

The image features a white background with decorative geometric shapes in the corners. The top-left corner is filled with overlapping triangles in shades of pink, green, purple, yellow, and orange. The bottom-right corner also features overlapping triangles in shades of yellow, green, purple, orange, and pink. The text is centered in the middle of the page.

培训体系 店长培训资料

店长培训资料

****店长必须做到下述八个工作****

- ① 做代表人的工作——以公司最高经营人的代表人之身份，跟地域关系者、顾客、商业关系者接触，培养双方良好的关系。
- ② 做情报收集者的工作——在地域、顾客等店的营业活动内，收集有用的情报。
- ③ 做调整者的工作——在问题发生时，以店长的身份，尽早加以调整解决，使其回复顺畅。
- ④ 做传达者的工作——将公司的方针、计划目标等，正确及快速地传达给店内的部下。
- ⑤ 做指导者的工作——教育且指导部下
- ⑥ 做管理者的工作——管理店内的营业活动并达成营业目标
- ⑦ 做保全者的工作——保全店内如店铺、设备、商品等资产
- ⑧ 做活动者的工作——自己也身为一位贩卖员

****调查顾客购买单价的重要性****

顾客单价是构成营业额的第二要素，因此当我们在收集、采购商品或进行变价时，都不可忽视其重要性。虽然，顾客单价高，是很理想，但是反之请参考前述某市A店，当其营业额增高后，会带来客数减少的后遗症。

- ① 营业额目标（每日的及累计的）
- ② 营业实绩（去年实绩，今年每日实绩及累计实绩）
- ③ 客数（去年客数、今年每日客数及累计客数）
- ④ 营业额达成率
- ⑤ 比较目标实绩（超过额、不足额及超过额、不足额的每日累计）

****成功的第一步为掌握营业额****

希望提高营业额似乎是每一家商店的本能，但是无论提高多少营业额，如果获取不到适当毛利的話，就丧失其意义了。如原本可以获得正常的毛利，但是却因为过度支出经费而宣告倒闭的例子也屡见不鲜。营业额是显现于外的，而毛利额，纯利益却是内在的数字。唯有充实内在，才能步上健全的经营轨道。虽然我们都了解提高营业额的重要性，但是，在这之前，必须以毛利为考虑之前提。

****在零售业对部属指导的教育、训练科目，有以下诸事项****

- 1、基础事项——公司概要、社训、经营方针、就业规划、各规定、分配公司内的业务、打招呼的方法、公司内用语、销售用语、规定之服装、职场的礼节……等。
- 2、销售业务的相关事项
 - ① 贩卖活动的意义——商店、服务的流通、贩卖的成立、需要的充足、满足的提供。
 - ② 贩卖员的方式——和顾客的关系、顾客至上的道理、上司与部属同事间的合作。
 - ③ 以此出发的贩卖——询问贩卖、有所接触的贩卖
- 3、有关处理业务方法的事项
 - ① 收集报告及表单的方法——报告的方法，表单的书写方式及流程、数字的书写方法
 - ② 收集道具资产的方法——器具的名称、收集方法。
- 4、顾客优先，商品有关事项
 - ① 存货的商品内容——商品的分类、主力商品、对商品整理的注意、各商品的季节性、厂牌种类……等。
 - ② 厂商和商品——主要厂商的各商品名称、各厂商的市场占有率。
 - ③ 顾客和商品——主要客户名称及其所要商品，厂商、客户和自己店里的关系。
- 5、开店准备
 - ① 店内的清扫——卖场、店面、橱窗、仓库、洗手间、办公室……等。
 - ② 商品配置及补充——确认销路、代替商品、区位的分配、商品的补给。

- ③ 陈列的方法——POP广告、广告牌子的确认、装饰、照明的变更、海报、橱窗模特儿的摆设。
 - ④ 担当者和交换——确认担任者，如有缺席者时的调配。
 - ⑤ 准备品的盘点——要找的零钱、传票、包装纸、袋子、其他准备品数量的确认及补充。
- 6、营业中与业务有关的事项
- ② 待客销售技巧——接受的方法、购买心理、商品提示的方法，标准应对语法、敬语的使用。
 - ③ 商品说明——商品特征、使用方法、品质、组合方法……等。
 - ④ 金钱收受与包装——拿钱时的方法、确认的方法、找钱方式、包装方法……等。
 - ⑤ 送货的方法——邮寄时登录传票的方法、贵重物品时的注意事项……。
 - ⑥ 贩卖事项——客户卡的整理。
- 7、打烊业务
- ① 打烊——器具、备品的整理、铁门的关锁
 - ② 计算业务——现金出纳的合计、现金的确认、做成当日买卖的计算报表。
- 8、其他各别业务的关系

人员管理的要点

1、主管的5个基本职能

- A、分配工作
- B、检查工作
- C、业绩评估
- D、惩戒下属
- E、雇佣员工

2、如何防止员工流失

- 1) 选人的标准----“疑人不用，用人不疑”和“疑人也用，用人也疑”的双向制度，任人唯友、唯亲；-----尹明善
- 2) 工作互调：定期在各岗位互调，借以发现彼此的问题。如一个月3-5天
- 3) 设置保障薪：2-6个月，转正后结合日常业绩考核。
- 4) 人事代理：在各岗位推行职务代理人，以备不时之需，如人员请假、出差或离职等异常因素！

3、如何激励员工----除了他们对工作本身感兴趣

- A、金钱----工资
- B、地位（职务---如拿破伦给军官授勋）
- C、被同级别的人接受
- D、优越的工作条件（海尔的员工家庭）
- E、奖励----物质性
- F、升级、晋升机会
- G、对出色工作的认可
- H、额外利益-----培训、集体活动

4、经常阻碍工作进展员工的典型特征

- A、往往为一点点小问题就工作脱节
- B、没有受过足够的培训
- C、决断能力较底

- D、 忽略生意效益的要求
- E、 没有团队概念
- F、 工作不安心
- G、 特别怕出错
- H、 与同事不相容，导致工作缺乏配合
- 5、 何种情况导致经常出差错
 - 1) 工作培训的不足
 - 2) 有限的书面指示
 - 3) 太多的下属向同一位主管报告工作
 - 4) 中级水平的主管太少
 - 5) 呆板的工作环境
 - 6) 员工不喜欢他们的工作
 - 7) 没有人去研究差错出现的原因
 - 8) 临时工、钟点工的比率过高

6、 商业运作中，有一条关于发号施令的程序：

经理不能绕过主管直接向主管的下属布置工作；经理也不能卷进有关下属的奖罚和业绩评估的事务中

7、 培训的定律----培训者能掌握

- 1) 所读过知识的 10%（简章、手册）
- 2) 所听知识的 20%（解释给他们听）
- 3) 所看到知识的 30%（通过演示）
- 4) 所读、所听、所看到的 50%
- 5) 所读、所听、所看到的，并经过另外一个人解释过知识的 70%
- 6) 所读、所听、所看到的，并经过另外一个人解释，且自己已经实践过知识的 90%

****店铺空间的规划*****道具、商品

- 2) 卖场面积的规划
- 3) 卖场通道的规划
- 4) 卖场动线的规划

****店铺商品的机构规划*****

- 2) 主力商品-----
- 3) 辅助商品-----
- 4) 附属商品-----
- 5) 利润商品-----
- 6) 促销商品-----
- 8) 滞销商品

卖场及货品陈列维护的基本原则

- 1. 卖场货品分为正挂装、侧挂装及叠装。
- 2. 卖场售卖的货品应尽量做到齐色、齐码，每款每色都有挂装的形式出样，而销售应以挂装为主，叠装只用来做库存。
- 3. 货品无论是挂装及叠装，都要求做到整齐、洁净、归一、不起皱。且卖场的货品都应去外包装袋。
- 4. 新出货品、流行货品、推介产品要放（挂）在当眼位置（入门第一眼可以看到的）

5. 挂装应注意不要过于挤迫，要留有一定间隙，让顾客容易挑选。
6. 叠装摆放在层板上也要注意，不能太密集，每叠之间要至少留有一个拳头的位置（除第三代货架），每叠的件数要一致，保证视觉统一、整齐、充实、饱满的效果，厚度为层板间距的2/3。
7. 每叠衣物只可放同一款且同一颜色之货品。
8. 同款衣物的每叠、每件折叠大小尺寸要做到一样。
9. 挂装衣物排列以正面向左为准，每排货架所挂货品要以同一方向陈列，货架夹尾货品一定要正面向外。衣架挂钩方向向内。
10. 每周要更换当眼位置的货品陈列，给人以新鲜的感觉，如层板（挂通等）上的货品被顾客买走，要及时补充，不要出现空架现象。
11. 陈列货品要注意整洁，出现污渍要及时更换，起皱要整烫，同时也要注意卖场清洁。
12. 裤子折叠陈列时，腰头要靠外。
13. 所有POP海报的安装及摆放都要做到平整、清洁、无缺损。
14. 卖场不得有过时POP海报出现。
15. 每天至少要做三次卖场卫生，即早上开店前、中午、晚上打烊后。并随时对卖场的挂装及叠装进行整理，以保证卖场的整齐和清洁。

以陈列来说，货品的数量和款式最为关键，而后为陈列道具，为了整个卖场的形象和整个店堂布局的合理化、人性化，首先在陈列以前，让我们来检查下列各点。

- 1、卖场的面积。
- 2、卖场的布局。
- 3、货品的库存量。（包括款式、颜色等）
- 4、陈列道具的库存量。
- 5、陈列道具和商品是否适合？
- 6、陈列道具的使用方法。
- 7、要以何种方式来分类？

所以我们要先确认自己店内卖场的货品、道具才是陈列的第一步，而陈列的基本方法是货品的挂法，排列方式、展示方法及留住客人的方法。

让顾客看到货品的前面为展示的方法，称为“正挂陈列”。正挂陈列法是为了让顾客清楚的知道，卖场有什么最新货品，并且把货品的特征显示出来。

让顾客可以看到货品的侧面为展示的方法称为“侧挂陈列”。侧挂陈列的法则是把正挂陈列的货品加上数量、颜色、尺寸、材料、重点变化等的展示。

正挂陈列的功能是让顾客知道有那些最新的货品，然后再以侧挂陈列的方法加强其作用。

陈列须备工具：

钉枪、钉书针、螺丝刀（一字、十字）、1.5CM螺丝钉、卷尺、美工刀、剪刀、粗鱼线、双面胶、25CM塑料扎带等。

钉枪主要用来钉背板、侧板包布等，鱼线用来挂橱窗挂画及吊牌海报等，收银台背景画及一些其他海报可用双面胶粘贴固定。

海报

卖场的海报都是为了营造卖场的气氛，对陈列主题的诠释和促销推广的宣传。所以一定要保证卖场海报的清洁和平整，且一定要粘贴在指定的位置上。不可有过时的海报出现在卖场里，不要使用自制的刻字海报和手写海报。

1、橱窗挂画

挂在橱窗里面作为背景的海报。主要用作换季主题及促销宣传。一般用悬挂的方式安装，较大的封闭式橱窗用海报满扑作背景效果较好种方式。不管是那种方式，都要求画面平整、无缺损。(挂画要使用较粗的鱼线吊装,开放式橱窗要正反两张贴在一起悬挂。)

2、高架海报

主要用于营造卖场气氛、诠释陈列主题和促销宣传。

高架面板要装四个海报码(上下各两个),以便保证面板不变形,还要保证海报的粘贴平整,安放位置合理。

3、收银台背景画

收银台背景画是店堂里的一个焦点,一定要粘贴平整,保持清洁、无缺损,不可在上面粘贴其他东西。

4、门口吊牌

吊在门口的宣传海报,一定要保证平整,背板损坏,立刻更换。

5、门口海报

放在门口海报架的是的宣传海报,同样要保持平整,不可使用自制的刻字和手写海报。

6、仓位海报

较大卖场为了迎合卖场气氛,提升形象品位,而合理安排的一些仓位上的海报。

背板一般使用雪弗板或KT板,一定要保证拼接整齐、安装平整。

7、店堂小海报

一般为单款推广和促销的海报,安装在矮架上,不可使用自制的刻字或手写海报。

8、形象灯箱

一般为店堂门口或里面用来衬托店堂形象的灯箱。一定要保证画面清洁,并应季更换画面。

9、产品画册

介绍应季产品的画册,可平放或摊开在店堂里的展示台上,放在报架上,便于顾客翻阅。不要折成花形做陈列摆放。

音乐

(一)、店堂音乐类型的选择:

上午以轻快的音乐为主,可给人轻松愉快的感觉;中午用热烈一些,节奏感强一些的音乐,给人以振奋的感觉;下午三、四点钟后应用抒情一些的音乐,可给人放松的感觉;晚上七点钟后可用节奏感强的音乐,因为人们一天中比较兴奋的阶段是晚上。

(二)、店堂音乐音量的大小:

店堂音乐音量大小的标准是人在店堂内的正常说话,应在1.5米左右能够听清楚,

若听不清，即为音量过大。

九、拍照

(一)、陈列照片的拍摄原因：

- 1、了解店铺陈列后的效果，帮助自己小结工作中的缺点，有待改进和提高。
- 2、了解店铺的实际情况，以帮助制定下次陈列的计划和道具清单。
- 3、寄往总部陈列部，便于及时发现不足及监督指导。

(二)、陈列照片的拍摄方法

- 1、橱窗：尽可能的把橱窗拍摄完整，尽量不要与橱窗呈垂直位置，以免玻璃对闪光灯造成反光，影响照片效果。
- 2、店铺：以进店路线为拍摄路线，尽可能把一个墙面完整的拍下来，并连接左右两边的仓位，使人一眼看过就可以了解这个仓位与哪些仓位连接。在拍摄进口的照片时，尽量把门口的门面及招牌和正对门口的仓位一起拍摄下来。针对橱窗、展示台、及其他重点陈列地方也要单独拍摄。另外，拍摄时还要在左右远角拍摄一些店铺全貌，使看的人可以了解店铺的整体情况。

卖场的整理

1、模特着衣

橱窗模特、展台模特、仓位全身模特、仓位半身模特。

模特服装应每一周更换一次衣服，以店铺新到货品为主，统一服装的色系，颜色的深浅，服装的长短都应协调，服装熨烫平整，适当的饰品搭配，根据衣服的性质形象生动的摆放出模特姿势，使之充满生活气息。模特搭配放置好以后再重新检查一下各个细节，吊牌是否外露，鞋带是否系好，总体效果是否完善。

2、货品补充

挂装的服装如果让顾客买走，要随时从叠装里补充，叠装的衣服再从仓库里补充。断码货品可同款叠放在一起。

3、货架维护

不要把双面胶、胶带等往货架上乱贴，经常检查有螺丝连接的部位有无松动，有无配件损坏，若有需及时跟换。

4、海报维护

所有海报都要贴在指定位置，不要随意在墙上、试衣间里、柱子、货架等处粘贴。店堂所有海报都必须保持平整、无缺损。

5、灯具维护

灯具若有损坏或不亮应立即维修或跟换，使店堂不要出现瞎灯现象。

卖场卫生

(一)、招牌

招牌是店铺的脸面，所以必须要保证招牌的清洁。

(二)、橱窗

橱窗是店铺眼睛，店铺就是靠它与顾客交流。所以一定要注意橱窗的整洁与卫生。

(三)、展示台

展台是卖场的焦点，所以一定要使它以整洁示众。

(四)、模特

模特的底座和顶部是最容易看见灰尘的地方，所以要经常检查。

(五)、货架

货架是用来展示衣服的器具，不保证它的卫生，衣服的卫生也就没有保证了。

(六)、地面

卖场地面的清洁干爽是必须保证的。

(七)、货品

卖场售卖的货品必须是清洁卫生的，若有脏品出现要立即跟换处理。

(八)、收银台

收银台是较容易出现脏乱情况的地方，所以一定要注意，不能乱放杂物，保持整洁。

(九)、试衣间

试衣间是顾客试穿衣服，并决定是否购买的地方，所以试衣间一定要清洁卫生，并且凳子、拖鞋、衣帽勾齐全。

(十)、标价牌

标价牌是反映货品价值的东西，一定要安放整齐，保持平整。

(十一)、灯具

做卫生时不要忘了灯具，但也不要忘了做完卫生后把射灯方向还原。

服装搭配

穿靴子必须穿裙子吗？

是的，应该这样，规律很简单，靴子越“重”就越应让它变轻，平底靴最好配上薄裙子，细高跟靴最好配上裹得很紧或有开叉的裙子。

穿长裙或短裙？

这有一个比例问题，这个季节正常应在膝盖附近。裙子越宽大，靴子的跟则越平。裙子越窄，靴跟越高，裙子越长，靴跟也越平。

能穿裤子吗？

当然，没有一成不变的规律，如今男性化的长裤应配平底鞋，穿短长裤则配长统靴最合适。

穿靴子时，应穿什么样的袜子？

最好不穿袜子。理想的是在裙子和靴子中间留出一段皮肤，这样显得很性感。穿中统靴时，可穿中长袜，或不透明的长统袜。总之，反差越大越性感。

穿紧身平纹弹力靴时应注意什么？

这种情况下，靴子应藏在裙子里。但裙子又不能太长，当你坐下时或把一条腿搭在另一条腿上时，应以让别人看到你腿上的皮肤为标准。穿透明长统袜有一样的效果，非常迷人。

什么颜色的靴子好？

黑色最好，可以搭配不同的裙子，经济实用。但在时装表演中，也可看到浅色的靴子，从淡灰、深灰到红色，也有黄褐色、深红、粉红等。

靴子的质地？

黑色可有各种质地，发亮的牛皮靴最受欢迎，同时毛毡子、粗呢、清漆牛皮、斑马等也不少见。

怎样选择合适的靴子？

要想找到理想的靴子很难，要求腿形必须要好，要细长，腿肚要小……

·当小腿太粗时，你应该放弃那些又长又紧的僵硬牛皮靴子，你可选择有弹性的靴子。

·当小腿太圆时，你应选择一些灵巧的靴子。如靴子两边有皮筋，让靴子有伸缩性。有拉链的靴子也可帮助腿肚圆的人轻松穿上靴子。

·如果腿部不细长，最好放弃半统平底鞋，它们会使你的腿显得又粗又难看，最好穿上高跟、到膝盖的紧身長统靴。

- 如果腿踩粗、腿肚细，应穿短统、喇叭口靴，上方收口呈圆形。
- 膝盖外翻的人，建议穿弹性的高跟靴，同时用宽大的裙子遮住膝盖。

帽子与脸型

人的脸型有蛋型、胖型、方型和国字型之分。胖脸型的人如果戴圆顶帽就会显脸部大，帽子小，若选用宽大的鸭舌帽就比较合适。蛋型脸的人戴鸭舌帽就显得脸部更加上大下小，更见消瘦。选用圆顶帽就比较适宜。方脸型和国字脸型的人选择帽子相对比较容易。脖子短的人不要选择色彩鲜艳的帽子。眉清目清、身材窈窕的人可以选择色彩较艳或有浪漫花色的帽子。

总之，帽子一定要与脸型搭配得当，才能体现出匀称的美感。

帽子与肤色

肤色红润的人，选择帽子的色彩范围较广，能够与很多色彩协调。灰白肤色的人，适合用纯度不高的中间色，如玉白、石绿、浅蓝、褐色、淡紫色等到，不要选择华丽的颜色。白色皮肤的人，帽子适用的色彩也比较多，但由于白皮肤容易给人柔弱感，所以选帽子时，应避免选择白色或接近白色的颜色皮肤黝黑的人在选用鲜艳色彩的帽子的时候，要注意着装的整体效果。黄皮肤的人不宜戴黄、绿色的帽子，但若把深茶色、紫莲、蟹青、米灰等到色的帽子与服装适当配合起来，也可取得较好的效果。

帽子与体型

身材高大者帽子宜大不宜小，否则会给人轻头重之感。身材瘦小者帽子宜小不宜大，否则会给人头重脚轻之感。短个子女性不宜戴平顶宽沿帽，高个子女性不宜戴高筒帽。选择帽子应扬长避短，既要自己戴得合适，又要使别人看着美观。

据意大利鞋业厂商协会对服装的潮流分析结果，鞋类生产在趋势上完全符合上述潮流，其特点是要体现出其在日常生活中的功能性。

“手工缝制”的鞋最受欢迎，即使是流水线制作，也应带有手工缝制的外观。

女士鞋

女鞋分三种类型：新潮型、优雅型和精致型，这些鞋可以使任何年龄的女性都能充分展示自己的魅力和女性特点，使昙花一现变为永恒，品质重于一切。

新潮型：模糊对比，融合不同文化、习惯及材料。

种类：长靴、矮靴、敞口鞋、窄口鞋。

细部饰物：对比式缝线，带有鞋袢或鞋带、花结、宝石别针、花边和金属鞋头。

木宣型：流线型但不过分，圆润和缓、宽鞋头。

鞋跟：皮底、胶底。

材料：漆皮、织物、牛皮和虎皮。

颜色：黑色系、反光色，并有递进色条以营造出影子和深度。晚装鞋用金属色以及氧化色，灵感来自于网络黑客。

优雅型：恪守传统，手工制作，推陈出新，深受工装和制服影响。

种类：各类长短靴、都市鞋，外观富有运动感，追求异域风情。

木楦型：木楦高、圆滑，鞋头圆润。

鞋跟：皮底、混合材料、防滑胶底。

材料：麂皮、剖层皮、加脂革，并搭配镂空织物或毛织物的混合材料。

细部饰物：皮革的裁边和缝线原始，线条清晰，各种仿鞍具饰物，晴雨两用，鞋头，仿古金属或铜质饰扣。

颜色：灰色、灰绿、土绿及褐色至驼色之间的各种皮革原色。

精致型：以新概念反映一体化，注重品质和女性的细致温柔。

种类：各种类型的鞋靴都有，从舞鞋到长靴，都带有各种各样的装饰如蝴蝶结、花边、花朵等。

木楦型：短而圆润、木楦型和鞋头高，穿着舒适。

鞋跟：中高跟，具有浪漫色彩，短柱形、水滴形，低平如同舞鞋。

鞋底：皮底或橡胶底。

材料：麂皮、羊皮、小牛皮、剖层皮、马皮裘皮、反绒皮、双面皮和仿古皮。

细部饰物：花边、饰件、裘皮、褶边、飘带、花结和玫瑰花饰。

颜色：色彩和装饰物占主导地位，暖色调的皮革色，如琥珀色和漆红色，蓝色。

青年人的鞋

青年人的鞋有三个趋势：强烈对比、运动和制服，受不同地区和非一体化思潮影响。鞋的类型有长筒靴、中筒靴、牛仔靴、战地靴、远足鞋和都市运动帆布鞋。从材质上看，多种材料混用，对比色搭配、缝线粗犷、荧光饰件、表面涂层、仿古软皮、剖层皮以及仿旧皮革。绸缎色和亚光金属色，以金色和黄铜色为主，还也有绿色和石油色系。装饰物有花饰、中国风格的汉字和都市涂鸦。

男鞋

男鞋的趋势是既美观又实用。

木楦型倾斜、美观、有个性，具有强烈的超前意识。新颖各异的材料混合使用，内外色彩对比搭配，审美口味追求独特性，既有“怀旧精神”，又不乏浪漫色彩。

黑色系为主，穿插闪光效果，有递进色条纹以营造阴影和深度。暖色系的皮革色，褐色以及冷色系的绿以及蓝色，在不同的风格中穿插使用，体现出简洁轻松的年轻风格。

木楦宽松舒适，种类有系带鞋、短靴、低帮靴、牛仔、浅口鞋和马靴。材料上最大量加脂革、仿旧皮、打腊小牛皮、剖层皮、麂皮、织物和裘皮。

童鞋

童鞋诙谐有趣，用幽默体裁制作传统式的童鞋，带有后方长靴和异域色彩。

这种类型有长筒靴、短靴、系带鞋、无带鞋和工作鞋。

材料选用加脂革，仿旧革、仿金属革、麂皮等，并与各种织物如棉、麻、毛及仿水布搭配使用，还采用各种加工过蛇材料或压花材料和绵羊皮。

细部饰件：小玩艺、小饰物、褶边、绣花、彩石子、饰钉和缝线。

颜色：黑色系、棕色系、橙色、灌木绿、蓝色和斜纹粗布蓝。

服饰要达到整体和谐，即从头到脚颜色、款式相配，才能体现一个男人的文化修养、审美能力和

潇洒风度。但这不是一件容易的事情，比如鞋子与裤子在款式和颜色上的搭配就往往被忽视，然而这点又很重要，它包括两方面：

款式、造型上的组合 通常锥形西裤应与椭圆形尖头皮鞋相配；直筒裤要与鞋面有W形接缝的皮鞋相配；猎装裤应配高帮翻毛皮鞋才显得帅气、粗犷，鞋与裤子搭配和谐的关键是鞋形、鞋夹与裤形、裤口的几何造型相近。

颜色上的组合 现代服装讲究色彩，鞋、裤也不例外。最易搭配的方法是裤、袜、鞋采用色系组合。另外，也可以裤子与鞋用同色系，而袜子用不同的颜色，但应避免反差太大的颜色，如黑与白。再有，裤子为一种颜色，而鞋和袜子用同色系，这样更能突出个性。每个人只有结合自己的特点和个性来选择，才可取得良好的效果。宗文
秋季女装现在已经争相亮相了，这让追求与众不同的美女们既大饱眼福，又手足无措，加上恼人的秋天忽冷忽热，怎样搭配才能穿出个性，且能适应多变的天气呢？不妨听听行家的建议。

小资的格调：窄袖、尖领、卡身的职业装从来就显示着女性的端庄，不过免不了有些呆板的表情，那就选些绣上了枝叶果实或者带着肩花的服装，这会让人从女性的成熟美中感悟到金秋的喜悦。今夏盛行的蕾丝装扮也盯上了秋衣，透着小女人情调的可爱与生动，往往使职业女性敬而远之。其实那些将各式各样的蕾丝、精美刺绣装饰于领口、袖口之上，或者以冷调的白色平纹亚麻为材质做领和袖，能充分体现出自自信强的时尚形象。另外，买一件开身的长袖毛衫十分必要，天冷时可以套在身上，前提是要与里面的衣服颜色相协调。

少女的时尚：七分袖配九分裤或者质地较厚、有内衬的连衣裙，脚穿一双运动鞋，显得既轻松又休闲，也是现在最流行的装扮。带光片的天蓝“V”形衫，粉红超短裙，尖头皮鞋，带上一顶圆沿帽，可以使你透露出少女式的天真。高领毛背心，蒙上一层真丝短袖衣，再别出心裁地加上一条牛仔裹裙，与其说是高贵的代表，不如说是反叛的气质。暗红色针织兜肩衫，钩上团花朵朵，一条黑色的高腰弹力裤，使少女显得雅致又调皮。

另类的前卫：圆领、无袖、露脐的黑色皮装，在胸前设计成简单的褶皱，配条下松上紧的同色长裤，散发出前所未有的诱惑力。大红的真皮外套，充满梦幻色彩的贴身紧衣，穿一双及膝长筒靴，永远代表着时髦。

顾客心理

顾客的心理是指顾客在成交过程中发生的一系列极其复杂、极其微妙的心理活动包括顾客对商品成交的数量、价格等问题的一些想法及如何付款、选择什么样的支付条件等。

顾客根据自己的需求，到商店去购买消费品，这一行为中，心理上会有许多想法，驱使自己采取不同的态度。它可以决定成交的数量甚至交易的成败。因此我们对顾客的心理必须以高度重视。

一、求实心理□

这是顾客特别是我国消费者普遍存在的心理动机。他们购买物品时，首先要求商品必须具备实际的使用价值，讲究实用。

二、求新心理□

这是追求商品超时和新颖为主要目的的心理动机，他们购买物品重视“时髦”和“奇特”，好赶“潮流”。在经济条件较好的城市男女中较为多见，在西方国家的一些顾客身上也常见。例如，来我国旅游的一对瑞士夫妇，穿着奇特，与众不同，当推销员向他们介绍古戏装时，他们非常高兴，当即购买了两套，并说明要回国后举行生日宴会时穿出来，让所有的宾客感到惊奇。

三、求美心理□

爱美是人的一种本能和普遍要求，喜欢追求商品的欣赏价值和艺术价值，在中、青年妇女和文艺界人士中较为多见，在经济发达的国家的顾客中较为普遍。他们在选择商品时，特别注重商品本身的造型美，色彩美，注重商品对人体的美化作用，对环境的装饰作用，以便达到艺术欣赏和精神享受的目的。

四、求名心理□

这是以一种显示自己的地位和威望为主要目的的购买心理。他们讲名牌，用名睡，以此来“炫耀自己”。具有这种心理的人，普遍存在于社会各阶层，尤其是现代社会中，由于名牌效应的影响，吃穿住使用名牌，不仅提高了生活质量，更是一个社会地位的体现。因此，这也是为什么越来越多的“追牌族”涌现的原因。

五、求利心理□

这是一种“少花钱多办事”的心理动机。其核心是“廉价”。有求利心理的顾客，在选购商品时，往往要对同类商品之间的价格差异进行仔细的比较，还喜欢选购折价或处理商品。当推销员向他们介绍一些稍有残损而减价出售的商品时，他们一般都比较感兴趣，只要价格有利，经济实惠，必先购为快。具有这种心理动机的人，以经济收入较低者为多。当然，也有经济收入较高而节约成习惯的人，精打细算，尽量少花钱。有些希望从购买商品中得到较多的利益的顾客，对商品的花色、质量很满意，爱不释手，但由于价格较贵，一时下不了购买的决心，便讨价还价。有的为了一元钱或几角钱，必要争论不休，致使想买的东西买不成。

六、偏好心理□

这是一种以满足个人特殊爱好和情趣为目的的购买心理。有偏好心理动机的人，喜欢购买某一类型的商品。例如，有的人爱养花，有的人爱集邮，有的人爱摄影，有的人爱字画，等等。这种偏好性往往同某种专业、知识、生活情趣等有关。因而偏好性购买心理动机也往往比较理智，

指向也较稳定，具有经常性和持续性的特点。

七、自尊心理□

有这种心理的顾客，在购物时，既追求商品的使用价值，又追求精神方面的高雅。他们在购买行动之前，就希望他的购买行为受到推销员的欢迎和热情友好的接待。经常有这样的情况，有的顾客满怀希望地进商店，一见推销员的脸冷若冰霜，就转身而去，到别的商店去了，甚至再也不愿光顾那家“冷若冰霜”的商店。

八、仿效心理□

这是一种从众式的购买心理动机，其核心是不甘落后或“胜过他人”，他们对社会风气和周围环境非常敏感，总想跟着潮流走。有这种心理的顾客，购买某种商品，往往不是由于急切的需要，而是为了赶上他人，超过他人，借以求得心理上的满足。

九、隐秘性心理□

有这种心理的人，购物时不愿为他人所知，常常采取“秘密行动”。他们一旦选中某件商品，而周围无旁人观看时，便迅速成交。女青年购买卫生用品，男青年为异性朋友购买女性用品，常有这种情况。国外一些政府官员或大富商购买高档商品时，也有类似情况。

十、疑虑心理□

这是一种思前顾后的购物心理动机，其核心是怕“上当”、“吃亏”。他们在购买物品的过程中，对商品质量、性能、功效持怀疑态度，怕不好使用，怕上当受骗，满脑子疑虑。因此反复向推销员询问，仔细地检查商品，并非常关心售后服务工作，直到心中的疑虑解除后，才肯掏钱购买。

十一、安全心理□

有这种心理的人，他们对欲购的物品，要求在使用过程中和使用以后，必须保障安全，尤其像食品、药品、洗涤用品、卫生用品、电器用品和交通工具等，不能出任何问题。因此，非常重视食品的保鲜期，药品的无副作用，洗涤用品有无化学反应，电器用具有无漏电现象等。在推销员解说后，才能放心地购买。

由以上看来，推销员对顾客的购物心理，必须细心观察，认真分析，并针对其特点，恰当对待，促使推销工作顺利进行。

虽然感到不是很全，但还是有参考价值。

了解面料

如果我们将纤维归类，主要可分为天然纤维和人造纤维两大家族。现在，就让我们來听听這些纤维家族代表成员们的告白吧！

首先的是天然纤维：

「棉」纤维（cotton）：

从棉花籽里蹦出來的棉纤维个性隨和，很容易被染成各种颜色，而且棉纤维很透气又特別吸汗，是大多数内衣的主要用料。除此之外，棉纤维的耐用也是公认的，家里常用的床单、毛巾、窗簾布，都是它的杰作！

「麻」纤维（linen）：

从麻的茎杆中抽离出來的麻纤维，个性有棱有角，从它表面上粗粗细细的特殊质感中，就可看出一二。但是麻纤维十分容易长皱纹，所以看起來总是特別老，只要记得用熨斗整燙一番，就可以帮助它恢复青春。最后再告诉你，麻纤维的特性十分通風涼爽，適合夏天穿著。

「蚕丝」纤维（silk）：

由蚕宝宝吐丝后的纤维制成的丝纤维，浑然天成地散发著美丽光泽，是全球公认最华贵的纤维。可以织成夏天透明的纱，也可以制成冬天丝质的厚外套。为了宝贝丝纤维光滑的外观，千万不能用力拉扯或刮伤。

「羊毛」纤维（wool）：

来自羊毛的羊毛纤维，能带来温暖与蓬松的舒适感。所以冬天的大衣、围巾、西装等衣服，幾乎少不了羊毛纤维。羊毛纤维水洗会缩水。

人造纤维

「醋酸」纤维（acetate）：

属于人造纤维家族的醋酸纤维，最喜欢模仿丝纤维，所以大家都把它当作丝的替身。翻开裙子或外套的里布就可以发现它的存在。

「尼龙」纤维（nylon）：

也是人造纤维家族成员的尼龙，拉力特別好，也不容易起皱，只是不太吸水，所以穿起來有点闷热不透气。尼龙纤维最常制成丝袜、游泳衣……等需要弹性的衣服。

「聚酯」纤维（polyester）：

它是人造纤维中最被广泛使用者。聚酯纤维犹如千面女郎般，可以呈现多种流行质材效果，而且亲和力佳的它常常和天然纤维家族成员混纺在一起。例如，60%棉+40%聚酯纤维，即可彼此取长补短，呈现美观、耐用、舒适又容易洗整的纤维特质，你可以在T恤、内衣、运动休闲裤中发现聚酯纤维和棉的合作。

「阿克力」纤维 (acrylic) :

同样是人造纤维的亚克力纤维，外观看起来却与羊毛极为相似，所以常常有人把阿克力纤维与羊毛纤维搞错。其实阿克力纤维比羊毛纤维容易清洗、不易缩水。只是有个糟糕的毛病：容易起小毛球且较不保暖！

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/158010027134006107>