

“百分百女性魅力修炼”培训大纲

课程时间：1天

课程对象：需要提升魅力的女性

课程人数：20-25人

培训形式：理论60%、实战演练15%、案例讨论、游戏15%、经验分享、答疑10%

课程内容：

一、中国女性与个人品牌

1、普通中国女人的命运

- A、30岁、40岁、50岁算什么
- B、成长、增值
- C、个人品牌增值百分百魅力修炼

2、什么是品牌

- A、什么是品牌
- B、品牌力量
- C、知名品牌价值

3、什么是个人品牌

- A、雅致女人个人品牌
- B、均衡起点
- C、风格
- D、“定位”与“经营幸福”
- E、雅致女人个人品牌增值理念能为社会奉献的价值

4、有特点的个人品牌经营个案赏析

- A、杨澜：媒体的力量
- B、杰奎林：风格经营的典范
- C、奥巴马：变革定位指引
- D、于西曼：定位的力量
- E、李宇春：差异性经营
- F、章子怡：品牌形象先行
- G、芙蓉姐姐

二、找寻自我品牌“形象”风格

1、形象的概念

2、个人品牌形象的概念

- A、品牌形象造型——希拉里
- B、品牌形象造型——张曼玉
- C、品牌形象造型——杨澜

3、形象风格

- A、款式与脸型、体型、性格的关系
- B、五大款式风格
- C、“古典型”人的形象特点及适合的服装款式与配饰
 - a) “古典型”人的形象特征
 - b) “古典型”人的公务服款式

- c) “古典型”人的休闲服款式
- d) “古典型”人的礼服款式
- e) “古典型”人的配饰款式（包、鞋、项链等）
- D、“自然型”人的形象特点及适合的服装款式与配饰
 - f) “自然型”人的形象特征
 - g) “自然型”人的公务服款式
 - h) “自然型”人的休闲服款式
 - i) “自然型”人的礼服款式
 - j) “自然型”人的配饰款式（包、鞋、项链等）
- E、“浪漫型”人的形象特点及适合的服装款式与配饰
 - k) “浪漫型”人的形象特征
 - l) “浪漫型”人的公务服款式
 - m) “浪漫型”人的休闲服款式
 - n) “浪漫型”人的礼服款式
 - o) “浪漫型”人的配饰款式（包、鞋、项链等）
- F、“艺术型”人的形象特点及适合的服装款式与配饰
 - p) “艺术型”人的形象特征
 - q) “艺术型”人的公务服款式
 - r) “艺术型”人的休闲服款式
 - s) “艺术型”人的礼服款式
 - t) “艺术型”人的配饰款式（包、鞋、项链等）
- G、“优雅型”人的形象特点及适合的服装款式与配饰
 - u) “优雅型”人的形象特征
 - v) “优雅型”人的公务服款式
 - w) “优雅型”人的休闲服款式
 - x) “优雅型”人的礼服款式
 - y) “优雅型”人的配饰款式（包、鞋、项链等）

三、塑造高贵品牌“气质”魅力

1、高贵气质养成

2、气质魅力修炼

A、高贵气质修炼

- a) 女士高贵站姿
- b) 保持优雅坐姿
- c) 典雅的走姿
- d) 优雅的取物姿态
- e) 握手
- f) 高贵迷人的微笑

B、雅致女人个人品牌增值百分百魅力修炼

C、气质魅力与个人品牌增值的关系

