
服装品牌商品企划与订货会管理高级研修班

课程背景：

服装商品企划部是一个发展中的品牌企业不可缺少的重要部门，国内多数品牌服装企业还未意识到其重要性和必要性，老板和营销部门多数凭经验和感觉来决定每季节的货品，到了召开订货会的那一天才发现整盘货很零乱，主题不显明，色彩杂乱，系列不配套，整个一盘大杂烩。经销商看完货下单的很少，终端抱怨不好卖，高库存就这样产生了。

近几年来随着国外知名品牌进入国内市场，商品企划也逐渐被国内品牌企业所接受，很多品牌企业纷纷效仿国外品牌成立商品企划部门，由于对商品企划师要求比较高，未经专业培训学习操作起来力不从心。商品企划就是将设计、面料开发、技术、采购、生产、营销、终端服务串连起来，运用专业的企划手段将整个商品按流程进行规范化、系统化、数字化、形象化（立体感）进行描述，编写一套完善的、可行的商品企划书，确保整个季度的商品严格按企划书执行，最终达成理想目标！

课程目标：

商品企划是服装品牌运营必不可少的规划书，通常也称之为品牌战略规划。一份好的商品企划书决定了当季产品的命运和盈利能力。那么，如何做好一份商品企划呢？课程系统分析和讲解商品企划规范操作流程和要求，以及订货会的策划管理等。通过系列主题产品模板案例分析，将每一个步骤都做了详细讲解。通俗易懂，实战性很强，是服装品牌商品企划最具实战型的课程。

服装品牌商品企划与订货会管理高级研修班

第一讲：服装商品企划的理论基础

服装商品企划概念

服装商品企划的五项原则

服装企划目的

服装商品企划部门在组织中的作用

服装商品企划师的职能

服装企划师的素质要求

第二讲：目标市场定位及品牌定位

市场细分概念

市场细分标准

市场细分的方法

目标市场策略案例分析

服装品牌基本构成

服装品牌的分类

服装品牌的定位策略

第三讲：服装产品企划

主题企划

秋季主题

初冬主题

深冬主题

款式企划

款式整体构成比例策划

服装品类数量设定与构成比例

廓型与细部结构策划

廓型设计

细部结构设计

廓型与细部结构的组合

系列搭配组合策划

色彩企划

品牌风格的色彩定位

重释色彩三要素

建立印象图坐标轴

运用坐标轴进行色彩定位

色彩主题策划

流行色在主题策划中的运用

色彩波段策划

色彩搭配原理

色彩搭配策划

面料企划

面料的选定原则

面料的分类及特性

面料的风格定位

面料的选择及款式数量分配

面料主题板策划

面料特征分析与对应款式、色彩策划

面料再造设计策划

第四讲：营销策略及市场调研企划

销售渠道的概念

销售渠道的构成

销售渠道的选择与产品结构配置

服装价格的种类及构成

服装价格的设定公式

服装定价方法

促销费用预算

服装品牌年度促销计划的特点

拟订服装促销计划方案案例分析

服装品牌市场调查实例

第五讲：服装商品企划的时间流程控制

设计部门的时间流程控制

技术部门的时间流程安排

采购部门的时间流程控制

销售部门的时间流程控制

年度设计工作时间进度表

服装品牌上市时间安排表