

**智慧购衣软件项目创业计划书**

**成员姓名：赵晨光 张彪 杨泽坤**

**提交时间：2022 年 11月 6 日**

**目录**

[第1章 项目简介 1](#_Toc18217)

[1.1 项目概况 1](#_Toc10206)

[1.2 市场分析 1](#_Toc8558)

[1.3 营销策略 2](#_Toc17312)

[1.3.1 前期营销： 2](#_Toc19097)

[1.3.2 后期营销： 2](#_Toc24180)

[第2章 项目背景 3](#_Toc5181)

[2.1 行业背景 3](#_Toc7107)

[2.1.1 网络购物市场广阔，有着大好的发展前景 3](#_Toc21439)

[2.1.2 虚拟试衣发展仍处于早期阶段，市场并没有完全被打开 3](#_Toc9361)

[2.2 市场发展趋势 3](#_Toc23165)

[2.3 市场空间 4](#_Toc18309)

[2.3.1 虚拟试衣系统应用领域： 4](#_Toc31798)

[2.3.2 目前市场上已有为数不多的包含类似功能的 APP，如下图： 5](#_Toc12851)

[第3章 产品与服务 6](#_Toc32191)

[3.1 产品概况 6](#_Toc21887)

[3.2 产品的特点 7](#_Toc22085)

[3.3 产品的竞争优势 8](#_Toc22102)

[3.4 产品的技术支持 8](#_Toc16295)

[3.5 产品的盈利方式 10](#_Toc13596)

[第4章 市场营销 11](#_Toc14004)

[4.1 STP 市场分析 11](#_Toc26994)

[4.1.1 市场细分 11](#_Toc21077)

[4.1.2 目标市场选择 12](#_Toc23877)

[4.1.3 产品定位 12](#_Toc20702)

[4.2 竞争分析 12](#_Toc18758)

[4.2.1 好搭APP 12](#_Toc29988)

[4.2.2 试衣到家 app 13](#_Toc17981)

[4.3 市场营销策略 13](#_Toc22792)

[4.3.1 体验式营销 13](#_Toc16852)

[4.3.2 人员推销 14](#_Toc18839)

[4.3.3 网络推销 14](#_Toc15049)

[4.3.4 产品策略 14](#_Toc8433)

[4.3.5 互联网营销 14](#_Toc1965)

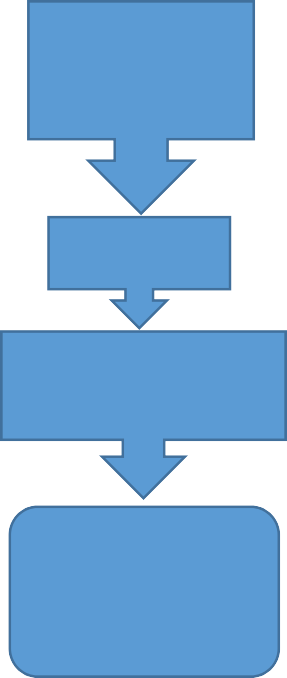
[4.3.6 促销策略 14](#_Toc29840)

# 项目简介

## 项目概况

本公司主要研发一款方便网购用户的智慧购衣软件。用户通过“摄像扫描技术”的方式将用户的个人数据传输到软件上，然后我们通过 3D 建模技术将把人体信息转化成人体模型，通过模拟技术将衣服具象化，再将衣服的模型根据用户的模型进行调整，用户在选择衣服后，我们可以智能为用户推荐其合适的尺码， 推荐相关衣服搭配，如果有特殊人群（体型、身高不在商家所定范围之内的人群），我们可以联系厂家为其量体裁衣。本产品的特点在于让用户不用亲身试衣也可以通过线上软件达到与亲身试衣一样的效果，同时关注特殊人群的需求。一方面让每一位使用我们产品的用户都拥有愉快的网购体验，从此网购衣服不用担心尺码需要咨询客服，因为尺码、上身效果不好而带来的退换货问题；另一方面，可以帮助网购平台拓展其用户数量，提高卖家与买家的交易效率。

项目操作流程：



**用户通过摄像**

**采集身体信息**

**上传网络**

**通过建模技术形成**

**对应的人体模型**

**通过模拟技术将衣服贴合穿在人体模型上**

## 市场分析

我国网络购物市场，主要呈现出普及化、全球化、移动化的发展趋势。越来越多的人喜欢从网络上选择自己喜欢的商品，用户的网购体验越来越重要。用户在购买衣服时常常面临着：不知道商家的尺码是否标准而必须花费时间与客服沟通；买回来衣服因上身效果并没有模特呈现的那么好看而退换货；退换货在没有购买运费险的前提下还得由用户个人承担运费的一系列给用户带来不愉快的网购体验问题，因此，人们确实需要一款帮助其网络购买衣服的智慧购衣软件。

竞争方面有好搭盒子 APP、每日新款 APP 和虚拟试衣镜，相比于前两家竞争对手，他们的人体模型仿真效果差，用户在虚拟试衣时采用的是特定的模型，用户没有与自己的体态相符的模型，相反智慧购衣软件仿真效果更好，每个用户都有属于自己的人体模型，将每个人的体态通过建模技术呈现出来，根据用户的3D 模型，在用户选择好衣服的款式之后，将衣服的合适型号智能推荐给用户， 同时也可以为特殊人群量体裁衣，更好的满足消费者需求；相比虚拟试衣镜竞争对手，我们是线上运营，成本低，用户使用方便。虚拟试衣镜大多是投放在各大商场里面，人们在实体店购物时，不想自己亲自试衣服可以站在试衣镜前面达到换衣服的效果，而这种一台虚拟试衣镜成本高，而且带来的意义并不大，人既然已经到实体店购物了，说明其不在乎时间，而是将其作为一种享受，所以，这也是为什么虚拟试衣镜在个别商场投放过后并没有扩展市场的主要原因。

## 营销策略

主要分为前期营销和后期营销。前期主要在智慧购衣软件 APP 上盈利，后期则改变盈利方式，通过与网购平台合作，成为其子系统来盈利。

### 前期营销：

(1)体验式营销策略：实行一段时间（一周至一个月）供消费者与商家免费使用 APP，让消费者与商家体会到我们这一软件的便利性，逐步完善该软件，再次推广；

(2)人员推销经营略：产品推广初期，主要针对各大高校人群，让高校体验用户帮助推广，赠予更久的软件使用时间，并给予相应报酬；

(3)网络推销策略：直接上线软件，在线上通过其他平台为我们作宣传；

### 后期营销：

通过与淘宝、京东、天猫和唯品会等网购平台合作，成为其子系统后，让他们通过自己的方式来帮助我们推广。

# 项目背景

## 行业背景

### 网络购物市场广阔，有着大好的发展前景

随着中国网络购物市场规模的不断发展，网络购物 APP 市场格局也在不断变化。国家统计局发布的数据显示，2017 年全国社会消费品零售总额约为 36.63 万亿元，其中全国网上零售额约为 7.18 万亿元，占比约为 19.6%。2017 年网络购物 app 渗透率从 63.5%增长至 69.9%，用户规模达 7.13 亿。2017 年，手机淘宝app 渗透率达53.3%，京东为20.6%，折扣电商类app 拼多多渗透率增长至19.4%。截至 2017 年最后一周，网络购物 app 渗透率为 69.9%。2017 年网络购物 app 渗透率从 63.5%增长至 69.9%，用户规模达 7.13 亿。由此可见随着电子商务的发展，网络购买服装已经成为很多人的消费习惯， 同时，随着移动端技术的发展，手机购物也成为了一种趋势。但是，网络购买服装始终面临着“无法试穿，退货率高”的问题。

### 虚拟试衣发展仍处于早期阶段，市场并没有完全被打开

针对这一情况，虚拟试衣技术的研究一直都在进行中。不管是基于实体的虚拟试衣镜,还是基于在线的试衣系统,或是基于移动终端的试衣软件都有了一定的发展,并有少部分已经投入到商业运营中。

虚拟试衣系统的发展,特别是三维虚拟试衣系统的发展,不仅能为消费者带来便利,还消除了顾客因担心服装不合身而无法放心购买的顾虑,同时也能减少商家因退换货而造成的损失。

虚拟试衣出现在 2005 年前后，在发展过程中呈现出多样化的发展趋势并逐步走向实用化，出现了很多虚拟试衣软件，但是大多数存在着各种各样的问题， 使得发展还处于早期阶段。

## 市场发展趋势

虚拟试衣的效果是影响试衣体验的重要因素，目前虚拟试衣虽能解决服装的颜色、款式、搭配等，却不能很好的展现服装面料和真实产品的符合度以及是否完全合身的问题。因此，虚拟试衣的发展受限于两大因素：

1.是将用户转换成接近真人的"虚拟模特"的难度；

2.是将服装转换成虚拟服装的难度。

随着研究开发的进一步发展，虚拟试衣产品的界面应更加简洁方便，操作也应更加智能化。现有的虚拟试衣仪技术将不断被完善以满足制造业生产及市场的需要。虚拟试衣技术未来发展趋势：

1.仿真效果将进一步提高；

2.虚拟模特的建立将更加注重消费者的面部特征，使消费者从心理上接受该系统，也使试衣效果更加具有真实感。

未来网络购物发展趋势是服务品类丰富，朝阳产业驱动行业未来增长。服务商未来将以如何利用消费者的碎片化时间作为流量入口进行高效的线上营销，同时，随着大数据技术在我国市场从概念兴起到当前的白热化阶段，大数据技术应用于市场营销场景已经成为大势所趋。

此外，品牌电商行业分工日益精细化，品牌商通过深耕细分品类或区域性的市场，充分发挥各自的相对优势，从而实现自身及全行业的增值。

## 市场空间

### 虚拟试衣系统应用领域：

1.为用户的服装搭配，形象设计提供帮助。用户在购买服装的过程中进行虚拟试穿，或将网络推荐的搭配进行试穿，可以方便快捷的看到试穿效果，为用户在服装搭配上提供参考。

2.为企业品牌的开发与营销提供服务。该系统可设计成为品牌官网手机客户端，集品牌信息、广告宣传、虚拟试衣、在线购买于一体。随着科技及电子商务的快速发展，虚拟试衣系统将广泛地进入服装领域。因此，此项目有极大的市场空间

另外，特殊形体人群在服装市场一直未得到足够的重视。须知，特殊人群的服装市场同样是巨大。此项目针对特殊形体人群的定制服务也拾起了这一方面的市场。

### 目前市场上已有为数不多的包含类似功能的 APP，如下图：



由上图可见，此类型的 APP 下载量是极小的，且了解后发现的问题也是较为突出，由于不够普及，了解的人也还不够多，拟合的效果也并不是令人特别满意。虽然此类 APP 和相关技术都在进一步地研发，但是大家对此类技术的需求量也是越来越大，因此对于虚拟试衣系统来说市场巨大，前景良好。

# 产品与服务

## 产品概况

本产品提供一款方便网购用户的智慧购衣软件，用户通过摄像扫描技术将个人数据传输到软件上，我们通过图像处理技术和 3D 建模技术将把其制成人体模型，通过模拟技术将衣服具象化，衣服的模型根据用户的人体模型进行调整，用户线上在模型的基础上则可以自由搭配衣服，可以多件衣服同时试穿，我们会根据用户的人体模型智能推荐适合用户的衣服尺码，也可以根据用户选择的衣服推荐相关合适的搭配，考虑到特殊人群，如过于肥胖和袖珍等人群，我们可以联系衣服制作厂家为其定制衣服，保证每一位用户都可以享受到愉快的购物体验。

产品名称：智慧购衣软件

随着网络的发展，越来越多的人习惯于网络购物，网络购物给人们带来方便的同时，也存在着一定的问题，我们的产品着力于解决网络购买衣服存在的不足之处，那就是无法实现实体店的试衣体验，不能满足每一位用户的需求。我们团队以虚拟试衣为核心，从用户的角度出发，集其他多种功能制作出一款智慧购衣软件，为用户带来更加愉快的网络购物体验。

用户痛点：

市场上现有商品的缺点，被人们需要却没有实现的功能就是用户的痛点。以下是我们对现有产品的分析，分析得到的结论即为用户的痛点。

缺点一：操作繁琐，仿真效果差，不能对应每个用户的身形。

市场上现有几款试衣软件，以好搭盒子 APP 举例，软件提供发型、肤色、妆容、眼镜、身高体重和身材局部供用户选择，用户可以通过拍照更换模特的五官， 从而形成一个人体模型。不能很好地对应每个用户的体态身形，仿真效果差，看起来特别假。

缺点二：不能随意搭配衣服，只能选择 APP 上提供好的衣服。

软件上提供了一些搭配，用户只能选择套装，而不能根据个人喜好选择自己搭配衣服，而人与人的圣美审美角度不同，并不能将软件的审美强加于用户个人身上。

缺点三：衣服种类过少，用户的选择受到了限制。

软件上的衣服只是小部分，用户在选择时只能从这一小部分挑选，选择受到很大的限制，并不能像在淘宝购物平台上一样，挑选到样式多种多样而且数量又多的衣服。

缺点四：造价高，功能性差。

3D 试衣镜造价高而且功能性差。第一，造价高。基于淘宝、京东等购物平台所报价格均在 26000 元左右，对于一般商家负担过重，不以普及；第二，功能性差。目前该产品所呈现的娱乐性远大于功能性，它的目的是为了节省逛街人群的试衣时间，但对于大多数已经选择逛街的人群来说，重要的是在享受其中的过程，而时间对其来说就不再显得那么重要。

产品简介：

该智慧购衣软件主要利用 3D 建模技术、摄像扫描技术、模拟技术、图像识别处理技术和大数据处理技术，实现建立用户人体模型、虚拟试衣、智能推荐合适尺码、推荐用户衣服搭配、为特殊人群定制衣服等功能。

项目流程为用户先通过软件的扫描系统扫描个人体形，上传至软件，我们将 为用户制作出专属的人体模型，下一步用户在模型的基础上则可以自由搭配衣服， 可以多件衣服同时试穿，我们会根据用户的人体模型智能推荐适合用户的衣服尺 码，也可以根据用户选择的衣服推荐相关合适的搭配，考虑到特殊人群，如过于 肥胖和袖珍等人群，我们可以联系衣服制作厂家为其定制衣服，保证每一位用户 都可以享受到愉快的购物体验。

## 产品的特点

1. 仿真效果好，每一位用户有专属人体模型；
2. 关注特殊人群的需求，为其定制衣服；
3. 用户在线上只需要动动手指，可以实现换装，免去实际生活中的试衣麻烦；
4. 多种衣服可以同时搭配，且大量衣服可供选择；
5. 为用户提供合适的衣服尺码，节省其与客服沟通的时间；；
6. 根据用户选择的衣服，为其智能推荐搭配衣服。
7. 1.本产品是时代的产物，符合互联网时代发展趋势。如今，人民的生活水平越来越高，时间也越来越宝贵，网络购物越来越频繁，然而购物时间却越来越少。当今时代，一款智慧购衣软件成为必需品。
8. 2.本产品是技术潮流下的产物，有十分大的发展前景和提升空间，是一款可以长时间存在的购物系统。

## 产品的竞争优势

1.技术已有，仅需要进行技术组合，产品研发可行性高；

2.功能丰富，满足各种需求；

3.有大量的网络购物用户基础，推广较为容易；

4.产品有新意，有广阔的市场前景；

5.关注特殊人群的需要，考虑到别人没有关注到的人群。

## 产品的技术支持

该智慧购衣软件是基于“3D 体感试衣镜”的理念与根本，采用 3D 建模技术、摄像扫描技术、模拟技术、数字信号处理技术、图像识别处理技术和大数据处理技术。

摄像扫描思想来源于现有的人体扫描技术。人体三维扫描仪，也叫或 3D 人体扫描仪，是利用光学测量技术、计算机技术、图像处理技术、数字信号处理技术等进行三维人体表面轮廓的非接触自动测量。人体全身(半身)扫描系统充分利用光学三维扫描的快速以及白光对人体无害的优点，在 3—5 秒内对人体全身或半身进行多角度多方位的瞬间扫描。人体全身(半身)扫描系统通过计算机对多台光学三维扫描仪进行联动控制快速扫描，再通过计算机软件实现自动拼接，获得精确完整的人体点云数据。

为实现成本控制、减少投资风险以及创造出一款新颖的软件，我们想要达到的就是通过普通的摄像头进行数据采集，作为我们建模的数据基础，后期通过用户的数据，我们通过 3D 建模技术做出人体模型。

“3D 建模”通俗来讲就是通过三维制作软件通过虚拟三维空间构建出具有三维数据的模型。3D 建模大概可分为：NURBS 和多边形网格。

我们通过 3D 建模技术可以将网络试衣可视化，更加方便顾客挑选出满意的衣服，同时通过模拟技术将衣服具象化，实现衣服与模型的匹配。

虚拟试衣目前在国外是以欧美 3D [虚拟试衣](https://p1.ssl.qhmsg.com/t01b709f83317175913.jpg)技术为主，所有的模特， 服装都是三维动画，好处是可以自己设置模特的身材比例使之更为符合自己的身材，缺点就是成本太高，其次没有质感。

国内目前有两个派系，一种是利用体感技术实现高清晰的 2D 衣服图像自然地贴上人的身体，在英特尔 2011 数字标牌年会上,英特尔邀请了凯奥斯卡展示了中国第一台正式量产化的虚拟试衣设备K-MIRROR,该设备提供了高清晰的服装图片预览和试穿, 采用的是微软的 KINECT 体感设备, 和高达1920X1080 分辨率的高清摄像头,800 万像素的静态照片,采用英特尔酷睿 2 代 i5CPU,高清的虚拟试衣过程非常流畅,可以试穿各种服装,戏曲服装,甚至动漫的 COSPLAY 服装,吸引了众多眼球。

另一种是以每日新款 app 为代表的虚拟试衣拍照系统，用户可以通过每日新款事先准备的服装素材进行服装搭配选择，在选取感兴趣的服装之后，通过前置摄像头在屏幕显示的指定拍摄区域下拍摄用户的头像，通过拍摄后的照片合成， 使用户完成试衣体验。

对比市场其他虚拟试衣和人体测量解决方案，我们的核心优势在于技术。我们融合 3D 建模图像技术、模拟技术、人体 3D 数据库、计算摄影技术、大数据处理技术以及精准 3D 姿态高效标注、深度神经网络算法等市场最前沿技术。解决了真实人体建模、高效服装上传等一系列应用难题，构建独有的技术壁垒。是虚拟试衣市场上唯一实现真实人体画像的技术方法。未来，随着数据沉淀和积累、算法优化，我们的技术壁垒将更加深厚，针对竞争者的领先优势将持续扩大。

## 产品的盈利方式

随着经济的飞速发展，商品流通速度越来越快，节约时间、人力、金钱和创造一个以消费者为主导的零售关系，成为了现代各大商场竞争力的核心要素。我们要适应并追赶互联网时代，抓住机会向前发展。

本产品的盈利方式分为两种：

1.我们将通过线上智慧购衣 APP 开放服装品牌商户，实现初期大数据积累。未来公司的商业模式，将打通线下顾客，成为消费者在天猫、淘宝上真人试衣的流量入口。

2.我们将与各大商场建立紧密战略合作关系，未来进一步深度联营，实现商场人流线上化，成为商场全新一代商业和用户的交互端口。下一阶段，我们将为商场服装品牌提供服装上载服务，实现消费者在智慧购衣软件上即可试穿各大品牌商家的最新潮服，将消费者导入品牌商户的门店，通过线下大屏广告、线上品牌数据服务费、天猫淘宝交易佣金实现商业闭环，打造流量入口。

# 市场营销

## STP 市场分析

### 市场细分

主要目标群体以网购人群为主，其中尤以青少年和妇女中年较多。截至 2016年 12 月，我国网络购物用户规模达到 3.61 亿，较 2015 年底增加 5953 万人，增长率为 19.7%；我国网民使用网络购物的比例从 48.9%提升至 55.7%。我国网络购物市场，主要呈现出普及化、全球化、移动化的发展趋势。随着科技的迅猛发展网购成为一种许多人所青睐的购物方式，网购省时省力。在网上查找全部的商品，你只需要几分钟的时间就可以了，无需再去人群拥挤的大街上寻找，从累断双腿的逛街发展到鼠标操控的网络购物，而且只要你有确定的购买目标，在商城中稍加搜索就能直接找到，不能试穿。但是网购只是看到照片及对物品的简单的介绍，像衣服或鞋子之类的，不能直接的看出适不适合自己，而如果在商场购买，可以试穿，合自己的身，就马上买下，不用考虑那么多，这就给消费者带来了许多不便。 3D 试衣镜技术就是通过模拟技术将数据具象化然后将衣服的模型根据用户的模型进行调整，以求让用户不用亲身试衣也可以达到与亲身试衣一样的效果，让每一位使用我们产品的用户都穿上合体的衣服，从此网购衣服不用担心因为衣服不合体从而带来的退换货的麻烦。也可以针对特殊人群，比如过胖人群和侏儒人等来量体裁衣，搭配合适的衣服。

### 目标市场选择

与在淘宝，天猫，京东等购物平台拥有网店的商家进行合作；向喜欢并经常上淘宝，天猫等购物网站买衣物，鞋子，饰品等随身物品的人群实施推广。女性网民成为网络购物的活跃人群，在网购用户中的份额已超过男性占比，并逐步增大。另外，网购用户年龄大多集中在 18～30 岁，月收入集中在 1000～3000 元， 并且以企业白领和学生为主。网购大额产品的用户中，男性多于女性；收入更高的用户，网购金额和频率更高；30～40 岁的网民，在各年龄段的用户中网络购物频率和金额最高。所以我们的目标群体主要是十八岁到三十岁的女性，企业白领和学生。还有过胖人群和侏儒人等特殊人群。

### 产品定位

智慧购衣软件 APP，主要由内容管理服务器，互联网管理组合而成。不仅涵盖了多媒体信息发布功能，还特别整合了衣服属性展示、多机联网管理等功能， 此平台将 3D 建模技术、模拟技术与网络与数字显示技术完美结合，使运用该终端的服装店、商场等公共场合具有强烈的视觉冲击力和客户吸引力和科技感，提供给客户高质量试衣体验，提供给管理人员更简便的管理服务。

## 竞争分析

对于实体店铺而言，引入虚拟试衣技术可以省去自己试衣服的繁杂过程，可以高效便捷的选购出适合的商品。这种快速看出传达效果的方法固然方便，但是比起大部分店铺中的模特人偶上的试衣穿戴还是有些麻烦，但是模特数量有限， 所以相比之下还是虚拟试衣技术更加便捷。对于天猫淘宝等虚拟网络店铺而言，虚拟试衣技术突破了空间限制，可以让消费者在网上直接进行穿戴体验，高效选购出适合自己的衣服，相比于网上请一些人体模特来作穿戴展示，虚拟试衣技术更加个性化，方便快捷，更能满足消费者的需求。

### 好搭APP

1.好搭 APP 简介：好搭 app 是一款支持虚拟试衣的女装导购员平台，随时随地在线选购商品，足不出户就可以试遍心仪服装，享受高品质购物服务。

2.好搭 APP 的功能、特点、价格和盈利方式：好搭 app 用你的一张照片，输入身高体重等身材特征，就可以生成跟你相似度 99%的时尚分身，一眼即视衣服上身的真实效果，适不适合再也不用凭空想象。还可以大胆尝试新鲜风格，遇见不一样的自己。你可以不用走那么多弯路。里面吗汇聚了一群比你更“作”、更挑剔、死磕时尚的达人，分享最 in 的流行穿搭、最接地气的着装指南。不同身形如何扬长避短成为朋友眼中的穿衣达人，职场小透明如何穿出风格让人耳目一新，来这里，灵感谬斯为你打通任督二脉，只看为你量身定制的搭配秘籍。可以免费下载，主要盈利方式是和淘宝天猫等商家合作通过出售衣服来盈利。

3.好搭 app 的市场份额和营销策略：好搭 app 是新兴 app，知名度不高，宣传力度不大，故其所占份额很小。其主要的营销策略就是在网页上进行宣传推广， 在手机的软件商店里进行推广，借此方式来吸引消费群体。

### 试衣到家 app

1.试衣到家 APP 简介：试衣到家 APP 是一款手机购物软件，通过试衣到家app 随心挑选心仪衣服，随时预约衣服上门试穿，让购物环节更加预约轻松。

2.试衣到家 APP 的功能,特点,价格,和盈利方式。试衣到家 app 知名度也不高，所占份额很小。主要也是在网页上进行推广，在手机软件商店上进行推广， 吸引消费者下载和消费，以此盈利。

3.定位：试衣到家是一款基于地理位置，提供试衣到家专属购物体验的互联网系统。

4.购物流程：客户在试衣到家 APP 上挑选心仪的款式，预约合适的时间，由家庭时尚助理送衣上门供客户试穿，并给予专业的穿搭建议。免费下载，也是和淘宝天猫等商家合作通过出售衣服来盈利。

## 市场营销策略

### 体验式营销

实行一段时间的免费使用，让消费者与商家体会到我们这一软件的便利性， 给其依赖感，并逐步完善该软件，再次推广，成为收费软件较低，具体收费标准根据市场调整。

### 人员推销

对于网络购物中，高校学生的比例占到了五成以上。产品推广初期，主要对

各大高校上线该产品，让高校体验用户帮助推广，赠予更久的软件使用时间，并给予相应报酬。

### 网络推销

1.直接上线该软件，并跟随着线下宣传，以此来增加用户。

2.与淘宝、京东、唯品会等网络购物平台进行合作，将该产品融入其平台的客户端，使消费者在选择衣服过程中就可以来认识到这以软件。并且这款软件会给其带来更多的访问量和注册用户。

3.推广至大品牌网店巨头。收取一定费用或者该时间段不进行收费，但进行软件升级需要收取一定费用。

### 产品策略

1、品牌策略：打造出一款能给顾客一种酣畅淋漓的购物体验，带来购物方便的产品。

2、包装策略：借虚拟试衣的方便性和高科技特点吸引消费者，在各大网站和软件商店进行推广。

3、附加服务：信息服务，咨询服务，订单处理，完善的售后服务体系。

### 互联网营销

1.app 营销：打造一款 app 推广虚拟试衣技术，推广到主要人群，给使用带来方便。App 可以在各大网站进行推广，也可以出现在各个手机的软件商店上方便下载。

2.微信营销:可以注册一个微信公众号,对虚拟试衣镜的功能,特点,使用进行推广,在公众号发表文章推广,也可以和 app 推广想联系,在文章上提供 app 下载链接和关于 app 的介绍宣传。

### 促销策略

1.广告：可以抽出一定资金聘请专业的模特和拍摄团队拍摄出一条宣传广告， 绘声绘色地让公众了解虚拟试衣镜。吸引消费者的眼球。

2.人员推销：可以制作传单雇人发放，提高宣传力度，让更多的人了解虚拟试衣镜。

3.专题活动的宣传：可以策划一次活动，以表演和发放小礼物的形式，在活动中进行宣传虚拟试衣镜，更加能吸引消费者的眼球。