

服装服饰店老板经商完全手册



开家赚钱的 服装服饰店

KAIJIA ZHUANQIAN DE FUZHUANG FUSHI DIAN

● 全面的服装服饰店经营之道 ● 先进的服装服饰店管理经验 ● 深入的服装服饰店运营细节

《文道》编著

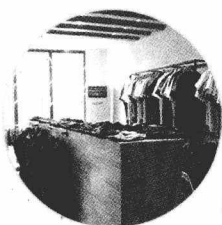


中国纺织出版社

开家赚钱的 服装服饰店

KAIJIA ZHUANQIAN DE FUZHUANG FUSHI DIAN

《文道◎编著》



 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书用通俗易懂的语言就品牌服装经营过程中的开店调研、店铺选址、店铺装修和融资、服装陈列、服装定价和促销、人员管理、销售服务、经营管理以及服装店安全等方面进行了较为全面且详细的阐述。站在经营者的角度,向创业者提供全面的开店指导和实用的经营技巧,帮助初次创业者实现开店梦想,为已开店者的事业发展保驾护航。

本书全面、专业和实用,侧重于创业及操作性实务,包含创业的方方面面,尤其针对服装店在发展、壮大过程中遇到的“瓶颈”问题作了详细的指导,能让你在最短的时间内把自己的店越做越好,快速步入良性循环的轨道,是服装经营者和管理者解决开店难题不可多得的指导用书。

图书在版编目(CIP)数据

开家赚钱的服装服饰店/文道编著. —北京:中国纺织出版社, 2010.1

ISBN 978-7-5064-6084-2

I. ①开… II. ①文… III. ①服装—商店—经济管理

IV. ① F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 211771 号

编委会成员: 高 松 宋晓冬 胡 庆 董立新 王 迪 刘玫红
王四海 韩 冰 阎大海 李 波 曹 军 李国宇
靳 峥

策划编辑: 曹炳楠 责任编辑: 张 璞 责任印制: 陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街 6 号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2010 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 17

字数: 201 千字 定价: 29.80 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换



前言

F o r w a r d

所谓“佛靠金装，人靠衣装”，每个人从呱呱坠地起就需要穿衣，所以服装是人们的生活必需品，服装不仅具有遮体、御寒、保健等作用，而且还能使人们变得更加靓丽。通过衣质、色彩、裁制、造型和装饰等变化，在满足基本功能的基础上，充分显示人的体态和仪容的美感，表现人的个性、职业和社会地位。服装还是一种具有工艺性的生活必需品，在一定程度上反映着国家、民族和时代的政治、经济、科学、文化、教育水平以及社会风尚。

服装销售与其他销售业相比，其技术含量和市场准入门槛相对较低，创业成功的概率较大。但变数还是较多，因而也就具有更多的挑战性。想进入服装销售比较容易，但想做强做大，对其经营者的素质要求一点也不低，甚至更高。因为服装是一个集文化艺术、科学技术和产业经济为一体的行业。

服装销售在众多经营项目中，赚钱是最快的。

如今，各大服装品牌之间的竞争，使企业的制胜点转移到了销售终端。随着消费者的不断成熟，对服装营销服务也提出了更高的要求。消费者已经对以往那些简单的劝购变得



越发冷淡，加强对服装零售系统的管理与控制，将是服装营销的重点，服装营销的发展必然会增加对服装店管理和营销人才的需求，给服装经营者提出如何经营才能更多赢利等一系列问题。因为终端的竞争最终会落在服务的竞争上，而服务竞争的水平反映在学习的竞争上。目前国内服装销售员的素质相对较低，尤其是专业素质，急需要提高。

当然，书再好也只是理论，也无法代替你所做的生意。书是一种精神食粮，知识本身暂时还不是“力量”，只有仔细地学习，只有静下心来、深入下去，并在实战中不断提炼和总结，才能把知识转化为产生效益的力量。

现在市场上关于服装经营管理的图书很多，但实战派的很少，有实战指导意义的就更少了。服装销售人员就是要找出具体销售工作中制胜的关键，才能够有的放矢，取得良好的业绩。本书正是就服装经营过程中的开店调研、店铺选址、店铺装修和融资、服装陈列、服装定价和促销、人员管理、销售服务等方面进行了较为全面且详细的阐述。站在经营者的角度，向创业者提供全面的开店指导和实用的经营技巧，帮助初次创业者实现开店梦想，为已开店者的事业发展保驾护航。

编者

2009年9月

目 录

C o n t e n t s

Chapter ①

第一章 做好调研好开头

· 商机无限，叫我怎能不开店 / 2

· 要有成熟的开店心态 / 3

· 审慎做好开店前的市场调查 / 5

· 锁定目标顾客 / 8

· 挑选合适的品牌 / 10

· 办好开店的手续 / 13

· 服装店隆重开业 / 16

Chapter ②

第二章 选到黄金铺，取好财源名

· 店址决定“钱”途 / 20

· 什么样的店铺才算是黄金铺 / 21

· 不同地点开服装店的利弊 / 24

· 小心店铺租赁的陷阱 / 27

· 店铺命名的影响因素 / 30

· 财源店名的取名原则 / 31

· 店铺命名的方法 / 34



C o n t e n t s

· 选择服装店店标 / 37

Chapter ③

第三章 服装店筹资

· 估算所需费用 / 40

· 筹资原则 / 41

· 资金筹集的三种方法 / 42

Chapter ④

第四章 装出店铺内外秀

· 怎样装饰女性服装店 / 46

· 怎样装饰男性服装店 / 48

· 怎样装饰儿童服装店 / 49

· 如何选择装修施工队 / 51

· 装修材料的选择 / 53

· 服装店有哪些方面需装饰 / 55

Chapter ⑤

第五章 服装店店铺设计

· 服装店的外观设计 / 60

· 店内空间设计 / 61

· 店内通道设计 / 63

· 店内橱窗设计 / 64

· 店内色彩设计 / 67

· 店内音乐设计 / 69

·
·
· 店内光线设计 / 70
·
·

Chapter 6

第六章 服装的布局与陈列

· 服装陈列意义 / 74
· 服装陈列原则 / 76
· 服装陈列方法 / 79
· 服装陈列技巧 / 82
· 服装陈列设施 / 85
·

Chapter 7

第七章 精选货源, 领跑市场

· 服装店进货的源头 / 92
· 进货时易犯的错误 / 94
· 服装店进货的原则 / 97
· 寻找进货渠道 / 99
· 服装的采购 / 100
· 服装的库存 / 103
· 服装的盘存 / 107
·

Chapter 8

第八章 选到好店员

· 什么样的店员才是好店员 / 112
· 做好培训, 让员工轻车熟路 / 113
· 适当激励, 让店员提高工作热情 / 116
·





C o n t e n t s

·
·
·
· 让店员各尽所能 / 120

· 增强店员的凝聚力 / 122
·
·

Chapter 9

第九章 转动价格魔方——这样定价最赚钱

· 影响价格的因素 / 126

· 怎样确定价格目标 / 128

· 利用心理巧定价 / 131

· 数字定价法 / 134

· 高价策略求利润 / 137

· 薄利多销赢客源 / 139

· 在经营中怎样调整价格 / 142
·
·

Chapter 10

第十章 微笑服务，贴心导购

· 顾客就是上帝 / 148

· 卖顾客需要的，而不是你想卖的 / 150

· 笑迎每一位顾客 / 153

· 了解着装服务 / 155

· 接近顾客的技巧 / 158

· 挖掘顾客需求 / 163

· 让顾客尽情试穿 / 166

· 为不同类型的顾客巧妙导购 / 168

· 让老顾客带来新顾客 / 172
·
·

· 爱护新员工，提升管理魅力 / 175

Chapter 11

第十一章 服装店异常情况的处理

· 顾客的异议 / 182

· 处理抱怨要妥善 / 186

· 如何处理客户的各种抱怨 / 189

· 如何处理顾客的投诉 / 192

· 如何应对顾客的无理取闹 / 195

· 如何处理顾客退货 / 197

Chapter 12

第十二章 服装店经营管理

· 营业前的管理 / 202

· 营业中的管理 / 205

· 营业后的管理 / 207

· 建立服装店财务系统 / 210

· 做好现金管理 / 213

· 服装换季管理 / 217

· 顾客资源管理 / 222

· 讲信用的管理魅力 / 226

Chapter 13

第十三章 服装促销

· 促销目的要明确 / 230





C o n t e n t s

· 促销宣传很关键	/ 232
· 服装促销的基本环节和技巧	/ 234
· 服装淡季促销妙招	/ 236
· 有奖销售促销法	/ 238
· 折扣促销法	/ 241
· 赠品促销法	/ 244
· 现场演示促销法	/ 246

Chapter 14 第十四章 服装店安全

· 如何防盗	/ 250
· 如何防止诈骗	/ 253
· 如何处理商品损坏	/ 254
· 如何防止灾害	/ 258
· 人员安全不容忽视	/ 260

· 参考文献	/ 262
--------	-------

第一章

做好调研好开头



开 家 赚 钱 的 服 装 服 饰 店



商机无限，叫我怎能不开店

人们常说“衣、食、住、用、行”“衣”为首，可见，自古以来人们对锦衣美服的追求是没有止境的。时下，小至遍布大街小巷、星罗棋布的个性服装店，大到各大商场的高档服装专卖店，贵至数万元的进口服装，贱至十元以内的地摊货，只要顺应潮流，合消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。据调查，很多城市月光族每年追求靓丽而购买服装的开支占到其总消费的1/3还多。

多项调查结果表明，我国内地大多数服装消费者倾向于冲动型消费，大约有57%的消费者在购买服装时都是看到喜欢的就买下，而很少做计划。正是这种即兴消费成全了很多服装小店，使他们的生意红红火火，就算生意差的月营业额也能达到几千元，一点也不逊于“朝九晚五”的白领，生意好的就能月赚上万元。而这些在整个服装市场中也只不过是打小闹而已，足见服装行业里商机无限。

我国正逐渐与时尚潮流接轨，是世界上最大的服装消费国，人们的服装更新频率越来越高。与其他行业相比，服装行业不需要太多的专业技术，投资门槛相对较低，3万元左右就可以开个不错的店面，而且市场风险相对较小。所以开个服装店是许多人创业的第一选择，踏踏实实地从小生意做起，也是大多数成功商人的必由之路。

开服装店投入少，回报大，赚钱快。现在城市里的大多数服装店多选择开在专业服装市场、大型商厦和服装一条街上，面积也不大，一般在10平方米左右。经营成本主要是房租、进货成本和营业员工资，店租根据所处的位置和面积大小而定，一般在千余元至数千元之间，营业员的工资采取数百元底薪加销售额2%至5%的提成，装修费一般为数千元，高档的则

需万余元。

服装店也分为淡旺季，旺季一般是每年的4至8月和10月至次年的1月，利润较高，一般在30%至120%之间。其中利润最高的是刚上市的新款服装，可达200%。一般到春节的时候，是服装的一个特殊的阶段，这个阶段人们纷纷买几件新衣准备过年，在这之前店主详细准备一番，利润是相当可观。接着，随着季节的转变，服装价格也随之逐步降低，所以利润也就随之降低，不过也还是有利可图的，这时的利润在50%至70%之间。

近年，某些媒体把服装列为“十大暴利”行业，虽然未必准确，但是服装行业确实是一个利润颇丰的行业，只要用心经营，一定会赚得钵满盆满。

要有成熟的开店心态

开服装店要有一个成熟的心态，某一日顾客很多，营业额大增，不要乐得合不拢嘴、志得意满；另一日遇到无人问津，毫无收入的情况也不要沮丧，更不要轻言放弃。“成功得意而不忘形，遇挫临危而不慌乱”说的就是要始终保持一种成熟的心态。

那么，什么样的心态才算是成熟的心态呢？

第一，要有吃苦的心态。天上不会掉馅饼，任何一份成功的取得都是靠努力和吃苦换来的。自己经营服装店不像“朝九晚五”的上班族有固定的工作和休息时间，还有假日去休闲、娱乐。选择自己开店，意味着没有休息日，意味着没有固定的休息时间，加班变成一种常态。也有可能什么活自己都要做，重的、轻的，熟悉的、不熟悉的，你都要能拿得起。虽然没有了老板的约束，但你必须克服你身上的惰性，学会自己约束自己。因为那纯粹是你自己的事业。





第二，要有自信，始终保持积极、乐观的心态。自己开店面临着很多不确定性的因素，也许很顺利，也许是一条艰难和充满风险的坎坷之路。但不管怎样，对于一个经营者来说，首先要自信，要相信自己的选择是正确的，对自己要有必胜的信念，因为自信是人生和事业成功的基础，假如你對自己开服装店都没信心，不如干脆放弃，以免浪费时间、金钱和情感。当然自信应是理智的自信，是建立在理性分析基础上的自信。

第三，要做好独立分析问题和做出决策的心理准备。小时候，父母给我们安排好了一切，顺着走就行了。参加工作了，作为一个普通员工，你已经习惯了老板或上司给你分配工作任务。一句话，你可以有一定的依赖性，可以做个听话的好员工，可以用不着去统揽全局。但你既然选择了自己开店，你就要克服这种依赖性。因为你无人可以依赖，你就是老板，你的员工还要依赖于你。你必须对自己负责，亲人和朋友只能起辅助作用。这就要求你必须要有独立的分析能力和决策能力，必须给自己制订工作计划，做好时间和事务管理。只有这样，你才能明确自己的经营和发展方向，调配各种资源。

第四，要有一定的抗压力和受挫的心理准备。自己经营一份事业，肯定会面临很多压力：无人光顾怎么办，客户纠纷怎么处理，员工工作不积极怎么办，工商税务如何对付，现金流中断怎么办，遇见突发事件怎么办。这一切都会让你产生压力感和挫折感，让你痛苦，让你辗转难眠。同时，开店还面临一定的风险，当然也有可能失败，甚至多年血汗都打了水漂。总之，没有一定的心理承受能力是不行的。

第五，要克服急功近利的心态。开店伊始，很多人就急着想赚到自己的“第一桶金”，然而这种“急功近利”的心态实则是经营中的大忌，可能使你在追逐“蝇头小利”之时栽跟头。

审慎做好开店前的市场调查

俗话说“要打有准备的仗”，开店前一定要认真做好一切准备工作，这会对日后服装店的经营产生很大的影响。开店前能否做好全面的市场调查关系到你的服装店能否在市场上立足，以及将来能否更好地发展和扩张。

那么，市场调查一般要调查哪些内容呢？开的服装店越大，调查的内容就要越详细，这样可以最大限度地降低投资风险。市场调查的内容通常有以下7个方面。

第一，政治、经济环境调查。政治环境调查与分析，包括国家及所在地区的政策方针、法律法规。如工商法、商标法、广告法及相关的优惠政策。对于服装店主来说尤其要了解清楚个体店铺、私营店铺与合伙经营的有关政策。如欲开店者，可到工商注册管理部门索要有关知识的小册子。经济环境调查包括消费者工资收入、服装消费所占的比例、消费水平与消费结构、城乡居民存款多少、各类服装的物价状况、各类服装原材料的物价状况等。

第二，消费者购买需求调查。该调查包括各类服装的现有和潜在的购买人数与阶层、大致的需求量、消费者的购买水平、服装需求的变化趋势；影响消费者购买的因素、消费者的购买欲望和动机、市场上比较受欢迎的品牌、消费者购买名牌服装的主要原因。

第三，服装行业竞争调查。该项调查就是对竞争对手与竞争产品的调查，是开店的重要准备内容。竞争调查主要包括竞争对手的经济实力与技术实力，竞争对手产品的市场占有率，竞争对手的管理水平与营销策略，竞争对手的经营目标与发展战略，各竞争对手之间的抗衡关系，主要竞争对手销售店面





周边信息，竞争对手新产品开发的速度、性能等。

第四，产品技术调查。此调查包括特定消费者对特定服装款式的评价、意见和改进要求、新上市服装款式的新功能和新用途及流行的可能性；调查研究推广新款式的应用领域和如何延长新款式的流行周期、市场新开发产品的上市速度及更新淘汰率；服装销售产品的包装情况和商标品牌情况等。

第五，销售渠道调查。这项调查包括零售店、代理商、批发商和常人大用户（如大型工矿企业的劳动保护职业服及宾馆酒店职业服）。公司型服装店（员工主要有业务员和设计师组成的技术密集型服装店）尤其需要建立自己相对稳定的业务网络，包括各种服装使用客户网络、销售网点与联营货架等。

服装店主怎样才能有效地做好上述各项调查呢？一般有如下几种方法：

（1）询问调查法

店主或调查员直接接触被调查对象，通过询问的方式收集服装有关信息的方法称为询问法调查。询问调查法按接触方式不同可分为三种形式，即走访调查法、信访调查法和电话调查法。

走访调查法是调查人员面对面地对被调查对象提出有关问题，调查者当场记录的一种询问法。一般情况下，走访获得的服装信息资料，回答率和真实性都较高，感性认识较强，能比较形象地感知势态。这种方法的不足之处是容易受调查人员的态度、情绪、语言等影响产生一定的偏见和误解。

信访调查法。是调查人员事先把精心设计好的问卷以信函的方式寄送给被调查对象，请他们填写后寄回的一种询问调查法。这种方法有很多优点，如被调查对象可以不受调查者外貌和情绪的影响，完全自由真实地填写自己的见解，并有充分的时间思考问题。还可以用电子邮件进行调查从而扩大调查的覆盖面，减少成本，节约时间。