顾客提供中肯有效的搭配建议，拉近和顾客的关系，让顾客信任我们。



(3) 开辟diy设计理念，让顾客有机会穿上自己设计的衣服。

在店面经营成熟的基础上，拓展业务，给有兴趣的顾客提供条件，为自己设计喜欢的服装并穿上展示。

(4) 采用o2o销售模式。

当今，单一的销售模式已经不能适应市场的需求。所以，我们要采取线上线下同时销售。线上“衣衣布舍”店面和实体店同时开业。

(5) 采用独特创意的送货方式。

这个方式主要是针对线上销售而言，由于我们主要是女装店，采取帅哥送货可以增加消费者的新鲜感和购买乐趣。

(6) 阶段性的采取买衣服送配饰的促销手段。

在淡季顾客少的时候，可以采取买送的方式，买衣服送小配件，以此来刺激顾客的购买欲望增加营业额。当今，随着女士服装店市场的逐步扩大，各种风格、经营模式、面向人群的服装店也是五花八门。在众多从事经营的个体户中，赚钱最快的当属服装个体户。五彩缤纷的时装在给人们生活带来美和享受的同时，也给经营者带来了不菲的收入。面对瞬息万变的消费市场，服装店经营者需要适时调整自己的经营策略以适应市场的需要，得到更好的发展。

通过了解女士服装的需求情况和供应情况，以满足不同消费层次的女士服装消费需求，同时给想自主创业的大学生提供可经营性参考。掌握更多的市场信息，以便做出更加准确投资方向的市场判断，对服装店的经营规模和管理模式都有较大的影响，为开店奠定好基础。

# 大学生服装店创业项目计划书篇四

如何撰写融资计划书计划书提纲xxx公司（或xxx项目）

商业计划书□xxx办事处）年月（公司资料）

地址邮政编码联系人及职务电话传真网址/电子邮箱报告目录  
第一部分摘要（整个计划的概括）

一。公司简单描述

二。公司的宗旨和目标（市场目标和财务目标）

三。公司目前股权结构

四。已投入的资金及用途

五。公司目前主要产品或服务介绍

六。市场概况和营销策略

七。主要业务部门及业绩简介

八。核心经营团队

九。公司优势说明

十。目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一。融资方案（资金筹措及投资方式及退出方案）

十二。财务分析

财务历史资料（前3-5年销售汇总、利润、成长）

2. 财务预计（后3-5年）

3. 资产负债情况第二部分综述

## 第一章公司介绍

一. 公司的宗旨（公司使命的表述）

二. 公司简介资料

三. 各部门职能和经营目标

四. 公司管理1. 董事会2. 经营团队3. 外部支持（外聘人士/会计师事务所/律师事务所/顾问公司/技术支持/行业协会等）

## 第二章技术与产品一. 技术描述及技术持有二. 产品状况

1. 主要产品目录（分类、名称、规格、型号、价格等）

2. 产品特性

3. 正在开发/待开发产品简介

4. 研发计划及时间表

5. 知识产权策略

6. 无形资产（商标/知识产权/专利等）

## 三. 产品生产

1. 资源及原材料供应

2. 现有生产条件和生产能力

3. 扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4. 原有主要设备及需添置设备

5. 产品标准、质检和生产成本控制

6. 包装与储运第三章市场分析

一. 市场规模、市场结构与划分

二. 目标市场的设定

三. 产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

五. 市场趋势预测和市场机会

六. 行业政策第四章竞争分析

一. 有无行业垄断

二. 从市场细分看竞争者市场份额

三. 主要竞争对手情况：公司实力、产品情况（种类、价位、特点、包装、营销、市场占有率等）

四. 潜在竞争对手情况和市场变化分析五. 公司产品竞争优势

## 第五章

市场营销一. 概述营销计划（区域、方式、渠道、预估目标、份额）

二. 销售政策的制定（以往/现行/计划）三. 销售渠道、方

式、行销环节和售后服务四. 主要业务关系状况（代理商/经销商/直销商/零售商/加盟者等），各级资格认定标准政策（销售量/回款期限/付款方式/应收帐款/货运方式/折扣政策等）

五. 销售队伍情况及销售福利分配政策

六. 促销和市场渗透（方式及安排、预算）

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

七. 产品价格方案

1. 定价依据和价格结构

2. 影响价格变化的因素和对策八. 销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

第六章投资说明一. 资金需求说明（用量/期限）

二. 资金使用计划及进度

三. 投资形式（贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等）

四. 资本结构五. 回报/偿还计划六. 资本原负债结构说明（每笔债务的时间/条件/抵押/利息等）

七. 投资抵押（是否有抵押/抵押品价值及定价依据/定价凭证）

八. 投资担保（是否有抵押/担保者财务报告）

九. 吸纳投资后股权结构

十. 股权成本

十一. 投资者介入公司管理之程度说明

十二. 报告（定期向投资者提供的`报告和资金支出预算）

七. 政策风险

八. 财务风险（应收帐款/坏帐）

九. 管理风险（含人事/人员流动/关键雇员依赖）

财务分析说明二. 财务资料预测

1. 销售收入明细表

2. 成本费用明细表

3. 薪金水平明细表

4. 固定资产明细表

5. 资产负债表

6. 利润及利润分配明细表

7. 现金流量表

8. 财务指针分析1) 反映财务盈利能力的指针

a. 财务内部收益率[firr]

b. 投资回收期[pt]

c.财务净现值[fnpv]

d.投资利润率

e.投资利税率

f.资本金利润率

g.不确定性分析：盈亏平衡分析、敏感性分析、概率分析

2)反映项目清偿能力的指针

a.资产负债率

b.流动比率

c.速动比率

d.固定资产投资借款偿还期第三部分

附录一.

附件

1. 营业执照影本

2. 董事会名单及简历

3. 主要经营团队名单及简历

4. 专业术语说明

5. 专利证书/生产许可证/鉴定证书等

6. 注册商标

7. 企业形象设计/宣传资料（标识设计、说明书、出版物、包装说明等）

8. 演示文稿及报道

9. 场地租用证明

10. 工艺流程图

11. 产品市场成长预测图二.

附表

1. 主要产品目录

2. 主要客户名单

3. 主要供货商及经销商名单

4. 主要设备清单

5. 市场调查表

6. 预估分析表

7. 各种财务报表及财务预估表\*计划书须用计算机打出，隔行打印且页面采用宽边；标题用较大的粗体字小标题用黑体字；各大章节分页，正文须注明页码。

## **大学生服装店创业项目计划书篇五**

衣食乃生身所需，市场之大。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。作为衣食住行之首，人类对锦衣美服的追求似乎永远没有止境。不管是遍布大街小巷、星罗棋布的个性服装店，还是各大商场的高档品牌服装，从几十元的低档地摊货到高达数千元甚至数万元的进口服装，尤其是女式服装只要符合潮流和消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。因此服装行业在市场上业越来越重要。

### （一）竞争者：

- 1、卖场气氛，本区内对本企业较有影响性的竞争店，其卖场气氛、购物环境、服务态度。
- 2、客流量，该竞争店每日的成交客户数。
- 3、平均消费额
- 4、营业额

### （二）空白市场：

服装业便于崛起，是因为市场之大，购量之强，只要你的产品迎合了大多的消费群体，在一夜之间，你就是赢家。因为是多少人在演绎着这个市场的生存规律，所以，只要你冷眼观看，就能知道自己该怎么着手于这个行业，前行者们都告诉了我们这个道理，不用你再去花钱去买了。再则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，很适合我们这些刚涉足商业的创业界层。再则，大型零售业情况20xx年大型零售企业销售统计显示：服装销售继续保持增长，销售额较20xx年同期增加了18.63%，数量增长14.95%。销售价格较去年同期上升了3.12%。服装消费升级，消费者逐渐向较高消费层次漂移，服装消费市场分层进一步清晰。

这一切都表明：我们进军服装行业比较容易，比较有市场。

女性在服装衣着上的花费将会逐年持久地增长。虽然女性服装店如雨后春笋般林立于大街小巷、闹区等人口集中的地方，但同时，女性对服装的追求与渴望是永无休止的，是疯狂强烈的。她们可以为了够买衣服而宁愿少吃几顿饭或者省下零食钱。因此，开一家女性服装服饰店仍然是有利可图的。当然，没有任何事情是绝对的，成功与失败只是一线之差。若没有有别于他人的营销理念或经营特色，是很难与同行竞争的，失败的结果就如海市蜃楼般迅速结业或转手让人。以下的数据正正说明了女性服装消费力的强大。

从消费品类来看，女装（包括裙子、套装、上衣等类别）销售量占到服装销售总量的28.96%，成为最大的消费类别；针织内衣裤销售量占服装销售总量的16.27%，是第二大消费类别；童装消费量占服装消费总量的7.71%；另外，羊绒及羊毛衫和t恤销售数量较大，分别占总销售量的7.08%和4.25%。销售数量增幅超过平均增幅的品类有t恤、牛仔服和女装。

不知在哪里听说过，女人的钱最好赚了，这其实是有道理的。女性平均每年花在购买服装上的金额为20xx元人民币或其个人收入的7.3%。

因此，我们的服装店主要经营女性服装，把目标定位在女性上。

### （一）规模：

规模的含义就是，开大还是开小，开多大最为合适。对于此种营方式来说，市场需要开

多大就开多大，并不是有多少钱就开多大，或想多大就多大。反过来讲，投资规模要与经营内容、技术条件、市场需求等因素相协调。在决定开店规模时，可以通过多个方案的比较分析后再决定。如需要场地多大、人员多少、资金投入多少等。

由于我们还没有具体的研究场地、服务人员等因素，所以我们的服装店的规模还没有具体定位，可能不会很大。

## （二）消费者：

1、18-30岁：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，其中女性消费的频率高于男性。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。

2、30-45岁：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。该群体是消费群体中经济基础最为雄厚的群体，购买欲望同样较强。但该群体大多数的人生观和价值已相对成熟，因此对风格、对时尚都有自己的喜好，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。

3、45-65岁：该年龄段的人口在2.7亿左右。该消费群体事业有成，服装购买欲望一般，但对服装有一定的品牌需求。市场上适合该年龄段的服装品牌较少，往往是有够买欲望时，却找不到适合的服装品牌，特别是满足该年龄段的女性品牌严重缺失。

4、65岁以上：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。本店的消费者主要是18岁~30岁的女性，主要为收入中下层次的女性朋友，她们的收入不高，可能会喜欢我们服装店的服装。

## （一）产品：

## （二）价格：

因为本店的消费者为收入中下层次的女性朋友，因此价位将

定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

### （三）渠道：

渠道的级数代表管理的层次，渠道的覆盖面积代表管理的幅度，渠道结构就是管理结构。渠道要适应大的环境，适当的幅度和层次确管理的有效性，并确保渠道费用最低。

### （四）促销：

（1）开店时，可以进行买衣服送小挂饰品的促销活动，或打折的促销活动。

（2）特殊节日时，比如“五一”、“十一”、“妇女节”时进行打折促销活动。

服装店的服务宗旨、服务理念等，都需要传播，需要服务人员用语言用行动用心去推广、宣传、贯彻、落实。

服装店最近有哪些新货上架，有哪些款式，款式的大小，颜色等都需要服务员告诉我们的顾客，以满足客户的需求，最大努力的让客户满意。