

Promoting the Transformation and Upgrade Strategy of Clothing and Apparel Enterprises through Digitalization

Jiangqun Yin Minjie Shu Bo Luo Mengni Su

Shenzhen Weiqisi Network Co., Ltd., Shenzhen, Guangdong, 518000, China

Abstract

The arrival of the digital era has brought unprecedented opportunities and challenges to the transformation of clothing enterprises. With the continuous progress of science and technology and the change of people's life style, the traditional clothing enterprises are facing great pressure and must actively adapt to the wave of digital change. Based on this, this paper starts from the practical significance of the digital transformation of clothing enterprises, and puts forward the strategy of the transformation and upgrading of clothing enterprises in the digital era from the aspects of brand image upgrading, expanding customer acquisition channels, connecting online and offline, so as to promote the sustainable development of enterprises.

Keywords

digital; clothing and apparel enterprises; transformation upgrading

以数字化推进服装服饰企业转型升级策略

尹江群 舒敏杰 罗波 苏梦妮

深圳市微琪思网络有限公司, 中国·广东 深圳 518000

摘要

数字化时代的到来,为服装服饰企业的转型带来了前所未有的机遇和挑战。随着科技的不断进步和人们生活方式的变革,传统的服装服饰企业面临着巨大的压力,必须积极适应数字化变革的浪潮。基于此,论文从服装服饰企业数字化转型的现实意义切入,并从品牌形象升级、拓展客户获取渠道、打通线上线下等多个方面提出数字时代服装服饰企业转型升级的策略,以推动企业的可持续发展。

关键词

数字化; 服装服饰企业; 转型升级

1 引言

数字化是当前社会发展的趋势,也是服装服饰企业转型升级的必由之路。在信息时代的冲击下,传统的服装服饰企业已经难以适应市场的需求和变化。因此,数字化成为这些企业转型升级的关键以及重要助力,服装服饰企业应牢牢抓住这一机遇,积极应对挑战,充分借助数字技术帮助企业创新产品和服务,更好地了解消费者需求,精准定位目标市场,提供个性化定制的产品和服务,开拓新的销售渠道,拓展市场份额,有效促进企业自身竞争力的提升。

2 服装服饰企业数字化转型的现实意义

2.1 提升销售效率

数字化提供了更广阔的市场和更高效的营销方式,通

过数字化平台,服装服饰企业可以将产品推向全球市场,实现全球资源的整合和市场的扩大。同时,通过大数据分析和人工智能技术,企业可以更好地了解消费者需求,精准定位目标市场,实现精准营销,提高销售效率^[1]。

2.2 降低企业成本

数字化改变了传统的生产模式和供应链管理,传统的服装服饰企业通常采用集中生产和批量生产的方式,造成了库存过剩和资源浪费。而数字化技术的应用,使得企业可以实现个性化定制和按需生产,减少库存压力,降低生产成本。同时,数字化技术还可以实现供应链的透明化和高效化,提高企业的供应链管理水平和降低运营成本。

2.3 提高企业竞争力

数字化提供了更多的创新机会和产品升级空间。通过数字化技术,企业可以更好地利用互联网和社交媒体平台,进行用户反馈和市场调研,了解消费者的需求和喜好,及时调整产品设计和升级。同时,数字化技术还可以帮助企业实现产品的个性化定制和智能化创新,提高产品的附加值和竞争力。

【作者简介】尹江群(1983-),男,侗族,中国湖南邵东人,从事以数字化助力服装品牌可持续发展及饰物装饰设计、品牌设计研究。

2.4 提升企业管理水平

数字化对企业管理水平和决策效率的提升有着积极作用,通过借助数字化技术,企业可以实现信息的共享和流通,提高内部沟通和协同能力,加强团队间的合作和互动。同时,数字化技术还可以实现数据的实时监控和分析,帮助企业管理者及时获取市场信息和企业运营情况,做出准确的决策。

3 数字化推进服装服饰企业转型升级的策略

3.1 搭建数字化平台,升级品牌形象

随着数字化技术的快速发展和消费者需求的不断变化,服装服饰企业迫切需要进行数字化转型升级。搭建数字化平台成为一个必然的选择,它不仅能够提升企业的运营效率,还能够打造更具吸引力的品牌形象。

数字化平台可以整合企业内外部资源,实现信息的高效流通和协同工作。通过数据的实时监控和分析,企业能够更好地掌握市场需求和产品销售情况,有效规划生产和库存,减少了因为信息不对称而带来的风险。同时,数字化平台还可以与供应商、合作伙伴进行信息对接,实现供应链管理的优化和流程的自动化,提高了企业的运营效率和响应速度。在数字化的驱动下,引领服装行业智能化改造,通过大力推进智慧工厂的建设,形成完整的智能化产业链,打造绿色智能工厂,以满足终端消费者的需求。

数字化平台为服装服饰企业提供了更多的营销渠道和方式,通过社交媒体、电商平台等数字化工具,企业可以与消费者进行更直接、更精准的沟通和互动,打破了传统营销模式的局限性。同时,数字化平台给企业提供了展示品牌形象的新舞台。通过在线品牌形象展示、内容营销等方式,企业可以向消费者传达品牌的核心价值和独特魅力,树立起与众不同的品牌形象。同时,数字化平台还能够与消费者建立更直接、更密切的互动关系,增强消费者对品牌的认同感和忠诚度,提高品牌的美誉度和市场份额。

3.2 打通线上线下,拓展客户获取渠道

数字技术的不断发展,为服装服饰企业的客户获取渠道提供了更多的可能。在互联网普及的当下,消费者的消费行为也发生较大的转变,为了适应消费者需求的多样化和个性化,应打通线上线下,构建线上线下互动于一体的营销模式,吸引客户的关注。

首先,建立统一的信息系统,实现线上线下销售数据的同步共享。这样一来,企业可以更加准确地了解消费者的需求和购买行为,进而调整产品策略和服务模式。同时,企业需要积极拓展线上销售渠道。借助互联网和移动技术,开设自己的电商平台或者入驻知名电商平台,实现全天候的在线销售。此外,借助社交媒体的力量,企业可以通过微信、微博、抖音等平台与消费者建立起更加紧密的联系,提高品牌知名度和影响力。

其次,企业应重视线下实体店的体验和服务。尽管线

上销售渠道的发展迅猛,但是线下实体店依然是企业吸引消费者的重要方式。企业可以通过提供个性化的购物体验、丰富的产品陈列和专业的顾问服务等方式,吸引消费者到店购买,并且通过独特的线下体验来提高消费者的忠诚度。相应地,服装企业也可以设置官方小程序商城,建立相关微信公众号,为用户带来全新的购物体验,用户在线上浏览商品、查看商品详情,除了在线上购买之外,也可以将线上的流量引至线下的门店,真正实现线上线下的良性互动。

最后,积极探索新的销售模式和渠道。例如,企业可以与其他行业合作,推出联名款产品,吸引更多的消费者关注和购买。同时,企业还可以通过与社区、学校、企事业单位等合作,举办时尚活动和推广活动,进一步扩大品牌影响力和用户群体。以某服装企业为例,在数字化转型和渠道的创新上,不断进行探索,通过额脊柱微信生态,在数字化道路上成为时尚行业的先行者,并且借助数据分析技术,深挖用户行为、消费习惯等各种数据,借助微信公众号、小程序等促进用户的增长以及转化,有效促进其客流量、转化率的提升,为企业带来较大的商业价值^[2]。

3.3 提供精准服务,提升客户复购率

在服装服饰企业数字化转型过程中,流量是关键,但最为重要的仍是商品与服务,只有为用户提供高质量的服装服饰商品以及精准的服务,强化用户的体验感,才能够增强用户的黏性,提高客户的复购率。

首先,数字化转型让企业能够更好地利用数据来驱动精准化服务。通过对客户数据的深度分析,企业可以了解客户的喜好、购买习惯等信息,从而提供更符合客户需求的产品和服务。例如,根据客户的购买记录和浏览行为,企业可以推送个性化的产品推荐,提高客户的购买满意度和复购率。同时,打造个性化的购物体验,企业通过建立线上线下一体化的购物平台,为客户提供多种购物方式和渠道,并借助智能化技术手段,根据客户的实时需求和反馈,提供定制化的服务,使客户感受到独特的购物体验。

其次,数字化转型让企业能够更好地进行客户关系管理。通过建立完善的客户数据库和CRM系统,企业可以随时了解客户的购买历史、反馈和投诉等信息。这不仅有助于企业及时解决客户问题,提高客户满意度,还可以通过精准的营销手段,增加客户的复购率。

再次,创新营销手段。通过社交媒体和电子商务平台等渠道,企业可以进行精准的定向广告投放,提高品牌曝光度和产品销售量。同时,企业可以通过与网红、明星等合作,进行品牌推广和产品推荐,吸引更多客户的关注和购买。

最后,提升售后服务质量。数字化转型也为企业提供了提升售后服务质量的机会。通过建立完善的售后服务体系,企业可以更好地跟踪客户的售后需求和反馈,及时解决,提高客户的满意度和忠诚度。同时,企业还可以通过数据分析和智能化技术,对售后服务进行优化和改进,提供

更高效、便捷的售后支持^[3]。

3.4 培养人才，组建数字化人才队伍

人才是企业发展的关键，在服装服饰企业的数字化转型中，数字化人才起着关键作用，数字化也对企业的组织架构和人力资源管理提出了新的要求。因此，企业需要培养和引进具备数字化技术和管理能力的人才，构建适应数字化发展的组织架构，通过加强人才培养，组建数字化人才队伍，为企业的数字化转型提供人才保障。

首先，数字化转型升级要求企业具备高素质的人才队伍。这些人才不仅要具备传统服装设计和生产的专业知识和技能，还要具备数字化技术的应用能力，只有这样，企业才能在数字化时代中立足并获得竞争优势。

其次，培养人才是数字化转型升级的关键环节。企业应该注重人才培养，通过内部培训和外部合作，不断提升员工的数字化技能和能力。同时，企业还应该积极引进具有数字化专业背景的人才，以丰富企业的数字化人才队伍。

最后，重视人才队伍建设，企业可以通过建立数字化部门或团队，集中管理和培养数字化人才。这样的组织架构能够优化资源配置，提升数字化工作效率。同时，企业还可以通过与高校、科研机构等合作，共同培养数字化人才，实现人才的共享和互利共赢。在服装服饰企业数字化转型升级

的过程中，企业还应该关注人才队伍的结构和激励机制。不同层次的人才需求不同，企业应该根据实际情况，合理配置人才资源。同时，企业还应该建立激励机制，激发人才的积极性和创造力，进而推动企业数字化转型升级的顺利进行。

4 结语

数字化是推动服装服饰企业转型升级的必然选择，通过数字化的推进，企业可以提高生产效率和质量，实现供应链的高效化，创新产品和服务，提升竞争力。然而，数字化转型需要企业付出艰辛的努力，但也必将带来可观的回报，只有紧跟时代的步伐，不断创新，通过搭建数字化平台，打通线上线下渠道，借助数字化技术为客户提供精准的服务，积极组建高素质的数字化人才队伍，只有这样才能够真正实现企业的数字化转型，并在激烈的市场竞争中立于不败之地。

参考文献

- [1] 蔡清龙,苏畅.数字化转型对中小企业绩效的影响——以H服装贸易公司为例[J].中国管理信息化,2021(20):93-94.
- [2] 潘简,余皓琪,杨金键.数字经济助推服装行业数字化转型的必要性及路径研究[J].商场现代化,2021(5):1-4.
- [3] 任若安,陈涵.“十四五”规划下服装企业数字化转型升级路径研究[J].毛纺科技,2022(4):104-111.