

2005년에 세파라는 중국의 상해에 들어가 회 해로에 첫 상점을 열었다. 또한 빠른 속도와 원대한 포부로 중국의 각 대도시에서 전면적으로 확장하였다. 세파라는 완벽한 디자인의 매장을 열어 고객들이 자유롭게 발굴하고 시도할 수 있도록 60개가 넘는 뷰티 브랜드를 만들었다. 제품의 종류는 매우 다양하다. 스킨 케어, 다양한 색조 화장, 가장 많고 가장 완벽한 향수 제품 및 목욕, 부속품 등이다. 정식인 입하는 경로, 전문적인 물류 배송, 오픈 마켓에서 동시에 발행하는 신제품으로서 고객들이 SEPHORA에서 가장 신선하고 구전 한 미용 제품을 자유롭게 선택하여 사용할 수 있도록 한다. 이 밖에 SEPHORA는 무료 미용 메이크업 서비스를 제공하고 전문적인 미용 컨설턴트를 제공하며 맞춤형 미용 지도 건의를 제공한다. 다음에 1호점 입점 요인:

1: (SEPHORA 중국 최대 플래그십, 상하이 상양 플래그십이 곧 성황리에 열린다. 상하이에서 가장 부유하고 명성이 높은 난징 서로와 마오밍루 경계에 위치한, 현대적인 감각과 아름다움을 자랑하는 5층 건물에서 12층은 점포 구역, 35층은 세파랜드 대학과 사무 지역입니다. 1600m2 규모의 외벽을 갖춘 상하이 상양 복합 점은 SEPHORA라는 세계 최대 플래그십 중 하나가 된다.)

2: (2005년 4월 28일, SEPHORA는 상해의 회해중로에 첫 중국 전매 상점을 설립하여 SEPHORA 글로벌 최신 표준 백화점의 요구에 따라 설계하고 배치하였다. 특히 그녀의 눈에 확 띄이는 흑백 점 표시와 부단히 갱신되는 상점 배치는 그를 회해로의 아름다운 풍경으로 만들었다. 하지만 유럽과 동시 발매되지 않았고, 중국의 스피란트에서만 판매되는 많은 단독 판매 브랜드를 볼 수 있습니다.)

3: (SEPHORA는 또 중국에서 SkinVitals, Fusion Beauty, For Beloved One, Eisenberg, Diesel, Harajuku Lovers, Esthederm, Rexaline, Guerlain Idyll 등 독점 판매 브랜드를 많이 도입했다.)

4: (점포 승격에서 새 점포는 업그레이드된 설계 언어와 풍격을 운용하여 제품 진열을 더욱 뚜렷하게 할 것이다. 서비스 방면에서는 전속 제품 포장 등을 제공하는 등 회원 서비스를 업그레이드 할 것이다. 소비자들과 가상으로 상호작용하는 'AR'기술, '클라우드'(EC Wall), '가상 메이크업'(Virtual Makeup Device), '미니 메이크업 쇼'(Make-up Mini Show) 등 스마트한 신기술도 도입된다.)

5: (이 집을 깎아 과거 미화장 소매, 덕수궁 고유의 표준 모델은 점포 이미지와 브랜드 상품·서비스·과학 기술 부자연스러운 수, 장면 체험 등에서 모두를 다양화하고, 만원 스톱키 소매 장면 마케팅에 새바람을 불어넣은 전 품종 메이크업 제품으로 망라 50개가 넘는 글로벌 브랜드, 가까이만 종미화장품을 구입은 스킨케어, 화장법 등에 전방위해 소비자들의 다양한 욕구이다)

6: (면접 디자인: 더 밝고 가볍고 여러 공간을 만들어 내는 것이다. 전문 피부 관리 구역과 세면대를 갖추고 있어 손님들이 무료로 셀프 서비스를 이용해 2차 청소를 할 수 있다. 화장: 패션 테마 전시 책상 추가, 최신 뷰티 트렌드 발표: 전문적인 메이크업 환경 뷰티 스튜디오를 만들고, '미니 메이크업 쇼'를 선보여 시즌 최고의 트렌드 메이크업을 선보이고, 미용 강의도 정기적으로 진행한다.)

7: (서비스: 뷰티 플레이 서비스를 이용하는 소비자들은 온라인으로 메이크업 체험을 예약할 수 있으며 전문적인 메이크업 아티스트들이 직접 매장을 찾아볼 수 있다. 이곳에서는 독특한 향수에 글자를 새길 수 있는 맞춤형 서비스와 포장 선물 세트도 제공한다.)

새로기술: 지능화와 디지털 화는이 상점의 가장 중요한 극이다. 1. "클라우드 플랫폼" 기능을

가 진 첩단 거울로 하나의 단추를 누르고 주문을 받을 수 있다.2. 뷰티 투와 함께 한 오미징 스마트 메이크업 시스템 (Virtual Artist)이 있어 디지털 가상 메이크업 체험을 할 수 있다.(3) 지능 피부 보호 전문 구역이 있어 소비자들에게 정확 한 피부 해결방안을 마련 해주어야 한다.4. 또한 스타 가 현실 AR 장치를 보강하고 브랜드 모델과 함께 호흡을 맞 춘다.

그리고 예를들어 손님이 많은 롯데백화점, 신세계백화점, 현대백화점을 선택 할 수 있다.명동 쇼핑 거리, 거창, 신사동 같은 곳에서 말 입니다.슈 브 런 씨는 매년 20% 할인 행사를 두 차례 열고 있기 때문이다.그래서 유량이 비교적 많고, 평상시에 사람들이 가는 손님도 비교적 많 으며, 그 안에는 유럽과 미국의 어린 사람들의 화장품과 화장품을 많이 살 수 있습니다.물론 대중적인 브랜드도 많다. 그래서 화장품 하나를 위해 많은 길을 걷지 않고, 자신이 좋아하는 제품만 골라 사는 경우도 있다.중국 에도 많은 세포 랜드 가 있습니다. 내 가 갈 때마다 많은 고객이 있고, 그것이 많은 고객을 가 질 수 있는 이유는 브랜드 가 전면 적이고, 또 하나는 매장 안에 있기 때문 입니다.이렇게 왔다갔다하는 고객은 끝 릴 것이다.그래서 세포라는 한국에 진출하면 고객들이 많이 들어오는 곳에 만들어야 한다고 생각 했어요.그래서 중국 스플 란 트 1 호 점이 중국에 진출 할 때 고려 했습니다. 주소를 선택하면 상해의 변화 한 길목을 오가는 사람들이 볼 수 있고 또 이렇게하면 손님들이 쉽게 드나들 수 있습니다.동시에 비교적 뚜렷하고 오래 된 민족이 있는 건축물을 선택 하여 비교적 뚜렷하게 만들었다.2는 동시에 5 층의 설계 공간이 결합 되어 있어 고객은 자신이 좋아하는 물품을 구경 할 수 있고 부동산 수요에 따라 상품을 선택 할 수 있다.장식 방면 에서도 풍 격에 따라 장식을 변화시 킬 수 있다.계단 바닥은 붉은색을 이용 해 중국인 고객이 선호하는 색상이 므로 한국 인의 취향에 맞게 다양 한 요소를 넣을 수 있다.또한 블랙 화이트 색상으로 고객을 더 끌어 당길 수 있습니다 3. 동시에 중국 고객의 요구 사항을 설정 할 수 있는 다양 한 서비스와 제품.4. 직원 선택 에도 엄격하다. 고객이 만족 할만 한 서비스를 받기를 바 람다.5. 다양 한 국가의 제품에 가입 하여 다양 한 선택과 체험을 할 수 있습니다.새로 운 기술에 참여 하여 한국 지점들에 새로 운 놀라움을 선사 합니다.다른 지점들과 다르게 만들 수 있습니다.

그리고 상하의 있는 세포라 1호점을 사진을 찾았습니다.