

哈尔滨职业技术学院

毕业调研报告

题目： 对妖精的口袋网店网络营销的调研

二级学院： 现代服务学院 专业： 电子商务

指导教师： 喻跃梅

班级： 2021级1班 姓名： 李文佳

学号： 1210406107

毕业调研报告评语和答辩评定结果

毕业调研报告指导教师评语：

指导教师（签字）：_____

年 月 日

毕业答辩委员会评定意见：

评定成绩：_____ 答辩委员会主任（签字）：_____

年 月 日

毕业调研报告任务书

一、调研题目：

对妖精的口袋网店网络营销的调研

二、要求：

1.调研目的

让学生利用所学专业知知识，调查分析电子商务企业网站定位、网络营销策略、赢利模式等内容，提高学生的专业技能和职业素养。

2.调研方法

实地调查法、网上调研法、访谈法等

3.调研进度安排

序号	时间段	完成情况进度计划	备注
1	2023.12.1-2024.3.15	深入企业各个岗位实习，了解企业基本情况	
2	2024.3.16-2024.3.20	实地调研或网上调研搜集所需资料	
3	2024.3.21-2024.3.31	确定调研的对象，拟定调研提纲	
4	2024.4.1-2024.4.15	根据所确定调研提纲，形成调研报告初稿	
5	2024.4.16-2024.4.20	修改完善调研报告初稿	
6	2024.4.21-2024.4.30	根据企业实际情况，认真修改完善调研报告	
7	2024.5.1-2024.5.15	继续修改完善调研报告	
8	2024.5.16-2024.5.31	确定调研报告成稿，准备毕业答辩	

4.具体要求

(1)按时完成企业的实习工作，毕业调研报告必须有指导教师签字，不得雷同，不得复印。

(2)学生在调研上应理论结合实际，有建设性的解决方案，调研报告题目、内容、格式等应符合学校规定。

(3)教师辅导共计6周，每周6学时，每周2次。

指导教师（签字）：_____

毕业调研报告任务书

年 月 日

摘要

本调研在互联网快速发展的背景下，以网络服装品牌妖精的口袋网店为研究对象，探讨了其如何通过独特的营销模式在激烈的市场竞争中脱颖而出。品牌以守护消费者的真实内心为初衷，追求个性时尚，聚焦于细分女装领域，并通过独特的文案和品牌文化吸引消费者。本文针对妖精的口袋网店在网络营销过程中遇到的六大核心问题进行了深入研究，并提出了相应的解决措施。首先，针对定位与品牌策略模糊的问题，本论文建议通过深入市场调研和精准分析目标客户群体，明确网店的定位方向，并构建独特且富有吸引力的品牌形象。其次，针对线上渠道拓展不足的挑战，提出了拓宽电商平台合作、加强社交媒体营销以及构建多元化线上销售网络的策略。在解决缺乏创新营销手段方面，本文提出了运用内容营销、跨界合作和线上线下活动等多维度创新策略，以增强营销效果和用户参与度。通过系统分析妖精的口袋网店网络营销存在的问题，提出了切实可行的解决措施，旨在帮助该网店提升市场竞争力，优化用户体验，并实现可持续发展。这些措施不仅具有针对性，而且注重实效性和可操作性，对类似网店的网络营销也具有借鉴意义。

关键词：网络营销 妖精的口袋 调研报告 解决措施

目 录

一、绪论	1
(一) 调研的背景	1
(二) 调研问题的提出	1
二、妖精的口袋网店现状	2
(一) 妖精的口袋网店简介	2
(二) 妖精的口袋网店网络营销现状	3
三、妖精的口袋网店网络营销存在的主要问题	5
(一) 定位与品牌策略模糊	5
(二) 线上渠道拓展不足	5
(三) 缺乏创新营销手段	5
(四) 用户互动体验欠佳	6
(五) 数据分析与优化缺失	6
(六) 售后服务体系不完善	6
四、妖精的口袋网店网络营销存在问题的解决措施	7
(一) 明确定位与品牌策略	7
(二) 拓展线上渠道	7
(三) 创新营销手段	7
(四) 优化用户互动体验	8
(五) 加强数据分析与优化	8
(六) 完善售后服务体系	8
结 论	10
参考文献	11
致 谢	12

对妖精的口袋网店网络营销的调研

一、绪论

（一）调研的背景

近年来，在互联网飞速发展的大背景下，依托网络平台而发展起来的行业不计其数。其中，网络服装行业的发展极为瞩目，据《2017~2023年中国网络购物市场供需预测及发展趋势研究报告》显示，服装业的网络销售的渗透率从 2011 年的 14.10% 至 2016 年达到 36.90%。网络营销的井喷式增长，无疑给依托网络销售的各个行业以及品牌带来了进一步发展的契机，但这背后也隐藏着更为激烈的竞争与残酷的生存挑战，妖精的口袋这一网络服装品牌正是凭借独特的营销模式在这场激烈的角逐中脱颖而出。

妖精的口袋以守护每一个妖精般天真、热情、多变、敏感却又情绪化、孩子气女孩的真实内心为初衷，致力于追求个性时尚的同时展现生活美。自 2006 年创立，该品牌从一家闲置淘宝店起步，以电子商务为渠道多元化发展的战略目标，聚焦于欧美田园风、文艺风等细分女装领域，颜色和款式大胆，并对每件衣服搭配独特的文案，不断丰富品牌文化及内涵，专注于服装设计、视觉呈现、营销策划与电子商务的业务协同，在十多年的时间里快速成长，在互联网女装品牌中排行前 TOP3，跻身国内一线自主女装品牌。除了自建独立 B₂C、外贸独立 B₂C 之外，公司营销渠道涉及国内多个电商平台，拓展电子商务技术在手机无线客户端的应用更是在行业内部起到了先锋带头作用，

（二）调研问题的提出

在产品策略方面，妖精的口袋注重差异化和个性化，以满足不同消

费者的需求。首先，在产品设计方面，该品牌紧跟时尚潮流，不断推出符合市场趋势的新款服装。同时，设计师也会根据消费者的反馈和市场需求，进行调整和改进，确保产品的设计能够满足消费者的需求和喜好。其次，在产品质量方面，妖精的口袋注重面料的选择和工艺的把控，确保每一件产品都能给消费者带来舒适的穿着体验。此外，该品牌还提供多种款式和尺寸，以满足不同消费者的个性化需求。通过这些策略，妖精的口袋成功地吸引了大量忠实的消费者，并在竞争激烈的网络服装市场中脱颖而出。

品牌故事与定位：妖精的口袋作为一个网络服装品牌，是如何通过品牌故事和定位来吸引目标消费者的？品牌故事是否与消费者产生了情感共鸣？品牌定位是否准确地传达了产品的独特性和价值？妖精的口袋在产品设计、质量和款式方面有何特点？产品是否符合目标消费者的需求和喜好？产品策略是否注重差异化，以满足不同消费者的个性化需求？

二、妖精的口袋网店现状

（一）妖精的口袋网店简介

妖精的口袋是一家以时尚、可爱、品质为主的网店。它主要销售各种服装、配饰和配件，为顾客提供全面的时尚解决方案。该网店的品牌特色是它所销售的商品都是由品牌合作、自主设计生产的时尚服饰，品质有保证。同时，它还提供个性化的定制服务，可以根据顾客的喜好和需求，提供定制化的服装和配饰。在价格方面，妖精的口袋提供的商品价格相对较为亲民，能够满足大多数消费者的购买能力。同时，它还经常推出各种优惠活动和促销活动，为顾客提供更多的实惠和选择。总的来说，妖精的口袋网店是一个专注于时尚、可爱、品质的在线购物平台，它为顾客提供了全面的时尚

解决方案，同时也提供了优惠的价格和个性化的定制服务。无论您是寻找日常穿搭还是节日礼品，妖精的口袋都是一个不错的选择。

（二）妖精的口袋网店网络营销现状

1. 结合购物平台的线上活动

服装电商品牌会举办线下的大规模商业活动推广自己的商业产品，尤其是在双十一天猫购物节。在双十一购物节之前，各个电商会展示自己完备的方案，通过一轮又一轮天猫评委的审核，最终才能获得举办双十一天猫线下商业活动的机会。例如，在 2019 年 11 月 10 日至 11 月 12 日，妖精的口袋网店通过了天猫的层层选拔之后，在南京水游城举办了一场以白日梦游乐园为主题的大型线下活动。此线下活动成为天猫线下活动的经典案例，以水道作为走秀舞台，搭建两个以盒子为外形的小屋，取名为 gooddream 和 bad dream，以这两个小屋作为一个打卡点，方便人们上传微信照片以此推广该活动和品牌。妖精的口袋以此活动为契机，于南京水游城开设一家快闪店，店中功能多样，包括 VR 试衣镜、云货架等高科技产品。网络电商品牌均在淘宝或者天猫上售卖商品，考虑到避免线上和线下店铺功能重复，大量网络电商并不考虑开设实体店。并且，大量调研指出许多消费者会选择在实体店试穿或者参考各个款式，再在线上购买。在电商平台发展初期，由于线下实体店的店铺成本包括店铺租金、装修等费用的成本高于网络店铺。因此，服装电商品牌开线下实体店时，很大程度上会避免与线上品牌功能重合，避免实体店中的服装仅仅成为试穿款。

此外，妖精的口袋也出席国际时装周，以此向外宣传自己的品牌。2020 年 9 月，妖精的口袋的美玲鼠系列亮相纽约时装周，此主题是

与南京博物院中具有中国元素的各式各样的美玲鼠插画联名，具有浓郁的国风同时又顺应潮流趋势，很好地诠释了国潮。

2. 品牌文化

故事是任何品牌与消费者进行沟通的重要方式之一也是服装电商品牌文化的重要组成部分。此类故事大多来自企业创始人的亲身经历或者来源于一些消费者与品牌之间的故事，以互联网或者书本的形式进行宣传，吸引潜在的消费者，进而推动品牌建设。通过讲述品牌故事建立企业与消费者的关系，以故事为媒介更好推广品牌的设计定位、设计理念和设计风格。例如，妖精的口袋创始人把自己艰辛而精彩的创业故事写在《野孩子的梦》中，以此与读者进行交流。

3. 线上销售与售后分析

妖精的口袋利用各种新媒体与直播平台的直播间进行线上销售，基于达人主播的价格昂贵，在深思熟虑了性价比方面的问题后，妖精的口袋开始培养自己品牌的主播--安娜。2020年，主播安娜和整个团队给妖精的口袋带来每月600万~700万的销售额，占店铺销售额10%以上。^[9]直播间线上销售，消费者可以直接观看主播，主播会把非常强烈的主观意见告诉咨询者，给予咨询者一个准确清晰的答案以此推销本品牌的服装。由此可见，线上销售具有可观的收益。

4. 品牌宣传推广

运用线上线下各个端口大范围宣传产品，传播品牌事件,输出品牌理念是妖精的发展故事里不能忽略的一个部分,在充分发挥自身文化内涵的优势的基础上,妖精的口袋经常结合深度内容、时尚走向和市场需求,打造品牌事件,如与南京先锋书店跨界营销举办主题活动在书店里燃烧时尚与国际级IP 芝麻街'BettyBoop 联名,登上纽约时装周展现新国潮等一

系列多方渠道的独特宣传,推广品牌的同时也一步步地让妖精的口袋在同类型女装品牌中占据有利地位。

三、妖精的口袋网店网络营销存在的主要问题

(一) 定位与品牌策略模糊

在当前的网络营销环境中,妖精的口袋网店面临的首要问题是定位与品牌策略的模糊。该品牌在市场定位上缺乏明确的目标受众和细分市场,导致品牌形象不够鲜明,难以在竞争激烈的市场中脱颖而出。同时,品牌策略的制定也显得较为随意,缺乏系统性和连贯性,使得消费者难以形成对品牌的深刻印象。品牌定位不清晰使得该服装品牌难以确定自己的核心竞争力和差异化优势,进而无法有效地吸引和留住目标消费者。品牌策略的不连贯性也导致了消费者对于品牌形象的混乱认知,影响了品牌的口碑传播和长期发展。

(二) 线上渠道拓展不足

线上渠道拓展不足是该服装品牌网络营销的又一重要问题。随着电子商务的快速发展,线上渠道已经成为服装品牌销售的重要渠道之一。然而,该品牌在线上渠道的拓展上显得较为保守,未能充分利用线上平台的优势进行销售和推广。一方面,该品牌在线上平台的布局不够广泛,仅局限于少数几个电商平台,未能覆盖更多的潜在消费者。另一方面,该品牌在线上渠道的运营也显得不够精细,缺乏针对线上消费者的营销策略和优惠活动,导致线上销售效果不佳。

(三) 缺乏创新营销手段

缺乏创新营销手段是当前该服装品牌网络营销面临的一个严峻挑战。在数字化时代,营销手段的创新是吸引消费者注意力、提升品牌影响力

的关键。然而，该品牌在网络营销方面显得较为传统和保守，缺乏具有创意和新颖性的营销手段。一方面，该品牌在社交媒体和内容营销方面的投入不足，未能充分利用社交媒体平台的传播优势进行品牌推广。另一方面，该品牌也缺乏与消费者互动的创新方式，无法有效激发消费者的参与热情和购买欲望。

（四）用户互动体验欠佳

用户互动体验欠佳是该服装品牌网络营销的又一瓶颈。在数字化时代，消费者对于品牌的互动体验要求越来越高，而该品牌在网络营销中未能充分满足消费者的这一需求。首先，该品牌的官方网站和线上店铺设计不够人性化，界面不够友好，操作不够便捷，导致消费者在使用过程中遇到困难和不便。其次，该品牌在与消费者的互动中缺乏及时性和有效性，对于消费者的疑问和反馈回应不够迅速和积极，影响了消费者的购买体验和忠诚度。

（五）数据分析与优化缺失

数据分析与优化缺失是该服装品牌网络营销的又一重要问题。在数字化营销中，数据分析是优化营销策略、提升营销效果的关键环节。然而，该品牌在网络营销中未能充分利用数据分析工具进行用户行为分析和效果评估。由于缺乏有效的数据分析，该品牌无法准确了解消费者的购买偏好和需求特点，难以制定针对性的营销策略。同时，该品牌也缺乏对于网络营销效果的客观评估和优化调整，使得营销活动的效果难以达到预期目标。

（六）售后服务体系不完善

售后服务体系不完善是该服装品牌网络营销面临的另一个挑战。在

网络营销中，完善的售后服务体系是提升消费者满意度、增强品牌忠诚度的重要保障。然而，该品牌在售后服务方面存在一些问题，影响了消费者的购买体验和品牌形象。一方面，该品牌的退换货政策不够灵活和便捷，导致消费者在遇到问题时难以得到及时有效的解决。另一方面，该品牌在售后服务中的沟通和反馈机制也存在不足，无法及时了解和处理消费者的意见和建议。

四、妖精的口袋网店网络营销存在问题的解决措施

针对妖精的口袋网店在网络营销中存在的诸多问题，以下是一系列解决措施，旨在帮助该网店优化营销策略、提升用户体验并加强售后服务体系。

（一）明确定位与品牌策略

妖精的口袋网店首先需要明确其市场定位和目标客户群体。通过深入的市场调研，了解目标客户的需求、喜好和购物习惯，从而确定网店的定位方向。同时，结合品牌定位，打造独特的品牌形象，包括视觉识别系统、品牌故事、文化内涵等方面，以增强品牌记忆点和认知度。

（二）拓展线上渠道

为了扩大市场份额，妖精的口袋网店需要积极拓展线上渠道。除了自建官方网店外，可以积极寻求与电商平台、社交媒体、短视频平台等合作，实现多渠道营销。同时，加强与其他网店的战略合作，通过资源共享、优势互补等方式，提升网店的整体竞争力。

（三）创新营销手段

针对缺乏创新营销手段的问题，妖精的口袋网店可以尝试以下策略：

1.借助社交媒体进行内容营销，通过发布高质量、有趣的图文、视频等内容，吸引用户关注和互动。

2.开展跨界合作，与其他产业或品牌进行合作，共同推出联名款或活动，以拓展用户群体和提升品牌知名度。

3.举办线上线下活动，如限时折扣、新品发布会、用户互动活动等，提高用户参与度和购买意愿。

（四）优化用户互动体验

为了提升用户互动体验，妖精的口袋网店可以从以下几个方面着手：

1.优化网店界面设计，使其更加简洁、美观和易用，提高用户浏览和购买的便利性。

2.加强客户服务团队建设，提供及时、专业的售前咨询和售后服务，解决用户在使用过程中遇到的问题。

3.建立用户反馈机制，收集用户对网店和产品的意见和建议，以便及时改进和优化。

（五）加强数据分析与优化

数据分析是网络营销中不可或缺的一环。妖精的口袋网店需要建立完善的数据分析体系，对网店流量、用户行为、转化率等关键指标进行实时监控和分析。通过数据挖掘和分析，发现营销过程中存在的问题和机会，为优化营销策略提供有力支持。同时，根据数据分析结果，对网店运营进行调整和优化，提高营销效果和用户满意度。

（六）完善售后服务体系

售后服务是提升客户忠诚度和口碑的关键环节。妖精的口袋网店需要建立完善的售后服务体系，包括退换货政策、维修保养服务、客户投

诉处理等方面。通过提供专业的售后服务，解决用户的后顾之忧，增强用户对网店的信任和满意度。此外，可以建立会员制度，为会员提供额外的优惠和专属服务，进一步提升客户黏性。

结 论

通过对妖精的口袋网店的网络营销进行深入调研，本研究揭示了该品牌在互联网女装市场的竞争优势与挑战。妖精的口袋以其独特的品牌故事、个性化的产品设计、多元化的营销策略和高效的线上线下销售模式在市场上取得了显著的成功。品牌定位准确，能够吸引并保持一批忠实的消费者，其差异化的产品策略和营销手段在同行业中具有示范效应。

妖精的口袋网店在网络营销方面存在多个问题，包括定位与品牌策略模糊、线上渠道拓展不足、缺乏创新营销手段、用户互动体验欠佳、数据分析与优化缺失以及售后服务体系不完善等。为了解决这些问题，该品牌需要重新审视自己的网络营销策略，加强品牌定位和市场分析，积极拓展线上渠道，创新营销手段，提升用户互动体验，加强数据分析与优化，并完善售后服务体系。只有这样，该品牌才能在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现可持续发展。

综上所述，妖精的口袋网店在网络营销中存在诸多问题，但通过明确定位与品牌策略、拓展线上渠道、创新营销手段、优化用户互动体验、加强数据分析与优化以及完善售后服务体系等措施，可以有效解决这些问题并提升网店的竞争力。在实施这些措施的过程中，需要注重细节和执行力，不断调整和优化策略，以适应不断变化的市场环境和用户需求。同时，需要持续关注行业动态和新技术发展，以便及时引入和应用新的营销手段和技术，保持网店的领先地位。

参考文献

- 1.张文静.我国农产品市场营销现状与新路径探索.农业出版社, 2021.8
- 2.孟扬.国内外农产品营销现状及发展模式比较研究.现代出版社, 2022.7
- 3.王宁.我国农产品市场营销的现状与创新.农业出版社, 2021.6
- 4.唐丽君.互联网环境下辽宁省特色农产品销售研究.现代出版社, 2022.6
- 5.张旭.农产品电子商务发展的问题及对策分析.南方出版社, 2022.3
- 6.王启坤, 于海伦.互联网 +背景下出版社, 2023.4
- 7.陈海芹, 季有昌.互联网经济新业态下直播带货农副产品探析.当代农村财经出版社, 2021.5

致 谢

在完成这篇毕业调研报告的过程中，我衷心感谢所有给予我帮助和支持的人。首先，我要感谢我的指导教师，他们不仅提供了宝贵的学术指导，还给予了我许多宝贵的建议和鼓励，使我能够顺利完成这篇报告。

其次，我要感谢我的同学和朋友们，他们在调研过程中给予了我很多帮助和支持。他们和我一起讨论问题，分享他们的观点和建议，帮助我更好地理解调研主题。

再次，我要感谢所有参与调研的人员，他们的配合和支持使得调研能够顺利进行。他们的回答和反馈为我提供了宝贵的数据和信息，使我能够更好地分析问题并提出解决方案。

最后，我要感谢我的家人，他们一直支持我的学习和生活，给予我无尽的关爱和鼓励。他们的支持和鼓励是我完成这篇报告的动力和信心来源。

总之，我要感谢所有给予我帮助和支持的人，他们的帮助和支持使得我能够顺利完成这篇毕业调研报告。我会继续学习和进步，以回报他们的支持和期望。