

解决服饰店经营中

遇到的各种问题

怎样开一家赚钱的服饰店

服饰店主管实战必备

马燕 编著



中国商业出版社

怎样开一家赚钱的服饰店

马 燕 编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

怎样开一家赚钱的服饰店/马燕编著. —北京:中国商业出版社,2002.10

ISBN 7-5044-4731-5

I. 怎… II. 马… III. 服饰-商店-商业经营
IV. TS941.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 082325 号

责任编辑 孙锦萍

*

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
北京星月印刷厂印刷

*

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷
850 × 1168 毫米 32 开 17.5 印张 380 千字
定价:29.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

这是一部根据服饰店专家的指点，专门介绍服饰店工作的书，凡有关服饰店工作的各种问题，本书都有翔实的资料依据。相信本书详细的运营理念和精明的生意技巧，再加上你自身独特的运作模式，一定会使你的服饰店既靓又酷，备受顾客青睐。

怎样开一家赚钱的服饰店

策 划：马俊英
责任编辑：孙锦萍

一本融科学性、知识性、实用性于一炉的书

一本很值得拥有，很值得一看的书

不信，你瞧穿梭其中极新极精的内容：

开店前的准备

设计你的服饰店

服饰的陈列

服饰的管理

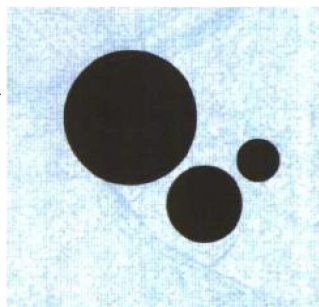
服饰的定价

服饰店的财务管理

服饰店的促销活动

充分了解消费者

服饰店的发展



目 录

第一章 开店前的准备	(1)
第一节 一定要做市场调查	(3)
一、顾客到底需要什么	(3)
二、影响服饰销售的因素	(7)
三、调查你的竞争对手	(11)
四、调查的步骤与方法	(16)
第二节 资金筹集	(19)
一、怎样筹集资金	(19)
二、你需要筹集多少资金	(22)
三、降低筹资成本	(24)
第三节 寻找有利的店面	(26)
一、选择适合你的店址	(27)
二、收集店面情报	(32)
三、考察店面	(37)
四、签订租房合约	(63)

第二章 设计你的服饰店	(69)
第一节 店名设计	(71)
一、店名设计的原则	(72)
二、店名设计的类型	(80)
第二节 服饰店室外设计	(83)
一、如何设计外观	(83)
二、如何设计招牌	(86)
三、设计好出入口	(91)
四、橱窗设计	(92)
五、外部照明设计	(101)
第三节 服饰店室内设计	(104)
一、室内布局设计	(106)
二、室内装潢设计	(110)
三、室内氛围设计	(116)
第四节 装修你的服饰店	(133)
一、选择合适的设计师	(133)
二、施工者的选择	(135)
三、选择恰当的材料	(137)
四、施工的监督与验收	(139)
五、不同档次服饰店的设计	(140)
六、店铺设计应考虑与消费者的沟通	(142)
七、商品组合的基本设计	(143)
八、杂器的基本设计	(145)
九、如何设计童装店	(146)

第三章 服饰的陈列	(149)
第一节 如何陈列视觉化商品	(152)
一、便利顾客的卖场	(152)
二、吸引顾客的卖场	(153)
三、便于卖主的卖场	(156)
第二节 美化陈列	(156)
一、美化陈列的目的	(156)
二、陈列的基本要素	(158)
三、陈列的基本技巧	(161)
四、怎样分类及陈列你的服饰	(169)
五、卖场陈列	(177)
第三节 相关性商品的陈列	(179)
一、主力商品与其他类型商品	(180)
二、未来服饰的走向	(182)
第四章 服饰的管理	(185)
第一节 拟定计划	(187)
一、采购计划	(187)
二、库存计划	(189)
第二节 服饰的采购	(190)
一、服饰的分类及组合	(190)
二、进货的来源与方式	(196)
三、采购数量的确定	(198)
四、采购时应注意哪些原则	(200)

五、采购时应了解的策略	(202)
六、采购合同	(206)
七、采购人员的管理	(209)
第三节 服饰的运输	(210)
一、商品发运	(210)
二、商品接收	(211)
第四节 服饰的检验与存储	(212)
一、如何检验服饰	(212)
二、如何储存好服饰	(221)
第五节 服饰的盘点与损失	(223)
一、服饰店盘点	(224)
二、盘点时应注意什么	(225)
三、盘点的职责与方法	(226)
四、盘存损失的原因	(230)
五、尽量避免损失	(232)
第五章 服饰的定价	(235)
第一节 传统定价方法及缺陷	(237)
一、店铺商品零售价格的构成	(237)
二、商店传统的商品定价方法	(238)
三、传统定价方法的缺陷	(239)
第二节 影响定价的因素	(240)
一、成本	(240)
二、市场需求	(240)
三、竞争	(241)

四、商品市场特点	(241)
第三节 确定定价目标	(243)
一、追求最大利润	(243)
二、取得预期的投资报酬率	(244)
三、扩大或维持市场占有率	(244)
四、应付和防止竞争	(245)
五、维持生存	(245)
第四节 服饰的一般定价	(246)
一、以成本为中心的定价方法	(246)
二、以需求为中心的定价方法	(248)
三、以竞争为中心的定价方法	(250)
第五节 服饰的特殊定价	(250)
一、新产品定价	(251)
二、心理定价	(252)
三、折扣定价	(257)
四、如何调整价格	(258)
五、标价时该采用何种策略	(264)
第六节 相关商品定价	(266)
一、产品线定价	(266)
二、连带商品定价	(267)
第七节 定价的广告效应	(268)
一、超高价	(268)
二、超低价	(268)
三、奇特定价	(268)

第六章 服饰店的财务管理	(269)
第一节 财务知识	(272)
一、建立会计账簿	(272)
二、编制会计报表	(281)
第二节 服饰店收银作业管理	(284)
一、服饰店形态与门市收银工作	(285)
二、收银业务流程	(287)
三、顾客支付款项方式与收受	(294)
四、交班及结账的报表使用	(296)
第七章 服饰店的促销活动	(299)
第一节 如何做好促销	(301)
一、促销的作用	(301)
二、促销应该达到何种目的	(303)
第二节 促销的方法	(305)
一、如何制订完整的促销决策	(305)
二、促销组合	(309)
第三节 促销的技巧	(311)
一、赠品	(311)
二、折扣	(313)
三、针对特定顾客的技巧	(315)
四、其他有效方法	(318)
第四节 广告促销	(325)
一、什么叫广告	(326)

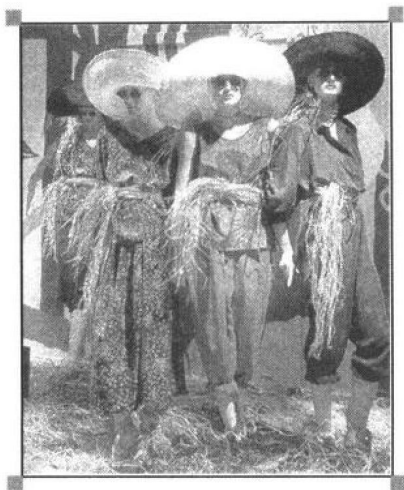
二、确定广告促销目标和预算	(330)
三、广告制作	(334)
四、如何运用广告语言	(336)
第五节 广告形象的表现技巧	(339)
六、选择合适的广告媒体	(342)
七、如何测定广告促销效果	(354)
第八章 充分了解消费者	(359)
第一节 了解消费者需求	(362)
一、购买动机	(362)
二、需求倾向	(366)
第二节 了解消费者个性	(369)
一、消费者的能力特点	(370)
二、消费者的气质特点	(375)
三、消费者的性格特点	(378)
第三节 了解消费者的购买过程	(384)
一、购买者类型	(384)
二、消费者购买过程	(397)
第四节 销售人员的服务	(402)
一、销售服务的重要意义	(403)
二、销售人员仪表的重要作用	(410)
三、待客服务技巧	(415)
四、其他安全注意事项	(437)

第九章 服饰店的发展	(445)
第一节 服饰店的竞争对策	(447)
一、现代服饰业的特点	(448)
二、竞争信息的收集	(449)
三、竞争对策的拟定	(453)
四、实施竞争对策	(455)
第二节 连锁经营管理	(459)
一、连锁店的优势	(460)
二、连锁店扩张的三种形式	(473)
第三节 树立企业形象	(485)
一、企业形象的特征	(487)
二、企业形象的价值	(488)
三、服饰企业形象的内容	(491)
四、服饰企业标志	(493)
五、企业形象的树立	(495)

怎样开一家赚钱的服饰店

第一章

开店前的准备



开店是为了在经营中获得利润，所以良好的经营条件与经营决策是至关重要的。开店以前的许多活动直接影响着经营条件。

开店前市场调查直接关系到店铺能否在商界中立足以及未来的发展。

资金的筹集方式决定店铺的设立形式及其规模的大小。

店面选择尤为重要，有人说开店的三个关键是地点、地点、还是地点。对店面地点的选择是店铺能否有好的利润的关键。

开店的各环节都涉及相关法律，要了解一定的法律知识，才不会由于不知道法律知识而犯错误或者被其他人诈骗等，这些也是开店的基础。

第一节 一定要做市场调查

一、顾客到底需要什么

顾客需求不仅是市场营销的起源，也是营销策划的基础。需求是人们有能力购买且愿意购买的能满足其欲望的状况，需求不是由社会和企业经营创造的，而是存在于人类本身的生理组织和社会地位状况之中。需求按著名心理学家阿

尔布汉姆·马斯洛的划分可分为五个层次：

（一）生理需求

它是维持人类自身生命的基本需要，如吃饭、喝水、睡眠、取暖等。服装最基本的功能是取暖，它可以满足人们的生理需要。但随着社会的发展，服装的用途更广泛，更多地用于满足顾客的其他需求。

（二）安全需求

这是人们避免人身危险和失业等的需求。

（三）社会需求

由于人是社会人，他们希望被群体接受从而有所归属，并为别人所承认。在满足这一需求时，与人交往中的形象是很重要的，相应的服饰的作用也就不可忽视了。在开店调查时，要了解周围顾客是哪个社会阶层及周围环境与相关群体对顾客的可能影响。

（四）被尊重的需求

人满足了自己的归属及认可的需求，就要求得到别人的尊重，希望通过自己的才华与成就获得别人尊重。当人处在了社会的最高阶层，则相应的会得到更多人的尊重。高层人士的服装要求更高，要有适合于不同场合及不同身份的服装。在店面装潢时，要注意能否吸引这类人。

（五）自我实现的需求

这是人希望自己潜在的能力得到最大程度的发挥的需求。

开设服饰店要了解周围顾客中都想要满足哪个层次的需求。