

境外市場時尚經營管理課程培訓

如何面對及管理正在轉型的「時尚供應鏈」之產業，精準組貨與商品企劃，進而促進銷售實績，深入瞭解如何有效經營時尚事業，共同開創時刻跟隨流行時尚的產業新頁！兩天密集時尚經營系列課程，敬請把握此一難得機會，踴躍報名參加！

舉辦時間：2018年7月12-13日(四-五)9:30-17:00 (中午休息1.5小時，無供餐)

舉辦地點：紡拓會17樓第二會議室(台北市愛國東路22號)

適合對象：本活動專為時尚品牌、設計同業特別規劃，適合時尚設計師及品牌企業管理階層，以及品牌設計師參加。

說明事項：費用5000元/人，為提供最佳活動品質，採預約報名方式，名額有限，額滿截止。

交通資訊：搭乘捷運者請由中正紀念堂4、5號出口；開車者請至中正紀念堂地下停車場停車。

洽詢專線：紡拓會時尚行銷處 范雅嵐 電話：02-23417251 分機 2583

日期	時間	開課地點	課程大綱
7月12日 (四)	9:30~12:00 13:30~17:00 6小時 (中午休息1.5小時)	紡拓會17樓 第二會議室 台北市愛國東路22號 紡拓會大樓	1. 從時尚買手到進階時尚風格買手 2. 面對產業轉型的“時尚供應鏈管理” 3. 風格商品開發與精準組貨 4. 高效開設買手制精品店 5. 風格商品展示設計(SMD) 6. 轉型變革中的“科技時尚” 7. 進入全球網路化的“時尚經營管理”
7月13日 (五)	9:30~12:00 13:30~17:00 6小時 (中午休息1.5小時)		

備註：為維護活動品質，主辦單位保有變更課程、講師與保留接受報名之權利！

.....名額有限，敬請把握機會儘早報名

請填妥下表傳真報名(FAX：02-2391-1648)

境外市場時尚經營管理課程培訓			
公司名稱		統一編號	
電話		傳真	
參加者(1)	姓名：	職稱：	E-mail：
參加者(2)	姓名：	職稱：	E-mail：
請略述您針對本次講題希望瞭解的問題：			

紡拓會與買手幫辦理本研討會必須取得您的個人資料，依個人資料保護法規定，於運作期間內將依法蒐集、處理及利用您所提供之直接或間接識別個人資料(應用區域為全球)，該資料於本表單處理結束後轉入紡拓會資料庫受妥善維護。如您詳閱並同意上述內容後，仍願意報名，則視同您同意紡拓會與買手幫蒐集、處理及利用您的個人資料。您可就該個人資料，行使下列權利：查詢或請求閱覽；請求製給複製本；請求補充或更正；請求停止蒐集、處理或利用；請求刪除。如您欲行使上述權利，請來電洽詢紡拓會(02) 2341-7251 轉 2583 分機。

講師介紹：

覃冠豪(買手幫 創始人) 、 魏驪靜(總經理)

I-FBS：International Fashion Buying Service 全球時尚買手服務

買手幫：以專業的“風格買手”服務時尚買手

- 代理原創設計品牌，B2B分銷代理
- 獨創時尚風格買手服務，進行跨品牌組貨行銷
- 輔導定向設計開發，聯名及ODM貼牌行銷

時尚經營管理課程培訓 課程大綱

<p>一：從時尚買手到進階時尚風格買手 如何成為稱職的時尚買手：</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 商品企劃 ② 供應鏈管理 ③ 商品企劃 ④ 買手制行銷 <p>時尚買手的創新功能及角色進化：</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 四大風格元素+商品開發 ② 主題風格商品企劃 ③ 風格商品組貨 ④ 風格商品展示設計（SMD） 	<p>二：面對產業轉型的“時尚供應鏈管理 傳統時尚供應鏈：</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 批量供應鏈模式 ② 從B2B到B2C ③ 生產供應模式OEM/ODM/OBM ④ 存/銷/補與OTB ⑤ BTO/CTO的精簡生產 ⑥ 少量、多樣、快的供應鏈趨勢 <p>快反柔性供應鏈</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 少量、多樣、快的快速反應生產模式 ② 快時尚模式設計與管理 ③ 解讀ZARA/東大門 ④ SPA模式 + 3階段演進 ⑤ 模組化標準化設計協議 ⑥ 電商平臺交易模式
<p>三：如何精準組貨與商品企劃</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 流行趨勢分析與解讀 ② 商品設計配搭：風格四大元素應用 ③ 商品開發與診斷 ④ 跨品類商品組貨原則與技術 ⑤ 四大類18風格，四大類18場景應用 	<p>四：如何開買手集合（Boutique）店</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 市場定位：客群/商品/商圈/預算... ② 商品開發：設計/貼牌/代工... ③ 選款組貨：跨品類風格/主題組貨 ④ 風格形象：形象規劃、風格主題展場設計
<p>五：風格商品展示設計（SMD）</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 產品/品牌形象風格設計 ② 商品靜態/動態主題展示設計 ③ SMD：VMD（視覺陳列）的進階應用 ④ 品牌空間及風格主題展場設計 	<p>六：轉型變革中的“科技時尚”</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 時尚電商與後電商時代 ② 商品開發與科技應用實務案例剖析 ③ 時尚與新媒體分眾媒體 ④ 社群行銷與故事化行銷 ⑤ 新科技與創新時尚應用與商機
<p>七：進入全球網路化的“時尚經營管理”</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 商業模式 / 獲利模式 ② 聯營專櫃制/買手制 ③ 品牌行銷與商品定價策略 ④ 奢侈品管理/快時尚/平價時尚 ⑤ 供應鏈管理 ⑥ 組貨與行銷 ⑦ 科技時尚 	