

近年来，国内服装行业的销售额不断下滑已成事实，随着直播带货的兴起，让本就受疫情影响的服装实体店面临巨大的冲击，使门店获客更难，销售额增长缓慢；现在的消费者越来越趋于理性，再加上直播带货的价格战，相比之下服装实体店毫无竞争力；由于实体店受到电商的冲击和自身行业的调整，服装实体店越来越不景气，但房租压力越来越大，而客流量却始终不见好转。只做线下显然已经不行，多数服装实体店意图搭上红红火火的服装电商的班车，尽快摆脱服装零售业的低迷，商家在不断的寻找新的发展机遇，而近几年火起来的小程序，对于服装实体店的商家又有哪些优势呢？服装行业又可以通过小程序如何寻找客户呢？

一、小程序可以采用独有的方式吸引客户。

为了解决线下服装门店无人进店的问题，在夏天，可以利用几款短袖，以低价格、高质量吸引用户的到店率，在线下店里，店员可以引导进店用户关注小程序，告知用户线上有优惠券和营销活动，引导到店客户在小程序上下单享优惠，成为会员后会有小礼品赠送。在小程序首页放出优惠活动，第一时间吸引新客户的注意力，刺激消费。商品分类要清晰，方便顾客查找，首页更要放置便捷的营销活动入口，如秒杀优惠券，服装行业的秒杀优惠券，在用户邀请朋友点击优惠券时，也会吸引不少新顾客，此时，商家可以向新顾客发放优惠券，这种方式无论是拉新还是唤醒老用户都十分的有效。通过这种线上引流的方式一定程度上能够解决门店获客难的问题。

二、提升私域用户留存度。

利用公众号和小程序相结合的模式，在公众号推送服饰搭配推荐，根据文字+图片或者文字+视频的形式进行单品|穿搭推荐，也可以根据不同季节或者职业进行差异化推送，在用公众号推荐时，文末可以放对应商品的小程序二维码，方便用户直接下单购买，实现流量互通。还可以利用服装小程序在社群里发送优惠券或者抽奖活动等福利，例如，在每周五设置一个会员日抽奖活动，活动形式在小程序中进行抽奖，这种方法可以促进社群的活跃度。

三、通过会员管理功能留住老顾客。

服装小程序也是有会员管理功能的，而且该功能已经实现了线上线下会员数据同步，用户可随意充值，满足不同类别的会员需求。根据用户的购买力可设置会员等级，不同等级拥有不同的折扣；还可以设置积分发放规则，如签到有礼、购物享积分，获得的积分下单可以抵扣折现或者在积分商城兑换商品。会员管理功能可以有效地解决客户流失快的问题。

四、采用多种营销方式盘活流量。

采用满减或满88包邮的方式，提高店铺客单量，增加商品的销量。服装行业是一些节日性活动的代表，如妇女节、618、父亲节、双十一、双十二等，服装店的小程序可以通过针对不同的节日推出套餐，借助节日，结合服装和节日的特点，为新老客户提供优惠；还可以推出“晚间福利秒杀”活动，挑出几款商品，限量出售30—50件，优惠力度大，有利于激活未下单的客户，还能吸引更多的消费者来购买服装并成为会员，解决实体服装店复购低的问题。

微信能够为我们带来的潜在客户是不可计的，做微信小程序服装营销也就是说我们的市场空间也是可以预见的广阔。目前行业的信息透明化，满天飞的营销、打折、促销也早已使得消费者更厌烦，在这样的背景下，消费者消费会更理智，我们要通过新的销售方式让潜在的用户群体浮出水面。

本文转自【程序社】公众号