

关键词：服装批发零售企业,O2O

内容概要：

当我们徜徉在移动互联网世界不可自拔，享受着各种APP软件带来的便利，各种线上体验，线下服务的商业形式，无疑是当下无处不在的O2O模式，激发了众多服装批发零售企业的移动互联网思维，积极融入移动互联网时代，并计划要有一番新的作为。但很多服装批...

正文：

当我们徜徉在移动互联网世界不可自拔，享受着各种APP软件带来的便利，各种线上体验，线下服务的商业形式，无疑是当下无处不在的O2O模式，激发了众多服装批发零售企业的移动互联网思维，积极融入移动互联网时代，并计划要有一番新的作为。



但很多服装批发零售企业在谈论O2O变革的时候，不免也有些“畏畏缩缩”，和一些服装批发零售企业接触过程中笔者了解到了几个关键的问题，如何解决它们，成为解决服装批发零售企业步入O2O的核心问题。

问题一：服装批发零售企业如何开展O2O营销活动？

O2O线上营销活动主要通过移动端来实现，通常有两种手段：微博营销和微信营销。微信营销是最为有效的营销手段，企业完全可以通过微信与粉丝进行互动，大打粉丝牌，帮助企业实现精准营销。

问题二：如何刺激新增O2O线上粉丝？

中国有句老话，“有钱能使鬼推磨”。O2O线上粉丝来源的途径之一便是门店终端，建议企业可以设定门店每日吸纳会员指标数，作为绩效考核的要素之一，完成指标后给予店铺一定奖励。或者也可以设定利益分成法。我们经常可以看到扫码关注微信换取礼品活动，原因便是“有利可图”，企业就可以抓住消费者贪便宜的心理，诱惑他们注册会员。方法虽然老套，但百试不爽。

问题三：如何平衡线下店铺的利益分配？

服装行业的经营模式分为多种，直营模式、直营+代理模式、多品牌模式等，不同模式之间，试水O2O必然会牵涉到品牌商、代理加盟商、渠道商、导购等之间大大小小的利益？

企业可以通过获取三个参数作为分配依据，1.会员所属店铺;2.订单生成位置;3.发货门店，对每个环节所作出的贡献值进行分配，获取订单不同比例的奖励，根据实际情况制定利益互相关机制，从而提高直营店或代理加盟店对O2O(线上实体店)的推广及移动端订单抢单的积极性。

问题四：通过大数据分析，精准描绘出消费者特点？

每个开发出来的软件后台都会配备一个管理系统，企业可以通过移动端软件精准获取到用户的所有信息，从而转换成图表进行大数据分析，总结出消费者特点，便于企业了解客户，满足客户，服务客户，有了数据分析，企业与客户之间的距离还会远吗？

服装O2O的未来，结合多方资源顺势而起，相信服装行业O2O市场的潜力将不可估量。

西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱:admin@xaecong.com