

<<精品店设计>>

图书基本信息

书名：<<精品店设计>>

13位ISBN编号：9787561126325

10位ISBN编号：7561126328

出版时间：2004-8

出版时间：第1版 (2004年8月1日)

作者：英格丽德·文茨-加勒 (Ingrid wenz-gahler)

页数：188

译者：温海龙

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>

## &lt;&lt;精品店设计&gt;&gt;

## 前言

对于整个零售业而言，它们从没有像近几年一样发展得如此迅速。高端、顶级的商店与廉价零售店相比，变化越来越快，商店营销理念转变为主要致力于让顾客有一个愉悦的购物体验，并在购物的同时进行娱乐。

特别是那些在世界范围都随时随地可进行浏览的数字化商店纷纷出现，它们可以提供大量信息、服务和咨询支持，使得现有的销售网络变得更加完善。

传统的零售业部门现今面临着这样一个迫切的需要：如果还想满足现今更多要求的消费者的需求，就必须重新考虑自身的市场经营策略和设计理念。

现在的消费者已经被过剩的消费品和服务；中坏了头脑。

在一个充斥着越来越相似的产品市场中，消费者寻找的是附加价值，比如说一些有趣的体验、故事和生活化的一些东西，他们期望品牌产业和零售业部门能够提供这样的消费体验。

本书收集了许多优秀而成功的设计理念。

分布于世界各地约40多个专业零售店向读者展示了它们是如何以一种富于想像力的方式展现其产品并在店中注入活力的：它们是如何给消费者提供一个信息的平台、沟通的平台以及值得回忆的体验与梦想。

从而建立全新的商业关系模式。

零售业纵览--“卖场” 对于今日的零售业来说，其特色来源于这一行业大量不同类型的商店和卖场。

为了从各种途径增加客源，这些卖场在选址和产品的多样化方面下了很大的功夫。

首先，有不计其数的--很多情况下都是传统的--专营零售店，例如：药房、眼镜店、花店。

还有肉店、面包房、精品熟食店，逐渐在用诸如外卖、小吃、咖啡、点心等来增添它们的产品品种。另外，还有化妆品店、文具店、室内装饰品店、家具店和时装店以及各种干洗店、旅行社、复印店、发廊等服务机构，以上还只是一小部分。

## <<精品店设计>>

### 内容概要

传统的零售业面临着一种急需改变的挑战，即如果想继续吸引已被过剩的商品和繁杂的服务惯坏了的消费者，就必须重新考虑其市场定位和设计概念。

在一个半成品越来越相似的市场中，消费者正在寻求额外的价值，比如说一种有趣的体验，故事和生活气息等等，他们希望品牌业和零售业能满足他们的这种需要。

作者英格丽·文茨·加勒在这本书中向读者展示了已有的优秀的和成功的概念性设计。

分布在世界各地的40多人专业零售店向读者展示了它们是如何以一种富想像力的方式展现其半产品，并在店中注入活力的；它们是如何给消费者一信息的平台、沟通的平台、一个值得回味的体验和一个梦幻般的经历，由此我们将走向一个全新的商业关系。

## <<精品店设计>>

### 作者简介

英格丽德·文茨-加勒在化学工业和室内设计研究方面富有营销经验和培训技能。近十余年来，她以一名自由职业者的身份活跃在展览设计、商店设计，住宅设计和色彩设计领域。她从事过演讲、室内设计咨询、教学和培训等工作。她现在是一名餐饮业、商店设计和展览设计领域的记者的撰

## <<精品店设计>>

### 书籍目录

前言 零售业纵览——“卖场”顾客会怎么做？

变化中的零售业 随商品展示，特殊体验和情感而调整的卖场布置 零售卖场的风格化设计 可信的设计品牌商店，品牌世界 专卖店，东京 专卖店，伦敦 米兰 专卖店和水疗室，纽约 伦敦 广场 佩鲁吉纳专卖店，佩鲁贾 米兰 纽约 博洛尼亚 巴黎 纽约 菲乐体育用品·生活馆，米兰 索尼时尚用品专卖店，柏林画廊或展厅式的商店 法兰克福 圣莫尼卡 斯德哥尔摩 酒吧，卢布尔雅娜 美发沙龙，纽约 巴塞尔 圣保罗 鞋店，汉堡 苏黎世像自动售货机一样的商店 汉堡 伦敦 微型电子产品中心，雅典 发型设计店，金斯顿和伦敦由产品而产生灵感的商店 香蕉音像店，圣保罗 女装店，索伦多 眼镜店，雅典 面包店，伦敦 体育用品专卖店，斯德哥尔摩主题商店 吉他展览馆 拉斯维加斯 烘烤绿洲 法兰克福提供一般服务及保健服务的店 Studio W.Sao Paulo 眼镜店，京都 伦敦 日光 纽约 美发沙龙，开姆尼茨通讯录 商店 建筑师与设计师

<<精品店设计>>

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>