



少數民族服裝與服飾傳承與創新資源庫

THE LIBRARY OF INHERITANCE AND INNOVATION OF MINORITY CLOTHES

# 《企业资源库》

民族晨彩 设计融合 活态传承



THE LIBRARY OF INHERITANCE AND  
INNOVATION OF MINORITY CLOTHES

少數民族服裝與服飾  
傳承與創新資源庫

## 服饰店之经营技巧

接近顾客是店铺销售的一个重要步骤，也是一个很有技巧的工作。这方面做的好，不但拉近了与顾客的心理距离而且还可以尽快地促成交易；反之，未开口便吓跑了消费者。

下面我和大家交流一下接近顾客的一些基本技巧：

三米原则就是说在顾客距离自己还有三米远的时候就可以和顾客打招呼，微笑，目光接触。如果你没有注意到这一点，而对顾客不理不睬，就会导致每天失去 3 单生意，若平均 300 元，则一年达 32 万多。所以我希望在座的各位导购，能主动与顾客打招呼。

现在我发现有很多导购员喜欢用“请随便看看”来代替“欢迎光临”，殊不知这句“请随便看看”的欢迎语正好给顾客灌输了一种“看看就走”潜意识。打个比方说说潜意识对人心理的作用。清晨，当你一觉醒来，对自己说“今天我心情很好，我是一个快乐的人，那么你一天可能都是快乐的。这正反映了潜意识对人的作用。所以，你如果也习惯对顾客说“请随便看看”请立即更正你的说法。

我想大家一定有这种经历，有时候我们在专卖店或商场购物时，我们会碰到一些过分热情的导购，他们老远就会和你打招呼，当你走进她的专柜时，他更是尾随而至，寸步不离，并且喋喋不休地开始介绍他们的服装如何如何。作为顾客来说喜欢有一种宽松的自由的购物环境供他们观赏和挑选，不分青红皂白的介绍反而会让他们感到一种无形的压力而趁早“逃之夭夭”。所以我们切忌“不要过分热情，

### 接近顾客的最佳时机

我们应该让顾客自由地挑选商品并不是意味着对顾客不理不睬，不管不问，关键是你需要与顾客保持恰当的距离，用目光跟随顾客，观察顾客。一旦发现时机，立马出击。那么最佳时机：

- 一. 当顾客看着某件商品（表示有兴趣）
- 二. 当顾客突然停下脚步（表示看到了一见钟情的“她”）
- 三. 当顾客仔细地打量某件商品（表示有需求，欲购买）
- 四. 当顾客找洗水唛标签和价格（表示已产生兴趣想知道品味价格、产品成分）

五. 当顾客看着产品又四处张望（表示欲寻求导购的帮助）

六. 当顾客主动提问（表示顾客需要帮助或介绍）

原则把握住了，时机找准了，那么下一步就是我们该以何种方式来接近顾客 促成交易。

### 一、提问接近法

**Eg.** 您好，有什么可以帮您的吗？

这件衣服很适合您！

请问您穿多大号的？

您的眼光真好，这是我公司最新上市的产品。

### 二、介绍接近法

看到顾客对某件商品有兴趣时上前介绍产品。

产品介绍：**FAB** 法则，千万不要说成 **FBI** 法则了

**FEATURE** 特性（品牌、款式、面料、颜色）

**ADVANTANGE** 优点（大方、庄重、时尚）

**BENEFIT** 好处（舒适、吸汗、凉爽）

互动环节：介绍自己身上穿的衣服 介绍自己的手机等（用 **FAB** 法则）

注意：用此法时，不要征求顾客的意见。如果对方回答’’不需要” 或’’不麻烦了 ” 就会造成尴尬的局面。

### 三、赞美接近法

即以’’赞美” 的方式对顾客的外表、气质等进行赞美接近顾客。

**Eg** 您的包很特别，在那里买的？

您今天真精神。

小朋友，长的好可爱！（带小孩的顾客） 俗语：良言一句三春暖；好话永远爱听。 通常来说赞美得当，顾客一般都会表示友好，并乐意与你交流。

### 四、示范接近法

利用产品示范展示展示产品的功效，并结合一定的语言介绍，

来帮助顾客了解产品，认识产品。最好的示范就是让顾客来试穿。有数据表明，**68%**的顾客试穿后会成交。

试穿的注意事项：

1. 主动为顾客解开试穿服饰的扣子、拉链、鞋子等。
2. 引导顾客到试衣间外静候。
3. 顾客走出试衣间时，为其整理。
4. 评价试穿效果要诚恳，可略带夸张之辞，赞美之辞。

无论采取何种方式接近顾客和介绍产品，导购员必须注意以下几点：

顾客的表情和反应，察言观色。

提问要谨慎，切忌涉及到个人隐私。

与顾客交流的距离，不宜过近也不宜过远。正确的距离是一米五左右，也是我们平常所说的社交距离。

“注意力促销”方式

衣服称斤卖，穿得快就拿走，穿得漂亮就赠送，这样的促销方式在南宁一些服装商城“小荷才露尖尖角”，却已在邕城引起不小的震动。日前，记者对南宁各大服装城进行了走访，发现对于这种销售方式，人们大多用“新奇”、“另类”、“出位”这样的词来形容。

消费者：新奇·新鲜

“这样的活动虽然是在搞促销，也是在宣传服装品牌，但给人留下的印象极其深刻。人们在感受与流行同步的时尚气息的同时，这种新型的促销方式的确令人惊奇。”顾客张女士说。据悉，张女士近日曾经在太古服装城举行的“穿得快就拿走”比赛上赢走了3件价值不菲的高档服装。

顾客赵女士对这种促销方式也是积极响应：“这样的促销并不损害消费者的利益，只要消费者愿意都可以试一试，商家并不强求。而且我们都感觉很新鲜，大家都有一种跃跃欲试的冲动。如果赢了，你看中的服装就是自己的了。但是可惜目前在南宁这样的销售方式还太少。”

商家：另类·出位

新和平商场从事服装经营多年的李先生告诉记者，打折促销虽然可以得到眼前的利益，但对品牌的伤害也不容低估。以前他的店铺就经常以打折的方式进行促销宣传，但是收到的效果总是不尽如人意，有时往往落个“便宜没好货”的嫌疑。这种与高档服装品牌联手的促销，既可以给消费者实惠又不伤害品牌且提高了各方品牌的价值，不失为一种新型的促销手段。

这种促销方式虽然有点出位，但在同行看来却是收到了意想不到的效果。换一种方式经营，改变了传统的销售模式从经济促销手段来说已经达到了预期效果。”永嘉名店的王小姐侃侃而谈，’其实大家对这种新的促销方式大多持一种观望的态度，之前一些商家举行的’穿得快就拿走’、’衣服称斤卖’活动实际上在南宁服装业可以说是’敢吃螃蟹第一人我们希望这样的活动能够带动邕城整个服装业的促销观念的改变。”

营销专家：冲击·竞争

对于迎面而来的这股服装促销新风，营销策划专家们是怎么说的呢？广告策划公司的陈总从专业的角度提出了自己的看法：’这样促销方式我们称之为’注意力促销’，一方面它不会伤害商家的利益，因为商家的广告宣传成本有一定的费用；另一方面它满足了消费者渴求’物超所值’的愿望，既达到震撼的宣传效果，又给消费者带来了实惠，是一种’双赢”

服饰市场调查的内容十分广泛，除了对顾客的投资外，对店铺所处的环境的调查也相当重要。店铺的开设、经营活动都脱离不了所处的社会环境。与开店相关的社会环境由商圈、政治、文化、气候等因素组成。

这些因素往往是企业自身难以驾驭的，只有在了解的基础上去适应，并将其为我所用，在开店之后的经营管理中取得成功。

一：商圈调查

广义的商圈指一个都市中稳中有降个繁荣商业带的分布，如北京的西单、王府井等。狭义的商圈指以店的所在地为中心，沿着一定的方向和距离扩展，吸引顾客的辐射范围，简单地说，也就是来店顾客所居信的地理范围(通常消费者愿意步行来购买商品的距离为500米，但会随着四周的一些障碍，如道路、山河等改善，有所增减变动)。

商圈调查的重要性体现在：

量等人口资料，并通过消费

些是本店的基本顾客群，哪些是潜在顾客群，力求在保持基本顾客群的同时，着力吸引潜在顾客群。

(2) 商圈调查可以帮助开店者了解预定门市坐落地点所在商圈的优缺点，从而决定是否最适合开店的商圈。在选择店址时，应在明确商圈范围、了解商圈内人品学兼优分布状况及市场、非市场因素的有关资料的基础上，进行经营

效益的评估，衡量店址的使用价值，按照设计的基本原则，选项定适宜的地点，使商圈、店址、经营条件协调融合，创造经营优势。

(3) 良好的商圈调查，可以使经营者了解店铺位置的优劣及顾客的需求与偏好，作为调整卖方商品组合的依据；可以让经营者依照调查资料订立明确的业绩目标。通过商圈分析，制订市场开拓战略，不断延伸触角，扩大商圈范围，提高市场占有率。

## 2: 商圈的分类

- (1) 住宅区：以家属住宅为主的地区。
- (2) 文教区：附近有学校的地区。
- (3) 办公区：以办公楼为主的地区。
- (4) 商业区：以商店为主的地区。
- (5) 娱乐区：附近有影院、迪厅等娱乐场所的地区。
- (6) 工业区：附近有工厂的地区。
- (7) 夜市区：以夜市为主的地区。
- (8) 专门店区：同类商店聚集的地区。

开店者可根据调查行知自己应处在哪个区能有最大效益，它是开店成功与否的一个关键。其次，它还有助于开店时对商圈的选择，以减少重复作业调的时间及成本。

商圈的调查包括商圈界线、商店特色、住宅特色及分布情况、公共设施等方面。其调查的主要目的是商圈是否有足够的潜力来设立店铺，也为了长远的发展。下面我们简单介绍如何由居民资料、交通条件、建筑物特征三方面了解商圈。

### (1) 居住地及居民资料

- ① 开店的在地区的历史、资源及地形；
- ② 开店地区的人口状况；
- ③ 开店区内消费者的收入及消费习惯；
- ④ 开店区内的产业结构；
- ⑤ 未来的公共及私人的建设计划。

### (2) 交通条件

- ① 商圈内的道路发展前景；
- ② 道路的路面状况；
- ③ 交通路线的密集程度；
- ④ 车辆往来班次、载运量；
- ⑤ 停车设施。

### (3) 建筑物特征

- ① 住宅的建筑状况及分布情况；
- ② 商业建筑物的分布情况及特征；
- ③ 公共建筑的分布情况及特征；
- ④ 人流聚集点各种或各种标牌。

### 牛仔新花式

寒风渐起，厚实坚强的牛仔更能给人安全感，而牛仔布料继续是热门的选择。相信每位女士均拥有一条心爱的牛仔裤，不论是窄身、直脚，抑或是宽脚剪裁，它均能与今季流行的外套、丝质上衣及缀链皮带配搭出独特的风格。随着近年来时尚风潮涌动，牛仔也玩出了许多花式：要么做个华丽女人，要么做个帅气女人。

秋冬流行风格：华丽与帅气。前年就开始向女性化发展的华丽景象在春夏达到了高潮，虽然华丽牛仔到了秋冬有点声势渐微，不过仍占据了半壁江山，与后起之帅气、运动风格对峙，于是女性感的绣花、珠片仍旧流行；而世界的动荡和经济的不确定造成人们对安全感的诉求，二战时期曾经风靡的帅气、运动风格重新占据潮流尖端，牛仔夹克和中腰直筒或细腿仔裤开始回潮。秋冬流行色：深色。深蓝色和蓝色形成了深色潮流，午夜蓝、藏青色、靛蓝色、烟雾色和铁锈色等构成主流色彩，从炭灰色到黑色的一系列暗深色都成为这个秋冬的宠儿。

流行元素：金属、明线、条纹、大袋、拼接、刺绣。金属新兴起的帅气风格使硬朗感觉的金属与牛仔结合，铆钉、拉链都成为一种牛仔上的时尚装饰。运动裤的粗明线符合今季的运动潮流，而红色等细明线也颇有休闲的感觉。条纹休闲风格的螺纹、条纹、人字纹等，通过提花形成的暗条纹、不规则的条纹都是今季牛仔的新兴元素。大袋配合帅气风格，裤腿上裤腰上的多袋和大袋开

始流行，不仅看起来硬朗帅气，而且这许多大袋子也很实用。

拼接去年开始的不同色彩、不同质地和手感的无规则的拼接今个秋冬仍然流行，而且拼得更加花式繁多，不仅不同颜色混搭在一起，质地上，牛仔和蕾丝、牛仔和皮革、牛仔和毛绒的拼接带给牛仔更丰富的感觉。刺绣花朵或其它图案的刺绣仍占据一定市场，被不想帅气的女性继续钟爱。

流行单品：超短、夹克、细脚裤、马裤。今年秋冬，小A字的牛仔短裙配上及膝的高筒靴既解决了“美丽冻人”的问题，又帅气十足。钉上铆钉、打褶都是牛仔超短的时尚设计。夹克重新当道，牛仔夹克于是也当仁不让。无论是短打扮还是中长扮相都很帅气。细脚裤五六年前流行的紧绷身上的细脚仔裤重新占据时尚舞台，将窄窄的牛仔裤管放进长及膝盖的长靴里，就很有西部牛仔的风情了。不过，细脚裤还需要一双结实修长的大腿。马裤去年开始流行的马裤依然没有被踢出秋冬时尚阵营，配上秋冬流行的运动鞋，酷劲十足。

男人玩转牛仔褲的秘訣

对于大多数男人来说最钟爱的裤子莫过于牛仔褲了。这恐怕与男人的“懒”有点关系，试想假如西褲脏了一点皱了一点不合体了一点，不就成了民工 LOOK；而牛仔褲假如又脏又皱、裆还直往下掉，天呀，这在近两年可绝对是超级巨星 LOOK！男人还有什么理由不爱牛仔褲？何况它的兼容性如此之好，即使用它来配西装和中式上衣，一不小心你又成了混穿风的领潮者了。

基础搭配：

运动鞋——adidas、NIKE、NEW、BALANCE 等名牌运动鞋原是为篮球等运动而开发的。如今则是牛仔褲搭配服饰中不可或缺的组成部分。不过牛仔褲与运动鞋及T恤衫的搭配是最“小儿科”的，只有选一条细节或款型上不普通的牛仔褲，才能不同凡响。

高帮鞋——和前几年相比，穿高帮鞋的年轻人越来越多，HOWKINS 等名牌鞋尤其受人欢迎。此外还有穿带高帮鞋、松紧高帮鞋等等，款式繁多。这些最初是为作业或登山用制作的高帮鞋，并非适合所有的牛仔褲，哪一种高帮鞋与何种款式的牛仔褲般配，还是得亲自穿上试一试！

T恤衫——蓝色牛仔褲配白色T恤衫可谓是最“正统”的搭配，胜在年轻朝气。各名牌T恤中，最受注明的也许是Hanes的产品。挑选一件尺寸较小的HanesT恤，浇上开水，使其更缩小些，直至穿在身上稍稍嫌紧。配上直筒型牛

仔裤，十分潇洒。

西服上衣——西服上衣里穿格子图案的衬衫，再系上领带，配直筒型牛仔裤为最佳。西服上衣、衬衫及领带的选择要谨慎。西服上衣可选三粒钮扣的款式，以显得随意。上衣里也不可穿衬衫而配以T恤。

牛仔衫—白色的牛仔裤配白色的牛仔衫，内穿自然色系的T恤，是一款得体的搭配。当然，蓝色的牛仔裤尽可以配蓝色的牛仔衫，只是，牛仔衫裤相配时，应注意上下衣裤的色泽，即应选择同样褪色程度的衫裤。

### 穿仔裤绝招

腿粗的男性—宜选线条宽松的直筒裤或裤管较大的牛仔裤，深蓝色或黑色的都可以，并要系上腰带，上身衣着要适当讲究一些；但不宜穿缩小裤口或裤管上有双线的牛仔裤，以便从视觉上尽量减少对腿部的注意力。

腿细的男性—可选裤管稍宽的牛仔裤，但要避免把裤脚翻卷，且不宜配穿硬质鞋。否则，将会更暴露细腿的缺陷。

腿短的男性—宜选直筒型长可至脚踝的牛仔裤，但裤筒上下不要有横线之类的装饰，否则会使腿显得更短。

。形腿的男性或个子短小的男性—可选择侧边有装饰线条的直筒

裤，或从上到下裤管逐渐变窄的牛仔裤，以掩饰腿部的缺陷。

臀部肥大的男性——宜选暗色、合身而光滑的牛仔裤，裤前最好有口袋，可以让臀部显得不是那么肥硕。不要买臀部口袋很大的那种，有横线的牛仔裤裤管窄又紧的牛仔裤也不合适因为这些式样都会使臀部显得更大。

臀部瘦小的男性——可穿任何形式的牛仔裤，但如想使臀部显得有型，最好选购后面有大口袋、有横线条的牛仔裤。

臀部平坦的男性——可选臀部有打桐或有口袋等花样的牛仔裤，衬衫束入

身材偏瘦的男性，•可选直筒型牛仔裤，上身配宽松衬衫，再系上腰长裤中以增加臀部分量，并系上腰带以浑圆臀部。这些做法也同样适用于

带，可显得轻盈飘逸。



腰部和臀部均较大的男性——宜选择直筒式牛仔裤，并注意上身的装饰，可配穿印花T恤或长点儿的外套。如果小腹突出，臀部不大，可选上部宽松、下部中等、颜色稍暗的牛仔裤，上身配穿明亮颜色的上衣，使视觉重心移至下部，减少腹部凸出之感。

#### 我国商业特许经营发展环境及潜力

特许经营在中国虽然总体上仍处于发展初期，但已经具备了基本的发展条件，并蕴涵着巨大的市场潜力。经过20多年的改革，到本世纪初，中国已经初步建立了社会主义市场经济体制，市场机制在配置资源中的基础性作用明显增强；市场体系进一步发育；现代企业制度建设取得了重要进展；市场经济的法制化进程不断加快；公民的市场经济意识和理念进一步加深，契约意识和信用观念有所增强。这些都为特许经营的发展提供了良好的体制基础和社会文化环境。

国际经验表明，当一个国家人均GDP达到1000美元时，处于总体小康的水平，经济开始快速发展，商业和服务业进入加快发展的阶段，也是多种商品流通组织形式和业态方式快速发展时期。目前中国人均GDP为1000美元，实现了总体小康，并正在向全面小康社会迈进，这为最适合于发展特许经营的商业零售业和服务业的发展奠定了经济基础。

根据加入WT.的具体承诺，入世3年内，中国对特许经营的市场准入将取消限制，市场将进一步开放，这将促使越来越多的海外特许品牌进入中国，在带来先进的经营理念和管理技术的同时，也会将特许经营的新鲜经验和运作范例带到中国，给中国企业以借鉴和启示。到目前为止，一些外资企业在中国拓展特许经营加盟店，取得了良好的经营效益，也给中国的企业利用特许经营方式提供了具体经验。

中国的特许经营起步于八十年代末期。最初是一些商业、饮食服务业的老字号商业企业运用品牌优势发展联营分店，然后向特许经营方式发展。到新世纪初，中国特许经营发展呈现出加速的趋势，并向更广泛的领域发展。据2002《中国连锁经营年鉴》统计，到2002年初，全国特许经营体系超过了1000家，涉及的行业超过了50个，并逐步培育出一批具有中国文化特色的本土特许品牌。这些成功的探索和实践为中国特许经营的发展打下了良好基础。

政府的积极引导和政策支持助推特许经营的发展。



首先，特许经营的相关法律法规建设被提上重要的议程，其次是有关部门加强了对商标和优质品牌的规定进行了调整。商标使用规定的进一步明确，使特许经营的市场环境得到进一步规范。政府部门还在奖金和贷款等方面支持特许经营的发展。

#### 市场潜力

市场消费需求持续提高。

特许经营的发展固然需要多种条件和环境，但说到底，一个国家特许经营发展的程度从根本上取决于市场的最终需求。由于特许经营所适宜发展的领域一程度一般为商业零售业、餐饮业和各类服务业等第三产业，因此，对市场的商品和服务的消费需求及消费水平的依赖相当强。作为最大的发展中国家，中国经济正处在起飞阶段，随着国民经济的快速发展，市场消费需求总量和居民消费水平不断提高。

社会对特许经营方式的认知度不断提高。

近些年来，对过多种方式的示范和引导，中国许多投资者和经营者对特许经营的认知度不断提高。在特许经营适宜的一些行业中，特许经营方式受到很多潜在加盟者的重视和青睐。

优势特许品牌在实践中发展。

从特许方面来看，一些商业、服务业、生产厂商在改革和发展中脱颖而出，其品牌、技术和管理的社会认知度越来越高，具备了通过特许经营方式加快发展的条件。

随着中国经济的快速发展，有资格的受许者也在增加。一些小型企业和个人尚不具备自我创业能力，但却积累了一定数额的资本，需要寻找和等待投资良机。这给中外特许者提供了良好的发展机会。特别是那些对资金和规模要求不高的特许者而言，中国有着从多的受许者可以选择，即使对资金和规模的要求较高的特许企业，也能在中国市场上找到合适的加盟者，概括起来，国内市场的加盟者资源主要包括：

可通过特许经营方式整合众多的国有商店，如食品店，粮店，菜店等。整合个体杂货店。整合民间的一些小型资本拥有者。一部分有经营能力的下岗职工。



少數民族服裝與服飾傳承與創新資源庫

THE LIBRARY OF INHERITANCE AND INNOVATION OF MINORITY CLOTHES