



职场精英的奢侈品品鉴能力与品味提升

主讲 曹燕欣

引言：

职业人的魅力不仅来自于精湛的专业能力，高雅的形象，不凡的品味，良好的教养，会让你更具魅力并为你构建更有质感的人际关系。

学员对象： 从事高端客户营销工作的职业人

课程时长： 1天

课程形式： 讲授、观摩、指导、练习

第一单元：奢侈品的美感与魅力——美感，质感，文化、创造力

1：什么是奢侈品——奢侈品的概念与奢侈品的定位

- 不同收入人群对奢牌的不同认知
- 高奢品牌的三个特点

2：我们为什么要学习奢侈品鉴别——以物识人

- 与客户共频
- 谈资
- 个人品味提升

第二单元：先了解再鉴别——每个品牌都有自己的故事，都有自己的理念，都有自己的风格

1：部分高奢品牌风格分析——永不过时阿玛尼

- 拉尔夫劳伦的忠实顾客
- 哪些人热爱香奈儿与 GUCCI

2、高端品牌的鉴别与注意事项——如何识别奢牌的真与伪

- 款式对比、抠细节、观质感（做工、材料、质地）、核实
- 以物识人但不能以物定人

3、高端品牌与不同人群——老钱风是什么是什么风



- 哪些品牌属于老钱风
- 中国时尚圈的跟随主义（不是老钱但紧跟引领）
- 欧美新贵们喜爱的品牌低调的奢华与个性主张
- 中国精英忠爱的品牌与消费观

第三单元：真正显示品味感的是饰品——传承力才是真价值

- 1：珠宝的魔力——人类历史有多长，珠宝历史就有多久
- 2、珠宝、手表、包等其他物品的鉴赏 ——男士忠爱的商务包的品牌
 - 从价值感到科技感，手表的发展与新观念
 - 顶级富豪与他们的座驾（名车）——价格、性能、个性、情怀
- 3、中国艺术与西方艺术的区别——什么人爱中国艺术，什么人热衷西方风格
 - 中国老钱人玩什么
 - 中国山水画与西方人体画，不止是意境不同，更是文化与信仰的不同
- 4、品味感来自审美能力——中式审美与西式审美
 - 可以提升美感的品牌欣赏
 - 色彩与人的情绪、与格局、与身心健康
 - 中国人有自己的审美（眯眯眼背后的意识形态）

本课程为燕欣老师原创课程，请勿抄袭，违者必究