# 化妆品形象培训讲师培训方法

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2025-07-18

*第一篇：化妆品形象培训讲师培训方法培训方法针对不同群体的培训一、团队培训针对于省级代理商，拥有专业的销售团队的培训。专业知识、化妆技巧、销售技巧、对产品知识，竞品的资料都有详细的了解。在培训这样的团队，我们需要以补充式和人性化的方法来对其...*

**第一篇：化妆品形象培训讲师培训方法**

培训方法

针对不同群体的培训

一、团队培训

针对于省级代理商，拥有专业的销售团队的培训。专业知识、化妆技巧、销售技巧、对产品知识，竞品的资料都有详细的了解。在培训这样的团队，我们需要以补充式和人性化的方法来对其进行培训。

A：互动的方式进行（首先询问了解大家的工作经验，了解的品牌）

B：强调团队的重要性(做团队比赛的游戏，让大家知道团队的能力要大于每个人的能力)，这样才能使每一次的工作都有很大的效益

C：团队人员了解产品，对产品进行使用（在使用的过程中询问对产品初步的了解并关联公司的背景和知识进行补充说明）

补充说明：

1深度

\*对化妆品行业的分析、以及专业知识

\*对皮肤知识、皮肤问题的初步认识，不同肌肤的区别

\*化妆品英语（基础）

\*行业分析（各品牌的理念，热销系列/单品，销售政策）

\*化妆品发展史（针对每个时代的不同）品牌意识

\*与其他品牌的差异（普遍品牌：美宝莲、卡姿兰、玛丽黛佳、爱丽、兰瑟、mybox）

\*分析每个品牌与自己品牌的区别（产品质量、理念、销售政策、以及产品规格，价格、季节性的主打产品，代言人的风格）品质认可

\*销售过程中对自己的品牌有信心，这样在销售过程中，与顾客的沟通才是有力的，有说服力的。

\*在不诋毁其他竞品的同时 分析竞品品牌的优势，劣势。（当顾客问到与竞品的对比时要巧于回答）

4：库存分析（店里其他品牌与自己品牌）

\*该地区热销品牌、产品

\*该店主卖单品分析（品牌广告主打单品效应）

\*该店每个品牌的滞销单品

总结以上几点合理分配自己品牌的热销产品和合理的库存（比如美宝莲主打睫毛膏、眼线膏，玛丽黛佳主打睫毛膏和眼影，店员在介绍时就可以连带dodo的底妆产品和卸妆产品）

二、店铺销售人员

针对于在各个精品店，或者柜台销售人员的培训。这部分人群的销售经验很丰富，可是对于化妆技巧是很薄弱的。所以在培训过程中，我们可以针对于化妆技巧以及产品知识与销售话语的结合进行重点性的讲解。化妆技巧

对于店铺销售人员，我们要对不同人的化妆技巧，对产品的使用进行着重的讲解。包括在培训过程中，我们可以让销售人员互相练习，以及一些化妆技巧的讲解。产品知识（品牌意识）

店铺销售人员，对品牌意识的培训很重要。因为一个店铺里店老板代理的品牌很多，如何让销售人员都来销售我们自己的品牌呢？

\*dodo品牌的优势

\*与店员建立良好的友谊关系（包括留下对方的信息）

\*不断的与店员和店长保持长期的联系，以便每次询问工作的问题

3：知识与销售过程的结合A:“你好，欢迎光临dodo彩妆，有什么需要了解的么？”

B:“我看下BB霜”

A:“您是想要什么效果的，我看您的皮肤底质还是很好的，dodo有一款四合一的BB霜非常适合您”（首先要学会观察顾客的皮肤状况，最好是美导能一眼看出顾客的需求）B：“我皮肤就是有斑，想要自然点别太白的，你这个是什么效果的？”

A：“我可以给您试用下（单手体验;从卸妆霜开始，这样我们有机会连带销售，如果顾客要求脸部试用就要半边脸体验流程），这个是大米保湿卸妆霜，在韩国非常流行的卸妆方法，在给你按摩的同时能很好的卸除掉皮肤深层的污垢，您看只需要湿纸巾一擦您手上还是可以擦出脏东西的，这个是可以不再用洗面奶的，而且还可以当营养霜使用，皮肤只有非常滋润了底妆才上了非常自然（顾客如果没接触过底妆，就接下来打BB霜，因为再使用隔离有些顾客会觉得麻烦）这款BB霜是韩国原装进口的，只需要黄豆大小就可以打得非常均匀，还可以根据皮肤的温度调节适合您的颜色，您看下两只手的对比（或者半边脸），皮肤是自然地透亮，不会假面，毛孔也遮瑕的非常细腻，最后再用散粉定妆就更好了，这个红色恋人散粉是dodo最著名的明星使用的散粉，可以保证您一天从一而终的美丽，这个也是我们要具备的，因为我们皮肤出油缺水了，工作八个小时花妆就不好看了，您觉得效果怎么样呢？我觉得很不错

B：“这个可以补水么？我有斑，脸干啊，而且美白的东西不都干么？”

A：“您也可以带上大米保湿卸妆霜，大米的成分是很有营养的，以前没钱的人不就是用淘米水洗脸美白淡斑，它就是针对干性皮肤设计的，而且BB霜现在流行的是自然遮瑕，也省了你打隔离的时间，多效合一还有15倍防晒，女人现在不能嫌麻烦，否则这辈子女人就是输给了时间了，以后再用再多的钱也弥补不了了。您说是吧”

B：“那我还要粉么？我的脸都这么干了”

A：“这个定妆粉是所有品牌中最好的，它是透明散粉，有补水的效果，因为主要就是防止脸部化妆，因为你的脸缺水才会干，您平时使用的水乳两小时后肯定会流失的，所以这个很百搭，可以和您家里任意产品搭配的。这些是最基本的，您回去坚持用，您会发现您的脸部班会淡化的，而且皮肤会变好，因为dodo是养肤的彩妆”

B：“那好吧，我买这么多有什么送的？”

A：“我可以送您香水，唇膜或者眼膜，这是您的票，我给您现在备好货给您找我们赠送的产品好么？

（为了避免顾客不满意赠送的产品，我们争取先让顾客交费，还有我们要强调dodo购买的产品高于赠送的，不要因为赠送的东西而购买）

三、店铺个人（店铺老板）

有的店铺是老板自己在经营，做销售。这部分人群销售能力很强，知道的品牌也非常多，她们比较在意的是产品的后期服务和产品所带来的利益，但是对于化妆以及产品知识可能只是略知一二。

在与老板沟通时要强调dodo的效益性，我们的一举一动也是最能让老板看在眼里的，所以

我们的服务要到位，最终老板对dodo的态度，就是服务和利益

对老板技巧的培训手法、话术

底妆手法：半边脸、单手体验流程。这两个步骤是最快速体验我们产品的方法 也是最快速了解产品的途径。

眼影搭配、色彩的搭配如何介绍产品

这一个过程重点在下店指导培训，培训老师在销售过程中让销售人员是要让销售人员了解，产品的卖点、成分等产品知识。这样一方面可以让销售人员更加专业的为顾客选购一款适合自己的产品，另一方面也是在对销售人员增加品牌意识。对顾客类型的分析。了解顾客的类型，可以更加快速成交。针对不同顾客，利用不同的销售技巧，促成销售邀约技巧。店铺老板一般很少会去邀约顾客，这样会丢失很大一部分潜在顾客。所以我们要利用DM单、销售赠品（小样、体验装）来吸引顾客。让顾客走进店门，了解产品。

四、员工培训

这一部分最主要是针对公司内部人员进行培训。入职培训

刚入职的员工对公司、产品都欠缺了解。甚至都没有接触过彩妆，所以这一部分人群需要我们利用最短的时间 最快速的方法来进行培训。让其迅速了解公司，产品。需要培训师整理出一个公司、产品有关的简练，精要的培训资料。

基础培训一

\*基础化妆以及化妆的重要性

\*化妆步骤以及产品试用技巧

\*自己体验产品

\*dodo公司介绍

\*dodo产品介绍

\*使用感受

\*总结dodo四大明星产品

基础培训二

\*dodo的技术优势

\*dodo与其他品牌的对比

\*dodo单品与其他品牌的对比的优势

\*单品搭配连带销售。不同顾客的分析（针对客服）

\*不同顾客询问的回答方式、色彩的搭配、流行趋势（针对客服）专业人员

专业人员是指进入公司，对化妆品、销售技巧有深刻认识的员工。这一部分员工，我们需要让其了解产品知识、产品卖点等一些知识外。还要对目前流行趋势进行讲解。作为一个跟化妆品有关系的专业人员必须在第一时间了解到时下的流行趋势

如何带领团队

\*团队的合作培训、团队之间的沟通

\* 日常销售跟进（填写报表）

把具体任务分解到每一天，确认工作。及时了解每日销售情况（针对自己的区域）\* 活动销售跟进（填写报表）

确定活动的总任务前了解（包括每个店有的所有的品牌，销量的品牌，单品，销量，其他品牌的活动政策，活动人员，赠送产品都要了解）

分配每一天的任务，每一个人的任务，把具体任务分解到每一单销售中，确认工作。对每一单的销售要有详细的了解，对销售技巧，连带技巧进行分析。

最重要的是带领团队的人要把自己所有懂的技巧系统化的传授非每个团队的成员，并且能很好的管理每个成员，使团队变成最有纪律性的团队

**第二篇：员工形象礼仪培训讲师**

员工形象礼仪培训讲师

员工形象礼仪培训讲师:谭小琥

谭小琥老师

老师介绍：

品牌策略营销专家

清华大学特邀讲师

世界华人500强讲师

中国金牌管理咨询师

国际注册企业教练（RCC）

授课风格：

演说家的风采、战略家的气度、理论家的才华。

谭老师的培训课程：理论与实践相结合，非常有效，使我们受益很多。

——中国移动集团

讲师风格个性化，易听；易懂；易执行。

——南方石化

谭老师很多实用的方法能直接用到工作中，在很大程度上提高了我们的沟通效率与管理能力。我们会再请谭老师给我们进行三天的培训。

——绿城集团

告别理论讲教、推崇实务操作、亲历案例分享、实战经验传导。

——中海石油

谭老师是集演说家、战略家、学者型于一身的魅力讲师！

——联邦家居 课程特色：

培训师讲授与学员训练相配合；案例教学、分组讨论、互动游戏、情景练习等相结合。

课程对象：

企业员工 课程目标：

通过培训使学员全面掌握商务活动中的各种礼仪，适应日常商业场合的商务礼仪要求；从细微之处体现您对他人的尊重；了解接待客户的礼仪细节；

掌握日常工作淡妆的过程与技巧；塑造良好的个人职业形象和企业、机构形象，赢得客户好感，在竞争中脱颖而出。提高商务礼仪素养、提升个人整体素质，给人留下深刻的第一印象熟悉与全面掌握商务场合及人际交往中的各种商务礼仪规范

熟练掌握基本的电话礼仪;掌握基本的社交礼仪;

课程大纲：

第一章：重新认识自我（礼仪的作用）

关于礼仪

现代竞争的附加值，人际关系的润滑剂

我为谁而工作（“谁给我发工资”的启示）

打造阳光心态（青蛙现象解析：生于忧患、死与安乐）培训方式：分析、讲解

第二章：职业形象塑造

一、仪容仪表规范

女士化妆修饰的礼仪

女士谈妆的基本要求

工作淡妆的步骤

仪容修饰的要求

头发的美化

面容的修饰

二、举止仪态规范

手势

站姿与走姿

坐姿与蹲姿

举止禁忌

三、表情神态

眼神运用的技巧

微笑的训练方法

三、着装

着装的TPO原则

西装礼仪

领带的礼仪

鞋袜的搭配常识

首饰、配饰的使用规范

手表的选择、皮包的选择

培训方式：分析、讲解、提问

总结：

1、自我形象检查

2、着装配色表 培训方式：讲解、演示

第三章：常用交往礼仪

一、谋面礼仪

称呼的基本要求与礼仪规范

介绍的分类,自我介绍的礼仪规范

第三方介绍的要求与顺序、举止与规范 为团体介绍的顺序、要求与禁忌 致意的种类、方法、规范与禁忌

名片的索取方式、交换及递接规范及禁忌 握手的顺序、场合运用、规范与禁忌等

二、拜访、交谈礼仪

拜访的形象要求与规范、拜访基本礼规 交谈的基本要求、原则、禁忌

电梯和乘车礼仪

电梯进入顺序规范、电梯内礼仪规范、等候电梯规范、轿车位次规范、乘车仪态规范、乘车禁忌等座次礼仪

会议座次礼仪规范

谈判座次礼仪规范

签字仪式座次礼仪规范

宴请座次礼仪规范

第四章：电话礼仪

一、打电话礼仪

什么时候关机合适

端正的姿态，清晰的声音

通话三分钟原则

打电话谁先挂

二、接电话礼仪

铃响不过三下

认真清楚的记录

有效电话沟通

对方要找的人不在时

接听私人电话时

培训方式：讲解、分析、示范

第五章：宴会礼仪

一、中餐礼仪

宴会筹备

餐桌安排

位次安排

餐具的使用

二、西餐礼仪

上菜的程序

餐具的使用

进餐的守则

餐巾的使用

培训方式：分析、讲解、综合第六章：商务礼仪礼仪五步训练法 看——观察客户的技巧 听——拉近和客户的关系 笑——客户更愿意接受服务 说——客户更在乎怎样

动——运用身体语言的技巧

**第三篇：化妆品培训**

化妆品问题咨询 1.为什么同一款香水香味会不一样? 有以下几种可能。

 同一品牌的同一款香水也会分成不同的型号和香精浓度，比如Dior j’adore迪奥真我香水，就分为淡香水、浓香水、香精等，包装及瓶身仅有细微的不同，在购买时候可以仔细BA或者仔细看清包装盒上的标识。 某些香水会推出季节或者限量版，比如娇兰的爱朵，每年都会推出一款限量版香水，瓶身几乎一样，但在香调上做了些许的调整，加入了不同的香料元素，在基调相同的情况下香味的层次会有所变化。

 即便是完全相同的香水，在不同的部位使用所呈现出来的香味也会有细微的变化，比如喷洒在手腕、耳后的香水，其气味会随着体温的不同而不同，喷洒在衣物上的香水则会由于纺织物的布料而和喷洒在身上的香味有轻微差异。另外，如果没有进行合理的保存（存放在避光、通风处）或是过了香水的保存期限，气味自然也会有所不同。

 大部分的香水为复合香型，因此分为前调、中调以及后调，香味会随着时间而慢慢变化，前调的味道最为直接，然后转化成持续时间最长的中调，最后以柔和的后调收尾。因此，如果闻到了别人身上的香水，但和自己买的不一样，有可能是香味调性上的差异。

2.为什么包装会有不一样?  进口化妆品的包装会随产地的不同而有所差异（大都发生在水货化妆品上，由于水货的进货渠道可能于行货不同，所以包装会有区别）。 化妆品的更新速度很快，通常每隔一季就会推陈出新，每次更新都会更换新的包装，因此今年买到的同品牌同系列的同一款产品就可能和去年买到的包装有所区别。

 某些品牌会根据不同的销售渠道制定特别版的包装，比如在机场免税店常常可以买到组合套装或是仅限免税店购买的大容量版本，而普通销售通路则无法购买到。

 品牌推出的限量版包装。（套装，季节限定版，容量加大版等。）3.香水的留香时间是多久? 不同的香水浓度留香时间有所区别。古龙水的香精浓度最低，留香时间大约为3小时，淡香水的香精浓度稍高，可以留香5小时左右，浓香水则可以达到8小时以上的留香时间，香精则可以持续数天。4.我买的香水怎么和刚买时的味道不一样是不是坏了呀? 是否按照规定的方法保存了？是否过了有效保存期了？是否拿香水的后调和前调做比较了呢？（与第一题同理）5.购买到的商品怎么去辨别真伪? 真伪的辨别非常困难，因为即便是同一款产品由于产地和生产批次的不同，香味和质地也会有些许的变化，而我们又无法从成品中识别产品成分。这里介绍的几种简单的方法，但并不能百分百鉴别真伪。

 购买的产品如在品牌官网查无此物，则有可能是假货。这里指的官网不仅是国内中文网站，还包括该产品所推出的国家的官网，比如倩碧针对日本推出的产品，则去倩碧日本官网查看。例外：该产品已停产下线。鉴别指数：80%  专柜BA没有为你鉴别真假的义务，即便鉴别也仅仅凭借个人经验，考虑到你的产品并不是在此柜台购买和销售压力，而对于那些国内暂未上市的产品BA更是无从鉴别，因此专柜BA的鉴别也存在许多个人因素，仅可作为参考。鉴别指数：60%  比较靠谱的做法是去专柜索要该产品的小样（不是在柜台试用样品，因为样品被很多人使用过且由于灯光，空气的污染，质地和香味可能已经发生变化），并在柜台对比产品包装。尽管产品质地、香味会随生产批次不同而有细微的差异，但主香调是不会变的，如柜台的小样香味是花香型，但购买到的产品却是水果香，则可能购买到假货。质地也可如此分辨。通常包装作假很容易，因此包装上的比对更要细心。例外：该产品和柜台售卖的不一致（同款产品的升级版或国外版。）鉴别指数：90%  去可靠的，值得信赖的销售渠道购买化妆品。毕竟买化妆品很大程度上是心灵上的愉悦，如果不断纠结于真假，那即便购到的是真品，在对它没有足够信任的情况下，保养品依旧无法发挥真正的效果。总结，疑人不用，用人不疑。鉴别指数：100%

6.常用的化妆品为什么会过敏? 夏天要穿薄纱，冬天换上羽绒服和秋裤，肌肤也是一样的道理！不同的季节不同的温度不同的气候，肌肤所需要的东西也不同，如果一年四季都使用相同的产品，就像一年四季都穿一样的衣服，必然会引起肌肤的不适。因此根据不同的季节以及不同的肌肤状况，选择适合的产品，才能让肌肤长久保持靓丽。7.购买到的化妆品是否能有个提示适合哪种肤质使用或者以免出现过敏?

仔细阅读产品包装和说明书，不同的化妆品上都会注明适合什么肤质使用，或者在使用时候需要注意的地方。8.美白的产品可不可以混搭品牌使用？

如果想要起到最好的美白效果，建议全套使用，因为不同的产品之间成分能够互补，协调作用，将美白效果最大化，同时避免成分的冲突导致的效果降低和降低刺激、过敏风险。或者可以在基础护肤的前提下混搭一道美白精华的步骤，起到提亮、美白的效果。值得注意的是，不要同时混搭使用不同品牌的美白精华，因为精华有效成分浓度含量高，而美白产品通常会有些许剥落角质的效果，超量使用会使肌肤变得脆弱，人为增加敏感的几率。9.几种防晒产品同时使用，只有最外面的防晒系数才是最终的防护结果吗？ 不，在叠加不同防晒系数的产品时，最终呈现的防晒效果是最高指数的那个。但要注意的是防晒必须擦够规定的量，否则无法达到瓶身所示的防晒指数，如果觉得大量使用防晒肌肤会变得油腻不透气，则可以选择带有防晒指数的面霜（乳液）+防晒霜+带有防晒指数的底妆这样的叠加方式，以相互弥补涂抹量的不足。

10.我用了防晒品，为什么还会变黑？

瓶身所标识的指数是在每平方厘米涂抹2毫克防晒霜的量的基础上测得，普通成年人一张脸大约要涂抹一元硬币大小的量才够，一般是普通涂抹面霜的三倍。假设在每平方厘米的皮肤上只涂抹了1mg，那SPF30的指数是不是只剩SPF15了呢？不！少一倍的防晒涂抹，防晒指数不是减半而是被开方，SPF30的防晒指数只剩下5.47，如果你还是以涂抹面霜的方式在涂抹防晒，那也难怪会被晒黑了！另外，是否注意到你的防晒霜有足够的UVA防护能力呢？UVA是造成肌肤老化、变黑的元凶，防晒霜上的PA标识表示对UVA的防护能力，+越多越高，而欧美系的防晒产品则以PPD和UVA标识来表示该产品具有防护UVA的能力。在购买时要注意。在出汗，或擦拭过肌肤后，要及时补充防晒，才能保证防晒的有效性。11.精华应该什么年龄用，年轻皮肤要用精华吗？

根据不同的肌肤状况（注意不是年龄），选择不同的精华使用。40岁的人也可能有粉刺的困扰，这时就需要选择能够清脂控油或是局部对抗粉刺痘痘的精华使用；20岁的人也可能会被细纹或松弛纠缠，这时则可以选择具有提拉紧致效果的精华使用。因此，根据你当下的肌肤问题，选择相应的精华产品才是关键，和年龄无关。

12.怎样选粉底，既能贴合肤色，又能提亮？

最佳的底妆色号应该是能和肤色完美融合在一起，又有足够的遮盖力，兼具轻薄和透气，不会产生厚重的感觉。如果在两个色号中实在难以抉择，选择比肤色亮一号的能够在视觉上减少年龄感，而选择比肤色深一号的可以塑造小脸的效果。含有珠光的底妆能有提亮效果，但也容易造成视觉上的油腻感。最好的方法是准备一款贴合肤色的底妆产品，再加上一盒能够起到提亮和调整肤色作用的蜜粉，搭配使用才能让妆容更加精致完美！13.使用化妆品后会出现过敏，一定是化妆品的质量问题吗？

几乎所有的化妆品在研发时都经过过敏性测试，但就像世界上没有两片相同的叶子一样，每个人的皮肤肤质也是千差万别的，因此并不能保证化妆品对所有人都不产生过敏。所以，使用化妆品发生过敏并不一定是化妆品的质量问题，可能是你的皮肤对其中的某种成分不耐受，如果是敏感性肌肤，建议在使用新的化妆品之前先在耳后或手腕内侧进行测试，24小时后没有过敏反应再使用在肌肤上。

14.不同品牌的化妆品是否可以混用,混用后会出现什么其他的症状吗? 如果不能混用的话，护肤的乐趣也失去一大半了吧！大部分的产品可以混用，但要注意，酸类的产品不能叠加使用，比如已经使用了果酸，就不能再使用水杨酸，因为这两样产品的PH值都很低，叠加使用会过分去除肌肤角质，反而造成更多的肌肤问题。另外，混用产品要记得在每一道护肤工序结束后稍等2～3分钟，让产品被肌肤充分吸收后再涂抹下一层。最后，一些添加的高分子胶的产品在和其他产品叠加混用时可能会出现“搓泥”的现象，因此如果对自己选择的产品没有足够的认知，最简便的方法还是全套使用。（补充部分请见第8题）

15.有的化妆品用完为什么会感觉刺激皮肤? 严格来说，任何会使皮肤产生刺痛的产品都说明对肌肤产生了刺激，哪怕持续的时间很短。如果常用的产品之前使用都没问题，突然发现使用在肌肤上有刺激感（刺痛感），则可能是肌肤出现了问题，也许因为季节的关系出现了敏感，或是有了肉眼不可见的小伤口，这时最好停用会产生刺痛感的产品，仅用矿泉喷雾及甘油作为基础保湿。一些添加了薄荷类成分的产品会让肌肤感觉凉凉的，其实长久使用会造成肌肤炎症，但短期内会造成清凉、舒适的感觉，需要根据个人需求使用。

16.生产日期在哪里查看?保质期有时多长时间? 我国法规规定所有的化妆品（国内正规行货，正规途径进口的国外化妆品）都必须在包装上注明生产日期或限制使用日期，各个品牌的产品保质期由品牌自己决定，并没有严格的规定。一般产品开封后由于接触到空气会产生氧化，有效成分便会慢慢失效，即便在标识的保质期内，也建议尽快用完。17.会不会因为一些外界原因(比如高温/气压问题)引起化妆品出现变质? 会！化妆品要常温，通风，避光，避免过多和空气接触。特别要注意不能被日光直射，紫外线会直接破坏掉产品中的有效成分，造成产品变质。不要将化妆品放在浴室中，因为水汽也会造成产品污染，开封后要尽快用完，以保证产品活性成分的有效性！

18.不同类别有色号的商品(例如唇彩、眼影、粉底液、粉饼类产品),色号在什么地方怎么查看？

产品包装上都会标注色号信息，仔细找一下，有的在瓶身正面，有的则在背面标签上。

19.怎么去区分那个色号代表的什么颜色？、每个品牌的色号规则不一样，有的甚至没有规则可循。以BOBBI BROWN的底妆为例，国内售卖的颜色范围从0～4号，每0.5为一个颜色跨度，0号色最浅，4号色最深，而彩妆则没有色号规则，这也仅仅是该品牌自己的色彩规则，和其他品牌无关。所以，买彩妆时最好先在脸上试用，了解到该颜色在自己脸上呈现出的真正颜色效果，再决定购买，20.面膜可以天天用么？

根据不同的面膜效果，和材质，使用的频率也有所不同，一般美白、抗老、去角质等特殊效果的面膜不建议每天使用，而仅起到补水作用的面膜则可以天天使用。织布式的面膜不建议每天使用，凝胶状的涂抹式面膜和晚安面膜每天使用也没关系。最好根据产品说明书标识的使用频率使用。21.为什么我拿到的商品和我之前在香港买的包装不一样？

不同产地的化妆品包装会有变化，香港的售卖的产品可能和内地售卖的产地不同，因此包装会有区别，详细请见第2题。22.一般化妆品是不是原包装？哪些品牌没有原包装？

原包装指的是？有的产品有盒装，有的仅为塑封，有的甚至连塑封都没有，有的产品有封口，有的则没有。不同的品牌产品包装都不尽相同，不能因为没有塑封或没有盒装就怀疑产品品质。但所有的产品都应该和出厂时的包装一致。

23.你们网站上所标注的原价，是指什么价格？ 原价一般指国内柜台售价。

24.防晒值怎样算？比如防晒值为30的护肤品，防晒效果大概是几个小时？ 美国食品药物管理局规定，SPF值表示对抗UVB的能力，SPF1=15~20分钟，SPF30则约为7.5小时。我国规定，SPF大于30的产品，一律标识为30+。

25.防晒霜如果今年夏天没有用完，明年还能接着用么？

可以，防晒霜由于要起到防护紫外线的作用，因此活性成分很低，不容易因为光线、空气等外界条件而产生分解，所以只要在保质期内，通风、避光、常温保存的防晒霜隔年使用也是完全没有问题的。但防晒是一年四季都要做的事情，没理由一瓶防晒不用完藏到隔年用。26.隔离和防晒的区别？ 隔离霜是很多年以前品牌炒作的概念，没有什么东西能够真正隔离脏空气、彩妆或是辐射，最应该“隔离”的其实就是对肌肤伤害最大的紫外线。带有防晒指数的“隔离”产品只要能涂抹足够的量，完全可以当作防晒霜使用。两者没有本质的区别。而防晒产品大都有轻微的润色效果，也可以作为妆前下底使用。两者没有本质的区别。

27.买套化妆品送人，不到30岁可以送抗衰老的么？

最好询问对方的肌肤状况，再选择相应的产品。通常来说，女性30岁时已经会出现细纹，松弛等老化现象（27岁就应该开始将保养品换成具有初期抗老效果的产品），应该及时使用含有胜肽、维生素A等抗老化成分的产品 28.为什么我收到香水的时候，没有拆开包装，从外边摇感觉里面盖子都是松动的？（之前有接到过400，顾客收到香水后没有打开包装，从外边摇晃，觉得辔头松动两次拒签，要求将该商品再发个新的，发货前检查是否有松动）。产品在运输过程中可能会出现包装变形，内盖松动，也有可能产品本身的瓶盖设计就比较松，并不代表产品本身有问题。

29.化妆品的中文标签是在国内制作的？还是进口时各品牌做好的？

中文标签均为进口时由经销商制作并贴在瓶身上，大部分产品包装内附的说明书（多国语言，含中文）为出厂时加入，也有部分例外。

30.护肤品类商品一般多久会更新，或者升级一次？不同季节购买会有不同效果？

更新时间根据该产品的热销程度及品牌的重视程度有所不同，一般大牌的热销系列每隔一季（一年）就会更新，比如3～4月为美白季，就会升级上一个美白季的产品，推陈出新。产品的功能是恒定的，比如美白产品不管春夏秋冬使用，都只能起到美白效果，不能抗皱抗老化。但不同季节肌肤的诉求会不同，比如春秋换季时容易敏感，需要停用功能性的产品转而加强补水保湿，重建皮脂膜的健康环境，而夏天则要注意控油保湿，同时加强美白，至于冬天，天干物燥，当然是做好足够的滋润并加强抗老。但护肤没有所谓的规定，随时可以根据自己的肌肤需求调整产品使用，一年四季均抗老、美白，也没有任何的问题。

31.精华液、精华水如何匹配肤质选择？在功效上如何区分？

化妆水（水），精华，是两个不同的护肤步骤。以化妆水为例，不管它叫清洁水、收敛水、精华水还是其他什么水，它都是化妆水，都是起到“调理肤质”的作用，那就应该使用在洁面后的步骤。但随着护肤步骤的细分化，在使用精华类的化妆水（通常比较粘稠，如雅诗兰黛红石榴水）之前可以先使用流动性高的，具有清洁效果的化妆水，之后再使用精华液。

不同功能的精华产品针对的肤质也不同，干性肤质当然要使用保湿精华，而衰老性肤质就要使用抗衰老精华。

**第四篇：讲师培训协议**

讲师合作合同书

依据中华人民共和国民法通则、合同法及《经纪人管理办法》、《经纪人条例》之有关规定，甲乙双方在自愿、平等、诚实、信用的基础上，协商一致签定本合同。

一、立约人

1.1（以下简称甲方），身份证号码，通信地址，住宅电话，手提电话。

1.2（以下简称乙方），身份证号码，通信地址，住宅电话，手提电话。

二、甲、乙双方就甲方为乙方提供参与培训业务有关的经纪服务进行合作。

2.1甲方在本合同有效期内为乙方从事培训事业的独家及唯一经纪人。

2.2乙方在本合同有效期内为甲方独家提供培训服务。

2.3本条培训业务的内容包括：符合中华人民共和国法律、法规规定的并为之允许的电视、录影、广告、论坛、录音、剪彩、广播、录制光盘、培训、内训、电台访问和咨询，亲自出席宣传推广工作及有关培训事业需要的活动。

三、在合同有效期及顺延期，甲方为乙方提供经纪人服务，甲方负责安排乙方培训及有关工作事宜，乙方向甲方提供培训服务，乙方遵守甲方的工作安排和合理的工作要求。

3.1经乙方同意，甲方拥有安排、接洽签署一切与乙方有关的培训工作事宜的权利，甲方签订的与乙方培训工作有关的合约和细则，在守法、合法并事先知会乙方的前提下，乙方应全心全意贯彻执行上述委派的工作。

3.2乙方承诺并保证自签定本合同之日起，无论是否收取报酬，不直接或间接与任何第三者承诺并签订，参与任何与本合同有抵触或损害甲方利益的任何活动、文件或任何培训事项。

3.3不论有无报酬，在合约期内，未征得甲方书面同意，乙方不得与任何人及公司签订或口头同意参与、发展或允许乙方形象、照片、名字等任何其它与培训及宣传有关的工作，商品及其它事宜。

3.4在合约有效期内，乙方同意甲方拥有一切有关名字，映像、照片、动画、形象及声音的专有使用权，乙方同意甲方拥有一切在世界各地履行本合约的任何培训工作的产生或由此而产生的培训权、版权及其它知识产权，无论上述产权是否实际存在、产生或出现。

3.5乙方同意为证明甲方拥有本合约内所列各项权益而签订的其它有关证明文件。

3.6乙方自备各种有效旅行证件，甲方协助并负责办理乙方因工作需要而前往中国境内外的旅行事宜。

3.7乙方遵照甲方要求加入有利于工作的非政治性团体，但上述团体应为符合国家有关法律规定的社会团体。

3.8乙方有权拒绝违法和色情、暴力、身体暴露及其它有损乙方人格、名誉和损害乙方身心健康的培训、咨询及其它工作。

四、甲、乙双方除担负本合同内的其它责任外，双方应各自负责完成以下各项事宜。

4.1甲方

1、必须全力协助乙方在培训事业上发展，辅助乙方在各媒体的宣传和推介。

2、负责乙方在中国境内、外工作期间的住宿及差旅补助，具体的补助标准及补助办法由甲、乙双方另行商定。

3、提供有利于乙方培训事业的各种训练，其费用由乙方支付。

4、负责乙方在演出及工作期间的人身安全。

5、维护乙方的经济利益和名誉。

6、负责办理乙方委托的其它合理合法的要求。

4.2乙方

1、全力配合甲方安排的为培训事业需要的宣传活动，尽量配合甲方所提供的专业形象设计建议（包括发型、服饰、化妆等合理建议），如有异议，乙方必须提出适当理由供甲方参考，甲方应考虑乙方的合理要求，但甲方拥有最终决定权。

2、了解及遵守甲方属下讲师应有的行为标准，遵照甲方安排参加任何与乙方工作有关的培训，内训，咨询，会议，录制光盘，课件制作和宣传活动等。

3、按照甲方安排，在指定时间，准时守约抵达甲方指定的授课现场，咨询企业、录制场地等培训工作场所，按约定完成工作事项。

4、向甲方提供乙方所在地的最新地址及通信联络电话号码，使甲方在合理时间内，不论日夜均能与乙方联络并发出通告。

5、遵守甲方与其它公司、私人或团体所订立的符合法律规定的培训合约和协议。

6、若某项培训工作于本合约有效期内签署，而本合约期满时又未能完成该工作，乙方应继续为甲方完成该项工作，但双方要另行商定合作条件，甲方应以经纪人的身份为乙方争取合理补偿。

7、负责办理甲方交办的其它合理事项。

五、乙方承诺承担下列义务：

5.1乙方有绝对法定权利、年龄及自由与甲方订立及履行本合同。

5.2乙方没有在此前及不会与任何人、机构、公司订立任何会与本合同相冲突，或影响甲方利益的合同或类似的任何安排或承诺（不论是否以书面记录或口头承诺），乙方在签定本合同时，向甲方声明本合同生效前与第三者的任何承诺。

5.3乙方获得任何与发展其培训事业有关的机会或有第三者向其接洽有关该等事宜，乙方需以第一时间知会甲方，不得擅自或容许任何人为乙方接洽任何有关乙方培训事项的事宜。

5.4未经甲方同意，乙方不得擅自更改或放弃任何甲方与第三者为乙方安排或接洽的培训事项及其实施细则。

5.5乙方应当经常保持身体健康，以应付培训事项的工作，不参加对身体或生命有危险的活动。

5.6乙方不得擅自更改或放弃沿用的姓名或笔名。

5.7乙方不做出任何影响甲方及其公司声誉、形象、商誉的行为或言论。

5.8乙方确认甲方为其独家经纪人，甲方拥有安排、洽谈乙方培训事项的决策权。

六、甲、乙双方的利益分配

6.1甲乙双方的可分配收益包括：

1、培训、内训、咨询、广告、音像、剪彩、论坛、书籍、电台访问或嘉宾，亲自出席宣传推介，创作及其它有关培训事业发展的工作。

2、名字、映像、照片、动画、形象、声音等权益收益。

3、在履行本合约时产生的或由此产生的知识产权收益。

4、各项其它收益，但非合同约定范围产生的收益除外。

6.2甲方对乙方在合约期内的培训收入做出保证，负责合约的第一年全年薪酬（扣除佣金外）不低于人民币 元，第二年全年薪酬（扣除佣金外）不低于人民币元，从第三年起，往后每年的全年薪酬收入（扣除佣金外），不低于人民币 元；甲方同意并保证乙方收取的年薪酬为完税后的净收入。

6.3在合同期内，甲、乙双方按的比例分配6.1条所列各项收入，其中：

1、培训、内训收入的%作为甲方辅助乙方并致力推介乙方在培训事业发展，及代乙方安排工作事项的甲方佣金。

2、咨询收入的%份额由甲方获取。

3、其他项目收入的%由甲方获取。

6.4乙方收取的培训收入超过甲方承诺的最低年薪酬，超出部分甲、乙双方按的比例分配。

6.5乙方保证并承诺不擅自或经第三者收取任何形式的培训收入。若有任何第三者向乙方给予任何形式的培训收入，乙方承诺以第一时间通知甲方。

6.6乙方应收取的对外培训及有关工作酬劳，甲方代乙方收取，并在每月首个工作日支付给乙方。

七、转让

7.1经双方协商，甲方在征得乙方同意后，可转让、授权甲方在合同中的权利、责任和义务。

7.2乙方无权转让乙方在本合同中的有关权利、责任和义务。

八、在下列情况下，甲、乙双方有权终止本合同

8.1一方故意或疏忽而不尽职尽责，违背或损害另一方的利益或合理要求。

8.2一方严重违反或不遵守本合同的约定条款。

8.3一方不能履行本合同条款所列的有关事项。

8.4一方涉入本合同外的法律纠纷而严重影响工作。

8.5乙方未征得甲方同意而擅自离开工作岗位及工作地区。

九、违约

9.1由于一方的过失，造成本合同不能履行或不能完成履行时，由过失一方承担违约责任，如属双方过失，由双方分担各自应负的违约责任。

9.2过失方应当赔偿无过失方的一切直接或间接损失。

十、不可抗力

10.1由于伤残、战争、天灾人祸及其它不能预见并且对其发生和后果不能防止或避免的不可抗力，致使直接影响合同的履行或者不能按约定的条件履行时，如遇上述不可抗力的一方，应立即知会对方，并应在15天内，提供不可抗力的详情及合同不能履行，或者部分不能履行或者需要延期履行的理由的有效证明文件，此项证明文件应由不可抗力发生地区的公证机关出具。按照对履行合同影响的程度，由双方协商解决是否解除合同，或者部分免除合同责任，或者延期履行合同。

十一、本合同为唯一全部关于甲乙双方于本合同涉及的事宜的协议、承诺，在此之前有任何形式的合约或承诺关于同样或相近事宜，甲乙双方确认及同意本合同由即日取代任何以往的合约或承诺。

十二、本合同自签定之日起生效，合同有效期为十周年。如甲乙双方愿意继续合作，经协商，可延长合作期限。

十三、本合同的订立、解释、履行和争议的解决均受中华人民共和国法律管理。

十四、本合同适用文字为中文，合同文本由中文书写。

十五、本合同一式两份，由甲乙双方各执一份，自签定之日起即时生效，立约时间为公元 年 月 日。

甲方：乙方：

签字：签字：

年 月 日年 月 日

**第五篇：讲师培训主持词**

讲师培训主持词该怎么写呢？下面小编整理了讲师培训主持词，欢迎大家参考借鉴！

讲师培训主持词

同志们：

现在开会。

今天这次会议，是经局班子研究决定召开的，今天参加会议的人员主要有：财政局x局长、x局长，我县6镇一处及20个工作站的财政组、财政所全体人员。会议的中心工作是对镇站的财政工作人员进行业务培训，培训的主要内容包括账务处理、票据规范、国资管理等三个方面。会议为期一天，议程主要有四项：

首先，由我向大家传达《关于规范镇(处)、站财政财务管理的意见》和《xxx财政局关于镇、站财政工作岗位设置及规范业务管理的意见》。

下面进行第二项，请x局长作重要讲话。

下面进行第三项，请x局长讲话。

下面进行第四项，开展业务知识讲解，请大家做好记录。在讲解的过程中，如果有什么不清楚、不明白的问题，先记下来，讲完之后会留一段时间接受大家的提问。讲解期间，尽量不要随意发言，以免影响其他人听讲。为了保持会场纪律，请一律关闭手机。下面首先由预算股同志讲解账务处理方面的知识。下面请支付中心xxx主任讲解票据规范方面的问题。下面请国资管理局xxx股长讲解国资管理的问题。

同志们，为期一天的业务培训会即将结束。在会上，局长xx同志就我县财政工作面临的新形势、存在的新困难、发展的新思路等问题向大家作了全面分析，xxx局长也结合财政实际，就财政队伍建设讲了很具体的意见。同时，预算股xx同志、支付中心xx主任、国资局xx股长分别就当前财政财务的业务难点作了深入浅出的讲解。

结合这次会议的主要工作，和x局长、x局长的讲话精神，我强调三点意见：

一、统一思想。今天这次会议，既是一次培训会，也是一次誓师会、动员会，要通过今天这次会议的召开，使大家对我县现行财政运行机制有一个深刻的理解，要把大家的思想统一到服务全县第三次创业上来，统一到促进全县财政事业建设上来。

二、强化责任。咱们在座的同志，是实施机构改革以后，镇站财政财务工作新体制的具体操作者，是沟通镇站与县委、政府，和财政部门的桥梁。在某种程度上讲，你们工作的好坏，直接影响到镇站的稳定，直接影响到这次机构改革的成效。因此，对待自身工作要事无巨细，确保万无一失。

三、加强学习。为期一天的培训，不可能解决所有的问题。会后，大家一方面要加强自学，真正把今天培训的内容学懂、学透。此外，在工作开展中遇到困难，请及时与局办公室联系，大家一起探讨解决的办法。我们的共同目标是：通过大家的共同努力，为我县的机构改革提供最基础的经济、体制保障，为我县经济的健康、平稳、快速发展，做出财政部门应有的贡献。

会议到此结束，散会。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！