

<<陈列VS造型>>

图书基本信息

书名：<<陈列VS造型>>

13位ISBN编号：9787506437639

10位ISBN编号：7506437635

出版时间：2006-3

出版时间：中国纺织

作者：雨佳

页数：115

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<陈列VS造型>>

内容概要

如何根据顾客的具体情况，做个专业的优秀导购人员？

佛靠金装，人靠衣装。

本书通过陈列规律+造型方法+操作技巧，以浅显的专业理论+详细的实战案例，通过色彩风格销售法让你掌握服装导购专业销售技能。

所谓“佛靠金装，人靠衣装”，服装商场就要靠商品陈列来提升卖场形象。

本书从提升服装导购专业销售技能的角度出发，以实战为目的，用浅显的理论、翔实的案例归纳总结了服装陈列的规律、方法及应用技巧，并将作者多年实际培训、咨询的精华提炼——“色彩风格销售法”融会在字里行间，使读者在掌握专业知识的同时，领会专业的销售技

<<陈列VS造型>>

作者简介

中国商业联合会首席色彩形象专家讲师，国家标准《色彩咨询师专业技术资格条件》起草人，北京雨佳美仪形象顾问有限公司创办人暨首席讲师。

曾为全国妇联、中国商业联合会、中国电信总公司、中国移动总公司、中国女企业家协会、北京商业联合会、海南省政府、云南新闻出版局、北京赛特商场、北京燕莎商场、北京翠微商场、北京西单商场、北京华人世家服饰有限公司、羊城晚报社、贵州商业系统、济南贵和商场、深圳华为集团、深圳漫斯汀服饰公司、深圳美廉商场等百余家单位举办企业培训和主题报告。

作品 《服饰色彩搭配日记》，《款式风格识女人》，《华丽变身》。

<<陈列VS造型>>

书籍目录

指名道姓说陈列 陈列的定义 陈列的目的 陈列的商品 雨佳提示 商业形象艺术美 艺术美三层次 艺术美四手法 雨佳提示 知形达色好 陈列和谐的色彩 风格 同意的形态 布局 合理的结构 表达意境的材质 雨佳提示 陈列有法美有则 平衡法则 焦点法则 色序法则 搭配法则 多样法则 重复法则 雨佳提示 规划陈列 巧布局 黄金带 中心岛 卫星岛 通道 壁面 雨佳提示 亦真亦幻 展橱窗 系统式 陈列 专题式 陈列 特写式 陈列 节令式 陈列 雨佳提示 传情造型 姿百态 模特造型 壁面造型 展台造型 造型组合 雨佳提示 氛围营造 光与影 光之彩 光之源 光之影 雨佳提示 巧手巧摆 巧谋划 陈列主角——服装 陈列舞台——空间 陈列特性——特征 陈列谋划——环节 陈列规范——操作 雨佳提示 主要参考文献

<<陈列VS造型>>

章节摘录

书摘道具 一切可以突出、衬托主题商品并能营造陈列气氛的物品都能作为陈列的饰物用品。与主题商品、辅助商品最根本的区别在于，道具不售卖。

鲜艳如血般的红枕，以“旁观者”的身份，向我们述说。
个由内衣为主角的浪漫、旖旎而又纯洁的爱情故事。

道具红枕在这个陈列作品中，起到了画龙点睛的作用。

试想一下，没有红枕，视觉冲击还会这么强烈吗？普通的展台“荣升”为道具，真让大多数人难以想象。

第八页陈列作品中的展台提高到一米，就成了T型台，台上的模特不再冷冰冰，而化身成走着猫步的“真人秀”，我们怎能不疑真似幻？

实际上，导购人员每天都要进行商品陈列，把服装摆、挂在哪个位置，哪件和哪件搭配在一起……这些摆放商品的行为，就是陈列，而且摆放商品的时候，要摆得漂亮，摆出美感。

不同的陈列有不同的功效，要靠不同的人员实现。

需要导购人员来实施的陈列是售点陈列和单品陈列，卖场陈列是专业性极强的工作，需要对专业技能和全局的掌控。

但不论陈列是大是小，其原理、技法和手段都是相通的，除了卖场格局外，大的卖场陈列也是由一个个单品陈列按照艺术规则组合而成的。

好的陈列能提升商品的生命力，它是主题商品、辅助商品和道具各守其位、相辅相成的结果。道具的装饰作用，使主题商品和辅助商品更加生动，但若过于修饰，将会喧宾夺主。

道具不能干扰主题商品，否则本末倒置。

在选择主题商品、辅助商品和道具时，需要导购人员打起十二分精神注意的是：主题商品和辅助商品应尽可能选用同场景的物品，饰物用品的选择则不受此限制，大可以天马行空、挑三拣四，只要契合了主题商品和主题意境就可以了。

P13-14插图

<<陈列VS造型>>

编辑推荐

如何根据顾客的具体情况，做个专业的优秀导购人员？

佛靠金装，人靠衣装。

本书通过陈列规律+造型方法+操作技巧，以浅显的专业理论+详细的实战案例，通过色彩风格销售法让你掌握服装导购专业销售技能。

<<陈列VS造型>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>