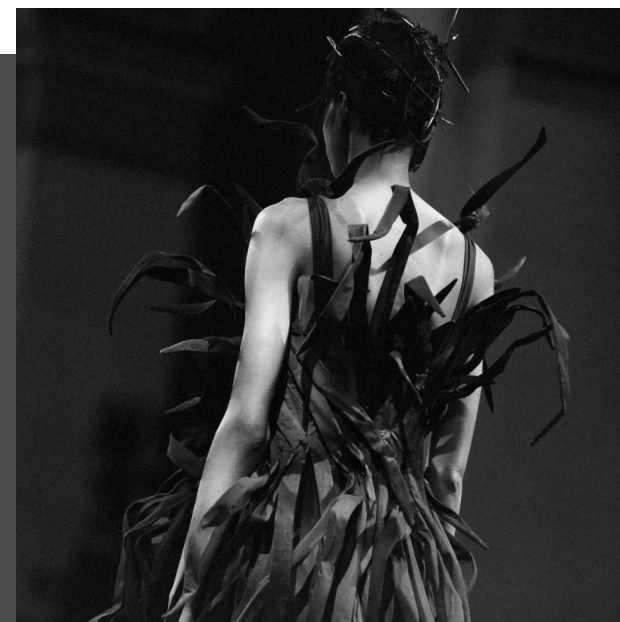


#FASHION

#TRENDS

#ANALYTICS

ЛОГИКА ПЛАНИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИ УСПЕШНОЙ АССОРТИМЕНТНОЙ МАТРИЦЫ





FASHION CONSULTING GROUP

#КОНСАЛТИНГ

#МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

#ОБРАЗОВАНИЕ

БОЛЕЕ 1000 РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТОВ

БОЛЕЕ 500 КЛИЕНТОВ:

- ПРОИЗВОДИТЕЛИ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ
- РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ
- РОССИЙСКИЕ ДОМА МОДЫ И ДИЗАЙНЕРЫ
- ШВЕЙНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

БОЛЕЕ 5000 ПУБЛИКАЦИЙ И ВЫСТУПЛЕНИЙ
В СМИ И НА ОТРАСЛЕВЫХ КОНФЕРЕНЦИЯХ

ЛОГИКА ПЛАНИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИ УСПЕШНОЙ АССОРТИМЕНТНОЙ МАТРИЦЫ

#ПЛАН ВЫСТУПЛЕНИЯ

1. КАК УСТРОЕН ТОРГОВЫЙ ЗАЛ. ЧТО ВИДЯТ ОПТОВЫЕ И РОЗНИЧНЫЕ ПОКУПАТЕЛИ
2. ЧТО ТАКОЕ СЕЗОНЫ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА
3. ПОСТАВКИ ТОВАРОВ В ТОРГОВЫЙ ЗАЛ В СООТВЕТСТВИИ С СЕЗОННОСТЬЮ
4. НОРМЫ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ТОВАРОВ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ
5. ТИПЫ ТОВАРОВ ПО СКОРОСТИ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ
6. ЛОГИКА РАСЧЕТОВ





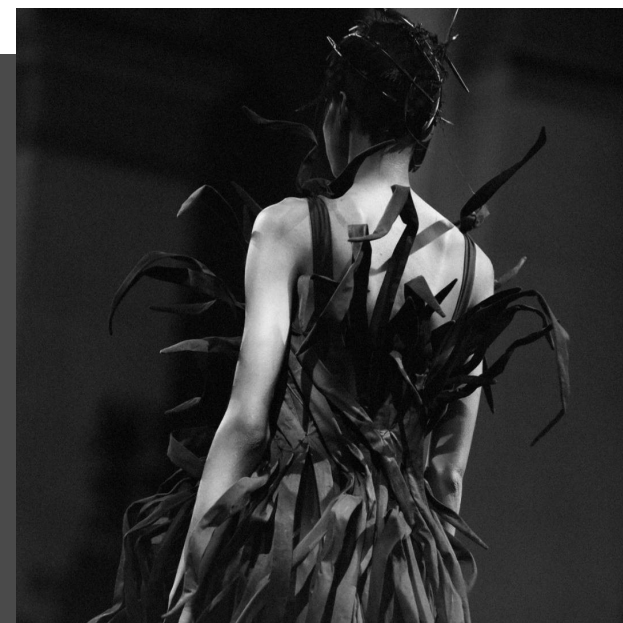
FASHION CONSULTING GROUP

#FASHION

#TRENDS

#ANALYTICS

КАК УСТРОЕН ТОРГОВЫЙ ЗАЛ.
ЧТО ВИДЯТ ОПТОВЫЕ И РОЗНИЧНЫЕ ПОКУПАТЕЛИ



КАК УСТРОЕН ТОРГОВЫЙ ЗАЛ. ЧТО ВИДЯТ ПОКУПАТЕЛИ



#ВОСПРИЯТИЕ КОЛЛЕКЦИИ

ЗАРУБЕЖНЫЙ БРЕНД



РОССИЙСКИЙ БРЕНД



ГЛАВНЫЕ ПРАВИЛА ФОРМИРОВАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ

#ПЛАНИРОВАНИЕ

1. КОЛЛЕКЦИЯ ПЛАНИРУЕТСЯ РЕЙЛАМИ (РЕЙЛ – ЭТО ПЕРЕКЛАДИНА ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ) В СООТВЕТСТВИИ С ЗОНАМИ ТОРГОВОГО ЗАЛА
2. СТАНДАРТНАЯ ДЛИНА ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ КРАТНА 30 СМ:
 - 60 СМ, 90 СМ, 120 СМ
3. КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОВ, КОТОРОЕ ПОКУПАТЕЛЬ ВИДИТ НА ОДНОЙ ПЕРЕКЛАДИНЕ: 3, 5, 7
4. КОЛИЧЕСТВО ИЗДЕЛИЙ НА ЦВЕТОМОДЕЛЬ, КОТОРОЕ ФОРМИРУЕТ ВОСПРИЯТИЕ ЦВЕТА:
 - МИНИМАЛЬНОЕ – 2 ИЗДЕЛИЯ/РАЗМЕРА (ПРИМЕНЯЕТСЯ В СЕГМЕНТАХ СРЕДНИЙ +, ПРЕМИУМ, ЛЮКС И В ШОУРУМАХ)
 - МАКСИМАЛЬНОЕ – 5 ИЗДЕЛИЙ/РАЗМЕРОВ (ПРИМЕНЯЕТСЯ В МАССОВОМ И БЮДЖЕТНОМ СЕГМЕНТЕ)
5. СТАНДАРТНОЕ РАССТОЯНИЕ МЕЖДУ ВЕШАЛКАМИ НА ТОРГОВОМ ОБОРУДОВАНИИ:
 - ТОНКИЕ ИЗДЕЛИЯ, НАПРИМЕР: ФУТБОЛКИ, ТОПЫ – 2 - 3 СМ
 - ПЛОТНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, НАПРИМЕР: СВИТШОТЫ, ХУДИ, СВИТЕРЫ – 5 СМ
 - ДЛИННЫЕ ИЗДЕЛИЯ, НАПРИМЕР: ПЛАТЬЯ, КОСТЮМЫ – 5 – 7 СМ
 - ВЕРХНЯЯ ОДЕЖДА – 12 – 15 СМ
6. РАСЧЕТ КОЛИЧЕСТВА ЕДИНИЦ НА ТОРГОВОМ ОБОРУДОВАНИИ:
 - ДЕЛИМ ДЛИНУ СТАНДАРТНОЙ ПЕРЕКЛАДИНЫ НА РАССТОЯНИЕ МЕЖДУ ВЕШАЛКАМИ/ПЛЕЧИКАМИ, НАПРИМЕР ДЛЯ ПЛАТЬЕВ

$$1\ 200/50 = 24\ \text{ИЗДЕЛИЙ}$$
 - ДЕЛИМ КОЛИЧЕСТВО ИЗДЕЛИЙ НА КОЛИЧЕСТВО ЕДИНИЦ ДЛЯ ПОКАЗА, НАПРИМЕР ДЛЯ СРЕДНИЙ +

$$24/2 = 12\ \text{ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ}$$
 - ДЕЛИМ КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ НА КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОВ, НАПРИМЕР 3

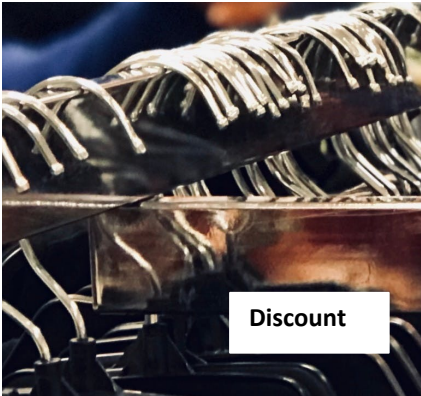
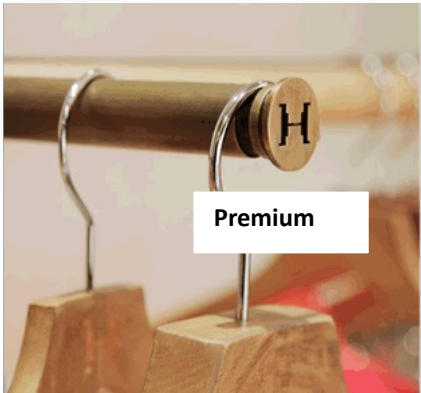
$$12/3 = 4\ \text{МОДЕЛИ КАЖДАЯ В ТРЕХ ЦВЕТАХ}$$

РАСЧЕТ ЕМКОСТИ ТОРГОВОГО ЗАЛА (СРЕДНИЕ ПОКАЗАТЕЛИ)



#ПЛАНИРОВАНИЕ

- 1. РАСЧЕТ ЕМКОСТИ ТОРГОВОГО ЗАЛА ЗАВИСИТ ОТ СЛЕДУЮЩИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ:
 - ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МАГАЗИНА:
 - ОДЕЖДА В СТОКОВЫХ МАГАЗИНАХ – ДО 50 ЕДИНИЦ НА 1 КВ. М, БЕЛЬЕ – ДО 200;
 - ОДЕЖДА СРЕДНИЙ КЛАСС – 20 – 25 ЕДИНИЦ НА 1 КВ. М, БЕЛЬЕ – ДО 60;
 - ОДЕЖДА ПРЕМИУМ – 15 – 18 ЕДИНИЦ НА 1 КВ. М, БЕЛЬЕ – ДО 30.
 - КОЛИЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ;
 - ВМЕСТИМОСТЬ КАЖДОГО ИЗ ВИДОВ ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ.
- 1. ДЕТАЛЬНЫЙ РАСЧЕТ ЕМКОСТИ ФОРМИРУЕТСЯ НА КАЖДЫЙ ОТДЕЛЬНЫЙ ВИД ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ.
- 2. ШИРИНА ШАГА ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ, ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕГДА, РАВНА 30 СМ
- 3. НА ПОЛКУ, РАВНУЮ 30 – 40 СМ ПОМЕЩАЕТСЯ ОТ 1 ДО 8 ИЗДЕЛИЙ В СЛОЖЕННОМ ВИДЕ.
- 4. НА ПЕРЕКЛАДИНУ ИЛИ КРОНШТЕЙН РАВНЫЙ 30 СМ ПОМЕЩАЕТСЯ ОТ 5 ДО 25 ИЗДЕЛИЙ.

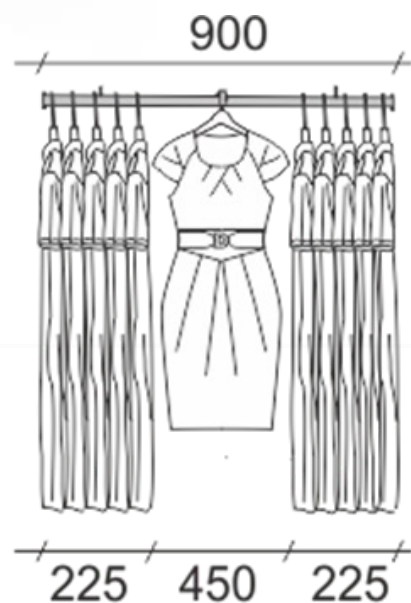


НАИМЕНОВАНИЕ ТОВАРОВ ИЛИ ЦА	НОРАТИВ КОЛИЧЕСТВА ТОВАРОВ НА 1 КВ. М
ДИЗАЙНЕРСКАЯ ОДЕЖДА	ОТ 5 ДО 7
ОДЕЖДА PREMIUM	ОТ 9 ДО 12
КУРТКИ, ПАЛЬТО, ВЕРХНЯЯ ОДЕЖДА	ОТ 12 ДО 15
ПЛАТЬЯ	ОТ 12 ДО 15
ОБУВЬ	ОТ 12 ДО 15
МАССОВАЯ ОДЕЖДА	ОТ 20 ДО 25
БЮДЖЕТНАЯ ОДЕЖДА (ДИСКОНТ)	СВЫШЕ 25 ЕДИНИЦ

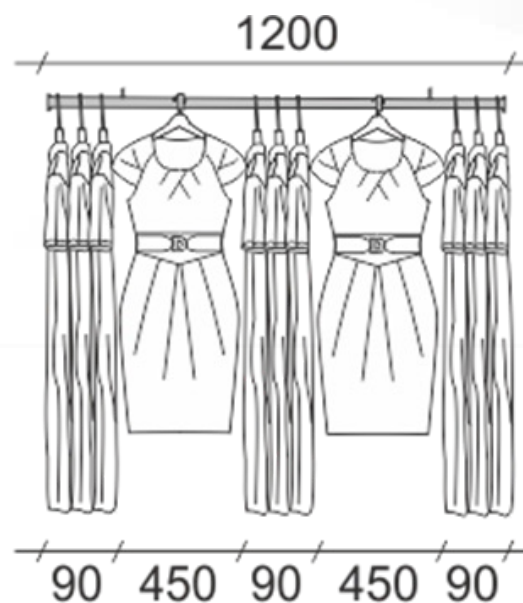
ГЛАВНЫЕ ПРАВИЛА ФОРМИРОВАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПЛАТЬЕВ

#РАСЧЕТ КОЛИЧЕСТВА ИЗДЕЛИЙ НА ПЕРЕКЛАДИНЕ

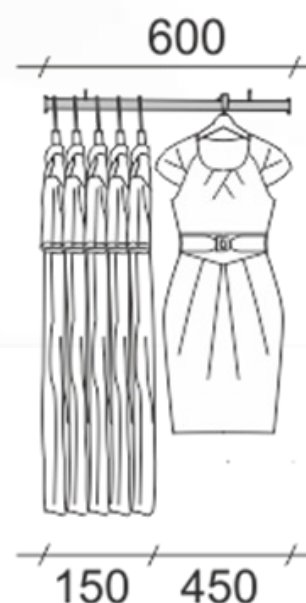
..



КОЛИЧЕСТВО	STANDART	MAX
КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ	3	6
КОЛИЧЕСТВО ШТУК	15	18



КОЛИЧЕСТВО	STANDART	MAX
КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ	5	7
КОЛИЧЕСТВО ШТУК	19	21



КОЛИЧЕСТВО	STANDART	MAX
КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ	2	4
КОЛИЧЕСТВО ШТУК	10	12



КОЛИЧЕСТВО	STANDART	MAX
КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ	2	2
КОЛИЧЕСТВО ШТУК	2	6

ГЛАВНЫЕ ПРАВИЛА ФОРМИРОВАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ ОТ ПОЛКИ НА ПРИМЕРЕ COS

#ПРЕЗЕНТАЦИЯ КОЛЛЕКЦИИ НА ПЕРЕКЛАДИНЕ

1. КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОВ НА ПЕРЕКЛАДИНЕ – 5
2. КОЛИЧЕСТВО ИЗДЕЛИЙ НА ЦВЕТОМОДЕЛЬ – 5 – 6 (РАЗМЕРНЫЙ РЯД)
3. КОЛИЧЕСТВО МОДЕЛЕЙ НА ПЕРЕКЛАДИНЕ – 10
4. РАССТОЯНИЕ МЕЖДУ ВЕШАЛКАМИ-ПЛЕЧИКАМИ – 4 СМ
5. ДЛИНА ПЕРЕКЛАДИНЫ ДО ФРОНТАЛЬНОЙ РАЗВЕСКИ – 240 СМ

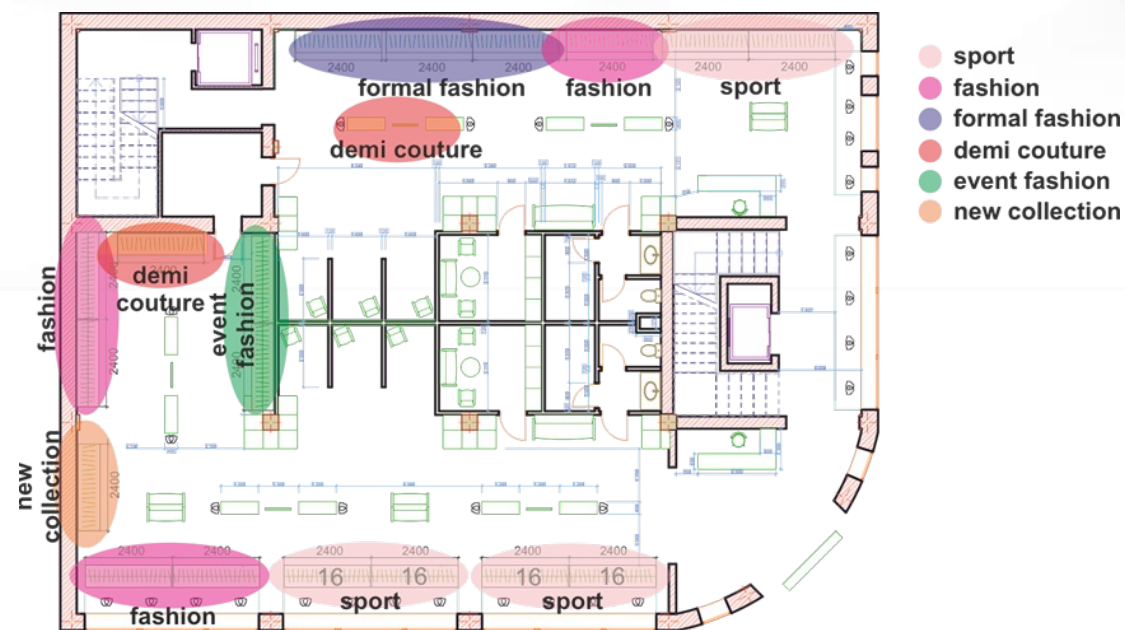
1. КОЛИЧЕСТВО МОДЕЛЕЙ В КОЛЛЕКЦИИ – 15
2. КОЛИЧЕСТВО ПОЯСНЫХ ИЗДЕЛИЙ – 3 МОДЕЛИ 2 ЦВЕТА
3. КОЛИЧЕСТВО ПЛЕЧЕВЫХ ИЗДЕЛИЙ – 7 МОДЕЛЕЙ 4 ЦВЕТА
4. КОЛИЧЕСТВО ПЛАТЬЕВ/САРАФАНОВ – 2 МОДЕЛИ 2 ЦВЕТА
5. КОЛ-ВО ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ – 3 МОДЕЛИ 3 ЦВЕТА
6. ВСЕГО ЦВЕТОВ В КОЛЛЕКЦИИ - 5



#ЗОНИРОВАНИЕ

ЖЕНСКИЙ ЗАЛ

1. ЗОНА СПОРТИВИЗИРОВАННОЙ ОДЕЖДЫ (SPORT):
 - ДВА МОДУЛЯ, ЧЕТЫРЕ ПЕРЕКЛАДИНЫ 2 400 ММ – ОДЕЖДА С ЭЛЕМЕНТАМИ СПОРТИВНОЙ ОДЕЖДЫ
2. ЗОНА УДРАНОГО ВНИМАНИЯ PRET-A-PORTE (NEW COLLECTION):
 - ОДИН МОДУЛЬ, ОДНА ПЕРЕКЛАДИНА 2 400 ММ – НОВЫЕ ПОСТАВКИ, САМЫЕ ЯРКИЕ НОВИНКИ, ПРЕКОЛЛЕКЦИИ
3. ЗОНА ОДЕЖДЫ PRET-A-PORTE (FASHION):
 - ДВА МОДУЛЯ, ЧЕТЫРЕ ПЕРЕКЛАДИНЫ 2 400 ММ – ТЕКУЩАЯ СЕЗОННАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
4. ЗОНА КОЛЛЕКЦИОННОЙ ОДЕЖДЫ, ВЫПОЛНЕННОЙ В ЕДИНСТВЕННОМ ЭКЗЕМПЛЯРЕ (DEMI COUTURE):
 - ОДИН МОДУЛЬ, ОДНА ПЕРЕКЛАДИНА 2 400 ММ – УНИКАЛЬНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, РУЧНАЯ ВЫШИВКА, НАТУРАЛЬНЫЕ КАМНИ И ПР.
5. ЗОНА НАРЯДНОЙ И ПРАЗДНИЧНОЙ ОДЕЖДЫ (EVENT FASHION):
 - ОДИН МОДУЛЬ, ДВЕ ПЕРЕКЛАДИНЫ 2 400 ММ – НАРЯДНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ, ДЛЯ ОСОБЫХ СЛУЧАЕВ И ПРАЗДНИКОВ



ПРИМЕР. ЕМКОСТЬ ТОРГОВОГО ЗАЛА. ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА



#ЕМКОСТЬ

- 1. РАСЧЕТНАЯ ЕМКОСТЬ ТОРГОВОГО ЗАЛА ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ:
 - SPORT – 96 ЕДИНИЦ
 - FASHION – 96 ЕДИНИЦ
 - NEW COLLECTION – 24
 - EVENT - 48
 - DEMI COUTURE – 16
 - ИТОГО – 280 ЕДИНИЦ ОДЕЖДЫ
- 2. МЕТОДИКА РАЗВЕСКИ ТОВАРОВ:
 - 2 ЕДИНИЦЫ НА ЦВЕТОМОДЕЛЬ
- 3. РАСЧЕТНОЕ КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ ДЛЯ НАПОЛНЕНИЯ ТОРГОВОГО ЗАЛА:
 - SPORT – 48 ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ
 - FASHION – 48 ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ
 - NEW COLLECTION – 12 ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ
 - EVENT – 24 ЦВЕТОМОДЕЛИ
 - DEMI COUTURE – 8 ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ
 - ИТОГО - 140 ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ

ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА. РАСЧЕТНАЯ ЕМКОСТЬ ТОРГОВОГО ЗАЛА И КАЖДОЙ ЗОНЫ

ЗОНА	ДЛИНА ПЕРЕКЛАДИНЫ	КОЛИЧЕСТВО ПЕРЕКЛАДИН	КОЛ-ВО ИЗДЕЛИЙ НА ПЕРЕКЛАДИНЕ	ИТОГО КОЛ-ВО ИЗДЕЛИЙ В ЗОНЕ
SPORT	2 400	4	24	96
NEW COLLECTION	2 400	1	24	24
FASHION	2 400	4	24	96
EVENT	2 400	2	24	48
DEMI COUTURE	2 400	1	16	16
ИТОГО		12		280



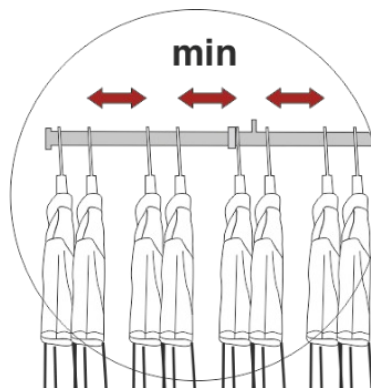
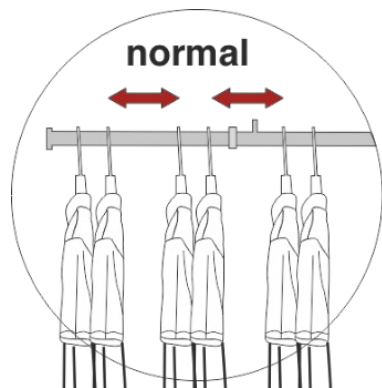
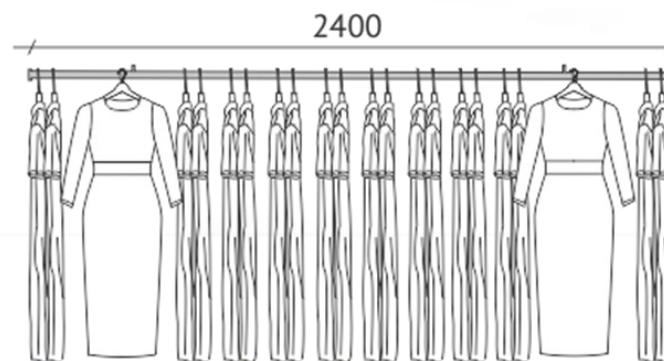
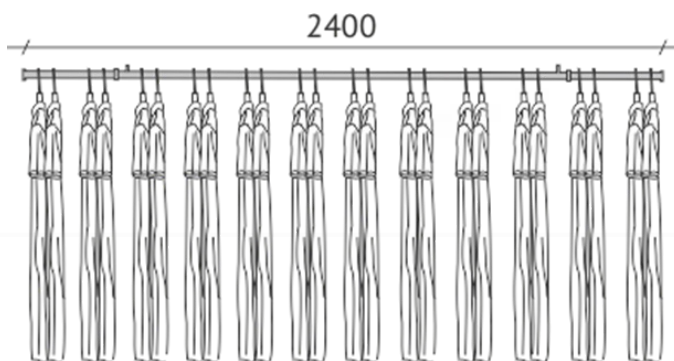
ПРАВИЛА ПРЕЗЕНТАЦИИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ НА ПЕРЕКЛАДИНАХ. ПРИМЕР

#ПРЕЗЕНТАЦИЯ ОДЕЖДЫ КЛАССА ПРЕМИУМ

НА ОДНОЙ ПЕРЕКЛАДИНЕ РАЗМЕЩАЮТ:

- ПО ДВА ИЗДЕЛИЯ НА МОДЕЛЬ
- РАЗМЕРЫ 46 И 48 (S И M)

- ОПТИМАЛЬНО – 24 ИЗДЕЛИЯ (12 ЦВЕТОМОДЕЛЕЙ)
- ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОВ – 3 ИЛИ 5
- НАЧАЛО ПРЕЗЕНТАЦИИ – ПЛЕЧЕВЫЕ ИЗДЕЛИЯ





ПРИМЕР. РАСЧЕТНАЯ ЕМКОСТЬ И ПЛАНОВЫЙ ТОВАРООБОРОТ МАГАЗИНА В МЕСЯЦ В ШТУКАХ

#ЕМКОСТЬ ТОРГОВОГО ЗАЛА ПО ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ ЗОНАМ

- 1. ЕМКОСТЬ МАГАЗИНА – 440 ШТ. ОДЕЖДЫ
- 2. ФОРМУЛА РАСЧЕТА ТОВАРООБОРОТА: ТОВАРООБОРОТ = ЕМКОСТЬ ТОРГОВОГО ЗАЛА / 2
- 3. ИТОГО – РАСЧЕТНЫЙ ТОВАРООБОРОТ В МЕСЯЦ 140 ШТУК ИЗДЕЛИЙ

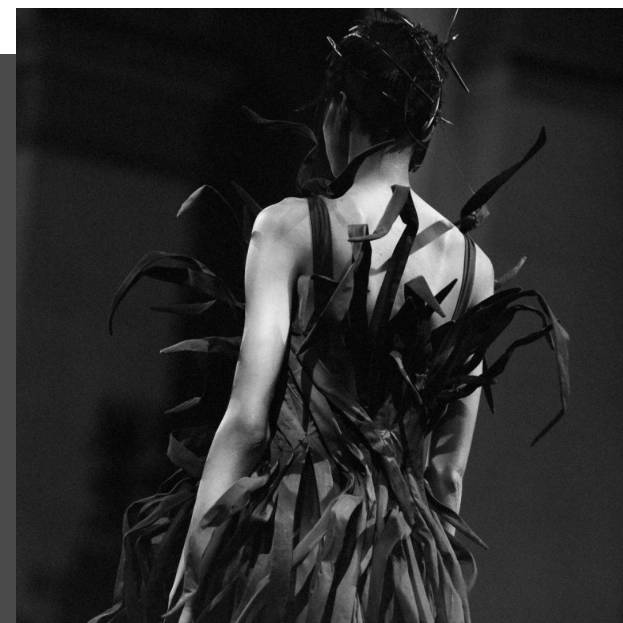
ЖЕНСКИЙ ЗАЛ						
ЗОНА	ДЛИНА ПЕРЕКЛАДИНЫ	КОЛИЧЕСТВО ПЕРЕКЛАДИН	КОЛ-ВО ИЗДЕЛИЙ НА ПЕРЕКЛАДИНЕ	ИТОГО КОЛ-ВО ИЗДЕЛИЙ В ЗОНЕ	МАХ КОЛ-ВО МОДЕЛЕЙ	MIN КОЛ-ВО МОДЕЛЕЙ
SPORT	2 400	4	24	96	48	32
NEW COLLECTION	2 400	1	24	24	12	8
FASHION	2 400	4	24	96	48	32
EVENT	2 400	2	24	48	24	16
DEMI COUTURE	2 400	1	16	16	8	5
ИТОГО		12		280	140	93

#FASHION

#TRENDS

#ANALYTICS

ЧТО ТАКОЕ СЕЗОНЫ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА
ПОСТАВКИ ТОВАРОВ В ТОРГОВЫЕ ЗАЛЫ В СООТВЕТСТВИИ С СЕЗОННОСТЬЮ



КОЛИЧЕСТВО СЕЗОНОВ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА

#СЕЗОНЫ ОЖИДАНИЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ

сезон	№ коллекции	ассортимент	месяц	даты	кол-во дней продаж
весна	1	ранняя весна	февраль - март	15.02. - 31.03	46
	2	сезон праздников	14 февраля	01.02 - 14.02.	14
	3	сезон праздников	23 февраля	19.02. - 24.02.	5
	4	сезон праздников	8 марта	01.03. - 08.03	8
	5	поздняя весна	апрель	01.04. - 30.04.	30
лето	6	раннее лето	май	01.05. - 31.05.	31
	7	позднее лето	июнь	01.06. - 30.06	30
	8	распродажа	июль - август	01.07. - 15.08.	46
осень	9	ранняя осень	август - сентябрь	16.08. - 30.09	46
	10	школьный базар	август - сентябрь	20.08. - 10.09.	21
	11	поздняя осень	октябрь	01.10. - 01.11	31
зима	12	ранняя зима	ноябрь	01.11. - 17.11	17
	13	поздняя зима	ноябрь - декабрь	18.11 - 31.12.	43
	14	сезон праздников	декабрь - январь	15.12. - 07.01.	25
	15	распродажа	январь - февраль	01.01. - 14.02.	45

ТРИ ВЕСЕННИХ СЕЗОНА (НА ПРИМЕРЕ ПАЛЬТО)

#ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ

КОЛИЧЕСТВО ИЗДЕЛИЙ НА ЦВЕТОМОДЕЛЬ
ЗАВИСИТ ОТ СЛЕДУЮЩИХ ОСНОВНЫХ
ФАКТОРОВ:

- ВЫРАЖЕННОСТИ СЕЗОНА В ЦВЕТЕ И
ФАСОНЕ ИЗДЕЛИЯ
- КОЛИЧЕСТВА ДНЕЙ ПРОДАЖ МОДЕЛИ
КОНЕЧНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЯМ
- СРОКОВ ПОСТАВКИ МОДЕЛИ НА СКЛАД
КОМПАНИИ
- КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ ИЗ РАЗЛИЧНЫХ
РЕГИОНОВ, ГДЕ ОТЛИЧАЮТСЯ ПОГОДНЫЕ
УСЛОВИЯ (ЮФО, ДФО)

Ранняя весна - март



Весна в разгаре - апрель



Поздняя весна – май



ПЕРЕСЕКАЮЩИЕСЯ СЕЗОНЫ (НА ПРИМЕРЕ ПАЛЬТО)

#ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ

ДЕМИСЕЗОННЫЕ МОДЕЛИ – ЭТО ЦВЕТОМОДЕЛИ, КОТОРЫЕ МОЖНО ПРОДАВАТЬ И ВЕСНОЙ И ОСЕНЬЮ.

ЧЕМ БОЛЬШЕ В АССОРТИМЕНТЕ ДЕМИСЕЗОННЫХ МОДЕЛЕЙ, ТЕМ ВЫШЕ ВЕРОЯТНОСТЬ, ЧТО НА СЛЕДУЮЩИЙ АНАЛОГИЧНЫЙ СЕЗОН КОЛИЧЕСТВО ЗАКАЗАННЫХ ПАЛЬТО БУДЕТ МЕНЬШЕ, В СВЯЗИ С ТЕМ, ЧТО ОПТОВЫЕ ПОКУПАТЕЛИ НЕ УСПЕЛИ РЕАЛИЗОВАТЬ ЗАКУПЛЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ КОНЕЧНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЯМ.

ТАК ЖЕ, КАК И САМА КОМПАНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ МОЖЕТ ВПИСАТЬ НЕРЕАЛИЗОВАННЫЕ ДЕМИСЕЗОННЫЕ ПАЛЬТО В АССОРТИМЕНТНУЮ МАТРИЦУ СЛЕДУЮЩЕГО СЕЗОНА



СРОКИ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ТОВАРОВ НА ПРИМЕРЕ СЕЗОНА ПРАЗДНИКОВ

#ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ

ТОВАРЫ, ПРОИЗВЕДЁННЫЕ К СЕЗОНАМ ПРАЗДНИКОВ, ПОДАЮТСЯ В ТОРГОВЫЕ ЗАЛЫ МАГАЗИНОВ ДО НАЧАЛА СОБЫТИЯ:

- ПОКУПАТЕЛИ ДОЛЖНЫ УВИДЕТЬ И УЗНАТЬ, ЧТО В КОНКРЕТНОМ МАГАЗИНЕ ЕСТЬ ПРАЗДНИЧНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ
- КОЛЛЕКЦИИ ПРЕЗЕНТУЮТСЯ ДО ТОГО, КАК КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ ПОЛУЧАТ АВАНС ИЛИ ОСНОВНУЮ ЗАРАБОТНУЮ ПЛАТУ



ДЕНЬ СВ. ВАЛЕНТИНА

СРОК АКТИВНЫХ ПРОДАЖ – 14 ДНЕЙ
ДАТА ПРЕЗЕНТАЦИИ В МАГАЗИНЕ – 23 ЯНВАРЯ

СРОК ОКОНЧАНИЯ ПРОДАЖ – 15 ФЕВРАЛЯ

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ДНЕЙ ПРОДАЖ – 23 ДНЯ



ДЕНЬ СЕМЬИ

СРОК АКТИВНЫХ ПРОДАЖ – 15 ДНЕЙ
ДАТА ПРЕЗЕНТАЦИИ В МАГАЗИНЕ – 23 АПРЕЛЯ

СРОК ОКОНЧАНИЯ ПРОДАЖ – 15 МАЯ

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ДНЕЙ ПРОДАЖ – 23 ДНЯ



23 ФЕВРАЛЯ

СРОК АКТИВНЫХ ПРОДАЖ – 3 ДНЯ
ДАТА ПРЕЗЕНТАЦИИ В МАГАЗИНЕ – 1 ФЕВРАЛЯ

СРОК ОКОНЧАНИЯ ПРОДАЖ – 24 ФЕВРАЛЯ

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ДНЕЙ ПРОДАЖ – 23 ДНЯ



НОВЫЙ ГОД

СРОК АКТИВНЫХ ПРОДАЖ – 25 ДНЕЙ
ДАТА ПРЕЗЕНТАЦИИ В МАГАЗИНЕ – 15 НОЯБРЯ

СРОК ОКОНЧАНИЯ ПРОДАЖ – 10 ЯНВАРЯ

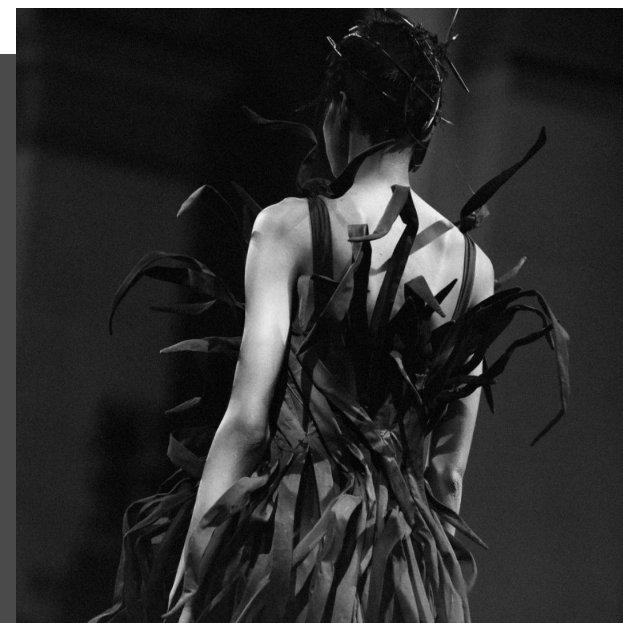
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ДНЕЙ ПРОДАЖ – 54 ДНЯ

#FASHION

#TRENDS

#ANALYTICS

ТИПЫ ТОВАРОВ ПО СКОРОСТИ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ



ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ

#ЦИКЛ

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРОВ – ЭТО ВРЕМЯ С МОМЕНТА ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ПОЯВЛЕНИЯ ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ, ДО МОМЕНТА ИХ ПОЛНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ.

ДЛИНА ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРОВ – ПЕРИОД ВРЕМЕНИ, В ТЕЧЕНИЕ КОТОРОГО КОНКРЕТНЫЕ ТОВАРНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ БУДУТ ВОСТРЕБОВАНЫ ПОКУПАТЕЛЯМИ И БУДУТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПОКУПАТЕЛЬСКИМ СПРОСОМ.

С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЯ ЭТОТ ПРИЗНАК ОПРЕДЕЛЯЕТ СТЕПЕНЬ «МОДНОСТИ» ТОВАРА, СООТВЕТСТВИЕ ЕГО НОВЕЙШИМ ТРЕНДАМ, ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЯ, КАК ЧАСТО И КАК ДОЛГО ОН БУДЕТ НОСИТЬ ИЗДЕЛИЕ.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ДЛИНЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ В FASHION ИНДУСТРИИ:

1. BASIC (SEASONAL BASIC)
2. FASHION BASIC
3. FASHION
4. TRENDY

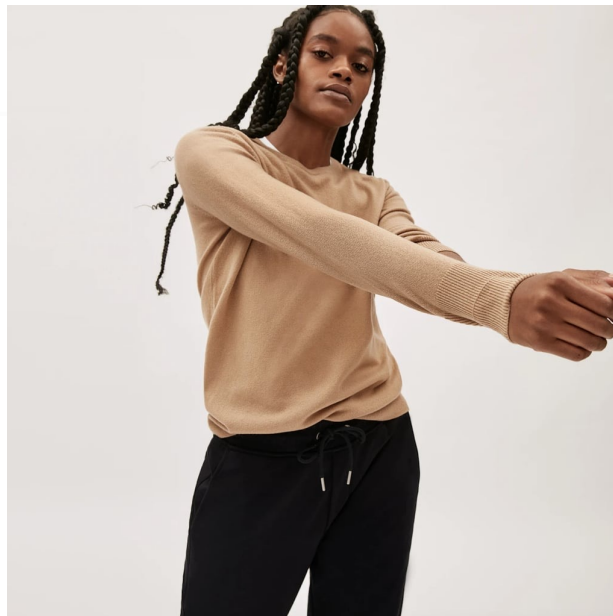


ТОВАРЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА BASIC (SEASONAL BASIC)

#BASIC

BASIC – ТОВАРЫ БАЗОВОГО КРОЯ, СПОКОЙНЫХ НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ЦВЕТОВ, БЕЗ ИЛИ С МИНИМАЛЬНОЙ ОТДЕЛКОЙ. ОНИ ЛЕГКО СОЧЕТАЮТСЯ СО МНОГИМИ ДРУГИМИ ИЗДЕЛИЯМИ В ГАРДЕРОБЕ, НАХОДЯТСЯ «ВНЕ МОДЫ», АКТУАЛЬНЫ В ТЕЧЕНИИ МНОГИХ ЛЕТ, В ЛЮБЫЕ СЕЗОНЫ. ТАКИЕ ТОВАРЫ ПОЛЬЗУЮТСЯ СТАБИЛЬНЫМ СПРОСОМ У ПОКУПАТЕЛЕЙ И ДОЛЖНЫ ВСЕГДА БЫТЬ В НАЛИЧИИ.

SEASONAL BASIC - БАЗОВЫЕ ТОВАРЫ, ОТЛИЧАЮЩИЕСЯ ЧЕТКОЙ СЕЗОННОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬЮ, ПРОДАЮТСЯ ТОЛЬКО В ОПРЕДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ ГОДА.



ТОВАРЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА FASHION BASIC

#FASHION BASIC

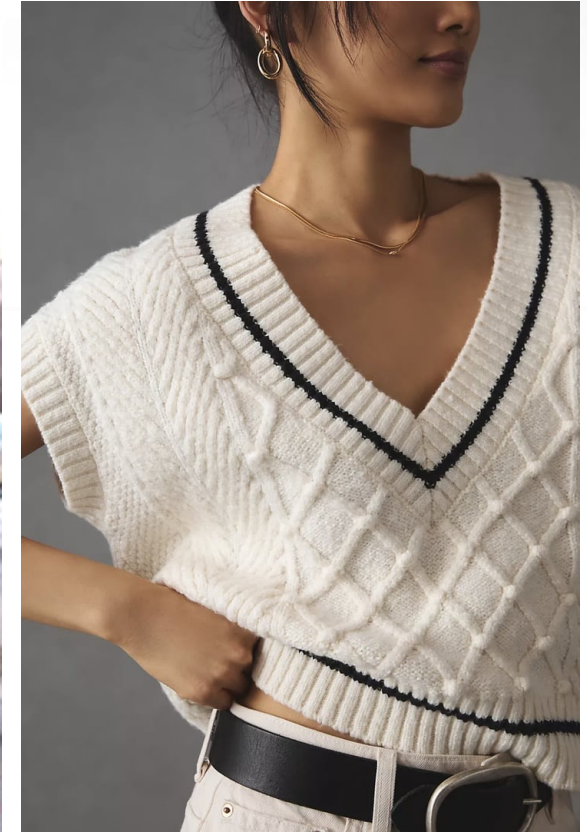
FASHION BASIC – БАЗОВЫЕ ТОВАРЫ, ИМЕЮЩИЕ МОДНЫЕ НЕЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ ДЕТАЛИ ОТДЕЛКИ, ПРИНТ ИЛИ РАСЦВЕТКУ. ОНИ МОГУТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ СПРОСОМ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ТЕЧЕНИЕ ДВУХ СЕЗОНОВ.



ТОВАРЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА FASHION

#FASHION

FASHION – МОДНЫЙ АССОРТИМЕНТ, ОТРАЖАЮЩИЙ ПОДТВЕРЖДЕННЫЕ СЕЗОННЫЕ ТРЕНДЫ, ЛЕГКО ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ПО ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К КОНКРЕТНОЙ ДИЗАЙНЕРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ, ПОЛЬЗУЕТСЯ СПРОСОМ ТОЛЬКО ОДИН СЕЗОН.



ТОВАРЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА TRENDY

#TRENDY

TRENDY – ОСТРОМОДНЫЕ ТОВАРЫ, ИМЕЮЩИЕ НЕОБЫЧНЫЙ КРОЙ, ПРИНТ ИЛИ ОСОБЕННУЮ РАСЦВЕТКУ, ОТРАЖАЮТ САМЫЕ ПЕРЕДОВЫЕ МОДНЫЕ ТРЕНДЫ, ОТНОСЯТСЯ К КАПСУЛЬНОЙ КОЛЛЕКЦИИ ИЛИ ЯВЛЯЮТСЯ ПОЧЕРКОВЫМИ МОДЕЛЯМИ КОЛЛЕКЦИИ ДИЗАЙНЕРА. ПОСТАВЛЯЮТСЯ В МАГАЗИН В ОГРАНИЧЕННОМ КОЛИЧЕСТВЕ, ПРОДАЮТСЯ В ТЕЧЕНИЕ КОРОТКОГО ПЕРИОДА, ОГРАНИЧЕННОГО КОНКРЕТНЫМ КОЛИЧЕСТВОМ ДНЕЙ.



ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ БАЗОВОГО ПО КРОЮ ИЗДЕЛИЯ



#ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ



basic



fashion basic



fashion



trendy

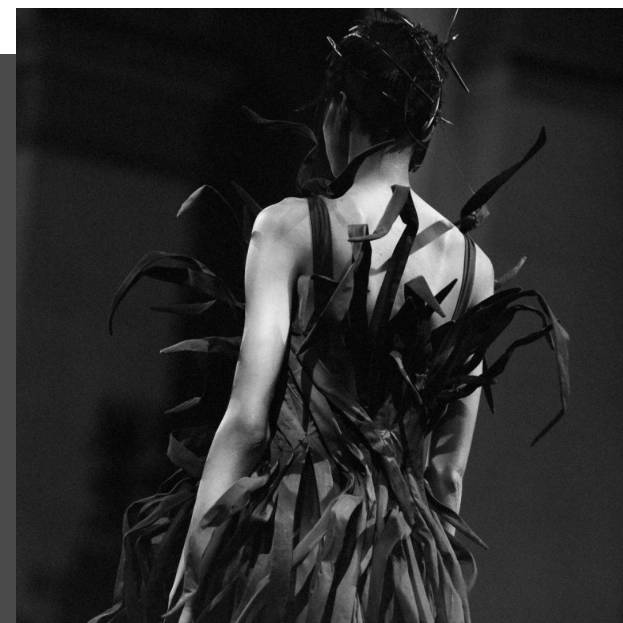


#FASHION

#TRENDS

#ANALYTICS

ЛОГИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ
ЛОГИКА РАСЧЕТОВ
НОРМЫ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ТОВАРОВ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ



КОЛЛЕКЦИЯ SPORT – ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ

#ПРИЗНАКИ

1. СПОРТИВИЗИРОВАННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОДЕЖДЫ – СВОБОДНЫЕ ФОРМЫ, НАЛИЧИЕ БОЛЬШИХ КАРМАНОВ, КАПЮШОН, МОЛНИИ, ШНУР.
2. ТКАНИ И МАТЕРИАЛЫ – МЯГКИЕ ТКАНИ, ФУТЕР, КУЛИРКА, МЯГКАЯ ДЖИНСОВАЯ ТКАНЬ, СИНТЕТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.
3. ЦВЕТА – СИНИЙ, ЧЕРНЫЙ, БЕЛЫЙ, КРАСНЫЙ, СЕРЫЙ, ФИРМЕННЫЙ СВЕТЛЫЙ СИРЕНЕВЫЙ, ПАСТЕЛЬНЫЕ ОТТЕНКИ, ЭФФЕКТ ЗАСТИРАННОСТИ ИЛИ ДЕГРАДЕ.
4. ДЕКОРАТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ - НАЛИЧИЕ НАДПИСЕЙ И ЛОГОТИПОВ НА ОДЕЖДЕ, ШЕВРОНЫ, ЗНАЧКИ, ТЕСЬМА.



SPORT – МАТРИЦА КОЛЛЕКЦИИ ОДЕЖДА



#МАТРИЦА

категория	группа	вид ассортимента	наименование	силуэт	длина изделия	воротник	застежка	длина рукава	тип рукава	модель рукава	карман	пояс	декоративные элементы
одежда	плечевые изделия	рубашка	рубашка	прямой	стандартная	стояче-отложной	планка	длинный	вшивной	прямой с манжетом	накладной	-	погоны
			батник	приталенный	удлиненная	стойка - мао	суппатная		спущенное плечо	широкий с манжетом	-	-	шеvron
											-	-	вышивка
		футболка	футболка	прямой	стандартная	без воротника	-	длинный	вшивной	прямой	-	-	вышивка
				питаленный	удлиненная	стойка		короткий			-	-	принт
								три четверти			-	-	-
		свитшот	свитшот	оверсайз	укороченный	без воротника	-	длинный	вшивной	пышный сверху, зауженный вниз	накладной	-	вышивка
				прямой	стандартная	стойка			спущенное плечо	прямой с манжетом	кенгуру	-	принт
					удлиненная					широкий с манжетом	в шве	-	
										прямой			
		худи	худи	оверсайз	укороченный	капюшон	молния	длинный	вшивной	пышный сверху, зауженный вниз	накладной	-	вышивка
				прямой	стандартная		без застежки		спущенное плечо	прямой с манжетом	кенгуру	-	принт
					удлиненная					широкий с манжетом	в шве	-	
										прямой			
		жилет	жилет	оверсайз	укороченный	капюшон	без застежки	без рукава	-	-	накладной	-	вышивка
				прямой	стандартная	шаль	молния				в шве		погоны
					удлиненная	высокая стойка	кнопки				кенгуру		шеvronы
													принт
		кардиган	кардиган	оверсайз	стандартная	без воротника	без застежки	длинный	вшивной	прямой	в шве		вышивка
				прямой	удлиненная	шаль	молния	семь восьмых	спущенное плечо		накладной		принт
						английский	кнопки						
							пуговицы						
	поясные изделия	юбка	юбка - трапеция	А-силуэт	длинная		молния					без пояса	
			юбка - плиссированн	прямая	французская		пуговицы					резинка	
			юбка - балерина				без застежки					притачной	
			юбка - прямая									кулиска	
			юбка - тюльпан										
	платье	платье	платье футболка	прямое	длинная	капюшон	без застежки	длинный	вшивной	прямой	в шве	без пояса	вышивка
			платье - свитшот	Х - силуэт	французская	без воротника	планка	семь восьмых		пышный сверху, зауженный вниз	накладной	резинка	погоны
			платье - рубашка	колокольчик						прямой с манжетом		притачной	шеvronы
												кулиска	

SPORT – МАТРИЦА КОЛЛЕКЦИИ ВЕРХНЯЯ ОДЕЖДА, СУМКИ



#МАТРИЦА

категория	группа	вид ассортимента	наименование	силуэт	длина изделия	воротник	застежка	длина рукава	тип рукава	модель рукава	карман	пояс	декоративные элементы
верхняя одежда	куртка	ветровка	ветровка	прямой	стандартная	капюшон	пуговицы	длинный	вшивной	прямой	накладной	кулиска	вышивка
			бомбер	приталенный	удлиненная	отложной	молния			спущенное плечо			погоны
						английский							шевроны
		куртка	куртка	прямой	удлиненная	капюшон	пуговицы	длинный	вшивной	прямой			
			куртка - стеганая	приталенный		стойка	молния			спущенное плечо	накладной		вышивка
				оверсайз							прорезной		принт
	жилет	жилет	жилет стеганый	прямой	стандартная	капюшон	молния	без рукава	-	-	в шве		принт
						без воротника	кнопки						
аксессуары	сумка	сумка	сумка - тоут	прямоугольный									
			сумка - шоппер	квадрат									
			сумка - хобо	полукруг									
			сумка - планшет										

ПРИМЕРЫ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ ЛИНИИ SPORT



БАЗОВЫЕ МОДЕЛИ В ЛИНИИ ОДЕЖДЫ SPORT

#БАЗА

1. БАЗОВЫЕ МОДЕЛИ – ЭТО МОДЕЛИ КОТОРЫЕ:
 - ИМЕЮТ БАЗОВЫЙ КРОЙ
 - НЕ ИМЕЮТ ПРИНТОВ, НАШИВОК, ШЕВРОНОВ И ПРОЧИХ ДЕКОРАТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ЛОГО ТМ
 - ВЫПОЛНЕННЫ В БАЗОВЫХ КЛАССИЧЕСКИХ ЦВЕТАХ – ЧЕРНЫЙ, СИНИЙ, БЕЛЫЙ, СЕРЫЙ, СВЕТЛЫЙ СИРЕНЕВЫЙ - ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ ТМ
 - ДОЛЖНЫ ПРИСУТСТВОВАТЬ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ И В ПРОДАЖАХ ПОСТОЯННО
2. ПРОТОТИПЫ БАЗОВЫХ МОДЕЛЕЙ КОЛЛЕКЦИИ SPORT ПРЕДСТАВЛЕННЫ НА ФОТОГРАФИЯХ.

ФУТБОЛКА



СВИТШОТ



ХУДИ



ЮБКА ПЛИССЕ ДВЕ ДЛИНЫ



ПЛАТЬЕ КОЛОКОЛЬЧИК



ПРОТОТИПЫ МОДНЫХ МОДЕЛЕЙ СПОРТИВИЗИРОВАННОЙ ОДЕЖДЫ



#ПРОТОТИПЫ



КОЛИЧЕСТВО РАЗМЕРОВ И ЦВЕТОВ ДЛЯ КАЖДОЙ МОДЕЛИ. ПРИМЕР

#СТАНДАРТ ДЛЯ КОМПАНИИ

1. ДЛЯ КАЖДОЙ МОДЕЛИ ПЛАНИРУЕТСЯ 5 ОСНОВНЫХ РАЗМЕРОВ:
 - БАЗОВЫЕ МОДЕЛИ – 44, 46, 48, 50, 52
 - СЕЗОННЫЕ И ИМИДЖЕВЫЕ МОДЕЛИ (МОДНЫЕ) – 42, 44, 46, 48, 50
2. БАЗОВЫЕ МОДЕЛИ ВЫПОЛНЯЮТСЯ В 5 ОСНОВНЫХ ЦВЕТАХ:
 - ЧЕРНЫЙ
 - БЕЛЫЙ
 - СИНИЙ
 - СЕРЫЙ
 - ФИРМЕННЫЙ СИРЕНЕВЫЙ
3. СЕЗОННЫЕ И ИМИДЖЕВЫЕ МОДЕЛИ (МОДНЫЕ) ВЫПОЛНЯЮТСЯ В ДВУХ ИЛИ ТРЕХ ЦВЕТАХ.
4. ПРАВИЛА ПЛАНИРОВАНИЯ ЦВЕТОВОЙ ТЕМЫ КОЛЛЕКЦИИ:
 - ОДНА ПЕРЕКЛАДИНА (2 400 ММ) – ОДНА ТЕМА
 - КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОВ НА ОДНОЙ ПЕРЕКЛАДИНЕ – 3 ИЛИ 5
 - ЦВЕТА НА ОДНОЙ ПЕРЕКЛАДИНЕ ДОЛЖНЫ СОЧЕТАТЬСЯ МЕЖДУ СОБОЙ

ОНА ТЕМА, ТРИ ЦВЕТА НА ОДНОЙ ПЕРЕКЛАДИНЕ

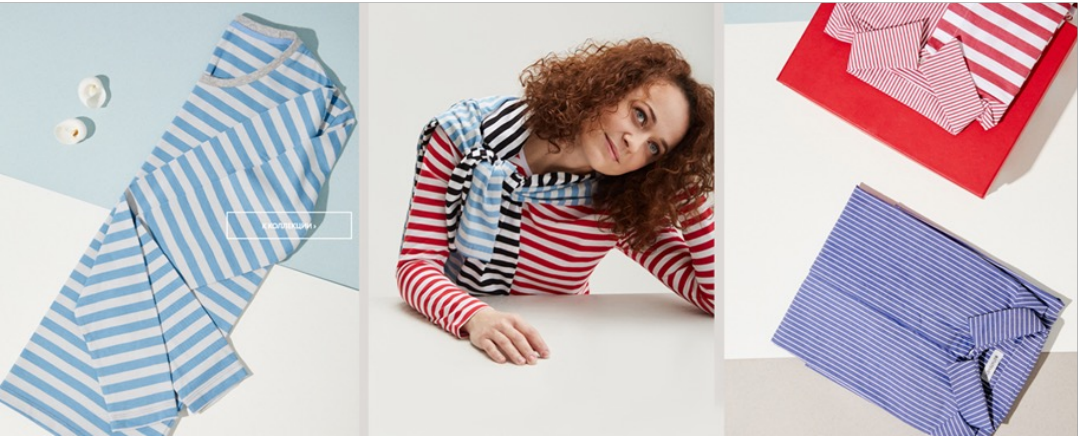


КАК УМЕНЬШИТЬ КОЛИЧЕСТВО КОНСТРУКЦИЙ НА МОДЕЛЬ. ПРИМЕР

#ОПТИМИЗАЦИЯ КОЛИЧЕСТВА МОДЕЛЕЙ

- 1. ВЫБИРАЕМ БАЗОВую КОНСТРУКЦИЮ МОДЕЛИ
- 2. ПЛАНИРУЕМ КОЛИЧЕСТВО ДЛИН РУКАВА, ФОРМЫ ВЫРЕЗА ВОРОТА, ДЛИНЫ ИЗДЕЛИЯ

модель	ворот	длина рукава	длина изделия	плечо	кол-во цветов
футболка	R-neck	короткий	норм	норм	9
футболка	R-neck	короткий	норм	спущеное	9
футболка	R-neck	короткий	укорочен	норм	9
футболка	R-neck	без рукава	норм	спущеное	9
футболка	V-neck	короткий	норм	норм	9
футболка	V-neck	короткий	норм	спущеное	9



КАК СОБРАТЬ СОЧЕТАЮЩИЕСЯ ЦВЕТА. ПРИМЕР



#КАК СОБРАТЬ ПРОТОТИП КОЛЛЕКЦИИ

1. ЧЕМ БОЛЕЕ БАЗОВЫМ ЯВЛЯЕТСЯ АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ, ТЕМ БОЛЬШЕ ЦВЕТОВ ДОЛЖНО БЫТЬ ЗАПЛАНИРОВАНО НА ОДНУ МОДЕЛЬ
2. НЕСКОЛЬКО КАПСУЛ СОБИРАЕТСЯ НА ОДИН МУДБОРД
3. ЦВЕТА КАЖДОЙ ИЗ КАПСУЛ ДОЛЖНЫ СОЧИТАТЬСЯ МЕЖДУ СОБОЙ
4. В ИДЕАЛЕ, ДЛЯ КАЖДОЙ КОНКРЕТНОЙ ПОСТАВКИ КАЖДАЯ МОДЕЛЬ ДОЛЖНА СОЧЕТАТЬСЯ ПО ЦВЕТУ С ЛЮБОЙ ДРУГОЙ МОДЕЛЬЮ КОЛЛЕКЦИИ, КОТОРАЯ ДОЛЖНА ПОСТУПИТЬ В ТОРГОВЫЙ ЗАЛ В КОНКРЕТНЫЙ ПЕРИОД ВРЕМЕНИ



#ЦВЕТА КОЛЛЕКЦИИ

1. КОЛЛЕКЦИИ МОГУТ НАЧИНАТЬСЯ ОДИМ ЦВЕТОМ В НАЧАЛЕ СЕЗОНА И ЗАКАНЧИВАТЬСЯ ДРУГИМ
2. ДЛЯ СВЯЗКИ МОДЕЛЕЙ ЦВЕТОМ ИСПОЛЬЗУЮТ:
 - БАЗОВЫЕ МОДЕЛИ, НАПРИМЕР ФУТБОЛКИ, СВИТШОТЫ, ДЖЕМПЕРЫ
 - ИЗДЕЛИЯ ИЗ ДЖИНСОВОЙ ТКАНИ
 - МОДЕЛИ БАЗОВЫХ ТЕМНЫХ ЦВЕТОВ, НАПРИМЕР СИНЕГО, СЕРОГО И ЧЕРНОГО
 - МОДЕЛИ СЛОЖНОГО КРОЯ БЕЛОГО ЦВЕТА, НАПРИМЕР БЛУЗЫ И РУБАШКИ



КОЛИЧЕСТВО И СООТНОШЕНИЕ МОДЕЛЕЙ В КАЖДОЙ КОЛЛЕКЦИИ ЛИНИИ ОДЕЖДЫ SPORT. ПРИМЕР



#СООТНОШЕНИЕ

функциональная составляющая	номер поставки	номер коллекции	дата поставки	группа	кол-во размеров	базовые модели	кол-во цветов база	кол-во размерных рядов	модные модели	кол-во цветов модн.	кол-во размерных рядов на цвет	ИТОГО шт.	ИТОГО кол-во цветов	ИТОГО кол-во моделей	ИТОГО для развески в зале шт.	период продаж	кол-во дней продаж
sport	4	2S	16.01.			5			10			153		15	62	16.01. - 15.05.	135
				рубашка	5	-	-	-	1	1	1	5	1	1	2		
				футболка	5	1	5	1	-	-	-	25	5	1	10		
				свитшот	5	1	5	1	-	-	-	25	5	1	10		
				худи	5	1	5	1	-	-	-	25	5	1	10		
				жилет	5	-	-	-	2	1	1	10	1	2	4		
				кардиган	5	-	-	-	1	1	1	5	1	1	2		
				юбка	5	1	2	1	2	1	1	20	3	3	8		
				платье	5	1	3	1	1	1	1	20	4	2	8		
				костюм	5	-	-	-	1	2	1	10	2	1	4		
				ветровка	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				куртка	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				жилет ВО	5	-	-	-	1	1	1	5	1	1	2		
				сумка	1	-	-	-	1	1	3	3	1	1	2		
sport	5	3S	01.03.			5			13			183		18	74	01.03. - 09.06.	101
				рубашка	5				1	1	1	5		1	2		
				футболка	5	1	5	1				25		1	10		
				свитшот	5	1	5	1	3	1	1	40		4	16		
				худи	5	1	5	1	1	2	1	35		2	14		
				жилет	5	-	-		2	1	1	10		2	4		
				кардиган	5	-	-					-		-	-		
				юбка	5	1	2	1	2	2	1	30		3	12		
				платье	5	1	3	1	2	1	1	25		3	10		
				костюм	5							-		-	-		
				ветровка	5				1	2	1	10		1	4		
				куртка	5							-		-	-		
				жилет ВО	5							-		-	-		
				сумка	1				1	1	3	3		1	2		

МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАЛЕНДАРЬ: ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

#МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАЛЕНДАРЬ

1. МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАЛЕНДАРЬ – ЭТО ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗРАБОТКЕ, СОГЛАСОВАНИЮ, ПОШИВУ ОБРАЗЦОВ И ИХ УТВЕРЖДЕНИЮ, РАСКРОЮ, ИЗГОТОВЛЕНИИ ПАРТИЙ ТОВАРОВ, ПОСТАВКЕ ИХ НА СКЛАД, С ДАТАМИ ПОСТАВКИ В ТОРГОВЫЕ ЗАЛЫ, СРОКАМИ РЕАЛИЗАЦИИ, СРОКАМИ АНАЛИТИКИ И ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ МАТРИЦЫ ПРОДАЖ.
2. ОСНОВНЫЕ СОКРАЩЕНИЯ:
 - БУКВЕННЫЕ СОКРАЩЕНИЯ
 - SS – СЕЗОН ВЕСНА-ЛЕТО
 - FW – СЕЗОН ОСЕНЬ-ЗИМА
 - S – ЛИНИЯ SPORT
 - F – ЛИНИЯ FASHION
 - FF – ЛИНИЯ FORMAL FASHION
 - E – ЛИНИЯ EVENT
 - ЦИФРОВЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ
 - S1, F1, FF1, E1 И ТАК ДАЛЕЕ – НОМЕР КОЛЛЕКЦИИ
3. СОБЛЮДЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАЛЕНДАРЯ – ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРОИЗВОДСТВА.

МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАЛЕНДАРЬ - ЖЕНСКАЯ ЛИНИЯ SPORT. ПРИМЕР



#МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАЛЕНДАРЬ

НА КАЖДОМ КАЛЕНДАРЕ ЧЕТКО ВИДНЫ МЕСЯЦЫ, КОГДА КОЛЛЕКЦИИ ВНУТРИ ЛИНИИ ПЕРЕСЕКАЮТСЯ – НАХОДЯТСЯ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ ОДНОВРЕМЕННО, СООТВЕТСТВЕННО:

- ЭТИ КОЛЛЕКЦИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОБЪЕДЕНЕНЫ ЦВЕТОМ БАЗОВЫХ МОДЕЛЕЙ

мероприятия	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
дизайн/разработка												
концепция				SS 1S - 4S						FW 5S - 7S		
образцы	SS 3S	SS 4S				FW 5S	FW 6S	FW 7S		SS 1S	SS 2S	
презентация	SS 3S	SS 4S				FW 5S	FW 6S	FW 7S		SS 1S	SS 2S	
производство												
выбор тканей				SS 1S - 4S						FW 5S - 7S		
раскройка	SS 2S	SS 3S	SS 4S	SS 4S	SS 4S	FW 5S		FW 6S	FW 7S	SS 1S	SS 1S	SS 2S
пошив	SS 2S	SS 3S	SS 4S	SS 4S	SS 4S	FW 5S		FW 6S	FW 7S	SS 1S	SS 1S	SS 2S
отправка на склад	SS 2S	SS 3S		SS 4S	SS 4S		FW 5S		FW 6S	FW 7S	SS 1S	
дистрибуция												
первая поставка	2S - new 16.01.		3S - new 01.03.	4S - new 11.04.			5S - pre 13.07.		6S - new 16.09.	7S - new 16.10.		1S - pre 01.12.
пополнение												
продажи	16.01. - 15.05.		01.03. - 09.06.	11.04. - 15.08.			13.07. - 31.08.		01.09. - 15.11.	16.10. - 15.01.		01.12. - 10.04.
реализация в торговом зале	SS 2S	SS 2S	SS 3S	SS 4S	SS 4S	SS 4S	FW 5S	FW 5S	FW 6S	FW 7S	FW 7S	SS 1S
	SS 1S	SS 1S	SS 2S	SS 3S	SS 3S	SS 3S	SS 4S	SS 4S	FW 5S	FW 6S	FW 6S	FW 7S
	FW 7S	FW 7S	SS 1S	SS 2S	SS 2S	SS 2S						
анализ продаж	SS 2S	SS 2S	SS 3S	SS 3S	SS 3S	SS 3S	FW 5S	FW 5S	FW 6S	FW 7S	FW 7S	SS 1S
			SS 2S	SS 2S	SS 2S	SS 2S			FW 5S	FW 6S	FW 6S	FW 7S
формирование матрицы коллекции	FW 7S	FW 7S	SS 3S	SS 3S	SS 1S	SS 3S	FW 5S	SS 4S	FW 5S	FW 7S	FW 6S	SS 1S
		SS 2S	SS 2S	SS 2S	SS 3S	SS 2S	SS 4S			FW 6S		FW 7S
формирование плана цен		FW 7S			SS 1S	SS 3S		SS 4S	FW 5S		FW 6S	
					SS 2S	SS 2S						



FASHION CONSULTING GROUP

#КОНСАЛТИНГ, ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

+7 (965) 315-18-18

#ОБРАЗОВАНИЕ

+7 (906) 056-18-18

#INFO@FASHIONCONSULTING.RU

 VK/FCGMEDIA

 T.ME/FCGMEDIA

WWW.FASHIONCONSULTING.RU



BIT.DO/FCGMEDIA

#ОСТАВАЙТЕСЬ

НА СВЯЗИ

ЗАПОЛНИТЕ АНКЕТУ,
ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ
ЭТОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ



#ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ

НА НАШИ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

ЧТОБЫ БЫТЬ В КУРСЕ СОБЫТИЙ
ИНДУСТРИИ МОДЫ



@FCGMEDIA