

## 2020山西省 耐克阿迪达斯正品折扣店奥莱体育全国招商中

产品名称	2020山西省 耐克阿迪达斯正品折扣店奥莱体育全国招商中
公司名称	三河奥莱体育用品有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	河北省廊坊市三河市燕郊开发区迎宾北路西侧、 孤山西路北侧百世金谷燕郊产业基地内（注册地址）
联系电话	15901431311

### 产品详情

1

#### 三河奥莱体育，开发实体店淡季渠道

开实体鞋服店,不能不知道“旺季取利，淡季取势”的道理，还有句行话叫“赚头不赚尾”.这应该是实体店淡季营销的核心思想。取利，就是要夺取最大销量；取势，则是获取制高点，争取长期的战略优势。石处于山底，大而无力；置于山顶，则小而有势。同样，山顶的小草比山下之参天大树有更高的势。同时，服饰行业实体店淡季需求不旺。鞋服店的营销应更强调竞争导向，把更多的精力放在关注和竞争对手上。相对而言，旺季则应强调需求导向，顺应消费者需求的功能创新对于“取利”更有现实意义。“旺季抢增量，淡季抢减量”，是鞋服店淡季提升销量的根本策略之一。要比对手更强的促销、更广的宣传和更低的价格进行掠夺。但需要指出的是，实体店淡季的绝对量毕竟有限，所以，投入的兵力要有度，抢的程度也要有个度。而且，实体店淡季做销量，同样重在取势。

适时推出新品在实体店淡季适时推出一些新产品，可以有效地切割对手的市场份额。从取势的角度来看

，能强化实体店品牌在消费者心智中的地位。对于营销预算有限的实体店，以有限度的广告宣传和适量的新品推出可以取得不错的影响力。开发新用途发现和引导新的消费习惯是实体鞋服店淡季挖掘销量的有力途径。一些别出心裁的消费方式，如服装送干洗、买鞋送饮品等等捆绑销售等，往往能达到出奇的效果，就是实体店淡季营销的创新典范。坚持适度促销有一些实体店本着“投入和产出成正比”的原则，在鞋服店淡季大幅压缩费用。这样做，只会使销售压力更大，淡季更淡。有句行话叫“赚头不赚尾”。适度改善陈列方式，降低单价及利润，甚至贴本甩货，在鞋服店淡季保持适度的促销，特别是形成对竞争者强大的促销压力，往往能取得事半功倍的效果。大部分营销专家的共识是：鞋服店淡季将有限的资金投入在能够刺激消费者的促销活动中是比较明智的营销方法。值得注意的是，鞋服店淡季的促销切勿过分依赖于单纯的降价打折上。为了减轻库存压力、增加现金流而进行的大幅度打折，会破坏实体店的品牌形象，影响后续的销售。替代性的策略是，可以考虑提高产品的附加值和增加一些服务，这样在增加短期销量的同时，不会对已经购买了产品的消费者造成太大的负面影响。

强化和开发鞋服实体店淡季渠道进入实体店淡季，通常的旺季主力渠道都会大幅度萎缩，但另外一些销售渠道则开始展现其价值，这就是实体店淡季渠道。比如瓶装饮用水，秋冬鞋服店淡季时，超市、批发市场、零售店、摊点等正常渠道萎缩很大，然而逛街会口渴，水的消费量很大。如果能在鞋服店门口加个水柜，或许能适度的交叉增长一些人气。实体店淡季的渠道策略无非两方面：一方面，在鞋服店淡季，销售波动较小的渠道应该得到强化；另一方面，针对产品特点，开发新的渠道，适应产品的鞋服店淡季销售。比如，有的实体店在旺季时注重开发城市区域市场，强化批发渠道，实体店淡季时则侧重于农村市场和机构大客户，成功实现了销售无淡季。市场转移实体店淡季除了有时间限制外，还有区域限制。也就是说，在同一时间内，在不同的区域市场，淡旺季是不同的，至少程度上是不同的。例如，有的产品就存在“南淡北旺”和“南旺北淡”更替的特点。而相当多的产品当国内市场进入消费淡季时，在国际市场却进入消费旺季；在城市出现服装店淡季时，在农村或城乡结合部可能根本没有淡季的迹象。中国国土辽阔，横跨多个气候带，更有着进行市场转移的腾挪空间。例如夏装，当我国北方进入冬季时，南方却依然阳光明媚。