

诚衣lativ

Lativ为2007年创立的一家台湾网路邮购服饰品牌，其以UNIQLO的廉价时尚为构想，但是由网路购物发迹，而非实体店面。名称由来为Life should be attractive in various ways的缩写。

产品规划

在产品设计上Lativ相对弱化时尚设计思想，强调细节化的产品品质。其产品主要拓展全年长销款。Lativ从不盲目追逐流行新品，不跟风设计添加所谓时尚元素。仅在颜色、版型、印花等方面做调整。因此便能将时间精力专注在服装及运营上。

为了保障服装的质量和舒适程度，Lativ主动走访北部大小代工厂，把握生产线的第一关，据悉其80%都在台湾当地制造。并且，Lativ确实以消费者的体验为着眼点，为了保障消费者穿着后不会大幅缩水，其衣服必须经过“水洗”，真正从细节把控服装品质。

线上线下销售渠道协同

Lativ的销售模式相对宽阔：线上与台湾Yahoo！奇摩合作，线下与各种露天拍卖活动合作。Lativ充分利用包括台湾7-11在内的超市、便利商店等销售系统。

推广宣传

Lativ的业绩中80%源自老顾客的贡献。其中10%依靠广告创造。在相对较少的广告投放中，Lativ更强调综合利用优势媒体资源，利用明星代言效应进行品牌推广。

与传统电商强调“低价”诉求不同的是，Lativ更注重与顾客的情感诉求与沟通。在语言上采用更富有情感化、亲和力的表达方式。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/cylativ-649941.html>