店/铺/打/理/新/准/则
开店赢利的门道 经营管理的学问

画时代书坊

如何打理大小服饰店

中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

如何打理大小服饰店

张　伟　主编

中国经济出版社
www.economyph.com
北京

图书在版编目(CIP)数据

如何打理大小服饰店/张伟主编.—北京:中国经济出版社,
2005.1
(店铺打理新准则)
ISBN 7-5017-6782-3

Ⅰ.如… Ⅱ.张… Ⅲ.服饰-商店-商业经营 Ⅳ.F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 122393 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)
网　　址:WWW.economyph.com
责任编辑:严 莉(电话:010 68354371 Email:hubeiadele2000@sina.com)
责任印制:石星岳
封面设计:红十月工作室
经　　销:各地新华书店
承　　印:北京市地矿印刷厂
开　　本:成书尺寸 146mm×210mm　**印　　张**:7.75　**字　　数**:116 千字
版　　次:2005 年 1 月第 1 版　**印　　次**:2005 年 1 月第 1 次印刷
书　　号:ISBN 7-5017-6782-3/F·5407　**定　　价**:18.80 元

版权所有　翻印必究　举报电话:68359418　68319282
服务热线:68344225　68369586　68346406　68309176

请听我说！

“店铺打理新准则”丛书作为“画时代书坊”第一辑，热腾腾地出炉啦！让我们一同创享图文阅读新时尚！

“店铺打理新准则”丛书的顺利成书，要感谢：贵生、陈婕如、苏清、程琳、丁大鹏、嘉欢、英华、高玲、郭月洁、郝佳、胡江何、黄小强、姜开馨、诗筠、李和评、李莉英、沈波、李颖人、林新、刘军名、刘利君等，正是他们精益求精的精神和辛勤的付出，才使得本丛书的品质更上一层楼。同时，也要感谢中国经济出版社的严莉老师的大力支持，本丛书才得以在最短时间内与读者朋友见面。

有什么新鲜意见或建议，欢迎通过（huashidaishufang@163.com）随时和我们联系哦。

让我们期待“画时代书坊”出炉更多的“美味佳肴”！

A

A-1 给服饰店取一个好店名……1
A-2 开店前应该先做好市场调查……4
A-3 确定服饰店的市场定位……7
A-4 收集商圈的调查内容……10
A-5 评估店铺立地的优劣……12
A-6 选择服饰店所在的商业区……15
A-7 具体分析服饰店客流量……18
A-8 评估一个最有利的店铺地址……21
A-9 筹措足够的开店资金……24
A-10 正确估算营业后的经营效益……26

B

B-1 熟知装修服饰店的各项内容……29
B-2 根据需要选择合适的装修材料……32
B-3 装修出良好的店面形象……34
B-4 装修出营造购物氛围的天花板……37
B-5 选择适当的壁面利用方式……39
B-6 设计让顾客感兴趣的橱窗……40
B-7 装修出让顾客惬意的试衣间……43

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

B-8 装修出适合店铺服装风格的地板…… 44
B-9 设计灯火辉煌的外部照明…… 47
B-10 设计蓬荜生辉的店内照明…… 50
B-11 搭配让顾客赏心悦目的色彩…… 52
B-12 播放与商品格调一致的音乐…… 54
B-13 设计合理的出入口…… 57
B-14 规划不同类型店铺的店内布局…… 59
B-15 设计顺畅的顾客购物通道…… 61
B-16 大量使用店铺 POP 广告…… 64

C

C-1 选择展现不同风格的陈列方式…… 66
C-2 根据需要采取不同的陈列方法…… 69
C-3 用不同的陈列方式陈列不同服饰…… 71
C-4 最大化地发挥衣架的陈列作用…… 73
C-5 选择不同的壁面柜陈列方式…… 76
C-6 确定合适的壁面柜高度…… 79
C-7 选择合适的陈列柜高度…… 80
C-8 使用服饰吊架注意事项…… 82
C-9 恰当利用服饰配件进行装饰…… 84
C-10 选择与服装陈列相协调的色彩…… 86
C-11 把握好摆放人体模特的基本原则…… 88

D

D-1 详细了解服装号型标准…… 91
D-2 分辨服装面料的种类和特性…… 93
D-3 拟定采购流程，提高采购效率…… 96
D-4 制订高效的采购计划…… 98
D-5 制订切合自身情况的进货策略…… 101
D-6 选择多样化的进货渠道…… 103
D-7 确定合适的采购机构…… 106
D-8 确定相对准确的采购量…… 108
D-9 合理组织服饰商品的运输…… 111
D-10 做好服饰商品的接收检验…… 113

E

E-1 把握服饰品的库存原则…… 116
E-2 计算服饰品存货的价值…… 118
E-3 控制服饰品的存货数量…… 121
E-4 做好库存商品的管理工作…… 123
E-5 管理好卖场货架的服饰商品…… 126
E-6 尽量减少服饰商品的存货积压…… 128
E-7 做好服饰商品的盘点…… 130

E-8 做好服装的换季工作…… 133
E-9 及时处理滞销货品…… 135

F

F-1 制定服饰品价格需考虑的因素…… 138
F-2 运用成本定价法进行定价…… 141
F-3 运用需求定价法进行定价…… 143
F-4 运用心理定价法进行定价…… 145
F-5 运用折扣定价法进行定价…… 147
F-6 为新货品制定适宜的价格…… 150
F-7 灵活调整服饰品价格…… 152
F-8 熟知常用的会计账簿种类…… 155
F-9 运用会计核算方法管理财务…… 157
F-10 规范标准的收款流程…… 160
F-11 明确现金管理的原则要点…… 162

G

G-1 准确分析顾客消费心理…… 165
G-2 善于把握顾客的需求心理…… 167
G-3 做好等待时机阶段的准备工作…… 170
G-4 学会在最短时间内鉴别准顾客…… 172

G-5 把握好接触顾客的最佳时机…… 175
G-6 介绍时重点突出不同服饰的特点…… 177
G-7 技巧性地展示服装服饰商品…… 180
G-8 为顾客提供舒适的试衣间服务…… 182
G-9 当好不同类型顾客的选购参谋…… 185
G-10 有技巧地对顾客进行商品推荐…… 187
G-11 了解顾客提出虚假异议的原因…… 189
G-12 掌握回应顾客异议的技巧…… 191
G-13 准确地捕捉顾客的购买信号…… 194
G-14 巧妙运用促成交易成交的技巧…… 196
G-15 自如应对顾客的讨价还价…… 199
G-16 妥善处理顾客的抱怨及投诉…… 201

H

H-1 做好员工招聘的考核工作…… 204
H-2 全面考虑决定服饰店定员因素…… 206
H-3 明确服饰店员工工资的内容…… 209
H-4 有效防止优秀员工的流失…… 211
H-5 对员工进行行之有效的激励…… 214
H-6 注意掌握责备员工的技巧…… 216
H-7 做好辞退员工的相关工作…… 219

H-8 明确员工培训的主要内容…… 221

I

I-1 掌握尽可能多的竞争信息…… 223
I-2 成功经营高级成衣店…… 225
I-3 借鉴经验经营童装店…… 227
I-4 做好女性饰品店的促销…… 230
I-5 经营学生服饰店需运用多种营销方式…… 232
I-6 经营女性内衣专卖店的注意要素…… 235
I-7 独辟蹊径经营外贸服饰折扣店…… 238

A-1

给服饰店取一个好店名

一个好的店名，虽然并不能决定服饰店兴旺的命运，但是它能带来时代信息，让顾客体会到流行潮流的变化，同时也反映了经营者的追求目标，因而对服饰店的经营和业务的开展有着不可忽视的作用。在现代社会，店名已成为人们社会交往和商业交往的工具，并接受社会实践的检验，积累企业经营的无形资产。

好店名应具备以下特点：

◆ 琅琅上口，便于记忆。在给店铺取名时，应注意到以下几点：简洁明快，店铺的名字最好不要超过5个字；新颖独特，引人注目，不能雷同，店名要易于上口；气魄宏伟，店名要具备冲击力及浓厚的感情色彩，能给人以震撼力。

◆ 适当暗示并体现特色。一个好的店名能够让顾客清楚该店经营何种商品以及该商品的性能与用途。但另一个问

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

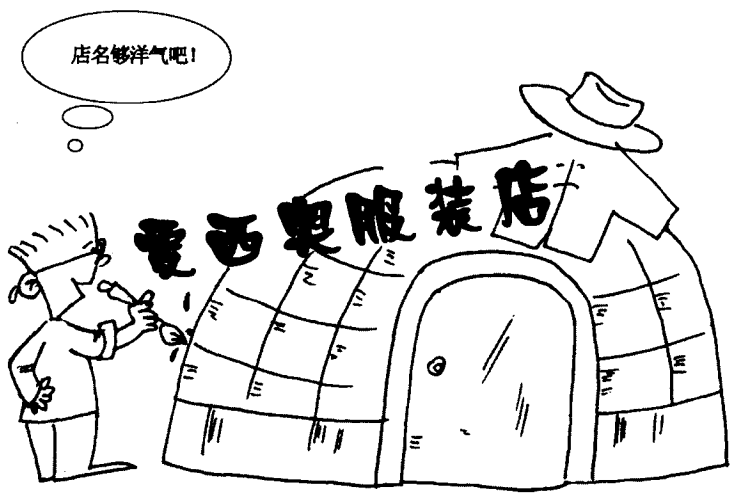
题是店名不能过多地描述某一类产品。

◆ 易于启迪，便于联想。一个让顾客容易联想，并能从中获得启迪的店名，往往能使消费者从中得到愉快的启发和联想。

◆ 容易识别的标志物。标志物是指店铺中可被顾客识别但无法用语言表示的部分。如果店名能够刺激和维持店铺标识物的识别功能，店铺的整体效果就会得到加强。

◆ 兼顾目标市场与潜在市场。店名对某些人来说，可能听起来合适，并产生使人愉快的联想，但是，对于一个以前对它一无所知的人而言，就起不到很好的品牌效应。基于这一点，经营者要给店铺起个在全世界（起码被目标市场认可）都叫得响的名字。

◆ 避免侵权，合法有效。店名一定要能够注册，受到法律的保护。要通过有关部门查询是否已有相同或相近的店名被注册。如果有，则必须重新命名。有的店名虽然不构成侵权行为，但根据法律法规却不在允许注册的范围之内，难以得到法律的有效保护。


店名够洋气吧!
重西裏服装店

A-2

开店前应该先做好市场调查

开店前所进行的市场调查主要是通过收集与分析有关资料和信息，研究探讨同行业在市场营销中存在的不足和问题，做到“人无我有，人有我新，人新我廉，人廉我转”，从而开发出自己服饰店的特色。运用正确适当的调查方法才能达到调查目的。市场调查应该本着严谨认真的态度，因为这关系到以后的进货、选货、经营特色的确定等各个环节。

服饰店经营者应掌握的市场调查的方法如下：

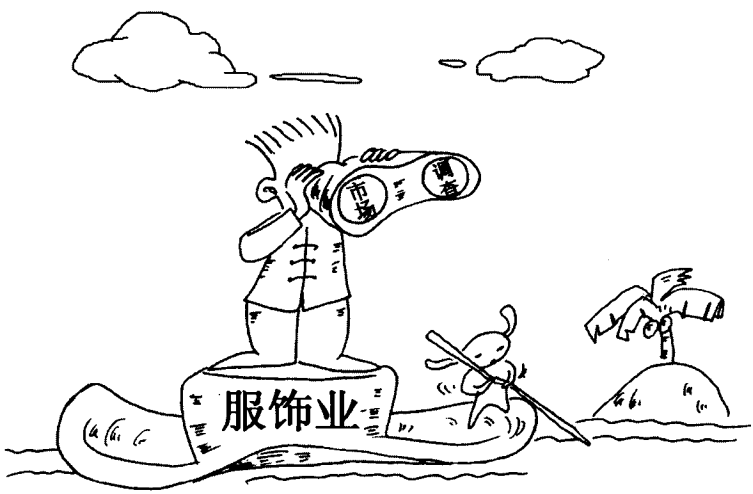
◆ 询问法，也称为调查法，调查人员通过询问向被调查者了解市场情况。询问法又分为：个人访问，与被调查者进行面对面的访谈；电话访问，通过电话从被调查者那里获得信息；邮寄询问，给被调查者邮寄设计好的问卷；留置询问，将问卷交给被调查者再按期收回以获取信息。

◆ 观察法，指由调查人员调查现场，直接进行观察以收集资料的方法。在开店前的调查中，特别是在对竞争店

的调查中，很多时候都用到观察法。

◆ 实验法，指在一定范围内对一个或几个市场因素的变化情况进行有目的的控制研究，分析在这些因素的影响下某市场现象所发生的变化。实验法是一种有效的调查方法，能在收集资料的过程中科学地利用最原始的资料。

◆ 问卷调查法，服饰店店主应事先根据需要准备好问卷的问题，可根据自身的经营状况选择问卷调查内容。具体调查之前，最好先找一些相关人员咨询，如开过服饰店的老板、营业员、服装行业的专家等。


市场
调查
服饰业

A-3

确定服饰店的市场定位

进入目标市场后，必须进行正确的市场定位，才能在竞争中占领市场，否则即使暂时进入了目标市场也会被竞争对手挤出市场。所谓市场定位，就是根据经营者自己的竞争优势，让自己的服饰店和商品在目标市场的消费者中树立一个与竞争者不同的形象。服饰店可以通过创造产品差别、服务差别、员工差别和形象差别来建立自己的竞争优势，通过公关和广告活动把市场定位优势传播和送达到目标市场的顾客。确立自己的产品在消费者心目中的重要位置，并留下值得购买的良好印象，以便吸引更多的消费者。

服饰店市场定位包括以下几个方面：

◆ 商品风格定位。在新品牌或新店铺决定进驻市场之前，应首先考虑商品的风格定位。商品风格多种多样，可以是以单一品牌的商品进行结构规划，也可以是以品牌群体系列的商品进行结构规划。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com