

## 服装店创业计划书（通用 15 篇）

### 服装店创业计划书(通用 15 篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们的工作又将在忙碌中充实着，在喜悦中收获着，该为接下来的学习制定一个计划了。相信许多人会觉得计划很难写？下面是小编精心整理的服装店创业计划书，欢迎阅读与收藏。

#### 服装店创业计划书 1

##### 一、介绍

主要经营韩版服装、饰品，兼卖韩国风格设计独特的生活用品。采用网络、店面相结合的方法，利用 21 世纪网络技术蓬勃发展的大前提，根据网络购物热潮推出的购物新理念，旨在带动新一代年轻人的购物热情，快捷、方便、多样、韩流是我们的特点。

##### 二、店面选址

为了减少资金投入，直接用靠近公园，霍家村口对面的 2 个相连车库位，剩下租金。

##### 三、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。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。

1、要紧扣韩国风格，在店面的装潢上一定要下工夫，给人强烈的视觉冲击力和感染力，有耳目一新的感觉。

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!灯光冷暖结合，空调在夏天必需要具备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的!预计花费 x 元。

##### 四、选货及进货的渠道

1、选货：首先和韩国的品牌商交涉网上代理的相关事宜，争取最

小代价，争取更多的货源。其次瞄准韩国汉城的散货批发市场，选择精品。再次瞄准韩国购物网，直接挂到我们的网上，低买高卖。

2、进货渠道：韩国进货直接邮递回中国，必须谈好物流公司，建立良好的合作关系，争取最低成本。

## 五、人力规划

创业初期减少成本，锻炼个人能力。不准备雇服务员，由我(安阳店面装潢、开业收银等注：提倡顾客用支付宝等支付，但不排斥顾客现金交易)、董羽(网页维护、到韩国后进货)、王硕(进货)、张维佳等同学(店面服务员)负责。赢利后才用投资分红的方法。

## 六、投资金额分析，每月费用分析

1、装修费 x

2、店面摆放衣服，饰品，小东西等 x

3、其他店面内费用 x 元；

4、员工工资在赢利后的月底结，暂不算在投资内；

5、余下 x 做流动资金使用。

共计：x 元

## 七、营销策略

### 1、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。同时在周围小区散发些传单。

### 2、长期发展营销策略

(1)、原则：坚持走自己的路线，网络更新要快，如果运营得当可以慢慢适当拓宽销售范围。

(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:

初次来店的惊喜: 免费赠送小饰物, 小挂件, 让其填一份长期顾客表, 并传递我们店的特色。

增加顾客购买的可能: ①传达我们购物方式的先进, 如每三天网上都有新货更新等信息; ②利用顾客注册信息, 以某种借口想顾客发送邮件, 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根据顾客购买的金额设置累计奖励机制。

### 服装店创业计划书 2

#### 一、摘要

现今的 21 世纪人们对于衣食住行的要求愈来愈高。随着社会的不断进步, 人们早已不再满足与穿暖, 亮丽光鲜的外表不仅使自己美丽的展示也是对他们的一种尊重。服装行业的投资小, 盈利可观, 并且资金回收较快。服装行业容易进入也容易启动。而且自己对服装也有点感兴趣, 选择实体店与网店相结合的方式, 并加入品牌店的模式, 多元化的发展更利于服装店的经营与销售, 也算是兴趣与事业相结合吧。

#### 二、项目介绍

我的项目是做服装行业, 开个女式潮流服装店。在选定行业之前, 我先衡量自己, 对于刚大学要毕业的我们没什么经验而创业资金也不充裕, 打算用父母资助的 5 万元来创业。都说, 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, 选择实体店与网店相结合的方式来扩大销路, 区别于传统的方式, 迎合现在是潮流, 同时以加盟的形式进行, 盟主和加盟商之间需要紧密配合, 全方位地思考和制定开店的策略, 以最有效的方式制定和执行开店规划, 包括市场分析、商圈调查、选址、装修、开业筹备和开张等。所有的配备、装置和货品也都应该在规定的时间内备妥。以便争取到最快、最高的经济效益。也适合我们这些不太懂的毕业生, 不需要自己太费心。

### 三、市场调查概况分析

二十一世纪已经是信息的时代，而按照淘宝对外公布的数据，20xx 年淘宝成交额超过 4000 亿元，定下 20xx 年成交额将达到 5000 亿。目前平均每天成交按照他们提供的支付宝交易额更高达接近 7 亿元。这就更加给人们带来了网上创业的机会，一个好的平台，必定会造就优秀的企业。而实体店的模式又适合进货和那些喜欢逛街试衣服人的需求。

1. 实体店的优势：不仅满足对个别地区人的需求，而且对了解潮流趋势，了解消费需求都有现实的意义。网店优势：买一件应季的衣服，采用传统的途径解决问题，需要空出专门的时间，到商业区进行逛，挑，试，买几个动作，当然如果后续不满意还要加上个退的环节，从这个方面来说，要买这件衣服所花的除了标签上标的价格之外，还要花费时间成本，交通成本等等，劳心劳力；而相对于网购，点击鼠标，半个小时完成挑选对比，除了不能试穿，全部搞定，可以安心等待衣服上门，而且价格绝对是要比商城里便宜得多（因为不必支付商城的物业，人员，广告等等成本的均摊。）可谓既省时间，又省金钱。而根据人类心理分析，人们喜欢跟风消费，若一个团体中的一人进行网上购物，则团体中的其他人十有八九也会进行网上购物，甚至都会在同一家店进行结伴购物，这就给了我们商家优势，当然也要靠我们自己依靠诚信，而利用实体店的优势加大买家对自己信任度。

2. 目标市场的设定：女人爱逛街，这是一个亘古不变的真理，更有甚者说赚女人的钱很容易。女性消费者数量庞大，占整个社会总体消费的绝大多数。据统计女性消费者占全国人口的 48.7%，对消费活动影响较大的中青年妇女，即年龄在 20 岁~55 岁的那些占人口总数的 21%。女性消费者群体数量庞大，是大多数购买行为的主体。如果将实际购买者和购买决策者的数量统计出来，这个比率将会更高，了解女性对服装的基本需求，所以把 18—40 岁的女性消费者作为我们网店的最大客户群。

3. 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：随着网络的发展，大多数年轻消费者越来越喜欢网上购物，因为

网上购物可以节省购物时间，还可以提供大量的商品让消费者选择，非常便捷。但是网上购物最大的担忧依然是信誉问题，因此我们的营销模式将采用实体店加网店运营，这样我们网店在网上的信誉将得到极大提高。

#### 四、营销策略

1、销售政策的制定：实体店营销加网上营销，一个能在现实生活中找到的实体店，能让顾客在网上购物的时候感受到一份安全感、踏实感。同时在网店开始营销的初期，由于广告费用比较的高昂，所以一部分的资金还能从我们的实体店销售利润中得到。

2、销售渠道、方式、行销环节和售后服务：网上销售+实体店销售，专注服务从前期店面选择到店面设计，方方面面为经销商考虑周全.帮助进行合理配货,对开业赠品等一系列环节进行周密布局,以全方位的服务并提供强有力的市场攻略、广告宣传、形象包装和攻关策划。

(1) 实体店将选择市中心和城郊相接的地域，这样在保证费用不是很高的同时，也能保证实体店的客户源。

(2) 网店营业的前期配货采用快递的方式，以节约自己做物流的费用。当我们的网店做大做强之后，我们所要邮递的货也会增加到一个比较大的数目，这时我们将选择自己做物流来减少昂贵的快递费用。

3、主要业务关系状况： 各级资格认定标准政策：付款方式：网上支付、货到付款等供消费者选择；货运方式：前期快递，邮局等，后期物流；折扣政策：产品本身已折价卖，保证价格低廉。

4、销售队伍情况及销售福利分配政策：除工资，按销售额分配提成外，我们还将让我们所有的员工都能拥有我们网店的股份，以充分调动员工的积极性。

#### 5、促销（方式及安排、预算）

(1) 主要促销方式：送小礼品，根据价格可选择免除一部分运费等，努力让客户满意。

(2) 付款方式：支付宝、网银、货到付款等多种方式并存，提高用户体验感，来促进销售。

#### 6、核心营销运营模式

### (1) 用户会员制:

会员制度虽已陈旧,但它却是一个营销网店的核心部分,是网店与会员交流、交易的纽带。会员制度能否成功运作是检验一个营销网店成功标准。从某个角度来看设计会员制度:活跃用户、增进交互、激励消费、黏着用户。

### (2) 产品结构优化:

①产品展示友好全面:把产品友好的、全面的、清晰的展示给用户,给用户交易前留下良好的第一印象。现在我们将产品划分成详细的体系,也就是把产品详细归类,每个系列下面多少个/种产品;

②产品展示以用户为导向:把所有的产品拆开,按照用户目标群划分,也就是以用户为导向,让用户第一时间找到适合自己的产品。

③产品展示智能化:增设产品和知识搜索框,方便用户使用。

## 五、销售计划

都说服装小店的经营状况如何,跟商品的定位和进货的眼光很有关系。要做好一家服装店,除了要有良好的销售方法外,最关键的一点是要“懂”进货。这个“懂”字包含的内容非常多,不仅要知道进货的地点、各批发市场的价格水平和面对的客户群,还要了解小店针对客户群的喜好、身材特点,更重要的是要会淘货,要练就一双选货的火眼金睛。这种历练需要时间和经验的不断积累,要达到炉火纯青的境界,至少要3年左右的时间。

服装店的经营旺季为每年5至8月和10月至次年的春节,利润一般在30%至120%之间。刚上市的新款流行服装利润最高,可达200%,随着流行季节的过去,服装价格也逐步降低,到季节末尾,利润只有10%至20%,甚至保本销售,以便回笼资金。

而在网店方面则可采用以下措施:

(1) 折价促销:由于网上销售商品不能给人全面、直观的印象,也不可试用,触摸等原因,再加上配送成本和付款方式和复杂性,造成网上购物和订货的积极性下降。而幅度比较大的折扣可以促使消费进行网上购物的尝试并做出购买决定。

(2) 赠品促销:赠品促销和优点是可以提升你的知名度;可以鼓

励人们经常访问网店以获得更多的优惠；还能根据消费者索取赠品的热情程度分析营销效果和产品本身的反应情况等。但千万要注意不要选择次品，劣质品作为赠品，这样做只会起到适得其反的作用。

(3) 限期供应：“限期供应”对消费者总是具有诱惑。像“特价只剩 2 天！”这样的促销口号。但“限期供应”要真实，否则最终失去消费者信任。

(4) 多与其他网店建立友情链接：俗话说多个朋友多条路，在网上可以说是多个链接多个窗口。大家通过交换店铺链接，可以形成一个小的网络，能增进彼此的影响力。尤其是当有人上了首页推荐的时候，你就更是跟着沾光了。

(5) 利用其他的宣传方式：我们的销售人员可以到各个贴吧、论坛、QQ 群、MSN 中进行宣传。

## 六、服务分析

### (一) 专卖店管理制度

为规范专卖店管理，体现专卖店品牌形象，特别制定一定的适合的管理制度。

### (二)、行为规范、工作积分

终端的销售工作最终是靠导购来完成的，经过培训的导购和没经过培训的导购。

## 七、风险分析

### 1、资源（原材料/供应商）风险

我们的店所要首先是经过店主精心挑选的，集时尚、个性、质量为一体；其次是能加上我们网店标签的商品（衣服在后领上打上我们网店的标签货 LOGO 语言，裤子在后腰上也要打上我们网店的标签货 LOGO）。

### 2、进货的风险

由于货源过于单一不是顾客所喜欢的样式、在批发市场批发的货物出现质量问题，而无法进行退换、进货人员工作失误和采购预测不准，超出预算、运货途中出现意外（发生车祸造成人员伤亡）、及市场不确定性风险等。

### 3、生产不确定性风险

商品质量是关系到企业生存的关键所在，质量的优劣是提高企业信誉的一个重要因素。由一个消费者至少能影响身边至少 20 个消费者的连锁反映可以看到质量对顾客的重要性，商品出现质量问题，商家应负承担的责任

### 4、成本控制风险

主要从资金的投入，商品的成本分析，期间费用，商品的销售利润，预测现金流量表，预测利润表，预测资产负债表，主营业务利润率，总资产利润率，成本费用利润率等方面分析企业的财务状况。

### 5、资金链的风险

- 1) 积压的商品不能卖出而不能得到货款
- 2) 不能购买新货，使产品不能更新，顾客失去购买欲望
- 3) 工人工资不能如期解决

### 6、竞争风险

竞争激烈的时代需要明确竞争者的各种状况，主要从技术、商品的价格、服务等方面与竞争者比较制定竞争策略，明确自己的优势与不足之处，以便更好地适应时代的发展。

### 7、管理风险（含人事/人员流动/关键雇员依赖）

投资是一项经营人才的业务。在开始我们构建一直有直接技术与经验的管理队伍，为公司制定切实可行的决策，执行最有效率的任务，并邀请具有各专业技术及管理经验的人员加入；并担任重要职务，由于人员的流动性，因而需要一个合理的雇员聘用准则，营造可持续发展的和谐环境，控制突发事件。

### 八、应对风险的措施

1、周围一些大型的批发市场进货，在批发市场进货需要有强大的议价能力，力争将批发价压到最低，同时要与批发商建立好关系，在关于调换货的问题上要与批发商说清楚，以免日后起纠纷。

2、可以用一个极低的价格吃下，然而转到网上销售，利用网上销售的优势，利用地域或时空差价获得足够的利润。所以，你要经常去市场上转转，密切关注市场变化。

3、购物后，通知双方的联系方式，根据约定的方式进行交易，可以选择见面交易，也可以通过汇款、邮寄的方式交易，在路上物品时时监控。

4.对顾客关系给予足够重视，建立顾客联系卡，将顾客的肯定意见广为宣传。

5. 每种营销手段有明确的目标，使顾客或潜在顾客知道下一步该干什么。

6.在信息时代，可以利用网络定期向顾客发送相关产品的介绍，使顾客了解最新的打折、促销及最新产品。

7.找到自己网店的独特“卖点”

## 九、总结

随着互联网的迅速普及以及电子商务的飞速发展,网上购物已经成为很多消费者,尤其是新崛起的年轻一代消费群体所接受和青睐的消费模式。而实体店与网店的结合更是各种利益的最大化。对中国互联网人口所作的最大胆的预测来自美国波士顿的扬基集团。它在去年11月份出版的研究报告说.惠普的首席执行官在去年10月份她首次访华时也表示，互联网在中国的应用可在短短五年内赶上美国和其它发达国家。由此看来，中国占世界总数五分之一的人口对互联网络事业来说具有特别的意义。最主要的是服装行业的投资小，盈利可观，并且资金回收较快。服装行业容易进入也容易启动。所以投资服装相信会是不错的选择。

基于调查分析以及通过创业计划书的叙写，相信我们店成功指日可待。

## 服装店创业计划书 3

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

## 一、服装行业分析：

### （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。

## 二、服装店的目标市场：

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

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。

三、服装店的市场分析：

（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：

国内成年服装年龄段分类基本为：18-30 岁，30-45 岁，45-65 岁，65 岁以上。

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

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。

#### 四、服装店的要素(4P):

##### (一) 产品:

由于本店的目标对象是 18-30 岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张也不能太落后。

##### (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保管理的有效性，并确保渠道费用最低。

由于服装业是直接与客户接触，没有那么多的管理层次，因此渠道的级数很小。客户焦点竞争及迅速决策要求组织具有更扁平的管理结构，扁平化的组织结构就是现代企业适应快速市场变化的组织渠道结构。进货渠道：服装批发市场

##### (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。

#### 五、服装店的整合营销传播:

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。

#### 4

开服装店创业计划书一定要做好，在开店伊始，一定要做好准备工作，如何开服装店更赚钱呢？

##### 一、发展前景

随着近几年韩国风在我国盛行，韩国的文化渐渐走进我们的日常生活，韩国的服装也慢慢受到我们的喜欢和追捧。在一个有着 13 亿人口的市场下，本人想开一家韩国服装店。

##### 二、店面选址

为了减少资金投入，直接用靠近 XXX。

##### 三、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。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。

1、要紧扣韩国风格，在店面的装潢上一定要下工夫，给人强烈的视觉冲击力和感染力，有耳目一新的感觉。

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!灯光冷暖结合，空调在夏天必需要具备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的!预计花费 XXX 元。

##### 四、发展战略

1、主要经营韩版服装、饰品，兼卖韩国风格设计独特的生活用品。服饰年龄主要定位在 16-35 岁之间的时尚男女.采用网络、店面相结合的方法，利用 21 世纪网络技术蓬勃发展的大前提，根据网络购物热潮

多样、韩流是我们的特点累计奖励机制。

## 2、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。同时在周围小区散发些传单。

## 3、长期发展营销策略

(1)原则：坚持走自己的路线，网络更新要快，如果运营得当可以慢慢适当拓宽销售范围。

(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。 **elab.ic**

(4)方法：初次来店的惊喜：免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表，并传递我们店的特色。增加顾客购买的可能：

①传达我们购物方式的先进，如每三天网上都有新货更新等信息；

②利用顾客注册信息，以某种借口想顾客发送邮件，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；

## 五、选货及进货的渠道

1、选货：首先和韩国的品牌商交涉网上代理的相关事宜，争取最小代价，争取更多的货源。其次瞄准韩国汉城的散货批发市场，选择精品。再次瞄准韩国购物网，直接挂到我们的网上，低买高卖。

2、进货渠道：韩国进货直接邮递回中国，必须谈好物流公司，建立良好的合作关系，争取最低成本。

## 六、人力规划

创业初期减少成本，锻炼个人能力。不准备雇服务员，由我(安阳店面装潢、开业收银等注：提倡顾客用支付宝等支付，但不排斥顾客

)、董羽(网页维护、到韩国后进货)、王硕(进货)、张维佳等同学(店面服务员)负责。赢利后才用投资分红的方法。

七、投资金额分析，每月费用分析

1、装修费 XXX;

2、店面摆放衣服，饰品，小东西等 XXX;

3、其他店面内费用 1000 元;

4、员工工资在赢利后的月底结，暂不算在投资内;

5、余下 XXX做流动资金使用。

共计：XXX元

## 5

项目概况：在白领较为集中的附近开一家具有特色的、适合文化层次较高、年龄在 25~40 岁之间的成熟的职业服装店创业计划书。

市场分析

一、市场需求分析

(1)服装市场中，高、中、低档女性服装都有，但女性服装风格大多过分偏重于随意、休闲、舒适。或者是偏重于标新立异、与众不同，都不能满足白领女士的需求。

(2)一些很高档的时装虽然能满足白领职业女性的'穿着要求，但定价太高。

(3)也有一些价格适中的职业套装，虽然有的质地与手工都不错，但过于职业化，让人觉得少了一点女人味。

(4)一些中档、高档的杭派职业女服的设计风格优雅，面料精美，手工考究，色彩与款式大都比较明亮与柔和，价格也能为大多数收入在中等偏上的较成熟的白领职业女性所接受。

二、目标群体分析

文化层次较高(大专及大专以上)、年龄在 25~40 岁之间的成熟的职业女性是女装店的目标群体。这一目标群体的月收入在 20xx 元以上，或家庭月收入在 5000 元以上，应属于小康生活家庭，对服装的品味要求较高。这一群体侧重于白领女性。

三、竞争对手的分析

这一类职业服装店创业计划书还比较少，且大多为专卖店，品种单一，个性化不强，价格较高。

### 成本预算

#### 一、前期投入

店面装修： 10000 元

租金：(两押-租) 28000 元

进货： 18000 元

工商管理、税务登记费用： 1200 元

顶手费： 20000 元

流动资金： 10000 元

合计 1： 87200 元

#### 二、每月固定费用

工资： 5500 元/月

其中：店面人员 2 人：  $1500 \times 2 = 3000$  元/月

经理工资： 2500 元/月

水电： 300 元/月

工商管理费、税收： 500 元/月

租金： 10000 元/月

合计 2： 16300 元/月

三个月即 48900 元

#### 三、前三个月共需投入资金

$87200 + 48900 = 136100$

### 盈利状况

(1)中档服装按平均每套服装批发价之后为 240 元/套，毛利 90 元/件；

(2)高档服装按平均每套服装批发价 150 元，零售价 300 元计算，(八折 280 元，零售价 500 元计算，(八折之后为 400 元/套)毛利 120 元/件。

### 市场风险分析

一、服装行业最大风险就是对行情的把握，如果把握不好，很容

易造成商品积压。这就需要细心研究市场行情，从平时的销售业务中把握客户需求，做到既不盲目紧跟潮流，又不落后于潮流。

## 二、同行竞争是主要风险之一

本店要严格服装质量关，提高服务质量，实行贴心服务，尽量不打价格战。

## 三、顾客对服装质量的投诉也是风险之一

在把好质量关的前提下，有理、有节的处理好顾客意见非常重要，树立顾客就是上帝的服务意识。

### 人员机构配置

#### 职员及岗位职能

(1)店员 2 名：负责与顾客的各项工

(2)经理 1 名(自己本人)：统筹全盘，负责采购和财务。

## 服装店创业计划书 6

### 一、项目介绍

在选定行业之前，我先衡量自己的创业资金有多少，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

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面，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，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，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。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。

### 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。

### 四、选货及进货的渠道

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!

### 五、人力规划

我计划雇佣三个人，两个小姑娘最好是漂亮 mm，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。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、营销策略

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。同时在周围小区散发些传单。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!

## 七、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，任务完成。

## 服装店创业计划书 7

### 一、租金支出情况

包括店面租金和转让费，从蔡先生的情况来看，由于地处东莞工业区，店面租金仅1200元每月，两按一揭，前期也只需要一次性支付3600元，所以，租金并不是一笔很大的支出。转让费才是应该重点考虑之处，不过，无论是铺租还是转让费，都可以通过和原租客进行商讨，争取分期付款，不过，分期付款往往要付利息，对于有能力一次性付清铺租和转让费的经营者，伍小姐不建议进行分期付款。

### 二、服装店装修计划

蔡先生的服装店目标客户是普通老百姓，且店面只有20平方米，因此只需简单的货架、醒目的招牌即可。普通的招牌只需100到200元/块。从店内的整体规划上，到石灰、地砖、灯泡、货架等装修的材料购、到店内的装修过程等，最好是亲力亲为、亲自监工，这样既可以降低装修成本，又可避免偷工减料等情况的发生。另外，地板、墙壁、货架等各个装修部分要分别请不同的团队做，比一家装修队一条龙服务能省钱。伍小姐算了一笔账，假设店面需要10盏摄灯，自己配

备好灯的话，只需装修团队花上一天的时间或一次性就可以搞定，费用大概只需要 100 元。

### 三、服装店进货策略

经过初步计算，由于店面只需要简单货架，每月有 6000 元的资金可以补充，转让费平摊下来按每月 20xx 元计，蔡先生首月尚有 13000 元左右的剩余资金，在前期投入上并不存在资金紧缺的问题，如果用 1 万元的资金用来进货，按每件衣服 20 元的进货成本来计算，可以一次性进货 500 件，支撑一个 20 平方米的店面有过之而无不及。她建议，对于没有经验的经营者，首次进货最好拿多几款，每款少拿货，这样虽然拿货的成本可能高一点，但不用承担滞销的风险。经营一段时间后，确定哪个款式比较热销再补货。等经营到比较成熟之时，再拓展业务，比如通过低价倾销等手段促销，或通过购次品进行再加工来降低进货成本

### 四、新店如何招员工

开店初期，应尽量节约人力成本，20 平方米店面，一名店员就足够了，最好规定一个约 2 个月的试用期，不但可以节约人力成本，也可方便店主和劳工双向选择。东莞的劳力成本比起广州等大城低，且工资月底结算，可以用每月的营业收入补给，试用期间每月 1300 元对蔡先生来说，应该不会构成负担。

## 服装店创业计划书 8

### 一、企业概况

我是一名在校大学生，经验和资金都有限，所以我选则走传统行业路线——服装行业。衣、食乃生身所需，所以市场前景是非常之大的。在衣、食、住、行这人类生活的四大元素中，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。人可以吃好吃坏，有的还可以自己家的，但人不能不穿衣服，更不能自己生产，所以在这方面上是肯

定有需求的;随着人们生活水平的提高,人们的审美情趣,都随之而变,不仅讲穿,还讲究怎么穿,穿什么样的,穿的是否如意;所以穿,有着很大的市场,每人都必须的;冷静一下,市场之大,竞争者,也比比皆是;犹如一块汤由希已有了无数的蚂蚁,都在啃食着这块蛋糕。究竟怎样,自己能不能成为这块蛋糕主要占领者,要看我们选择什么样的市场定位,及生存方式;让消费者欣赏自己的产品,是最重要的;这就是我们即将面对的最重要的根本。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。

我之所以认为选择服装业便于崛起,除了因为市场之大,购量之强外,还有原因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,很适合我这样刚涉足商业的创业阶层,而且自己对服装也有点感兴趣,算是兴趣与事业相结合吧。

## 二、公司组织及管理

由于是刚刚开业的小店准备雇佣三个人,三个年轻漂亮的女孩主要负责接待顾客,有经验者优先,我可以自己负责收银工作。根据服装店的收益情况适当的增减人员。

我是学管理专业的,所以指定一个管理的制度虽与我来说并不难。

### (一)本店的管理制度

为规范专卖店管理,体现本店的形象及特色,特别制定本管理制度:

- 1、导购需按店规穿着导购服装。
- 2、每天两次大扫除,早晚各一次,营业时间内保持店里、店外干净卫生。
- 3、每星期二、六模特衣服更换一次,每星期一高柜货物调换一次。
- 4、待客须热情、仔细、认真。
- 5、请节约用电,白天开室内“外孔灯”、“壁图灯”,阴天时加开“灯光模特”。每天傍晚开“室内外孔灯”、“灯光模特”、’室外孔灯“;0:00至22:00开“招牌射灯”。请节约用水。
- 6、节约电话费,每次打电话不可超过5分钟。每月电话费最高限额100元/月,超过部分由导购共同承担。

7、上班期间不得接打私人电话超过五分钟。

8、每天须盘点货物，若出现货品及促销品缺欠，由导购共同负担，货品按零售价赔偿，导购移交货时需检查金额及真假，若发现欠缺及假币，由导购承担。

9、若导购辞职，须提前一个月告知，同意后方可辞职。

10、工资为 800/月+提成，提成为月营业额的 1% ，提高她们的积极性。

(二)行为规范、工作积分制(10 分为满分)

1、打扫卫生不干净扣 1 分。

2、无礼貌用语扣 1 分。

3、收银单书写不全扣 1 分。

4、迟到、早退扣 1 分。

5、摆货不整齐扣 1 分。

6、模特三天换一次内衣，没执行扣 1 分。

7、高柜货物一星期调换一次，没执行扣 1 分。

8、钱币出现缺欠情况，假币情况扣 1 分。

9、不节约用电、用水、用电话扣 1 分。

10、在营业时间谈论私事、嘻戏、聊天、无执行轮流休息扣 1 分。

11、待客不认真、不热情扣 1 分。

12、每月请假次数超过 3 次扣 1 分。

注：6 分为及格，若连续 2 个月不及格，则自动辞退。

三、市场评估

(一)市场分析

1、群体目标：

国内成年服装年龄段分类基本为：18-30 岁，30-45 岁，45-65 岁，65 岁以上。

(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 岁和 65 岁以上就不用考虑了。

从上面数据可知，18-45 岁这两个年龄段的消费力相对较高。而处于该年龄段的女性大多都是职业女性或年轻少妇，她们对于服装的追求较为强烈，但对服装的档次不会过分要求。本服装服饰店的目标对象主要定在 20-35 岁之间的职业女性和有工作的主妇。前者是所谓的单身贵族，后者被称为双薪族。这一目标群体月收入约在 1500 元以上，无家庭经济负担或属于小康生活家庭，她们多注重服装服饰的款式和搭配，自由支配的费用较多。

## 2、产品定位：

由于本店的目标对象是 20-35 岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。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。

### (二)市场竞争

与其他店铺相比之下，新开业的我们有很多优势。第一，我们没有大量的库存，可以有足够的空间摆放一些新款服装。我们拿货要秉着“多款少量”的原则，多拿几个款，每个款少拿一点，看顾客的反应再补货。第二，我们还很年轻，有足够的激情和创业的热情。也就是说我们的服务态度和其他家相比会是一流的。第三，对于刚开业的我们，首要的目的不是赚钱，而是拉回头客，用优质的服务态度和新颖的款式留住更多的新老顾客。

当然我们的劣势也很多。第一，我们没有足够的资金，不能满足高档消费者的需要。第二，我们没有丰富的开店经验，要不断的摸索，可能会走很多弯路。第三，我们没有固定的老顾客，一切要从头开始。

“万事开头难”但是我相信，度过刚开业的这段难关往后的路我们会更好走。

#### 四、融资计划

兵马未动，粮草先行。钱，对于任何一个人来说他的重要性就不言而喻，尤其对于创业者来说。在创业前期，钱是创业的基础——资本；在创业的中期，钱是创业的血管——流动资产；在创业后，钱则是主要目的之一——利润。对于一个企业来说，无论是他的初创，还是他的成长，乃至成功，融资都是最重要的助力。

而对于大学生的我来说，在资金方面是很贫乏的。贷款没有属于自己的车或者房屋。关朋友借，但大多数朋友也都是在校学生，和我一样没优资金。所以放在我面前的唯一出路是向父母借。当然借就要遵照一定的法律程序，要有借据，谈好利息和期限，到期要按时偿还。

#### 五、开业流程

##### (一)店面选址

虽然地点并不是服装服饰店经营成功的唯一前提，但是铺址的选取仍然极大限度地影响店铺生意的好坏。好店址的特点主要有 6 个方面：

(1)商业活动频繁。商业活动频繁的地区一般指商业中心、闹市区。

(2)人口密度高。在商业街、居民区附近开店，人流量大，各年龄层和社会阶层的人都有，对于服装服饰款式或类型的选择比较容易。

(3)客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。

(4)交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。

(5)人流聚集或聚会较多。百货商场、服装商场附近的服装服饰客流量较多，因为客人在逛完商场后会顺带到附近的街店转一圈。

(6)同类店铺聚集。经营同类商品的店铺越多，顾客在这里进行比较和选择的机会就越多，因此若能集中在某一地段或街区则更能招揽顾客。

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以要考虑到很多问题。比如店面费用、店面租金、店面期限、店面装修等问题。

##### (二)店面装潢

租好了店面，下面就要装修了。店面装修关系到一家店的经营风格，及外观的第一印象。在装潢前要与装潢公司沟通好把自己想要的

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/698103027046006115>