

(上接 C05 版)

时尚背后的辛苦

美是一种享受,可制造美的过程却不一定是。采访中,赵哲讲不出他如何辛苦,显然因为热爱,他已经习惯了这份职业带给他的辛苦。下面的内容,是在采访结束后的第二天,再次聊天补充的。

“记得我在一个运动品牌做陈列师的时候,为了弥补我在实践方面的不足,所以总是喜欢跑店铺,以积累货品陈列的实战经验。那时候最少有一半的时间在店铺,而且都是在晚上工作,经常出差在不同的地方。我记得有一段特别的时期就是临近十一的开店旺季,几乎每天都有一两家新店开业,非常忙,我们不分白天黑夜地去做。”

“有一次我到达一个新店后快晚上9点了,才知道店铺的装修刚刚完成,货架还没有安装,现场装修的刺鼻气味呛得禁不住咳嗽。这时又接到公司电话说在两个小时车程外也有一家新店准备明天开业,今晚必须要完成两家新店开业陈列,保证明天都可以正常营业。”赵哲说,当时他真的没有一点怨言,一来这是他分内的工作,二来他觉得这是学习的好机会,也是对他专业的考验。

“正常情况下在我们到店之前,装修、货架都要完成,并且提前安排好货品和陈列道具,店员要全部到位卫生也要打扫好。因为这次情况特殊,我们连晚饭也省了,顾不上找口罩和手套,马上召集店长和所有店员以最快速度把货品和货架陈列道具清点整理,然后打扫卫生,之后紧急开个会,我把陈列图纸分给几个小组,并引导各小组同时进行工作,连续不停地奋战到12点时基本上快完成了,我的胃突然疼了起来。可时间不等人啊,我坚持了半个小时把剩下的细节调整完并拍照后,才在路边买了一瓶水和一包快食面坐车去了下一个店铺。又是一阵忙碌,在保证所有细节都到位的情况下,第二天早上8点前,我们结束了第二家新店的开业陈列工作。”赵哲说,这次超负荷的工作,让他明白陈列师并不只是别人看到的那样在光环下边的一个时尚职业,还有劳累、辛酸,但这些和完成后的荣誉感来比,似乎并不那么重要。“两家店的开业业绩和当地顾客的反映都很不错,领导表扬了一番,我看看照片很有成就感。”

“还有一次,为了完成一组陈列方案,我考察了很多不同的地方,采购了几件道具,其他的道具都到位了,最后就差一个白色老式电视机了,很是头疼。我跑到旧货市场一家一家挨着找,一家一家挨着问,但都比较大。最后我在一家小店里发现有一个9英寸的老式黑白电视。我高兴地差点扑上去抱住。可高兴一半我又发愁了,这个电视外观是红木色的,而我要制造的



百货店的橱窗就像剧场一样令人流连忘返 艳光四射的商品背后,离不开妙手设计

无声促销员

陈列设计师成为终端卖场的“点金人”

晚报记者 苏瑜/文 张翼飞/图

是一个很质朴、很精致又有历史文化气息的一个很纯净的小艺术场景,颜色处理是个大问题。如果直接拿回去用自喷漆喷成白色,那就太亮了,缺乏雅致的感觉,用乳胶漆刷呢,外壳很亮又很难刷上。琢磨来琢磨去,最后终于有了主意,我提着电视机跑去买几张砂纸,回到公司。然后找了个角落用胶带和报纸把屏幕贴上,以免乳胶漆刷上去,一点一点地刷好晾干换个角度再刷。干了后再用砂纸打磨,经过复杂的几道工序后,终于使它有了粗糙的质感。”

如今,连同这台电视机在内的一系列白色道具已经成为公司展厅用来烘托品牌的不可或缺的重要元素了。每天都有不同的客户和领导来参观,无一例外,大家都赞不绝口,欣赏完了又拿手机拍照,赵哲站在后边有种说不出的成就感,也更激发了他创新道具的信心。

“我设计开发了很多不同的道具,有的统一加工生产,配发到各个终端店铺去推广,用来烘托产品风格定位,营造橱窗的新鲜气息,传播品牌文化背景。因为不断的创造新鲜的作品,影响着我们的品牌加盟店和受众顾客,同样也影响着女裤行业内的竞品公司。现在业内有不少的企业请我去给他们培训给他们指导,也有的竞品公司开始招聘陈列相关职位了,开始接受陈列这一概念在女裤行业的渗透作用。”赵哲说。

征服注定从“眼球”开始

对于国际奢侈品牌来说,终端就是个大秀场,除了秀出极尽奢华的商品之外,他们更懂得如何在这里“SHOW”出品牌性格。在欧美发达国家,橱窗展示通常是终端消费卖场中必不可少的重要组成部分,随着全球性的“品牌消费”、“体验经济”浪潮席卷整个世界,终端展示能力受到考验,中国时尚产业开始在终端展示方面展开竞赛,陈列设计师就是在这样的背景下,催生出来的一个全新职业。

赵哲介绍说,经常有对陈列设计感兴趣的网友向他咨询,想知道自己适合不适合做陈列设计师,陈列设计是一门综合性学科,涵盖了美学、营销学、心理学、视觉艺术等多种知识。一个优秀的陈列设计师除了具有扎实的基础知识外,还要对品牌的风格、顾客的购买心理、产品的销售有一定认识。因为陈列毕竟是一个特殊设计领域,陈列设计师只有把对艺术的理解和对商品特性的了解有效结合,才能吸引消费者的“眼球”。

“陈列设计师要在充分理解商品内涵的基础上,对产品、橱窗、货架、模特、灯光、音乐、POP海报、通道进行科学规划,让商品在道具、辅助商品、装饰品及灯光的衬托下闪亮登场,从而使商品从呆板变得鲜活,达到促进产品销售、提升品牌形象的目的。实践经验是相当重要的,并不是简单地参加一些培训就能达到的。”

目前的陈列在国内处于概念模糊的状态,多数卖场陈列在专业上不甚讲究,有的只是给人一种造型美,偏重纯艺术的表现,缺乏商业表现的灵活和时尚;有的在风格上纯粹模仿国外,简单地堆砌服装搭配,忽略了服装品牌文化的内在要求,形似而神不备,完全没有理解“陈列不只是将商品卖出去,而更要使品牌深入人心”的最终目标。随着众多企业品牌经营意识的觉醒,决胜终端销售使商家纷纷将目光投向自己的橱窗和卖场,力图使自己的品牌形象得到完善。

“服装陈列师在国内目前处于稀缺状态。国内的卖场多数由服装设计人员、美工人员或者是从一线提升上来的人员在操作,大部分日常工作甚至就直接交给了一线的销售人员,这些工作人员陈列知识结构不够完善,前两者偏重美术设计,后者偏重商业销售,没有一个整体的合理布局意识。陈列设计是一门全新的行业,从业人员应具备艺术与商业相结合的综合素质,比较重视卖场陈列设计的主要是一些跨国品牌,其陈列设计甚至是通过国外总部的设计师图片来操作的,目前国内市场上很难寻觅到这样的专业人才,相关专业人才的培养一直处于滞后的状态,尤其是专业系统的服装陈列管理,在国内几乎还是一片空白。”

陈列设计师职业前景很光明,随着企业品牌战略竞争趋于白热化,陈列设计师对品牌和销售的促进作用已获得普遍共识。从事过成熟品牌系统陈列运作的专业人士现在已经成为领跑陈列行业的主角。有志创业者开设自己的陈列设计和咨询公司,承接各类卖场橱窗和大型展示活动的陈列设计业务;或者就任企业的专业陈列设计顾问,协助企业在较短时间内树立全新科学的卖场形象;对于喜欢自由自在生活方式的人士,则可以成立自己的个人陈列工作室,自主地承接陈列设计工作,自由支配时间;另外,全方位的陈列技能与创意也可以作为辅助资源在多种行业发挥综合作用,帮助各类从业人员拓宽事业发展空间。

赵哲的爱人也是同行,平常两个人有了各自的创意和方案,都会先拿出来给对方看,提意见。有时候能达成一致,有时候也会产生分歧,但有另外一种声音总是好的。

赵哲的目标就是有朝一日成立自己的公司,建立一个优秀的陈列团队,服务于多个公司和品牌。为了这个理想,赵哲一直在努力。

坚持理财室工作招聘助理 有工作经验,有上进心,能吃苦耐劳,免费提供家庭财务综合规划,规避财务风险 61686085

生活资讯 郑州最大的实用资讯互动平台 找信息看晚报 刊广告登晚报 信息服务热线:63396000 24小时广告刊登热线:63399000 67655128

4月优惠活动 刊分类广告包半年且一次性付款的客户,免费赠送半年报卡壹张或酒水壹瓶。 刊登分类信息免费在通通有网站 www.totyou.net.cn 同步发布

广告营业部 金成国贸营业部:紫荆山路60号金成国贸大厦1610室 63399000 晚报大厦:陇海西路80号郑州晚报新闻大厦1楼西大厅 67655128

个人征婚, 庆典礼仪, 网站建设, 翻译, 婚介服务, 婚姻医院, 商务礼仪, 注销公告, 物业管理招招标公告