

美学营销之服装搭配

【课程背景】

未来的服饰销售一定是顾问式服务，即销售人员要成为顾客着装顾问。本课程将从顾客识别和货品风格的科学分类两个角度，培养实战型服饰搭配人才。

使置衣顾问可以轻松为顾客提供着装建议，并提供给顾客系统着装解决方案。服饰搭配，未来服装品牌终端店铺最稀缺的人才。

课程重点强调如何从顾客着装需求和整体着装风格出发，通过搭配调整给顾客以系统着装解决方案。使销售人员从更全面更专业的角度给顾客以咨询和建议。提升终端高连带和高顾客满意度。人货对接是销售最大的秘密！

【课程对象】 搭配师、陈列人员、零售管理人员、督导、店长和有志于从事服饰搭配的专业人员

【课程时长】 2天（6小时/天）

【课程大纲】

第一部分：客户消费现状

- 服饰消费心理的演变和现状分析
- 如何从传统营销模式转变为新的营销模式
- 新模式下终端所需要具备的新技能——衣橱顾问

第二部分：专业工具式顾客风格管理体系（快速准确找到每位顾客的形象定位）

- 顾客风格分析
 - 美丽的三大要素
 - 决定个人风格的要素
 - 感觉和视觉的区分
 - 案例分析
- 顾客具体要素分析
 - 大小对比方法
 - 色差对比方法
 - 骨骼对比方法
- 顾客风格视窗分析
 - 视觉结合感觉做练习

第三部分：货品的风格分析（快速准确找到每件产品的风格定位）

- 服装视觉三要素
 - 形的变化
 - 色的变化
 - 质的变化
- 确定服装风格大小、动静
- 找到正确解读服装风格的方法
- 各种风格的服装特征
 - 小静风格的特征
 - 小动风格的特征
 - 大静风格的特征
 - 大动风格的特征
- 练习确定产品风格

第四部分：人货科学对接（建立人和产品的高度统一，提升连带渠道）

- 建立人货对接关系
 - 大小对接
 - 动静对接
- 人货搭配原则
- 快速找到服装单品的战略性卖点
- 实现服装的整体风格的统一
- 实现服装跨类别的实现
- 案例分析
- 练习人货对接的能力

第五部分：通过化妆改变风格

- 化妆的力量
- 如何通过改变妆容来搭配服装？
 - 改变脸型大小的方法
 - 改变五官大小的方法

- 改变色差的方法
- 改变骨骼感的方法

第六部分：服饰美学顾问式销售技能综合分析

- 如何将科学连带技能带入销售环节
- 美学连带步骤及话术分析
- 建立服饰连带思路——挖掘顾客潜在需求
- 销售情景实操演练
 - 看——观察风格
 - 问——需求挖掘
 - 搭——多套搭配
 - 说——推荐理由

第七部分：回顾初级知识

- 人的风格管理重点
 - 脸型、五官与大小的分析
 - 清晰度与动静的分析
- 货品风格管理重点回顾
 - 服装三元素:形色质与大小动静的分析
- 人货对接要点阐述
 - 人的脸型、五官、清晰度和服装三元素的对接

第八部分：顾客风格管理升级

- 找到顾客的风格
- 风格管理视窗同区域的相同和不同
- 第三套风格定位矢量:曲直
- 判别曲直的元素和方法
- 结合三套数据分析人群风格定位
- 练习:快速准确找到顾客风格

第九部分：服装与客户视觉风格的平衡（根据每位顾客的形象定位做完整灵活的搭配）

- 分析每种风格的顾客对应不同风格产品的特点
 - 小静曲对应的产品特点
 - 小静直对应的产品特点
 - 小动曲对应的产品特点
 - 小动直对应的产品特点
 - 大静曲对应的产品特点
 - 大静直对应的产品特点
 - 大动曲对应的产品特点
 - 大动直对应的产品特点
- 元素置换:如何快速准确根据顾客风格进行成套多套搭配的具体步骤与方法
不同的客户有特定的元素可进行置换,分析不同特征的客户可置换的不同服装元素
 - 色彩置换:鲜艳色和色差
 - 光泽度置换
 - 面料质地置换
 - 款式置换

第十部分：梳理为顾客挑选货品的步骤和方法（不同情况多种分析）

- 确定目标、了解需求
 - 心理
 - 场合
 - 系列
- 确定单款
 - 制定多选方案以备选择
- 组合搭配
 - 运用元素置换满足顾客的不同需求
- 为顾客进行多套服饰的搭配
 - 服饰多套搭配思路分析
 - 练习:为同一个顾客利用元素置换搭配出适合 3 中场合穿的服装

第十一部分：服饰风格总述

- 常见服饰风格种类

- 风格总述管理视窗分析
- 如何利用工具将客户的情感与客户的视觉风格科学合理的结合
- 巧用“风格地图”进行服饰风格综合分析
- 如何结合客户的喜好来进行服饰风格的选择和搭配

第十二部分：美学连带销售步骤和方法

- 看
 - 大小
 - 动静
 - 曲直
- 问
 - 场合
 - 喜好
 - 系列
- 搭
 - 纵向成套搭配
 - 横向场合搭配
 - 促销连带搭配
- 说
 - 功能
 - 地位
 - 美观
- 练习:成套搭配和销售演说