



这样开 服装店 最赚钱

赵文明◎编著

经典
案例版

★★★★

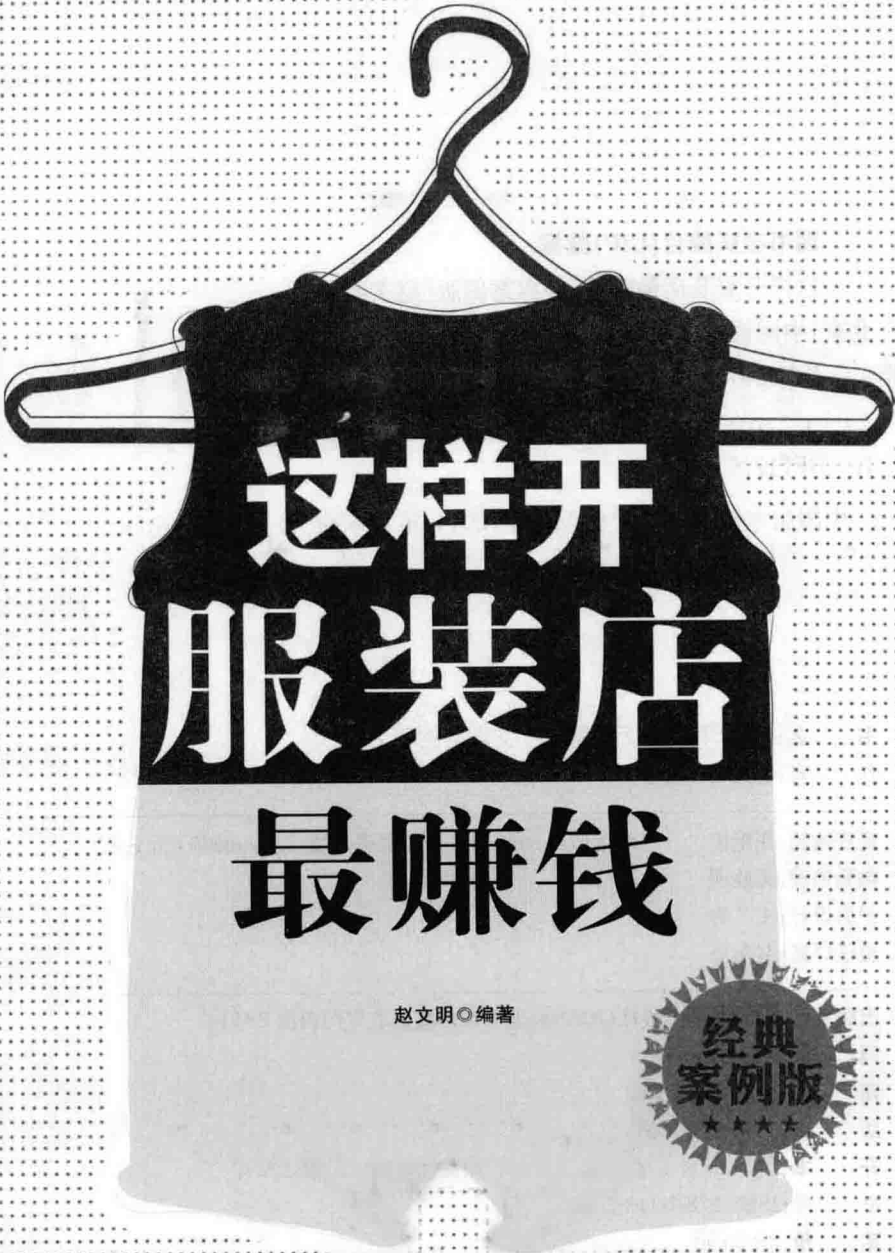
机遇与挑战并存的服装业

你能把握住时代的脉搏，不放过每一个赚钱机会吗？

开不开，怎么开？想要赚，如何赚？不要再纠结，不用再忐忑，你的疑问，这里有答案！

跟着学，让你轻松赚个够！

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



这样开 服装店 最赚钱

赵文明◎编著



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

这样开服装店最赚钱:经典案例版/赵文明编著. —

北京:中国铁道出版社,2014.8

ISBN 978-7-113-18436-0

I. ①这… II. ①赵… III. ①服装—商店—商业经营
IV. ①F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 085500 号

书 名:这样开服装店最赚钱(经典案例版)

作 者:赵文明 编著

责任编辑:张艳霞

电话:010-51873005

电子信箱:zyxbooks@126.com

编辑助理:孙晓明

封面设计:王 岩

责任印制:赵星辰

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.tdpress.com>

印 刷:北京鑫正大印刷有限公司

版 次:2014年8月第1版 2014年8月第1次印刷

开 本:700 mm×1 000 mm 1/16 印张:15.75 字数:223 千

书 号:ISBN 978-7-113-18436-0

定 价:36.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换,电话:(010)51873174

打击盗版举报电话:(010)51873659

前 言

服装业是 21 世纪最具潜力与发展空间的行业之一,而服装店作为最具活力的零售经营方式,近几年的销售总额也屡创新高。同时,经济的发展、消费水平的提高、人们的审美追求,为开服装店提供了有利条件,为服装市场创造了巨大的商机,使得大小服装店在较短时间内得以全面铺开并快速发展。

而从服装行业本身来看,服装店规模小、投资少、利润高、技术含量和市场准入标准相对较低,在众多经营项目中,当属最理想的一种投资方式。因此,嗅觉敏锐的生意人纷纷进入服装市场,一些致力于小本创业的人也纷纷把投资目光对准了服装店,有了开服装店的计划。

那是不是开服装店就一定能赚钱呢?答案当然是否定的。凡事有利则有弊,开服装店也同样如此。虽然服装行业整体向上,具有非常广阔的空间,但是由于种种因素和条件的限制、制约,服装行业也是机遇与挑战并存。品牌多、竞争大、促销频、顾客挑,这些都导致众多服装店的平均寿命不过 3~5 年,有的甚至更短,也因此服装店易主、倒闭的现象时有发生。

也就是说,虽说服装行业是永远的朝阳产业,但是服装市场也是硝烟弥漫,机会也会稍纵即逝,稍有不慎,投入的钱财和精力就会付诸东流。

那么,在机遇与挑战并存的服装行业,面对如此激烈角逐的竞争格局,服装店如何才能优化管理,如何才能快速掌握市场需求的变化、提升顾客

满意度、确保竞争力,如何才能保持健康、持续、高速的发展势头,如何才能迅速赢得利润呢?这些问题俨然已经成为想要进入这个行业以及已经进入这个行业的同仁们必须深思的问题。

店铺要兴隆,就要读懂生意经。为了便于服装店经营者及其他从业人员更好地掌握开好服装店的步骤与流程,了解行家里手日进斗金的独门绝招,进而能够在管理与日常工作有章可依、有序可循,我们秉承理论与实际相结合的原则,为中国广大服装企业和企业经营管理者量身打造了这样一本书。

本书第一版出版之后,受到了读者的广泛认可。在此基础上,我们增加了服装行业经典案例,使内容更丰富,图书更有参考价值。

本书急服装店经营者之所急,想服装店经营者之所想,从科学、实用的角度出发,将服装店开业准备,如何定位、选址、装修到经营过程中的采购进货、定价、陈列、经营、管理以及怎样有效地进行服装推广销售、广告宣传等相关工作有机结合。以通俗易懂的语言,为广大读者描述了一个完整的服装店经营程序,具有很强的知识性和可操作性,内容全部而不冗杂,细致而不繁琐。

开服装店说起来容易,做起来难。如果您想开一家赚钱的服装店,希望低风险、高收益地经营下去,希望每天门庭若市而不是门可罗雀,希望营业额节节高升而不是经营惨淡,本书就是您的“百科全书”;如果您想店内陈列井然有序、店员工作热情、顾客满意离开,本书就是您的“参考书”。我们虽不敢说本书是放之四海而皆准的真理,但我们相信有了它的帮助,服装经营工作定会由繁琐变得简单,日常管理工作定会由杂乱变得有序,也定能让您花费最少的金钱投入最小的精力,抓住最好的机会赚取最大的财富。

目 录

第一章 准备技巧

——开服装店,你准备好了吗

要有成熟的开店心态 · 002

开店可行性分析 · 004

好的店名是店铺的招牌 · 005

拟订一份周密的投资计划 · 009

准备开服装店需要的启动资金 · 011

掌握开店必备的知识 · 012

第二章 定位技巧

——找准定位,赢在起点

开服装店要找准市场定位 · 016

分析服装店的市场定位 · 017

粗布服装店 · 018

求职服装店 · 020

“宝宝”服装店 · 021

“胖人”服装店 · 023

女性服装店 · 024

加盟品牌服装前必做的 6 件事 · 025

导致加盟连锁失败的 10 大因素 · 026

第三章 选址技巧

——想要赚钱,找准黄金旺铺

不同地点开店的利与弊 · 032

- 好店址的特点 · 036
- 服装店选址的 3 个原则 · 037
- 结合城市商圈选择店址 · 039
- 关于开店选址的 5 项建议 · 041
- 服装店选址不妨独辟蹊径 · 042
- 小额资金创业者选址 · 044
- 不适宜开设服装店的地点 · 045

第四章 装修技巧

——定好风格,卖服装就是卖形象

- 影响服装店装修的几大商品因素 · 048
- 服装店装修必备的硬件设施 · 050
- 服装店设计的 5 个重要原则 · 052
- 店内的布局设计 · 054
- 服装店内布局设计原则 · 056
- 服装店的招牌设计 · 057
- 灯光对服装店的重要性 · 059
- 服装店的背景音乐不容忽视 · 061
- 服装店内的顾客通道设计 · 061
- 舒适的试衣间也是一种文化 · 063
- 展柜设计的诀窍 · 066
- 服装店的出入口设计 · 067
- 橱窗设计要点 · 068

第五章 进货技巧

——精选货源,领跑市场

- 服装采购人员应该具备的素质和理念 · 074
- 服装货源有哪几种 · 077
- 服装进货的注意事项 · 78
- 有关厂家销售以及向厂家进货的利与弊 · 83

- 服装店的采购流程是什么 · 85
- 进货技巧以及进货禁忌 · 87
- 服装质量的检验 · 90
- 进货验收有哪些程序 · 95
- 进货选码的技巧 · 97
- 如何进货才能让利润最大化 · 98
- 服装批发常用“行话” · 100

第六章 定价技巧

——抢占终端,撬动8倍利润

- 服装店的价格策略 · 104
- 服饰产品价格的影响因素 · 105
- 服装店商品定价的12种技巧 · 109
- 服装店折扣定价的3种技巧 · 114
- 服装降价的策略 · 115
- 服装提价的策略 · 117
- 价格促销的策略 · 118
- 规避价格战 · 121

第七章 陈列技巧

——陈列VS造型,服装店的必胜技巧

- 服装店铺布局与陈列的作用 · 124
- 服装陈列的十五大原则 · 125
- 服装店货品陈列技巧 · 127
- 几种常见的服装陈列方式 · 128
- 服装陈列设施的选择 · 130
- 营造热销氛围的诀窍 · 131
- 让顾客耳目一新的装饰品 · 133
- 商品奇数摆放给人以紧凑感 · 134

- 前置陈列的灵活运用 · 135
- 严格清理堵塞通道和店头的超限物品 · 136
- 橱窗布置不容小看 · 137

第八章 经营技巧

——盘活店铺,善经营才是王道

- 合理制定销售计划 · 140
- 营业前的准备 · 143
- 营业中的主要工作 · 146
- 营业间歇的工作 · 149
- 店员交接班工作 · 151
- 营业结束前的整理工作 · 152
- 营业前的营运管理 · 154
- 营业中的营运管理 · 155
- 营业后的营运管理 · 156

第九章 管理技巧

——方圆有术,做最好的管理者

- 店铺的规章制度要完善 · 158
- 服装店的岗位评估 · 160
- 销售员工的招聘标准 · 161
- 建立完善的财务制度 · 162
- 避免收银台的不规范操作 · 163
- 如何进行服装库存控制 · 164
- 谨小慎微,降低内外损耗 · 165
- 避免不安全的陈设与作业 · 168
- 电子监控系统的管理 · 169

第十章 销售技巧

——拿下订单,促使成交

- 顾客需求与销售技巧 · 172
- 接近顾客的时机与方法 · 173
- 顾客 12 种购物心理分析 · 175
- 优秀导购员必备的 10 个成功要素 · 177
- 促销的九条原则 · 180

第十一章 服务技巧

——用心服务,用真诚换效益

- 微笑是无声的推销策略 · 184
- 如何处理顾客的抱怨和投诉 · 185
- 引导顾客体验要热情 · 188
- 应对顾客拒绝要巧妙 · 189
- 处理顾客异议要机智 · 191
- 与顾客成交要果断 · 195
- 导购人员的素质要求 · 196
- 退换货工作要做好 · 198

第十二章 宣传技巧

——广告投放,让终端卖场变成营销盛宴

- 选择恰当的广告宣传自己 · 202
- 服装店广告的制作要点 · 203
- 服装店广告的 9 大种类 · 204
- 广告宣传要有主题 · 205
- 宣传服装店要抓住开张的时机 · 207
- 如何设计出新颖独特的 POP 广告 · 208

- 如何摆设 POP 广告才能发挥应有的效果 · 210
- 投入恰当的广告费 · 211
- 网络广告要讲究技巧 · 213
- 滞销商品如何处理 · 215
- 小广告单应注意的事项 · 217
- 广告单的投放技巧 · 218
- 橱窗里的广告宣传 · 219
- 快讯商品广告的优势 · 220

第十三章 经典案例

——他山之石,可以攻玉

- 【案例一】把握创业的最佳时机 · 224
- 【案例二】做好自我实力、资源等方面的评估 · 225
- 【案例三】综合考量选址 · 228
- 【案例四】如何加盟创业 · 229
- 【案例五】以顾客和品牌定位图发展 · 230
- 【案例六】进货讲究“快、准、狠” · 232
- 【案例七】提升服装配搭的技能 · 233
- 【案例八】服装导购培训 · 234
- 【案例九】从细分市场中发现商机 · 236
- 【案例十】网上进货,拓宽货源 · 237

附录 开店流程

第一章 准备技巧

——开服装店,你准备好了吗

要有成熟的开店心态

心态决定命运,一个人的心态常常在一定程度上决定着事情的成败,开店也是一样。开店的过程就是自己创业的过程,其中会有快乐自然也少不了会遇到一些困难和挫折。如果没有一个成熟的心态,那么服装店将经不起任何大的打击,也因此就很难长久地兴隆下去。所以,想要开店的人,首先就应该让自己有一个成熟的心态,有坚定信念,有自己的原则,并且找到属于自己应对困难的方法……只有做到这些,服装店才能生意兴隆、财源滚滚,获得长远的发展。

那么,一个成功的服装店经营者应该具备哪些心态呢?

1. 成功的信念

想要成功,想要开创辉煌的人生,没有想要成功的信念不行。在开店的过程中,自然会遇到各种各样的困难,这就需要服装店经营者不管是暴风骤雨还是急流险滩,都能够咬紧牙关,义无反顾地、信心坚定地朝着理想的航标前进。这种必胜的信念,是迈向成功的不可缺少的性格特征。

2. 坚忍的毅力

美国杰弗利·泰蒙斯在其《经营者的头脑》一书中说得好:“真正的经营者不会被失败吓倒,他们在困境中发现了机会,而大部分人看到的只是障碍。”坚忍的毅力是成功的基石。优秀的经营者在危机四伏或四面楚歌之际,都能表现出愈挫愈勇、百折不挠的英雄气概。

作为一个服装店经营者,最重要的是要有坚定不移的信心,有摧垮艰险的勇气,再加上勤奋努力、吃苦耐劳、坚持不懈地奋斗进取,这样才有可能实现自己的理想。

3. 坚强的斗志

我们常说商场如战场,在这场不见血的战争中,服装店经营者必须保持坚强的斗志,才能在这个服装领域里获得成功。

4. 严谨的工作作风

细节决定成败。许多志大才疏的人认为,只要把大事做好,一些细小的事情交由下属完成就可以了。其实这种想法并不正确,甚至十分有害。取得成功的服装店经营者都知道,心思细致经常会达到事半功倍的效果。所以,心思细致,注重抓住细节,由此而养成的严密周到的作风是服装店经营者想要获得成功的必备素质。

5. 宽阔的胸襟

海纳百川,能容者方能成其大事。胸襟宽阔、能容人是一家服装店经营者必须做到的。如果店铺经营者过于争强好胜、锱铢必较,那么,必然会由于过多的意气用事而与下属、顾客产生这样或那样的矛盾,从而增加服装店内耗,降低顾客满意度,降低服装店生存与竞争能力,对服装店的发展极为不利。所以,服装店经营者一定要具有宽阔的胸怀。

6. 性格开朗善交际

市场调查、办理开店手续、处理与顾客、店员的关系,可以说服装店在开店前、开店中都难免会和各种各样的人打交道,这就需要经营者性格开朗、有良好的协调和处事能力。因为只有性格开朗的人才懂得如何与他人进行沟通,才能熟练地、准确地将自己的意思表达出来,并恰当地领悟他人的想法。并且,服装店经营者还担负着协调店内人员关系的责任,这就要求能够承担起这种责任的人必须是一个容易与人交往的人。

7. 善于控制自己的情绪

无论是外界出现新的、大有前途的市场机会或具有强烈破坏力的市场危机,还是企业内部出现各种情况,服装店的经营者都必须能够控制自己的情绪。否则,情绪上的大喜大悲,思想上的大起大落,都容易影响服装店经营者的观察力和判断力。并且在现代社会的竞争环境中,如果在突发事件前服装店经营者自己先慌了神,这不但会有损服装店的形象,而且还会暴露不必要泄露的信息,从而给企业带来负面影响。所以,服装店经营者

必须具有比较稳定的情绪,要能够做到处变不惊,这样才能做出较为正确的决定。

这些就是服装店经营者应该具备的积极的、成熟的心态了,如果打算开店的人已经做好这些准备了,那么大家就可以考虑行动了。

开店可行性分析

随着人们生活水平的日益提高,投资理财的概念已经被越来越多人所接受甚至应用,但恐怕还是有很多人不懂其真实含义,因为有一部分人一听到“投资理财”四个字,就会联想上百上千万的投资,并且还需要费时费力地去请专业人士做市场调查和详尽的商业计划。其实他们忽略了更贴近我们的生活,更具有实际意义的个人小额投资,小本生意也能赚钱。

服装在众多的小本投资中,应该属于赚钱最快的行业,而且从小本生意开始积累商业经验,有助于服装店经营者走向最后的成功。

为了论证开服装店是否真的“钱”景光明,我们可以从以下几点去分析:

1. 从市场的角度来分析

中国从古代就很看重穿衣着装,比如“衣食住行”、“衣食父母”、“衣食无忧”,这些词汇中无一不在给我们传达一个理念,那就是服装同饮食一样重要,应该有着广泛的市场。市场永远由需求决定,而服装的需求是不分阶层、性别、财富的,不管你是平民还是贵族、是男人还是女人、是乞丐还是亿万富翁,总需要穿衣,需要换衣。就算是最吝啬、最不精于打扮的人也不可能光着身子在街上走,他必须光顾服装店,更别说那些喜欢追求时髦和打扮的爱美人士了。所以说,服装有硬性的市场,并且它的市场是不可动摇的。服装店经营者开一家服装店,只要能有自己的特色,善于抓住顾客的心,就不愁衣服没有市场、服装店没有销量。

2. 从投资的角度来分析

开个体服装店,不需要多大的面积,几十个甚至是十几个平方米就足

够了。开店的经营成本主要是房租、装修和售货员工资,算下来十几万至二十几万之间就能开下一个服装店,相对于其他的投资项目,花费还是比较少的,各个年龄阶段的服装店经营者都可以而且有能力去尝试。

3. 从盈利的角度来分析

盈利当然是投资者最关心的问题。一般来说,如果服装店经营得当,每月纯收入可达一两万元,甚至规模较大的服装店可高达数十万元,这也表明,投资服装店很容易就能把成本收回从而开始纯盈利。靠服装店发家的人不在少数,经常有经营者做了几年服装生意,熟悉了其中的套路后,就自己开厂生产加工服装,实行前店后厂,利润则更高。可见,开个服装店只是开始,事业上升空间不可限量。

4. 从风险的角度来分析

服装还有一个优于食品类商品的好处,它不会变质或者会过期,顶多也就是过时,但过时之后依旧拥有价值,经营者可以用降价的方式把它出售,或者等到怀旧风掀起的时候再当潮流服饰卖出去。也许有经营者会问,那万一哪天我不想干了怎么办?这虽然是最坏的结果,但是也并不意味着你就会因此亏本,手里的衣服可以批发出去,照样能小赚一笔。总之开服装店的风险非常低,投资者大可打消心中的种种疑虑。

从对以上几点的分析,我们不难看出开服装店是一个“钱”途光明的赚钱渠道。所以,想要创业、想要赚钱的人不妨一试。

好的店名是店铺的招牌

任何店铺的店名都不会仅仅是一个代号,好的店名可以是店铺的招牌,可以蕴含店铺的经营理念和文化,可以增强店铺的感染力和吸引力,为店铺带来更多的财源。服装店当然也不例外。既然店名如此重要,怎么样给服装店取名才最能体现出一个服装店的特色呢?

1. 店名应该具有概括力和吸引力

服装店的招牌如果具有高度概括力与强烈吸引力,可以刺激消费者的视觉,勾起他们的消费欲望。一个好的店名不仅能给人以美的享受,还能

扩大销售,起到第一推销员的作用。

当然,商业用名要遵循商业原则,得根据自身商业项目、商品、消费对象等情况来取名。

2. 取一个能招揽顾客的好店名

能够成功招揽顾客的店名需要具有文化内涵和宣传效果,店名,就该是招揽生意的金字招牌。那么一个店名到底怎么样才能称得上好呢?有什么具体的评判标准呢?

(1) 通俗易懂,朗朗上口

一定要明白店铺所面对的是大众消费群体,在命名时不要咬文嚼字,要通俗易懂,更忌讳使用繁体字或者大部分人不认识的生僻字,不然店铺名称不易辨认,会影响店铺在口碑方面的传播,达不到口口相传的宣传效果。

至于服装店的名字,一定要响亮、上口、容易记忆,语言一定要通畅且含有韵味,最好能与顾客产生共鸣,只有容易被顾客记住的店名,才能广泛传播。

(2) 适应当地风土人情

中国地域广大,各地的风土人情皆不相通,服装店取名时最好充分考虑当地的历史地理、风俗习惯等因素。不然,店名如果违背了风俗或者犯了什么禁忌,不仅不能带来效益,反而会产生极大的负面影响。

(3) 避免雷同

有的服装店经营者也许因为自身文化水平有限,或者懒得去琢磨,就模仿别人的店铺取名,这样做的结果是大街上店名雷同的店铺很多,让顾客们分不清楚彼此的区别,也就不容易建立目标顾客。店名一定要引起客户足够的注意力,但也一定要有自己独特的个性与内涵,容易与别的店铺分辨开。

(4) 幽默趣味性

幽默趣味式的店名能体现出主人的聪明才智和个性,让顾客觉得有趣,觉得服装店经营者容易亲近,从而拉近服装店与顾客的心理距离。