

岳露露化好妆后匆匆赶到前台,招牌式的微笑挂上脸颊,露出八颗洁白的牙齿,面向走近的顾客,一声“欢迎光临sisley!”开始了一天的工作。两天前刚刚从公司总部巴黎出差回来的岳露露没顾得上休息,就马上投入到柜台的彩妆展示活动中,脸上不免透出疲惫。

化妆品专柜BA(美容顾问),被誉为服务行业的“空乘”。她们拥有漂亮的着装、完美的妆容、优雅的身姿、姣好的容颜,还有一点是鲜有人知的——不菲的收入。商场一线品牌的BA平均工资为六七千元,销量好的优秀BA月薪过万,即使是二线品牌最差的BA月薪也不会低于3000元。

BA有如商场服务业“空乘” 美丽背后别样艰辛

撰文:曾茜 摄影:决波 顾雯芳(实习)



“笑靥如花”第四回合

“空乘”

的光鲜与美丽

岳露露已不是第一次去巴黎了,她告诉记者,sisley专柜的每个BA都去过巴黎。而她这次是和全国的十名优秀BA,随同sisley的总裁及亚太区总裁到巴黎考察学习。除了参观公司总部之外,同时拜访了sisley的品牌创始人的后代:法国贵族多纳诺伯爵及伯爵夫人。

身处这个行业,BA们对美丽往往有着更为严格和挑剔的要求。作为柜长,岳露露按照公司规定要求所有员工必须在家里化好指定妆容,到商场就能全妆上岗,只有在气温达到三十七



八摄氏度的夏季才例外允许员工到专柜来化妆。“作为BA,首先要自己美,才能让顾客相信我们的品牌能让她变美。”Dior的BA夏君也深有同感,Dior每个月都会推出一款新的妆容,BA们的衣服、彩妆、手表,甚至指甲的颜色都会被要求统一,配合当季主打,并与品牌的形象相贴合。

受职业影响,生活中的BA们也更懂得怎么让自己变得更美。夏君对化妆品的选择非常挑剔,她表示一直都没能找到一款适合自己的眼霜,“眼部的肌肤很薄很脆弱,所以我不敢随便试用很多产品,一直都没有找到适合我的肤质,并且能明显改善我的黑眼圈、细纹及眼袋问题的眼霜。”除了外补肌肤,夏君同时内服“健康食品”:维C、胶原蛋白、美白素……赫莲娜柜长王雯也是一个保养高手,因为每天都上彩妆,所以卸妆起来要特别细致,“眼部、唇部、面部要分别卸,用了卸妆油后再用洗面奶,同时每天都会严格地做完整套护肤步骤。”下了班,王雯会去健身房游泳、跳舞、跑步,在身体机能变好的同时促进皮肤代谢。

美丽

背后别样艰辛

专柜前,BA们个个笑靥如花,人们却不知这笑容背后掩藏了别样的艰辛。“碰上忙的时候,没有精力和时间照顾到每个顾客,就会有人投诉我们傲慢,戴有色眼镜。有的顾客是带着情绪来买东西的,心情不好甚至会发泄在我们身上”,夏君就有过被顾客责骂的经历,她委屈得直掉眼泪,但哭完了还是要带上笑脸回到柜台前。

“干我们这行,商场和品牌对服务的要求特别严格。不管谁对谁错,只要和顾客发生纠纷,都会把责任记到BA头上。”所以即使顾客是在无理取闹,BA们也只能深藏自己的愤怒和委屈,用微笑来化解顾客的不快。因为化妆品是特殊商品,品牌规定只要不是质量问题概不退换。按照商场程序,只有市级以上医院出具过敏证明才能退换。但这一点很多顾客不能理解,由此发生不少纠纷,BA们有苦难言。

“蹭妆”一族在化妆品专柜已经不是什么新鲜事了。每个BA都碰到过前来蹭妆的顾客,夏君告诉记者,平均下来她每个月都要接待十来个,“为顾客化一个彩妆是比较花时间的,而我们每个BA每天都有销售任务,在为她服务的时候就意味着放弃别的顾客。”但BA们心里的焦虑和无奈绝对不能流露到脸上,因为这关系到品牌的声誉,夏君只能在心里安慰自己“化完这个妆,接下来的销售会更好”,或者“虽然她今天不买,但以后会买的。”

打破

“青春饭”的咒语

走进商场会发现,BA大多年轻靓丽,过了35岁,基本就到了“退休”的年龄了。换句话说,BA这行其实是碗“青春饭”,那么青春过后,这些BA何去何从呢?

极少数优秀的BA能够得到公司内部晋升的机会,升职为销售主管或者经理。如果是这样,BA就能得到比较稳定的发展前景。但这种机会毕竟是少数,外资化妆品公司中国总部都在上海,他们更愿意把机会留给上海本地人。就算是南京的BA有机会,也不愿意在想要安定下来的年龄只身去上海。所以,上了年纪的BA多半会遇到发展瓶颈,因为三十多岁已经不是转行的好年纪。“其实出了这个圈子,再跳到别的行业的BA很少。多半BA会自己做点生意,或者回家相夫教子了。”夏君告诉记者。

娇韵诗BA金晶却表现得非常乐观,“不谦虚地说,我们所接受的培训在整个服务行业都是位于前列的。以后再跳槽或自己做生意,都不会遇到太大的障碍。”为了有更好的发展空间,很多BA都开始为自己“充电”,中专毕业的娇兰BA郝韵和高中毕业的柜长周春雪刚刚通过大专在读的考试,开始了“半工半读”的生活。周春雪告诉记者,她以前的两个同事就因表现优异升为公司的部门主管了,她也希望能通过学习不断充实自己,获得更好的职业发展。

“中国钟表第一展” 迎来二十华诞

素有“中国钟表第一展”美誉的中国(深圳)国际钟表珠宝礼品展览会于2009年7月2日至5日在深圳举行,展会汇集中国大陆、中国香港、中国台湾和日、韩、欧美等20多个国家和地区的400多家参展企业以近1000个展位展出,并吸引了全球来自30多个国家和地区近4万人次到会参观采购。2009年,“中国钟表第一展”二十华诞之际,也是中国钟表产业升级、谋求国际化进步的重要时刻。此次展品包括国际、国内品牌手表、机芯、时钟、电波钟表、数码信息历、钟表配件、钟表设备机械、流行饰品等,充分显示了巨大的市场能量和精密制造业优良便捷的生产配合能力。

值得一提的是,在此次展会上,世界饰品巨头施华洛世奇和中国领先的手表企业依波精品正式合作签约,携手将首个全系列天然宝石珠宝腕表高级品牌KANA引进中国市场。



美式时尚Coach 落户南京金鹰

近日,Coach宣布中国南京的新专卖店隆重开幕,新店位于南京金鹰国际商城一层,由Coach建筑设计小组依照总裁及创意行政总监Reed Krakoff先生之创意意念设计而成。

此新店专门销售各类Coach的产品,在让顾客品味Coach品牌的多样、细致和品质的同时,全面了解公司的时尚生活方式旨趣。Coach将注重细节之传统融入店面设计,墙身用上威尼斯式石膏墙,地面选用意大利上等亮白的Calacatta云石。店内布局以清新亮白的奶白色枫木家具为主,新店陈列架上镶钢作为组合主杆。亮丽的设计务求为顾客提供简洁优雅,开阔舒适的购物环境。超过65年的Coach一直是美式时尚的经典,如今,Coach公司的营业额达到32亿美元,提供新颖时尚的产品,是创新、品质、可靠,以及真正与众不同的美式风格的代表。

快报记者 决波/摄
图:名模孙菲菲在金鹰Coach店铺内



人头马VSOP“用心跳” 韩国情歌王子李玖哲带动心精彩

近日,人头马VSOP“用心跳”劲舞派对,为盛夏夜的南京奉上了一场动感活力的视听热潮,将夏日的热情融入南京玛索东宫酒吧的时尚舞动之中。当晚,人头马VSOP不仅带来香醇的干邑,更携手韩国嘻哈小子李玖哲,以其优美及独特的中低音,将都市人的激情加热至高燃点!

人头马乃特优香槟干邑专家,一直被誉为干邑品质、形象和地位的象征。而拥有丰厚口感和扑鼻芳香的人头马VSOP,始终致力于为全球时尚人群奉献最具活力的派对,共同分享“用心跳,带动心精彩”的生活态度。无论是工作还是生活,都要用心去追逐梦想,用心去体验过程,用心去阐释我们张扬的青春与活力,舞动每一步,带动出别样的精彩人生,展示个人独特的生活态度。

“边吃边减重” 慧俪轻体登陆南京

近日,世界领先的创新式健康减重教育机构——慧俪轻体正式进驻南京市场,首家中心地址在中山东路18号国际贸易中心大厦10楼,另设地铁推广区位于新街口地铁。

据慧俪轻体总经理陈宝金透露,在慧俪轻体的全部会员中,总共减重超过7600多斤的体重,平均每周每人减重0.44公斤。其中,严格执行减重方案的会员平均每周减重0.57公斤,而那些对减重方案执行得比较松散的会员,平均每周也能减重0.25公斤。慧俪轻体提供的创新式全方位减重方案,完全按照您的生活习惯和饮食喜好而量身定做,帮助您养成健康的生活习惯。来到慧俪轻体,专业的导师将教授您科学的减重知识和实用的减重技巧,并为您提供结合了饮食、运动和生活习惯等全方位立体的体重管理方案。



潮流志