

<<揭秘服装店赚钱的门道>>

图书基本信息

书名：<<揭秘服装店赚钱的门道>>

13位ISBN编号：9787802447653

10位ISBN编号：7802447658

出版时间：2010-8

出版时间：现代

作者：石翠兰

页数：254

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>

## <<揭秘服装店赚钱的门道>>

### 前言

炉火不旺不出钢，不懂行情难经商！

在财富时代，人们更加注重对美的追求，对自己的穿着更加讲究，这无疑给服装市场带来了巨大的商机。

很多嗅觉敏锐的生意人纷纷进入服装行业，开办了属于自己的服装店。

然而，如何成功地让顾客自掏腰包买衣服，并不是一件容易的事。

服装店主首先要透视服装行业的重重内幕，了解服装店赚钱的门道。

从服装店的选址、店面的装修、卖场的打造到店铺的经营，任何一个环节都马虎不得。

一个店铺就是一个小企业，麻雀虽小五脏俱全。

要想生意兴隆，就得把每个细节都做到位。

比如，服装小店的经营状况如何，跟商品的定位和进货的眼光很有关系。

要经营好一家服装店，除了要有良好的销售方法外，更关键的是要“懂”进货。

“懂”进货这个“懂”，字包含的内容非常多，不仅要知道进货的地点、各批发市场的价格水平和面对的客户群，还要了解服装店针对的客户群的偏好、身材特点，更重要的是要会淘货，要练就一双选货的火眼金睛。

又如，英语里有一个短语叫Window Shopping，指人们逛街总是习惯性先看橱窗，看模特身上穿的是否符合自己的口味与偏好。

因此，橱窗的设计与陈列更为讲究。

为了“勾引”，路人，橱窗不仅要“透”，而且要懂得如何摆放衣服、如何运用灯光造影，彰显魅力，从而诠释商品的内涵，吸引路人，从而诱发潜在消费。

如果把服装生意场比喻成大粮库，里面有许多路径，门、窗、墙，也有许多粮食。

要取出粮来，必须熟悉道路，懂得规则，付出努力。

## <<揭秘服装店赚钱的门道>>

### 内容概要

如果把服装生意场比喻成大粮库，里面有许多路径，门、窗、墙，也有许多粮食。要取出粮来，必须熟悉道路，懂得规则，付出努力。

《揭秘服装店赚钱的门道》旨在启发和唤起广大服装店店主赚钱的潜能，用智慧巧妙创造出属于自己的一套经营模式。

《揭秘服装店赚钱的门道》从服装行业的实情出发，以通俗易懂的语言，配合翔实的案例，揭秘多家成功服装店的经营绝招，多层次、多角度地解析服装店生意兴隆的门道和艺术。

从特色服装店店址的选择，到进货渠道的奥妙；从服装定价的诀窍，到打折促销手段的运用；从服装店鲜为人知的潜规则，到如何跳出服装加盟的美丽陷阱等，囊括了服装经营多个领域的赚钱门道，系统而全面地展现了服装店轻松赚钱的多种技巧和方法。

## <<揭秘服装店赚钱的门道>>

### 作者简介

石翠兰，暨南大学，经济学院国际贸易硕士毕业，多年从事服装行业经营，深谙国际各时尚品牌流行、运作及产品特点，深知服装行业潜规则。  
对服装经营门道有自己的独到见解。

## <<揭秘服装店赚钱的门道>>

### 书籍目录

第一章 服装唐有人这样开1.1 “花样”男女装，旺在闹市小角落1.2 童装店秘籍，商机赚翻天1.3 紧抓日韩风，吹旺服装小铺1.4 内衣特价概念，独辟蹊径最赚钱1.5 紧跟时尚风，青春偶像进军成人市场1.6 狂海服装“尾货”，暗藏赚钱商机1.7 错位休闲大卖场，时髦模式效应1.8 手绘服饰，“画”出来的财富1.9 “古装”店，经典服饰带来致富奇迹第二章 商圈与选址，门店赚钱的灵魂2.1 商圈慎选，好邻居让你少奋斗2.2 必学！火爆服装店选址大揭密2.3 开店选址“特色”也是重要一环2.4 服装店藏身写字楼，成本降低面向白领2.5 轻松选址，网上开服装店正流行第三章 服装牵手品牌演大戏3.1 把握关键点，优秀品牌代理商这样做3.2 借鉴娱乐圈八卦效应，红遍大江南北3.3 特色品牌带来致富契机3.4 如何找出“隐形”亏损品牌3.5 谨防“残次品”流向服装店第四章 进货有道，低价服装暗藏暴利4.1 库存3元服装鲜为人知的赚钱门道4.2 市场猎手进货有讲究4.3 网上卖的真名牌哪里4.4 如何确定服装进货价格4.5 开店进货不能轻易说的事第五章 定价，“卖”到“精”处是价值5.1 必看！服饰商品定价基本法5.2 服装小店，定价另有门道5.3 控制毛利润，让新老客户络绎不绝5.4 揭秘品牌服装定价过程5.5 服装店“淡季不淡”的定价方法第六章 店铺后销设计，卖服装就是卖形象6.1 新店如何装修才能更吸引人6.2 先声夺人，服装店取名策略6.3 孔雀开屏，服装店铺布局与陈列6.4 服装经典搭配，挑动顾客购买欲6.5 “勾引”路人，诱发潜在消费者6.6 经营格子镑，管理有门道6.7 推广两店，简单快乐收获精彩第七章 见客使舵，服装热销有绝招7.1 接近顾客，寻求促成交易有玄机7.2 心理互动，轻松建立客情关系7.3 独具慧眼，直击情绪化消费心理商机7.4 巧妙处理顾客抱怨7.5 网店“诱导”买家成交技巧第八章 揭秘服装销中的窍门8.1 方式各异，选对池塘钓大鱼8.2 转动价格魔方，服装打折有玄机8.3 完美促销，品牌不打折8.4 库存服装的“非常销售大法”8.5 促销新花样，预约明星入店8.6 特制香气，引导顾客购物情趣附录1：中国各地主要服装批发市场一览表附录2：新手如何在淘宝网上开服装店附录3：世界著名十大品牌服装

## &lt;&lt;揭秘服装店赚钱的门道&gt;&gt;

## 章节摘录

2003年5月，谢女士拿出她和丈夫积攒下的2万多元钱，开了一家名为“××园情侣私房衣馆”的精品服装店，主要零售一些情侣衫、情侣套装等。

丈夫李先生目前几日，谢女士笑着对丈夫说：“你生日那天，我保证会给你一个惊喜，不过暂时保密！”

李先生也没当回事儿出差了。

趁此时机，谢女士便找来几块没用的碎布料，用缝纫机缝制了男式和女式两条内裤，然后她把两条内裤带回出租屋，用裁衣的粉笔在两条内裤上分别写上“老公，我爱你”和“老婆，我爱你”的字样，最后用普通的针线通过手工勾勒出来。

不到半天工夫，她的“亲手笔迹”就清晰地出现在内裤上了。

她觉得让老公穿上她亲手制作的内裤，无论到哪里出差都会想着她、念着她！

果然，李先生从外地出差回来后，对谢女士送给他的“特殊礼物”赞不绝口：“想不到我老婆还是个爱情高手哟，你干脆就做情侣内裤卖算了，保证比你卖情侣服赚钱！”

听丈夫这么一说，谢女士心想：对呀，这个主意好啊！

现在生意清淡，正是由于自己的思想不够前卫，如今，许多精品店都经销情侣服装，如果自己把思想放开一点，抢占情侣内裤这个商机，那么一定能分一杯羹。

说改就改，谢美媛立即从一家制衣厂请了一名熟练女工做帮手，赶制了一批情侣内裤放在店里当样品。

如今，谢女士的情侣服装店越做越大，每天的客流量大得惊人。

情侣配件锦上添花——年轻的情侣都是疯狂的购物者，服装一买就是两套。

开情侣装专卖店，店里必须全是有特色的情侣装，当然，与情侣装相关的配件也是不可缺少的，如：鞋、帽、伞、首饰等配饰、配件的点缀，使情侣装更有魅力。

或者也可搞成情侣物品大全：衣服、鞋子、手套、围巾、裤子、腰带、帽子、牙刷、杯子、手机、手表、眼镜、袜子、背包甚至自行车等。

情侣服饰是目前国内的一个巨大市场，其市场潜力巨大。

投资情侣服饰产业现在的家庭多是独生子女，每年都有1000多万新生婴儿，加上人们经济水平也提高了，与二三十年前相比，已经没有人愿意再买布料为孩子做衣服了，更多的人选择的是为孩子购买舒适、漂亮的童装。

利用童装赚钱是很多服装店的首选。

童装小店，财乐均在其中童装涵盖了0~16岁年龄段人群的全部着装。

按年龄段可以细分出婴儿装、幼儿装、小童装、中童装、大童装、少年装等。

从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

相关研究数据显示，到2008年年底，中国0-14岁的儿童人数为2.5亿人，2008年中国童装市场规模达到552亿元，分析师预计，到2013年中国童装市场规模可以达到920亿元。

中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，中国将形成一个庞大的儿童消费市场。

童装市场也将成为服装业的竞争焦点和新的蓝海。

2002年，周先生在商场看到，一套不是很知名品牌的幼儿夏装打8折后每套还要卖80元，单件女童T恤78元，一双婴儿鞋最便宜也要30多元。

知情人告诉他，这些品牌童装等用品在商场的卖价一般是进价的另外，小周也加强“技术提升”，注重熨烫保管衣服的增值服务。

意大利的原产面料多以羊毛、皮草与桑蚕丝为主，质地精细，经不起高温高压，在维护上一定要细心，比如说要尽量避免近距离长时间靠近灯光，尽量避免接触人造面料的服装，所以，小周定期开技术培训会，让雇员与自己一起成长，都成为护理服饰的好手。

中国男装企业和品牌经过多年发展，生产工艺、设计理念、经营思路都日渐成熟，已接近或正赶超世

## <<揭秘服装店赚钱的门道>>

界水准。

人们现在不仅仅知道Dior、Armani、Givenchy等世界级男装，也逐渐津津乐道于报喜鸟、雅戈尔、杉杉、利郎、七匹狼等领军中国男装市场的品牌。

男装消费市场也不断拓展。

来自全国各大商场服装销售的数据显示，相对其他门类服装销售的下降趋势，男装的市场份额稳步上升。

例如，雅戈尔DP衬衣已在四川达到一个亿的销售收入。

报喜鸟男装在四川40个销售网点，每年产生近1亿的业绩。

较其它行业，男装在品牌塑造、市场的培育和渠道建设等各方面，都是中国服装业的主流。

对于首次进入服装加盟的投资者来说，这是一个比较稳妥和安全的选项。

男性服装消费极具理性，选购过程简单，非常注重品质和品牌，在认定一个品牌后，很难转移注意力到一些新品牌，忠诚度高，远不如女性那样“朝三暮四”。

对于一个品牌来说，这将是持续而稳定的巨大财富。

另外，男装的流行速度比女装缓慢，流行周期性较长，投资者更易于控制和把握产品，库存压力小得多。

目前，中国男装不仅在工艺和技术上与世界靠拢，很多企业在品牌和文化上也下了大工夫。

## <<揭秘服装店赚钱的门道>>

### 编辑推荐

《揭秘服装店赚钱的门道》：赚钱有门，天下没有难卖的服装；销售有道，顾客自掏腰包的玄机！  
选址、进货、定价、独辟蹊径巧赚钱，宣传，服务、促销、服装热销有绝招。



<<揭秘服装店赚钱的门道>>

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>