

CHUCHUANG CHENSHE SHEJIYUAN GANGWEI SHIZHAN

橱窗陈设设计员岗位实战

中等职业学校工艺美术专业规划教材



主 编 李陆娟
副主编 谭焰宇 李 娟



西南师范大学出版社
国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

橱窗陈设设计员

岗位实战



主 编 李陆娟

副主编 谭焰宇 李 娴

参 编 吴晓明 陈 岚 王一迺



西南师范大学出版社
国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

橱窗陈设设计员岗位实战 / 李陆娟主编. — 重庆 :
西南师范大学出版社, 2016.8
ISBN 978-7-5621-8127-9

I. ①橱… II. ①李… III. ①橱窗布置-基本知识
IV. ①J525.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第180139号

橱窗陈设设计员岗位实战

主 编 : 李陆娟

策 划: 刘春卉 杨景罡

责任编辑: 戴永曦 翟腾飞

封面设计: 畅想设计

排 版: 重庆大雅数码印刷有限公司·张艳

出版发行: 西南师范大学出版社

地址: 重庆市北碚区天生路2号

邮编: 400715 市场营销部电话: 023-68868624

网址: <http://www.xscbs.com>

印 刷: 重庆康豪彩印有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 7.5

字 数: 122千字

版 次: 2016年10月第1版

印 次: 2016年10月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5621-8127-9

定 价: 36.00元

尊敬的读者,感谢您使用西师版教材!如对本书有任何建议
或要求,请发送邮件至xszejfs@126.com。

中等职业学校工艺美术专业规划教材

编 委 会

主 任：朱 庆

副主任：梁 宏 吴帮用

委 员：赵 勇 谭焰宇 刘宪宇 黄福林

肖世明 吴 珩 许 亮 许世虎

夏 洪 彭茂琳 唐 勇 陆柏松

姜 毅 刁 剑

前言

好的橱窗设计更是品牌无声的广告，能为商
品塑造完美的品牌形象。

好的橱窗设计是吸引顾客的法宝，这是与橱窗各个方面的细节都分不开的。本书是在校企合作基础上，以工作项目为导向，用企业设计任务，一步一步地带领读者走进橱窗陈设设计的广阔领域。本书采用“项目 + 任务”的形式围绕着一个企业案例进行教学，把知识目标、技能目标、情感目标进行分解，按照项目流程进行实践操作。本书将知识点融入实践操作过程中，理论与实际相结合，以增加读者的实战能力。

本书内容编排如下:

项目一 市场调研及产品定位

本项目通过3个任务来完成：获取客户信息；拟订调研计划并进行市场调研；编写调研报告并

进行设计定位。

项目二 拟订橱窗设计方案

本项目通过 3 个任务来完成：分析橱窗的样式、结构及功能；确定橱窗陈列和标识的方案；确定橱窗的照明和设计色彩。

项目三 设计草图

本项目通过 2 个任务来完成：手绘平面图、立面图、顶视图；手绘橱窗效果图。

项目四 选择橱窗展示道具与材料

本项目通过 2 个任务来完成：知道常规的橱窗材料；橱窗设计常用材料及运用。

项目五 绘制最终施工图

本项目通过 2 个任务来完成：了解橱窗施工图的制图规范；绘制橱窗施工图。

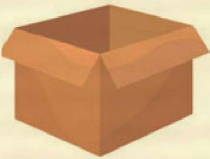
项目六 陈列商品

本项目通过 1 个任务来完成：理解商品的最佳呈现形态。

本书适合中等职业学校使用，以企业实际案例为导向，使读者更精准地适应市场。书中引用了大量的素材进行案例分析，在此向图片和文字的原作者表示感谢。另外，由于时间仓促，书中错漏之处在所难免，敬请广大读者批评指正，谢谢！

目录

CONTENTS



概 述	001
-----------	-----

项目一 市场调研及产品定位	003
---------------------	-----

任务一 获取客户信息	004
------------------	-----

任务二 拟订调研计划并进行市场调研	009
-------------------------	-----

任务三 编写调研报告并进行设计定位	014
-------------------------	-----

项目二 拟订橱窗设计方案	019
--------------------	-----

任务一 分析橱窗的样式、结构及功能	020
-------------------------	-----

任务二 确定橱窗陈列和标识的方案	029
------------------------	-----

任务三 确定橱窗的照明和设计色彩	038
------------------------	-----

项目三 设计草图 047

任务一 手绘平面图、立面图、顶视图 048

任务二 手绘橱窗效果图 053

项目四 选择橱窗展示道具与材料 061

任务一 知道常规的橱窗材料 062

任务二 橱窗设计常用材料及运用 072

项目五 绘制最终施工图 077

任务一 了解橱窗施工图的制图规范 078

任务二 绘制橱窗施工图 083

项目六 陈列商品 097

任务 理解商品的最佳呈现形态 098

参考文献 109

概 述



案例：

橱窗是展示品牌形象的窗口，也是传递新货上市以及推广主题等信息的重要渠道。橱窗陈列能最大限度地调动顾客的视觉神经，达到诱导、引导顾客购买的目的。

圆圆是重庆日出印象设计有限公司的一名橱窗设计员，主要工作是按照客户的要求进行橱窗设计，并做好每一个项目的衔接工作，让商品的最佳状态呈现出来。

重庆日出印象设计有限公司接到“衣艺”品牌服饰橱窗设计的订单，圆圆负责该项目，主要工作包括市场调研、拟订橱窗设计方案、绘制手绘稿、选择橱窗道具材料、绘制施工图，以及确定最佳的商品呈现方式。

围绕这个案例，笔者按照真实的市场原则将设计过程梳理为6个项目，把知识、技能、情感融会贯通，从而提升学习者的实战能力。

项目一 市场调研及产品定位

市场调研，是指针对一定的项目目标，在特定的市场中系统地收集、分析和报告有关项目信息的过程，是为了提高产品的销售决策质量、解决存在于产品销售中的问题，运用科学的方法有目的地收集、记录、整理和分析有关市场信息资料及报告调研结果的工作过程。产品定位是目标市场的选择与企业产品结合的过程，指企业以什么样的产品来满足目标消费者或目标消费市场的需求。

在做市场调研及产品定位之时，必须先获取客户基本信息，然后确定市场调研的具体内容与方法、拟订调研计划，最后编写调研报告并进行产品定位。

知识目标	了解市场调研的目的和作用 知道获取客户信息的各种途径 知道市场调研的内容与方法
技能目标	能够通过客户获得产品的有效信息 能拟订调研计划并进行市场调研 能编写调研报告 能够对产品进行定位
情感目标	培养沟通、表达的能力 培养善于观察的能力 培养分析问题、解决问题的能力

任务一 获取客户信息



【任务目标】

该任务主要是掌握获取客户信息的各种途径，从而具备通过客户获得产品有效信息的能力。



【任务分析】

圆圆是重庆日出印象设计有限公司的一名橱窗设计员，负责橱窗设计的整个工作流程。

公司近期接到“衣艺”品牌服饰橱窗设计及制作的任务，圆圆准备与客户面对面进行交流。圆圆必须知道获取客户信息的各种途径，并获得产品的有效信息，以便后期能准确全面地进行市场调研。



【任务实施】

一、任务准备

在与客户面对面交流前，圆圆需主动了解有关“衣艺”品牌服饰的相关信息，如公司概况、品牌历史、产品风格与市场需求等，以便更加深入地了解客户信息，为客户提供个性化服务。

二、操作步骤

- (1) 了解获取客户信息的各种途径以及各种途径的优缺点。
- (2) 通过客户获得产品的有效信息。



【相关知识】

一、获取客户信息的各种途径以及各种途径的优缺点

多渠道了解“衣艺”品牌服饰是一个什么样的企业：

(1) 搜索：网站、新闻报道、行业评论等。优点：信息量大，覆盖面广。缺点：准确性、可参考性不高，需要经过筛选方可放心使用。

(2) 权威数据库：国家或者国际上对行业信息或者企业信息有权威的统计和分析，是可供参考的重点信息，对企业销售具有重要的指导作用。优点：内容具有权威性和准确性。缺点：不易获得。

(3) 专业网站：时尚网站、服饰网站，很多内容是免费的；各行业内部或者行业之间为了促进发展和交流，往往设立有行业网站。优点：以专业的眼光看行业，具有借鉴性，企业间可做对比。缺点：不包含深层次的信息。

(4) 展览：服装展是最值得去的地方；地区定期或不定期会有展览，会有很多企业参展。优点：信息更丰富具体。缺点：展览时间有不确定性。

(5) 竞争对手：让对手开口告诉你你的客户信息。

(6) 市场考察：做出专业的市场调研报告。

(7) 专业机构：为你提供专业信息。

从多个渠道收集我们所需要的信息，是保证我们掌握全面信息的有效方法，因为客户信息对我们后面的专业判断影响甚大，因此要严格认真地对待。

二、有效提问

提问是获取信息的一种手段，做到有效提问不是一件简单的事情。怎样提问才能获取更有效的信息呢？

1. 提问的基本原则

洽谈时最好用肯定的语气提问。你可以先把你的主导思想提出来，并用

提问的方式将其转给客户，如果运用得当，你的想法与客户看法一致，如向客户提出“衣艺”品牌服饰的风格、市场定位是年轻时尚、受众为年龄在25~45岁之间的女性等，这些都是提前从多种渠道了解信息的结果，那么你会收获到一连串客户的“是”。

循序渐进，从一般性事情开始。其实对于提问，没有一个固定的程序，一般都从简单的问题开始，逐层深入，以便从中发现客户的需求，创造和谐的沟通气氛，也为合作奠定基础。

先了解需求层次，再询问具体要求。一旦你了解了客户的需求层次，你就可以掌握说话的大方向，可以把提问的内容缩小到某一块范围内，这样更容易了解客户的具体需求。

2. 利用提问掌控对话进程

对话的进程一般决定了销售的走向。在以客户为中心的顾问式销售循环中，包含着两个相辅相成的循环，分别是客户的心理决策循环和销售人员的销售行为决策循环。在客户的心理决策阶段，销售人员应该做出相应的销售行为。在每一个阶段，提问都应该推动销售对话的进程。

例如在开场阶段，通常都应该以好奇性提问开头；在确认需求阶段可利用诊断性提问来建立彼此间的信任；在阐述观点的阶段，提问的作用则是确认客户的反馈和增强说服力；在谈判成交阶段，提问就是处理异议和为成交做铺垫。切记一点，提问之后，千万不要自己先开口或者自问自答。

3. 向客户提问的技巧

优秀的设计人员掌握着一系列不同的提问方法，针对不同的客户，有不同的提问技巧。

如面对有意直接签合同的客户，就应该采取单刀直入法，开门见山地向他进行介绍。此外还有一系列提问技巧，如连续肯定法，这有助于客户给予肯定答复；如诱发好奇心法，这是指故意讲一些能够激发对方好奇心的话。但是在你提问之前一定要注意一件事——你问的必须是他们能答得上来的问题。

三、从客户采集信息需要的工具

表 1-1-1 采集信息工具

工具	图片	用途
扫描仪		扫描图片、文字，借助软件自动识别
照相机		采集素材，摄像、照相
录音设备		可采集音频信息
计算机		编辑采集到的信息

只有掌握了客户的产品资料，你才有机会真正挖掘到客户的实际内在需求，才能做出切实有效的橱窗设计方案。当掌握了这些资料的时候，你必须设计新的方案，使其品牌更具有市场竞争力，更准确地展示给顾客，最终增加营业额。

客户需求信息包括：

- (1) 橱窗的尺寸。
- (2) 橱窗的造价。
- (3) 橱窗制作的工期。
- (4) “衣艺”品牌服饰的风格及市场定位。

圆圆通过与客户的沟通交流，获得“衣艺”品牌服饰橱窗设计的风格等相关信息，知道“衣艺”品牌服饰是一个时尚、休闲的服装品牌，走自然清新路线。



图1-1-1 时尚系列橱窗



【任务评价】

表 1-1-2 获取客户信息评价表

评价内容	评价标准	分值	学生自评	老师评估
获取客户信息的各种途径	会运用摄像机、电脑等各种电子设备获取客户信息	30分		
从客户获得产品的有效信息	准确收集“衣艺”品牌服饰橱窗的尺寸、造价、制作工期，“衣艺”品牌服饰的风格及市场定位	60分		
情感评价	协调配合、积极热情、主动性强	10分		
学习体会：				

任务二 拟订调研计划并进行市场调研



【任务目标】

该任务主要学习拟订调研计划，知道调研的对象和内容，掌握调研的方法，具备进行市场调研的能力。



【任务分析】

圆圆与客户面对面进行交流后，获取了客户的相关信息，接下来她需要拟订调研计划，并进行市场调研，为编写调研报告和产品定位做好准备。

圆圆需在市场调研前做充分的准备，以便全面地进行市场调研。



【任务实施】

一、任务准备

在实施市场调研前，应先拟订调研计划，准备调研所需的相关资料。

二、操作步骤

- (1) 从客户方获得产品有效信息后，拟订调研计划。
- (2) 调研资料的准备。
- (3) 进行市场调研并汇总有效信息。