

<<服装陈列策划与管理>>

图书基本信息

书名：<<服装陈列策划与管理>>

13位ISBN编号：9787506028790

10位ISBN编号：7506028794

出版时间：2007-12

出版时间：人民出版社

作者：田燕

页数：215

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>

## <<服装陈列策划与管理>>

### 内容概要

本书主要讲述陈列策划和陈列管理的商业运作。

目前，很多企业管理者判断陈列师的好坏主要是看他（她）会不会搭配服装的颜色，能不能把一组凌乱的服装整合成一个层次有序的系列，他们把陈列工作定位为一项完全技术性的工作。

但他们没有意识到，伴随着企业的发展，陈列不仅仅是一项技术工作，同时也是一项管理工作，是品牌商业运作中的重要一环。

作者撰写本书的目的一是让陈列师明确自己的价值和作用；二是让企业客观地、明确地认识到陈列师以及陈列部门的价值和定位，纠正对陈列师及陈列部门片面的、不客观的认识，并结合国内实际情况总结出一套适合我国服装行业的陈列管理方法和服装陈列商业运作模式。

本书重在讲述陈列管理和陈列的商业运作。

作者希望陈列师通过本书认识自己在企业及企业商业运作行为中所处的位置，对陈列师这一职位有一个明确的定位，从而更好地承担自己的职责。

本书的目的一是让陈列师明确自己的价值和作用；二是让企业客观地、明确地认识到陈列师以及陈列部门的价值和定位，纠正对陈列师及陈列部门片面的、不客观的认识，并结合国内实际情况总结出一套适合我国服装行业的陈列管理方法和服装陈列商业运作模式。

## <<服装陈列策划与管理>>

### 作者简介

田燕，国内服装陈列策划与管理理论的创始人，原国内顶级女装品牌白领“WHITECOLLOAR”首席陈列设计师。

曾任中国服装设计师协会高级讲师，大连轻工业学院、北京服装学院特约专家讲师，《中国制衣》陈列视觉专栏特约撰稿人，至今一直为国内众多著名纺织服装企业及品牌提供专项

## <<服装陈列策划与管理>>

### 书籍目录

序言前言第一章 服装陈列定位 陈列不等于视觉营销 陈列的含义 视觉营销的含义 陈列不能脱离品牌的视觉营销体系 透过国际品牌看视觉营销与陈列 LVI501司年华诞视觉营销与陈列 CHANEL2006春夏视觉营销与陈列 陈列师的定位 传递梦想的人 极具商业敏感度和管理才能的艺术工作者 企业、服装设计师及消费者之间的桥梁 商业运作中的一环 长时间地服务于一个品牌第二章 服装陈列管理 认识陈列管理 什么是陈列管理 陈列管理的必要性 陈列管理的目的 成功的陈列管理源于团队合作 陈列部门与其他部门的配合主要体现在对时间的把握上 梦想的成功推行依赖高水准的团队 陈列管理之痛 企业之痛——缺乏专业人才 陈列师之痛——为什么永远被琐事缠身, 才华无从施展 痛之缘由——对陈列的狭隘认识 陈列部门的工作范畴与生存的核心要素 陈列部门的工作范畴 陈列部门生存的核心要素 ZARA——完美的造梦团队 ZARA梦想 ZARA陈列师肩负的责任- 精准紧密的团队合作 统一的橱窗展示 店铺的选址和面积 店铺的服装陈列第三章 制定品牌陈列策划方案 认识品牌整体陈列策划方案 品牌整体陈列策划方案的含义 制定品牌整体陈列策划方案的目的 需要了解品牌整体陈列策划方案的人员 制定品牌整体陈列策划方案的准备工作 了解公司年度市场开发计划 了解服装设计师对新一季产品的整体设计规划 了解新一季的面料订货及生产安排表 了解新品上市计划, 进行色系整合 了解当季库存成衣数量及清减计划表 了解库存面料及清减计划表 了解新一季配饰开发订货计划表 收集品牌信息 了解时尚流行资讯 品牌整体陈列策划方案涵盖的内容第四章 执行陈列策划方案 陈列策划方案执行的困境 企业不重视 企业急功近利 企业硬件条件不足 陈列策划方案有效执行的要素 有愿望 会方法 能鉴别 懂管理 陈列培训 陈列培训的方法 陈列培训要遵循的原则 陈列培训的对象 陈列培训I的分类 陈列策划方案执行的有效监控程序 建立标准 发布标准 落实标准 评定成绩, 纠正偏差 执行和管理 资讯的收集和分析第五章 如何成为优秀的陈列师 掌握正确的工作方法 用情 用眼 用心 用手 用口 做好卖场调整 卖场调整的难点 进行卖场调整的必备资讯 卖场调整的内容 做好新品投放全程管理 新品投放全程管理的含义 新品投放全程管理是迈向陈列管理的第一步 因地制宜, 制定多套新品陈列方案 新品陈列跟进、调整 做好橱窗设计与卖场主题设计 橱窗的构造形式 橱窗必备硬件设施 橱窗的陈列方式 卖场主题设计 卖场主题设计与橱窗设计是陈列师核心竞争力的体现 卖场主题设计与橱窗设计的技巧第六章 品牌陈列案例分析 CHANEL品牌文化与陈列 CHANEL品牌文化 CHANEL陈列中的品牌文化 HERMES品牌文化与陈列 HERMES品牌文化 HERMES陈列中的品牌文化 Dolce&Gabbana品牌特点与陈列 D0lce&Gabbarla品牌特点 Dolce&Gabbarla陈列特点后记

<<服装陈列策划与管理>>

章节摘录

插图

## <<服装陈列策划与管理>>

### 编辑推荐

在服装业竞争日益激烈的今天，如何让自己的店铺在众多竞争对手中脱颖而出，首要的制胜武器就是“促销”。

本书从促销策划、促销技巧和促销评估等方面对促销的理论与实践进行了详细的分析与阐述，对于庞大的服装行业终端店铺的工作人员，是一本不可多得的专门针对服饰业的促销宝典，极具实战性和操作性。

行业权威媒体强力推荐，中国服饰业终端店铺首选培训教材，使终端店铺业绩提升3倍的中研宝典！

库存积压是服饰业存在的通病，促销则是疗理的良方。

如何深谙促销之道，灵活运用各种促销技巧？

请翻开本书找到您的答案！

附赠光盘：高级培训师授课VCD。

给员工做培训就像在不断地给他们补充新鲜的血液。

——法国艾格中华区总经理刘翼坡先生本套丛书很专业，涉及面广，针对性强。

——温州森马人力资源总监杨先生中研是所有服装咨询公司中最专业的。

——北京依文董事长夏华女士

<<服装陈列策划与管理>>

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>