

如何对韩国特色服饰实施网络营销

文/王雪莹

随着我国经济、文化的快速发展,人们的生活质量和生活品位发生着质的飞跃。崇尚人性、时尚、文化和风情,不断塑造个性和魅力,已成为人们的追求。近几年,韩国偶像剧的流行,将国内韩潮推到了新的高度,与韩剧相关的产品也在市场上占据了一定的份额,尤其是韩国特色服饰。

与此同时,网络营销作为一种新的营销方法和经营理念已经被服饰领域所接受并迅速应用到服饰营销的实践中来。对韩国特色服饰进行网络营销是否具有可行性,成为服装业内人士十分关心的话题。

我们对网络营销的内外部环境进行分析不难发现,一方面人们的消费结构逐渐升级。信息交流的方便快捷,使国内需求与国际流行时尚需求步调接近。另一方面,国内服饰企业已经开始主动去了解现代化的营销手段。在服饰领域的信息化和网络应用中,服饰企业开始在网络用户中寻找顾客。目前的网络用户大多年轻富裕,这使他们更加注重自我。这些新新人类进入时尚消费的主流,缺乏创意与个性的服饰早已满足不了他们的需求,因此,这是实施对突出个性需求的韩国特色服饰进行网络营销的最佳时机。

至于如何有效的对韩国特色服饰实施网络营销,我想从下面几个方面来阐述:

一是企业要进行恰当的网络营销定位,这包括市场定位、内容定位、营销模式定位和盈利模式。企业网络营销理念的载体是企业网站,那么对网络营销定位具体就表现为对企业网站的定位。品牌是服饰企业的核心,也是企业网站所要展现的核心内容。在进行企业网站的策划前,一定要吃透企业具有韩国风情服饰的内涵,按照品牌演绎的需要来规划网站,设计栏目。服饰企业网站的产品展示规划考虑到服饰产品的特殊性,所以通过CAD等相关技术全方位展示产品是十分必要的。销售韩国特色服饰的网站大多面向的是年轻人,应注重与访客沟通,让网站与访客互动起来。企业还可以通过零售和大批量的发售相结合的方式,将和本公司的定位一致的生产厂家资源整合,建立长期合作关系,进而实现最终的盈利。突出产品特色,选择最具流行的式样集中展示,形成独具特色的经营模式和竞争优势,这样必会受到消费者的青睐。

二是注重营销策略的选择,包括产品策略、价格策略、促销策略。利用CAD对产品进行全方位的展示,为客户提供安全的付款方式和送货方式都是必不可少的。由于企业的产品是针对顾客个人的极具特色的韩国服饰,应该开展互动式营销,这样可以随时随地与顾客进行交易,而顾客也可以以一种新的方式与我们互动交流,这样传递信息的成本比传统营销方式低廉得多。由于互动式营销需要消费者主动寻找的商品,因此我们必须在消费者选购或搜寻信息前建立品牌形象,才有机会将信息传递给消费者。

如今巨大的社会压力激起了人们对情感的渴望和诉求,这是将情感演绎到极致的韩剧在中国火爆的主要原因。因此销售韩国特色服饰的公司可打出“情感牌”,用情感表达时尚,用时尚激发情感,永远挑战流行的最前沿,在轻松与温情中演绎个性生活。

价格策略主要体现在折扣的妙用上。公司可以定出有限的打折的款式,有限的打折时间,巧妙利用顾客的心理来进行销售。公司还可以在适当时期采取限量销售的策略,顾客大都会认为卖得多才能赚得多。限量销售必会引发一些消费者的恐慌心理,机不可失,时不再来。另一些具有攀比心理的顾客也会竞相购买,这样一个购买热潮就掀起来了。当然,限量销售是有条件的,产品一定要有特色或有纪念意义。否则,此策略不一定有效。

三是提供一对一的个性化服务。利用网络一次与一个客户建立联系,重视顾客的长期价值。通过网络提供的相关工具,我们可以创建个性化的顾客信息系统,分析每个顾客的喜好、购买方式,针对他的特点开展个性化营销活动。韩流席卷中国,企业可以将网络作为一个平台,提供韩剧中人物的服装款式,以此为基础,接收顾客订单、满足客户特殊需求,实现一对一的个性化服务。

四是制定切实可行的网站推广策略。公司主要应用的是广告策略。网络广告一般是指在Internet上发布的广告,它是Internet作为营销媒体最先被开发的营销技术。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。可以通过在知名网站上打出广告,或者利用E-MAIL来推销产品。广告要赋予品牌个性,使品牌与众不同,把主要特征通过简洁、明确、感人的视觉形象表现出来,使其强化,以求在消费者的头脑中留下深刻的印象。

总之,网络营销作为电子商务时代的宠儿,其不可比拟的优越性已经被越来越多的人所认

可。对韩国特色服饰实施网络营销不仅可以及时传达最新流行，更好地适应市场变化，而且可以省去不少管理费用，节约更多的销售成本，使资金更有效地用于产品开发和广告宣传。网络营销有着良好的发展前景，运用得当将为企业带来重大贡献（作者单位：山东大学管理学院）

相关链接

浅议房地产企业营销能力评价指标体系的构建
我国羽毛球俱乐部的市场经营模式探讨
经营型酒店低成本战略思想浅析
浅论21世纪企业的绿色营销
MBA营销岗位胜任特征研究
体验营销探析
如何对韩国特色服饰实施网络营销
论我国商业银行公司客户营销体系的重构
现代物流企业经营绩效的综合评价体系研究

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心