



DISPLAY TRAINING ENTITY ANALYSIS

《新零售视觉营销系统》

时间：7月18-19日 地点：中国·广州

The expansion of the information and the constant change

零售市场随着网络与信息的膨胀而不断变化。现实与虚拟的景象相互渗透、相互影响。设计精良的课程不仅受到业界的紧密关注，同时也在改变传统。

标准与原则普遍使用：实体与网络，传统与创新，实用主义与逍遥主义，各种零售渠道来源都强调独特与个性化.....

时代的发展，科技的进步，国民物质水平不断的增长，使品牌的选择多样化，顾客不在单一的选择商品，而是更注重个性化的展现，购买所喜爱的商品，重新进行搭配，所以对品牌品而言，视觉陈列需要随着新零售模式而彻底改变。

品牌传播--低成本广告

- ◆ 品牌传播需要标识性的识别体，整体形象是顾客识别的有效标识之一。
- ◆ 视觉体系对形象的统一与特征进行有效地规范，使得产品变成商场形象表达的手段之一。

信息同步—高效率传递

- ◆ 服装销售具有高度的实效性特征，信息传递性对商品营销的效率起着至关重要的作用。
- ◆ 视觉综合管理可以使信息准确而快速地在企业中传递。

开源节流—低成本经营

- ◆ 视觉改造的成本较高，视觉管理靠专业团队的支撑是一笔昂贵的固定成本，运用管理手段指导商户及时更新店面形象及有效的增加焦点展示是降低经营成本的有效手段。

Course introduction

课程介绍：

- ◆ 在中国目前有很多所谓的“陈列课程”。但好似课程收效都不好，学习完的内容无法转化。
- ◆ 国内没有任何一个陈列课程讲到“陈列原则”也更没有更好的解决现在终端问题及需要的方法.....
- ◆ 我们的课程从“新零售”需求入手，不再单单站在所谓的设计角度进行课程切入。
- ◆ 这是决定商业零售现在和未来的系统课程。
- ◆ 从空间规划到货品体系再到新零售销售需求入手进行系统讲解。

Curriculum value

课程价值：

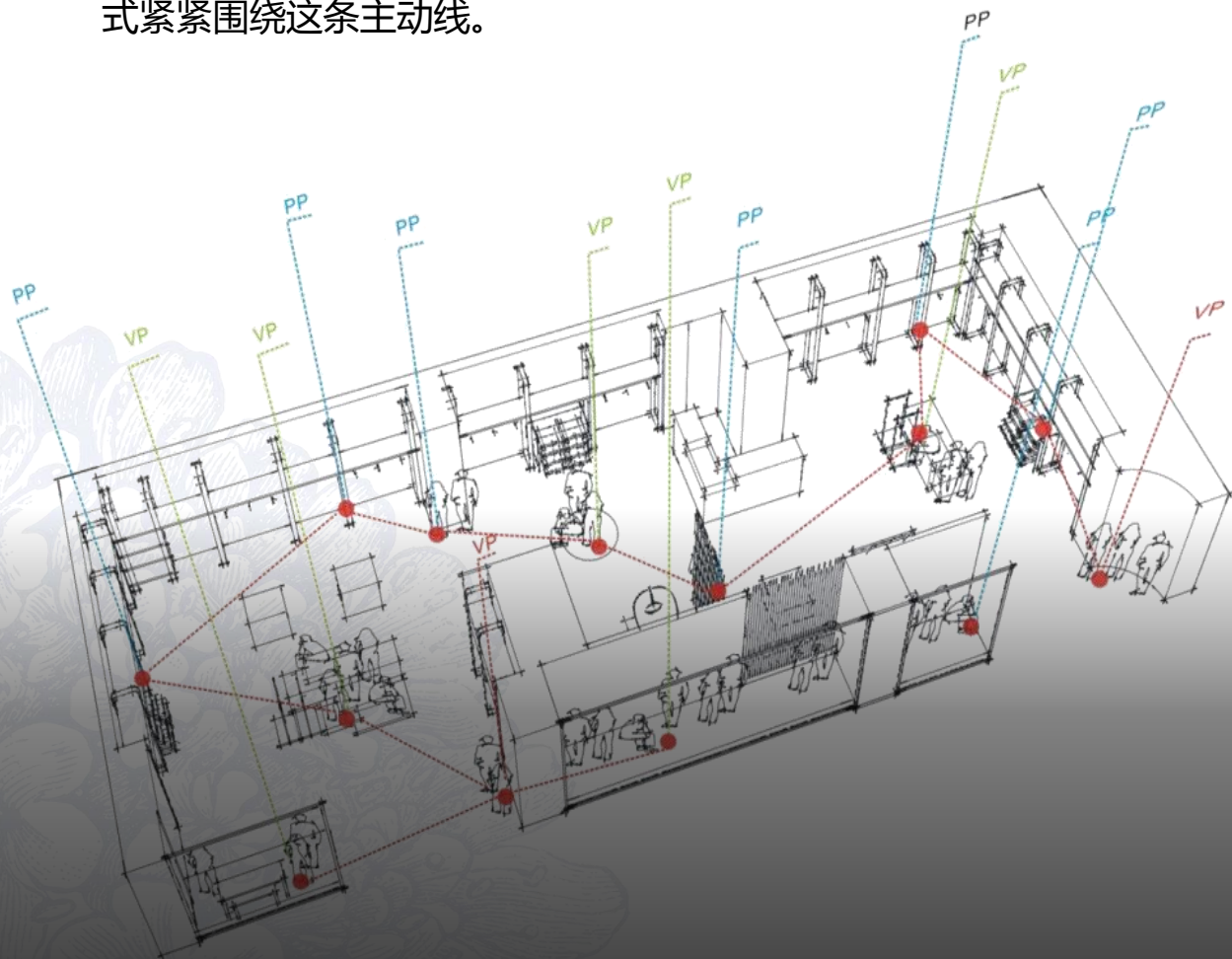
实战案例40% + 理论30% + 训练/讨论30%

- ◆ 根据“新零售行业”的实际需要进行系统专业的培训指导。
- ◆ 对现有市场进行诊断、核查、整理与调整，解决问题并及时进行有效课程引导。
- ◆ 陈列规划与货品测算；SI空间规划展示与搭配工作指导。
- ◆ 通过陈列原则的讲述来建立陈列执行标准。
- ◆ 新零售时代对商业的要求以及陈列对此的重要性。
- ◆ 陈列工作的流程安排执行及其店铺核查机制的建立。
- ◆ 品牌货品的组合、搭配与季节、节庆货品组合新调整。
- ◆ 品牌、形象、视觉设计及推广工作。
- ◆ 制定陈列体系与管理流程，建设可高效复制的陈列团队。

OUR CURRICULUM

我们的培训

- ◆ 合理布局：考虑到新零售终端及国内市场和目标顾客群的购物习惯方式，正确地使用陈列，会对销售起着明显的出尽和引导作用；
- ◆ 主动线明确连贯：红色动线是主动线，它利用VP点焦点陈列的“递进”作用，照顾到卖场中各个销售区域，使卖场中的主推款式紧紧围绕这条主动线。



The background of the page is filled with light blue line-art sketches of various fashion items: a pair of trousers, a handbag, a pair of high-heeled shoes, and a large, detailed flower. The sketches are rendered in a simple, sketchy style. The text is centered in a white rectangular area with dark blue vertical bars on either side.

FOREWORD

引言

合理的陈列店铺商品起到展示商品、刺激销售、方便购买、节约空间、美化购物环境的各种重要作用。

据统计，如能正确运用商品的配置和陈列技术，销售额可以在原有基础上提高40%。

这些就是无声辅助销售，陈列的魅力和效应。

Course summary

我们的商业展示需要明确的主题;无论是色彩还是展示形式;都要起到指引的作用.

我们的展示是一个平衡的整体;DP点\VP点\IP点以及PP点都要是一个整体.

我们通过课程的讲解,促进展示效果的同时也要考虑新零售模式的需要以及产品之间的可搭配性,相互搭配性以及产品联想.

整齐的陈列;有故事的主题以及具有视觉冲击力的商业展示才是一个品牌形象与业绩提升的有效途径.

我们的课程探讨了一个新零售时代对不同的企业的视觉需求。陈列工作应具备的职业素质和应承担的具体职能，以及职能实务的执行方式。

但是，我们面对的外界永远不会呈现完美的条件和资源。我们从问题出发，挑选出以上的课程问题，与大家分享。

这些问题，是课程真诚推荐给大家的值得重视的陈列实务工作关键点，适合应用在具体的实际项目案例中。也许，很多企业之中有些正在面对这些问题。

通过我们的课程，可以更好更准确的答案！

A description of an exhibit

陈列不仅仅只是一种单纯的摆货行为，陈列需要的是非常严谨的设计与规划。通过我们的课程讲述，可以很好帮助企业梳理陈列管理及工作流程。使得陈列工作与销售工作真正有效的结合在一起！

陈列是围绕货品的职能工作；陈列是覆盖整个销售区域的管理工作。从基础到提高，从理论到实践.....我们的所有课程安排都围绕陈列工作本身。不仅仅只是停留在色彩、橱窗、结构上；而是更多的强调设计、规划、预算与管理。

Introduction to training content

培训内容说明：

- ◆ 视觉陈列简介与说明。
- ◆ 陈列的作用。
- ◆ 陈列原则和标准的建立。
- ◆ 有效的规划管理。
- ◆ 陈列实体规划与设计。
- ◆ 陈列与SI体系的修正。
- ◆ 总结及问题答疑。



基础篇：《陈列应该这样做》

时间安排	序号	课程安排	内容介绍	备注
课时 3小时	1	陈列原则 与标准	<ul style="list-style-type: none">◆ 很多企业的陈列设定不能得到很好的执行，主要原因是没有陈列原则，陈列原则的建立才可推举出可执行及可复制的陈列执行标准。◆ 商业空间的建立需要陈列的软性提升，所以陈列执行标准的建立确保了空间变化的需要及项目执行者的可操作性完成有效性。◆ 强调陈列工作的核心体系及价值，不仅仅只是停留在摆放行为等表面功夫；而是切实有效的帮助企业找对方向，从基础修正开始，做正确的工作得想要的结果。◆ 陈列工作本身的价值与综合体现，不仅仅只停留在所谓的概念上……而是抓住重点，简明扼要的讲述其核心内容。	陈列不仅仅只是单纯的摆放货品，这只是表面行为。我们必须从基础根源入手，把陈列工作的根本明确给企业及各位陈列执行者。
课程 3小时	2	陈列实体 工作分析	<ul style="list-style-type: none">◆ 陈列工作的重点工作讲述。很多企业不能很好的把控陈列行为，使标准的建立出现了问题。我们教会企业如何更好的解决这些问题，从而切实有效的让陈列行为标准化、体系化、流程化。◆ 陈列的工作配合与基本流程。陈列是视觉记忆焦点的核心体现，需要从设计源头出发，考虑到操作、执行、成本、时间、地域等综合问题。◆ 视觉需要及商业视觉需要。我们的工作服务于人，必须以人为本…人体工程与视觉需要是设计的初衷，结合商品与空间规划来完善设计及推广设计是必须强调的也是很有必要的。◆ 动线的设定及销售区域的视觉引导。我们必须把我们的商业空间设定成一个看似自由的空间陷阱，让顾客体验消费的同时，还可按照我们的指引来选择商品，这样即确保了空间的_{最大}价值，也大大提高销售的准确性及服务性。◆ 结合品牌需要、市场需要及销售需要进行有效培训。时间的阶段不同，对于陈列的要求也就不同。我们需要明确每个重要时间阶段所要做的重点工作，并准确的告知其操作方法及简单流程。	强调陈列工作的重要性与实际的销售及货品需要入手，打造专业有效的课程体系。强化重点！

Introduction to training content

培训内容说明：

- ◆ 商业展示简介与说明。
- ◆ 商业展示的作用。
- ◆ 橱窗与静态展示。
- ◆ 有效的商业展示。
- ◆ 橱窗设计培训。
- ◆ 色彩与商业展示规划。
- ◆ 新零售与商业展示的对应关系。
- ◆ 总结及问题答疑。



提高篇：《商业视觉 - 不仅仅只是橱窗这么简单》

时间安排	序号	课程安排	内容介绍	备注
课时 6小时	1	视觉设计与规划	<ul style="list-style-type: none">◆ 橱窗不能只停留在设计层面上，应该延伸到规划及管理层面。好的橱窗不仅仅是提供视觉上的引导与享受，更多的是真的对品牌形象及销售提升上要有很大帮助；这样的橱窗才被定位为有效设计。才可以真的发挥其作用！不然，都是“烧钱”的无底洞。◆ 道具研发与制作说明，根据季节性变化、结合商品上货波段，设定创意主题及其相应道具的设计研发；（如：道具的建议规格、材质与呈现方式）考虑道具的使用性及变化性；◆ 确保道具的制作成本与效果，使用成本等。制作工艺与材料成本，结合橱窗载体本身还要确保其延续实用性及再利用性。我们不培养设计师，我们只强调管理重心与可执行操作性。◆ 从如何设计、制作有效的静态展设计，使终端销售人员及管理人员了解静态展作用及基础的视觉陈列；◆ 常规式静态设计与规划，根据楼层的结构形式，如开放式、半开放式、封闭式等不同特点，结合现有形象及未来发展方向制作现有店铺的橱窗方案。并设计研发相关展示道具。以便商场形象的高效复制和推广执行；◆ 非常规式橱窗设计与规划，以重大节日（五一、十一、圣诞节、元旦、春节）、为主线设定展示主题，及其相关展示陈列道具的研发与设计。	作为店铺常规陈列日常执行的标准和依据，以基础形象展示。 视觉引导是确保顾客进店及销售信息收集的有效行为。

TRAINER PROFILE

讲师介绍

马琳

MAJOR / 专业

服装、艺术教育专业

PERSONAL / 个人信息

钡特（国际）高级培训导师

中国服装设计师协会

理事委员

中国陈列专业委员会

主任委员

北京雅美视格商贸有限公司

总负责人

泰国曼谷YMSG商贸有限公司

负责人

和桥机构

高级顾问

《中国服装杂志》

专栏作家

国内多家服装企业

总监顾问

国内多家商场商业

高级顾问

清华陈列课程

特聘讲师

Arome Par女装

持有品牌



OUR SERVICE CLIENT

我们服务的客户

男装类：

GIVENCHY 威克多
ELLE HOME 威斯康妮
马克华菲 苹果
沙驰 CK
汤尼威尔 柒牌
劲霸 NAUTICA
九牧王 卡尔丹顿
七匹狼 GI
GXG 富铤
依文 圣宝龙
迪迪公子 金狐狸
庄吉 格度
恒源祥 波司登男装
杉杉 红豆
... ..

女装类：

MAXSTUDIO Lily 歌力思
泰奥菲尔 海贝 影儿
卡利亚里 芭蒂娜 阁兰秀
CC&DD 三彩 佳纷
德诗 秀姿 十八淑女坊
ESPRIT 三思 捷恩尼纳
娇鼎 一家 渔
Dada&CO 辛德 米克芭娜
Mara 七吻 艾盛
蓝地 锦衣王朝 摩安珂
思凡 诸氏方圆 曼诺比菲
播 艾唯都 纤细
斯尔丽 玛丝菲尔 沙蕾

羊绒类：

OCA
雪莲
恩佐
慕歌
鄂尔多斯
恒源祥
梦特娇
日神
珍贝
帕罗
米皇
春竹
金利来
鹿王

运动休闲及其他类：

Kappa
比音勒芬
黄金熊
Timberland
奥索卡
乔丹
361°
劲浪
依迪菲
衣之纯
鸿星尔克
森马

童装类：

时尚小鱼
小猪班纳
巴拉巴拉
日月童神
T100

家纺类：

罗莱家纺
欧林雅（长沙）

皮草类：

束兰皮草
卡丹路皮具
肯尼皮具

鞋业类：

SKAP
达芙妮
美公子
美丽港鞋业

内衣类：

三枪 欧迪芬
珊慕蕾丝 特美妮
安莉芳 曼妮芬
桑扶兰 LACA





Attending matters

参会事宜

主办单位：
钡特（国际）零售管理咨询机构
广州市钡特管理咨询有限公司

参加对象：
陈列经理、商品经理、商品定价员、督导、店铺管理者等

参加费用：
详情来电咨询：400-8853-858

