

<<门店包装的200个绝妙手段>>

图书基本信息

书名：<<门店包装的200个绝妙手段>>

13位ISBN编号：9787560975344

10位ISBN编号：7560975348

出版时间：2012-10

出版时间：华中科技大学出版社

作者：涂画

页数：252

字数：254000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<门店包装的200个绝妙手段>>

内容概要

本书逐条讲述了门店包装的200个绝妙手段，涉及如何为门店取个好名字，门店的装修与设计技巧，商品陈列的策略，如何作广告宣传；此外，还结合餐厅、网店、书店、美容院等具体的门店包装进行了有针对性的介绍。

本书内容丰富，案例翔实，对门店包装的实际工作具有指导性的意义。

<<门店包装的200个绝妙手段>>

书籍目录

第一篇 如何为门店命名

第一章 为门店取名时应该考虑什么

001 好名字是门店的金字招牌

002 门店取名要掌握什么样的原则

003 门店取名要学习什么方法

004 门店起名有哪些惯用技巧

第二章 取个让顾客一看就想进店的名字

005 取一个能招徕顾客的好店名

006 取一个适合门店特色的名字

007 取一个易于注册保护的店名

008 取一个能提升品位的店名

009 取一个能保证信誉的店名

第二篇 如何进行门店设计

第三章 门店整体形象设计理念

010 店面设计诀窍

011 重视门店的外观设计

012 塑造门店形象必须顾及的经营理念

013 塑造门店形象要注意的四个问题

014 门店设计的四个重要原则

015 塑造门店形象的四个阶段

016 如何设计店面的风格

017 如何营造温馨的“顾客止步”的环境

第四章 门店的招牌与门脸设计

018 如何设计店名的标准字

019 设计店标的五个小窍门

020 设计一个体现门店风格的招牌

021 选择适合门店风格的招牌

022 招牌设计的四种技巧

023 门店招牌的照明

024 制造一个有吸引力的门脸

第五章 门店的橱窗设计

025 橱窗设计的四个表现手法

026 橱窗设计的三个技巧

027 橱窗的装饰材料

028 橱窗的色彩应用

029 橱窗的灯光造影

第六章 门店的内部装修设计

030 门店的内部设计要吸引消费者

031 门店的内部布局的原则

032 门店的内部布局诀窍

033 空间的妙趣

034 门店空间设计要舒适

035 环顾型的设计增加顾客购买的机会

036 特色突出的窗户能够展现开放感

037 镜子可以让人感觉空间放大

<<门店包装的200个绝妙手段>>

- 038 店内严禁阶梯，管线最好采用暗线
- 039 严格清理堵塞通道和店头的“超限物品”
- 第七章 门店天花板和地板的装修
- 040 天花板设计要考虑的内容
- 041 提高天花板、墙壁和地面的明亮程度
- 042 地板设计要注意的两个方面
- 043 天花板设计要营造一种购物的氛围
- 044 地板的设计要考虑图形和颜色
- 044 墙壁的设计要突出装饰的特色和风格
- 045 通风设计要注重四个方面
- 第八章 门店的灯光照片设计
- 046 灯光的设计要考虑顾客的心理
- 047 门店外部灯光设计
- 048 门店内部照明设计
- 049 灯具照明应配合店内整体形象
- 050 外部装饰灯照明
- 051 门店展柜的设计技巧
- 052 通道设计的具体方法
- 第九章 门店设计的细节技巧
- 053 门店设计的用色技巧
- 054 如何用音乐营造热烈的购物氛围
- 055 门店设计的气味技巧
- 056 怎样设计具有诱惑力的收银区
- 057 保持店内清洁的做法
- 058 让顾客感到舒适的店内温度
- 059 让商品和谐自然的装饰品
- 第三篇 如何陈列门店货物效果最好
- 第十章 商品陈列的整体设计理念
- 060 合理的商品陈列会给门店带来什么
- 061 合理规范的商品陈列的8项原则
- 062 商品陈列有哪些方法
- 063 商品陈列要注意的事项
- 064 商品的陈列要显得丰满
- 065 商品的陈列要实现其内在美和外在美的统一
- 第十一章 商品陈列的设计策略
- 066 商品陈列的前提是规划商品配置表
- 067 好位置留给周转快的商品
- 068 春夏秋冬商品陈列各不同
- 069 各种类型门店的商品陈列策略
- 070 一般货架陈列有哪些要点
- 第十二章 不可忽视的商品陈列细节
- 071 商品的陈列要易见易取
- 072 怎样利用视觉差满足顾客的购买欲望
- 073 怎样利用好橱窗有效地展示商品
- 074 方便顾客看和拿的“棒球场”式的商品布置
- 075 方便顾客看到、取到商品的黄金摆设
- 076 商品奇数摆放给人以紧凑感

<<门店包装的200个绝妙手段>>

第四篇 如何为门店打出最有用的广告

第十三章 广告宣传有大用

077 开店离不开广告宣传

078 门店广告有哪几种类型

079 广告主题是广告的灵魂

第十四章 学会使用POP广告

080 什么是POP广告

081 为什么要有POP广告

082 POP广告的功能有哪些

083 POP广告强调的重点有哪些

084 POP广告可分为哪几类

085 如何设计出新颖独特的POP广告

086 如何摆设POP广告才能发挥应有的作用

第十五章 怎样打出不同类型的广告

087 DM吸引顾客的各种方法

088 户外广告的宣传策略

089 网络广告的宣传优势

090 直接邮寄广告的投放时机

第十六章 广告宣传的细节技巧

091 开店初期就打广告

092 名人效应会带来意想不到的效果

093 小广告单应注意畅销商品的位置

第五篇 服装店的包装

第十七章 服装店店面整体设计要点

094 如何设计服装店的风格

095 如何装修女性服装店

096 如何装饰男性服装店

097 如何装饰儿童服装店

098 不同档次的服装店设计特色

099 大型品牌服装连锁店装修技巧

第十八章 服装店橱窗的设计艺术

100 服装店橱窗设计的注意事项

101 服装专卖店橱窗设计中的细节

102 选择超前样品, 引领市场

103 重视服饰搭配, 表现整体形象

104 系列橱窗展示

第十九章 服装店的热销氛围设计

105 营造热销氛围的诀窍

106 服装店色彩的规划和搭配

107 服装店背景音乐设计

108 镜子容易给顾客造成错觉

109 服装店营业员的服饰设计

第二十章 服装店平面布置的诀窍

110 高级品放在门店最里面

111 不足100平方米的面积让人感到狭小

112 用下浓上淡的色彩强调高度和宽敞

113 试衣间的细节管理

<<门店包装的200个绝妙手段>>

第二十一章 服装陈列设备的种类

- 114 店层板和橱柜的选择技巧
- 115 陈列柜和展示台的选择技巧
- 116 吊架的选择技巧
- 117 衣架的选择技巧
- 118 人台和人体模特的选择技巧
- 119 其他道具的选择技巧
- 120 橱窗服装陈列
- 121 墙面服装陈列

第二十二章 服装陈列的方式

- 122 叠放与平面摆放陈列
- 123 模特展示与醒目陈列
- 124 分类陈列
- 125 专题与垂直陈列
- 126 季节陈列
- 127 相关与联想陈列
- 128 逆时陈列与艺术陈列

第二十三章 服装陈列的技巧

- 129 层次渐变让商品摆放具有节奏感
- 130 “前置陈列”的灵活运用
- 131 让顾客耳目一新的陈列装饰
- 132 服装陈列十大技巧
- 133 色彩搭配可以增强陈列的视觉效果
- 134 男装服饰店的陈列应注意哪些
- 135 用留白表现商品的高雅格调
- 136 服装配套展示

第六篇 餐厅的包装

第二十四章 餐厅就餐氛围设计

- 137 影响餐厅气氛的因素
- 138 餐厅照明系统要温馨合理
- 139 餐厅绿色植物的陈列
- 140 餐厅艺术饰品的摆设
- 141 餐厅的背景音乐设计
- 142 精妙选择菜品盛器
- 143 摆设餐巾折花
- 144 为客人创造和谐的就餐环境

第二十五章 菜单设计的方法和技巧

- 145 菜单设计的基本要求
- 146 菜单设计应遵循的基本原则
- 147 菜单的规格与字体设计
- 148 菜单的封面设计
- 149 菜单要不断创新
- 150 减少菜单项目创立招牌菜
- 151 菜单菜品的表示方法

第七篇 网店的装修

第二十六章 网店装修前的准备

- 152 装修知识之两种图像压缩类型

<<门店包装的200个绝妙手段>>

153 装修知识之五种主要的图像文件格式

154 网店装修之根据主打商品确定风格

155 网店装修之寻找图片存储空间

156 网店装修之注意事项

第二十七章 网店的店标与分类导航

157 网店店标的作用

158 制作网店店标的方法

159 关于网店的分类导航

160 关于网店公告

第二十八章 网店的其他装修

161 给网店首页添加背景音乐

162 给所有页面添加背景音乐

163 给网店添加计数器

第二十九章 网店商品的展示

164 网店商品的布局

165 商品信息要详尽准确

166 使用天猫相册贴图

167 动态展示网店商品

168 拍摄商品最好用真人模特

第三十章 网店商品的标题优化

169 完整的商品标题结构

170 起商品标题的原则

171 商品标题中的关键词

第三十一章 商品描述的优化策略

172 商品描述资料的来源

173 商品描述的结构

174 商品描述的原则

175 商品描述的撰写套路

176 商品描述的撰写技巧

第三十二章 怎样拍出好的商品图片

177 网店商品图片的标准

178 拍摄商品照片前的准备

179 选择合适的光源

180 选择合适的背景和道具

181 网店商品分类拍摄攻略

182 拍摄商品照片要注意的问题

第三十三章 网店商品图片的后期处理

183 去除商品图片中的背景干扰

184 调整商品图片的色调

185 更换商品图片的背景

186 裁剪商品图片到合适大小

187 制作动态的商品动画

第八篇 其他门店的包装设计

第三十四章 书店卖场规划与图书陈列

188 最新到货与重点推荐区

189 排行榜区

190 媒体（专家）推荐区

<<门店包装的200个绝妙手段>>

191 分类书架区

192 特价区

第三十五章 美容院的包装

193 美容院招牌

194 装修格局和商品陈列展柜

195 接待区和操作区

196 科学的布线方案

第三十六章 便利店的包装

197 门店出入口和招牌设计

198 门店内装潢和灯光照明设计

199 收银台和堆头的设置

后记

<<门店包装的200个绝妙手段>>

章节摘录

版权页： 门店招牌的照明 招牌的照明方式主要有两种：一种是用投光灯投射招牌、店标，另一种是利用灯光映衬招牌。

用高亮度的光线做招牌背景，以实体字遮挡光线，可以清晰地展示店名等文字。

尤其在晚上，黑色的夜景能让门店明亮醒目，增加门店在晚间的可见度。

目前，招牌的明亮醒目，还能通过霓虹灯的装饰做到。

因霓虹灯具有活跃气氛，富有动态感等特性，能够取得较好的照明效果。

另外，经营者还愿意使用灯箱招牌，将店名设计和灯光照明融合一体。

接下来，将详细地介绍这种特殊的设计——灯箱招牌。

灯箱招牌，顾名思义，即以具有灯箱外观的物品来做招牌。

灯箱招牌可根据其设计的形式，分为平面招牌和立体招牌。

相对来说，立体招牌的展示效果要比平面招牌的略胜一筹，但是立体招牌设计较复杂，灯光效果不易调控。

灯箱招牌主要使用的材料有亚克力板、PC板和PVC灯箱布三大类。

使用材料的不同会产生不同的视觉冲击感。

其中，亚克力板因其能展现出丰富的色彩成为目前灯箱招牌设计的主流选择。

灯箱招牌作为设计品，并不是每个都能有较好的视觉冲击效果，但经营者至少应当保证其拥有足够吸引人的亮度。

所谓亮度，指空间里某个区域的明亮程度。

当灯光招牌拥有明显的亮度时，就会让人容易识别和辨认，从而从周围的环境中“凸显”出来。

不过，灯箱招牌作为一种光源，又不能太亮，要考虑到顾客的观察位置和周围环境的明亮程度。

太过抢眼的明亮招牌会显得与周围环境格格不入，风格突兀。

制造一个有吸引力的门脸 一般而言，在繁华地段建起来的大中型门店不像有些门店那样，有极大的空间可用来表现外观，它们外观设计的空间资源有限。

因此，在整体外观设计上，更要极力突显所经营门店的特色，以图像、色彩等表现方式，来制造一个具有吸引力的门脸。

一、店门的设计 店门的设计必须兼顾门店的建筑特色和目标顾客。

将店门安放在中央、左边或右边，要根据具体人流情况而定。

一般大型商场的大门可以安置在中央；小型门店的进出位置设计在中央是不妥当的，这样会直接影响店内实际使用面积和顾客的自由流通。

小门店的店面，店门一般都设在左侧或右侧，很少设在门店的正中央，这样看起来更具协调感。

明快、通畅的店门才是最佳设计。

因为从商业观点来看，店门应当是开放性的，设计时应当考虑到不要让顾客产生“幽闭”、“阴暗”等不佳心理，以免拒客于门外。

店门设计，还要考虑店门前的路面是否平坦，是否水平；前边是否有阻挡及影响店门形象的物体（如人行道的树木）或建筑；采光条件、噪音影响及太阳光照射方位等。

二、室外装饰 制作精美的室外装饰是吸引顾客的一种手段。

它泛指门店门前和周围的一切装饰形式，是店面设计的主要内容。

广告牌、霓虹灯、灯箱、电子闪示广告、光纤广告、招贴画、传单广告、门店招牌、门面装饰、橱窗布置和商品陈列等，均属室外装饰范围。

所有门店都把室外装饰作为促销活动的关键一环来抓。

<<门店包装的200个绝妙手段>>

编辑推荐

《门店包装的200个绝妙手段》的最大特点是：论述时结合具体实例，使读者对每个包装手段都能切实把握；结合当前热点，选用新颖时尚的论述和案例，让读者在强烈的时代感中学到门店包装知识和技巧；语言通俗易懂，简洁有力，可读性强。

《门店包装的200个绝妙手段》将为那些想要把门店做大做强，创出门店形象金字招牌的店长和员工展示出与传统理念截然不同的思路。

<<门店包装的200个绝妙手段>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>