

Κλάδος Εφαρμοσμένων Τεχνών / Ειδικότητα Σχεδιασμού και Κατασκευής Ενδυμάτων

Μάθημα: Μάρκετινγκ Μόδας

Έτος Γ'

Τμήμα: ΕΕ3

Ενότητα 7: Τα προϊόντα Μόδας και το Fashion Branding

Εκπαιδευτρια: Χριστίνα Ιακώβου

Σημειώσεις μαθητών / μαθητριών

7.1 Η σημασία των προϊόντων Μόδας

Τα προϊόντα Μόδας θεωρούνται πάρα πολύ σημαντικά επειδή ξεκινώντας από τη διαδικασία του σχεδιασμού τους, της παραγωγής τους μέχρι την προσφορά τους, συνδέονται με τη βιομηχανία του τομέα της Μόδας.

Οι λόγοι για τους οποίους είναι σημαντική η παρουσία των προϊόντων Μόδας στον τομέα του λιανικού εμπορίου είναι:

- i. Για τη συνέχιση και της επιβίωσης του τομέα της Μόδας.
- ii. Για την παγκόσμια οικονομία καθώς η Μόδα συμβάλει στην παραγωγή, στις εξαγωγές, στις εισαγωγές, στο χονδρικό και στο λιανικό εμπόριο.
- iii. Για την ικανοποίηση των βασικών αναγκών των ανθρώπων της κοινωνίας με βάση τη θέση τους στις κοινωνικές ομάδες στις οποίες ανήκουν.

7.2 Η ταξινόμηση των προϊόντων Μόδας

Η ταξινόμηση των προϊόντων Μόδας αφορά στην αγορά και γίνεται:

- I. Με βάση την προσπάθεια που καταβλήθηκε από μέρους των καταναλωτών.
- II. Με βάση το «Στοιχείο της Μόδας».

- I. **Τα προϊόντα Μόδας με βάση την προσπάθεια που καταβλήθηκε από μέρους των καταναλωτών, ταξινομούνται σε τρεις (3) κατηγορίες όπως πιο κάτω:**
 - i. **Τα προϊόντα που αγοράζονται αυθόρμητα** από τους καταναλωτές όπως για παράδειγμα οι αγορές καλτσών και εσωρούχων από τις υπεραγορές τροφίμων.

- ii. **Τα προϊόντα που αγοράζονται με προγραμματισμένες επισκέψεις στα καταστήματα του λιανικού εμπορίου της Μόδας** από τους καταναλωτές, μετά από τη σύγκριση που κάνουν η οποία αφορά στην ποιότητα των εμπορευμάτων, στην τιμή τους, καθώς και στο σχέδιό τους, όπως για παράδειγμα οι αγορές εμπορευμάτων από τα καταστήματα αλυσίδες.
 - iii. **Τα προϊόντα που αγοράζονται μετά από εκτεταμένη έρευνα** από τους καταναλωτές, όπως για παράδειγμα τα εμπορεύματα υψηλής ποιότητας καθώς και τα επώνυμα προϊόντα.
- II. **Τα προϊόντα Μόδας με βάση το «Στοιχείο της Μόδας», ταξινομούνται σε τρεις (3) κατηγορίες όπως πιο κάτω:**
- i. **Στα Κλασσικά προϊόντα:** Είναι προϊόντα Μόδας που θεωρούνται διαχρονικά και μπορούν να είναι αποδεχτά για πολλές σεζόν και από την πλειονότητα των καταναλωτών. Κατά καιρούς, κλασσικά προϊόντα Μόδας συμπεριλαμβάνονται στις τάσεις Μόδας μια τρέχουσας σεζόν.
 - ii. **Στα Μοντέρνα προϊόντα:** Είναι προϊόντα Μόδας που βασίζονται στις τάσεις της Μόδας της τρέχουσας σεζόν. Η δημοτικότητά τους αυξάνεται ομαλά κατά τη διάρκεια της σεζόν και μειώνεται σταδιακά.
 - iii. **Στα FAD προϊόντα:** Είναι προϊόντα Μόδας που βασίζονται στις τάσεις της Μόδας της τρέχουσας σεζόν, αλλά θεωρούνται συνήθως πιο ιδιαίτερα, ακόμη και εκκεντρικά. Η δημοτικότητά τους αυξάνεται ραγδαία, καθώς και με την ίδια ραγδαία ταχύτητα αποφέρουν πτώση.

Παραδείγματα: Κατηγορίες προϊόντων με βάση το «Στοιχείο της Μόδας»



Κλασσικά προϊόντα



Μοντέρνα προϊόντα

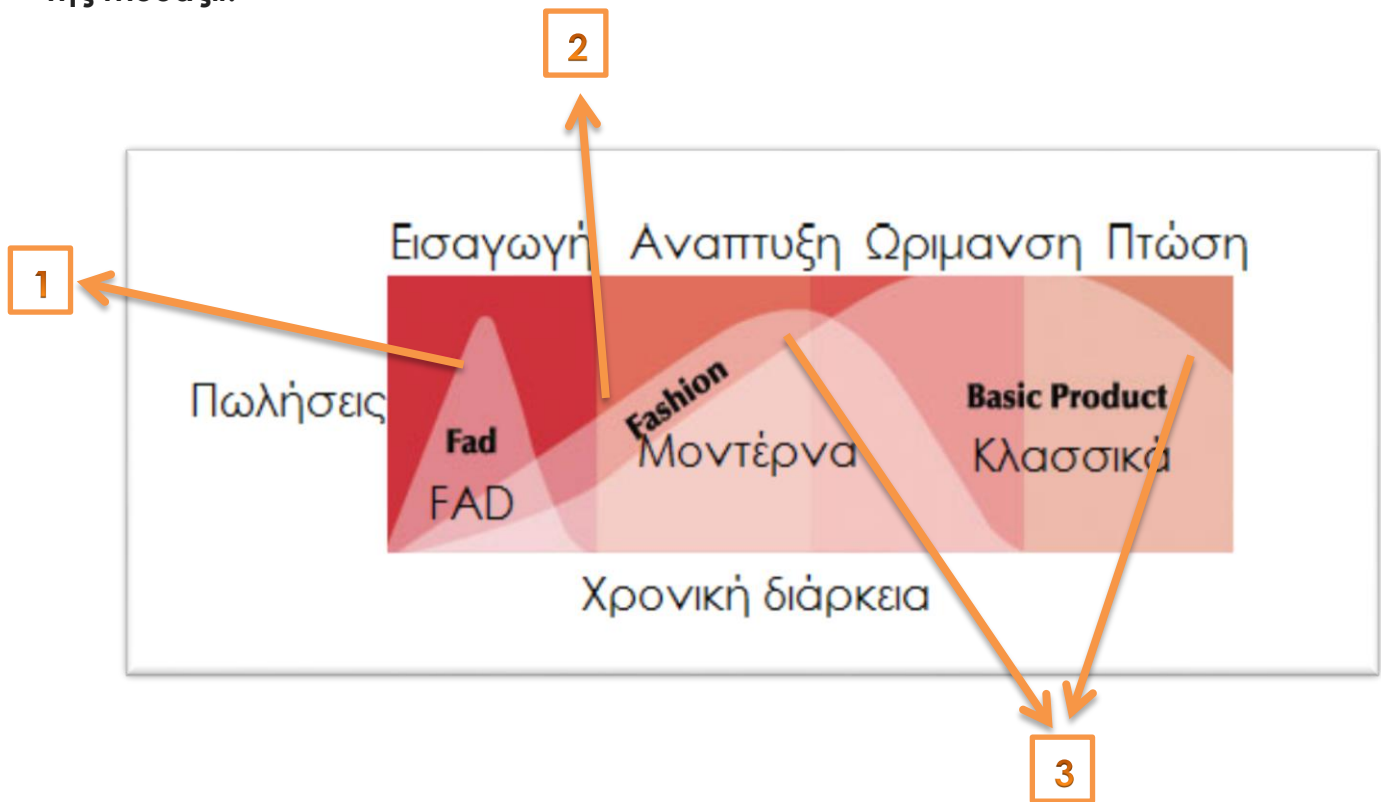


FAD προϊόντα

Γραφική παράσταση με βάση το «Στοιχείο της Μόδας»:

Στην παρακάτω γραφική παράσταση παρουσιάζονται τρεις (3) καμπύλες.

Η καθεμία καμπύλη παρουσιάζει μια κατηγορία προϊόντων Μόδας, με βάση το «Στοιχείο της Μόδας».



Η επεξήγηση της πιο πάνω γραφικής παράστασης:

1. Οι πωλήσεις των **FAD προϊόντων** και η δημοτικότητά τους αυξάνονται ταχέως με την εισαγωγή τους στην αγορά, καθώς και με την ίδια ταχύτητα αποφέρουν πτώση.
2. Οι πωλήσεις των **μοντέρνων προϊόντων** και η δημοτικότητά τους αυξάνονται μέσα σε μία σεζόν ομαλά, καθώς και η πτώση τους στο τέλος μιας σεζόν. Ακολουθως μειώνονται σταδιακά.
3. Οι πωλήσεις των **κλασσικών προϊόντων** και η δημοτικότητά τους αυξάνονται με πολύ αργό και σταθερό ρυθμό και η δημοτικότητά τους διαρκεί πέραν της μιας σεζόν. Ως αποτέλεσμα τα κλασσικά προϊόντα συγκεντρώνουν τον μεγαλύτερο αριθμό πωλήσεων.

7.3 Το «Fashion Branding» / η «Εμπορική Επωνυμία» και η σημασία του

Το «Fashion Branding» στην Ελληνική γλώσσα μεταφράζεται ως η μάρκα Μόδας. Στον επαγγελματικό χώρο του τομέα της Μόδας, χρησιμοποιούμε τη φράση «Εμπορική Επωνυμία», δηλαδή η μάρκα ενός ενδύματος ή προϊόντος Μόδας.

«Fashion Branding» = «Εμπορική Επωνυμία».

Η δημιουργία του «Fashion Branding» / της «Εμπορικής Επωνυμίας»:

Η διαδικασία η οποία σχετίζεται με τη δημιουργία μία μοναδικής επωνυμίας και εικόνας για ένα προϊόν Μόδας στο μυαλό των καταναλωτών, κυρίως μέσω των διαφημιστικών εκστρατειών με ένα συναφή θέμα, ονομάζεται μάρκα Μόδας, δηλαδή «Επωνυμία» ή «Brand».

Το «Fashion Branding» / η «Εμπορική Επωνυμία» μιας επιχείρησης στοχεύει στη δημιουργία μίας σημαντικής και διαφοροποιημένης παρουσίας στην αγορά της Μόδας, η οποία προσελκύει και διατηρεί πιστούς πελάτες.

Η «**ταυτότητα**» της επωνυμίας μιας επιχείρησης, θεωρείται όλη η εμπειρία της εμπορικής Επωνυμίας της, όχι μόνο οπτικά αλλά περισσότερο από τον πυρήνα της, της θεμελίωσης, της ακεραιότητας και των αξιών της επιχείρησης.

Μία Εμπορική Επωνυμία / Fashion Branding, δεν είναι απλά ένα προϊόν, ή μάλλον ένα λογότυπο. Μία Εμπορική Επωνυμία / Fashion Branding, είναι όλα όσα αποτελούν τις ελπίδες, τα όνειρα και τους οδηγούς πίσω από μία επιχείρηση Μόδας και τα προϊόντα της.

Ο κατασκευαστής των προϊόντων, χρησιμοποιεί ένα μοναδικό υλικό στο σχεδιασμό τους, δίνει μοναδικό «όνομα» σε αυτά και τα εμπορεύεται με το μοναδικό όνομα που είναι γνωστό ως «Brand» / «Επωνυμία». Αυτό δημιουργεί αντίκτυπο στους καταναλωτές και αυξάνει τις πωλήσεις της του προϊόντος, που είναι ο απώτερος στόχος του Μάρκετινγκ της καθεμίας επιχείρησης Μόδας.

Το «Fashion Branding» / η «Εμπορική Επωνυμία», είναι μία διαδικασία/μηχανισμός και αναφέρεται σε όποιαδήποτε επιχείρηση δραστηριοποιείται στον τομέα της Μόδας, η οποία δημιουργεί και διαχειρίζεται μια εμπορική Επωνυμία Μόδας, καθώς μεταφέρει ταυτόχρονα προς τους καταναλωτές / το αγοραστικό κοινό, τα μηνύματα και τις αξίες με τα οποία συσχετίζεται ο καταναλωτής/αγοραστής.

Η σημασία της «ταυτότητας» της «Εμπορικής Επωνυμίας» ή του «Fashion Branding» μίας επιχείρησης:

Μέσα από το «Fashion Branding» / την «Εμπορική Επωνυμία» μίας επιχείρησης Μόδας του λιανικού εμπορίου, δημιουργείται η ταυτότητα της Εμπορικής Επωνυμίας της επιχείρησης.

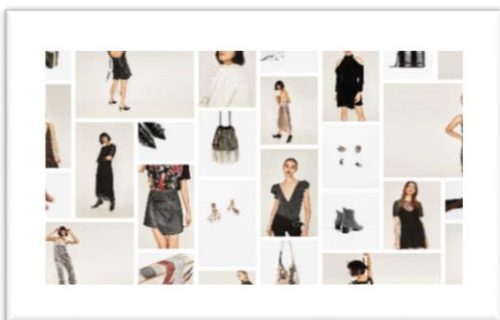
Η ταυτότητα της εμπορικής Επωνυμίας μίας επιχείρησης Μόδας είναι πολύ σημαντική, καθώς οι καταναλωτές εκφράζουν συχνά μέσα από τη Μόδα, αλλά και συγκεκριμένες εμπορικές Επωνυμίες Μόδας / Fashion Brands, το πώς αισθάνονται οι ίδιοι. Δηλαδή, την εικόνα που οι ίδιοι οι καταναλωτές επιθυμούν να μεταδώσουν για τον εαυτό τους, αλλά και για το πώς θα επιθυμούσαν να τους βλέπουν οι άλλοι. Αυτό, έχει ως αποτέλεσμα, οι καταναλωτές να συνδέονται περισσότερο και πιο θετικά με μία Εμπορική Επωνυμία / Fashion Brand. Οι καταναλωτές συσχετίζονται με αυτή, επιλέγοντας μια εμπορική επωνυμία Μόδας για τις αγορές τους, καθώς αισθάνονται ότι ταυτίζονται με τη συγκεκριμένη ταυτότητα εμπορικής Επωνυμίας.

Τα τέσσερα (4) στοιχεία τα οποία δημιουργούν την εμπορική «ταυτότητα» / την «Εμπορική Επωνυμία» μίας επιχείρησης Μόδας είναι τα πιο κάτω:

- i. Τα προϊόντα της επιχείρησης.
- ii. Το φυσικό λιανικό εμπορικό περιβάλλον της επιχείρησης (Το κατάστημα).
- iii. Το λογότυπο της επιχείρησης.
- iv. Οι αξίες και τα μηνύματα που συνδέουν την επιχείρηση με τον καταναλωτή.

Παρακάτω παραθέτονται παραδείγματα:

Προϊόντα της επιχείρησης



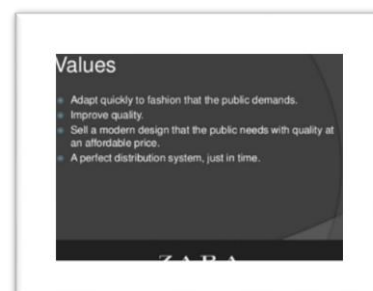
Φυσικό λιανικό εμπορικό περιβάλλον



Λογότυπο της επιχείρησης



Αξίες και μηνύματα



Ο σκοπός του «Fashion Branding» / «Εμπορικής Επωνυμίας»:

Οι σκοποί του «Fashion Branding» / της «Εμπορικής Επωνυμίας» μιας επιχείρησης η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα της Μόδας είναι οι πιο κάτω:

- i.** Να διασφαλίσει και να μεταδώσει τις αξίες και τις πεποιθήσεις της εμπορικής Επωνυμίας Μόδας.
- ii.** Να καθιερώσει μια ξεκάθαρη και ξεχωριστή ταυτότητα που αφορά σε ένα προϊόν Μόδας ή μια υπηρεσία Μόδας ή επιπρόσθετα έναν οργανισμό Μόδας.
- iii.** Να διασφαλίσει τη μοναδικότητα της συγκεκριμένης εμπορικής Επωνυμίας σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνιστικές εμπορικές Επωνυμίες Μόδας.
- iv.** Να διασφαλίσει το αίσθημα ασφάλειας και εμπιστοσύνης στους καταναλωτές / πελάτες.
- v.** Να δημιουργήσει μία συναισθηματική συσχέτιση και σύνδεση μεταξύ των καταναλωτών / πελατών και της εμπορικής Επωνυμίας Μόδας.
- vi.** Να προσθέσει εμπορική αξία ή να αυξήσει την αντιληπτή εμπορική αξία των προϊόντων της συγκεκριμένης εμπορικής Επωνυμίας με προνομιακά ψηλές τιμές.

Η ανάπτυξη μιας «Εμπορικής Επωνυμίας» / «Fashion Brand»:

Η δραστηριότητα της εκτόξευσης μιας Εμπορικής Επωνυμίας προϊόντων Μόδας, θεωρείται εξίσου σημαντική όπως και η τέχνη!

Αρκετοί επαγγελματίες οι οποίοι δραστηριοποιούνται στον τομέα της Μόδας, επιθυμούν να ξεκινήσουν μία δική τους Γραμμή ενδυμάτων (Clothing line) / Επωνυμία - Brand. Ασφαλώς, θα διερωτάται κανείς για το πόσο εύκολο ή δύσκολο θα μπορούσε να είναι!

Η αλήθεια είναι ότι οι επωνυμίες / Brands (μάρκες) ενδυμάτων επιτυγχάνουν σε ένα βαθμό, επειδή δημιουργούνται από ανθρώπους οι οποίοι λατρεύουν τη Μόδα και είναι παθιασμένοι με αυτή. Όμως, μία επωνυμία ειδών/προϊόντων Μόδας, χρειάζεται κάτι περισσότερο από ένα εξαιρετικό σχέδιο για να δημιουργήσει μία μόνιμη επιχείρηση. Χρειάζεται επίσης, όλες τις παγίδες και μη μίας επιτυχημένης επιχείρησης!

Οι έμποροι λιανικής πώλησης προϊόντων Μόδας μίας Επωνυμίας/ Brand πρέπει να κατακτήσουν μεταξύ άλλων, το μάρκετινγκ, την κατασκευή/παραγωγή, καθώς και το λιανικό εμπόριο.

Η ανάπτυξη μίας εμπορικής επωνυμίας δεν είναι μία εύκολη διαδικασία, καθώς πρέπει να καταρτιστεί ένα σωστό και επικερδές επιχειρηματικό πλάνο, αρχίζοντας από την επωνυμία της επιχείρησης, τους οικονομικούς πόρους/χρηματικά ποσά, το σχεδιασμό του προϊόντος, στεγαστικούς χώρους της επιχείρησης, την παραγωγή του προϊόντος, τους εσωτερικούς και εξωτερικούς συνεργάτες, την τιμή του προϊόντος, την προώθηση του προϊόντος, την κατηγορία καταναλωτών που προορίζεται το προϊόν και άλλα.

Αξιολόγηση μαθητών/μαθητριών – Κατ' οίκον εργασία

1. Να αναφέρετε τρεις (3) λόγους για τους οποίους είναι σημαντική η παρουσία των προϊόντων Μόδας στον τομέα του λιανικού εμπορίου.
2. Πώς γίνεται η ταξινόμηση των προϊόντων Μόδας που αφορά στην αγορά;
3. Να αναφέρετε και να επεξηγήσετε τις τρεις (3) κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνται τα προϊόντα Μόδας, με βάση την προσπάθεια που καταβλήθηκε από μέρους των καταναλωτών.
4. Να αναφέρετε και να επεξηγήσετε τις τρεις (3) κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνται τα προϊόντα Μόδας, με βάση το «Στοιχείο της Μόδας».
5. Στην πιο κάτω γραφική παράσταση παρουσιάζονται τρεις (3) καμπύλες. Η καθεμία καμπύλη παρουσιάζει μια κατηγορία προϊόντων Μόδας με βάση το Στοιχείο της Μόδας.
 - i. Να αναγνωρίσετε, να υποδείξετε με τόξα και να ονομάσετε την καθεμία καμπύλη όσον αφορά στα προϊόντα Μόδας που αντιπροσωπεύουν.
 - ii. Να επεξηγήσετε τη γραφική παράσταση όσον αφορά στις πωλήσεις της καθεμίας κατηγορίας προϊόντων Μόδας, κατά την εισαγωγή τους στην αγορά, την ανάπτυξή τους, και κατά την ωρίμανση και την πτώση τους.



6. Πώς ονομάζεται η διαδικασία η οποία σχετίζεται με τη δημιουργία μιας μοναδικής επωνυμίας στον τομέα της Μόδας;
7. Πού στοχεύει η Εμπορική Επωνυμία ή το Fashion Branding μίας επιχείρησης η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα της Μόδας;
8. Τι εννοούμε όταν αναφερόμαστε στην «ταυτότητα» της εμπορικής Επωνυμίας μίας επιχείρησης;
9. Να εξηγήσετε τι είναι το «Fashion Branding» / η «Εμπορική Επωνυμία».
10. Να σχολιάσετε τι εννοούμε αναφέροντας για την «ταυτότητα» της εμπορικής Επωνυμίας μίας επιχείρησης Μόδας.
11. Να αναφέρετε τα τέσσερα (4) στοιχεία τα οποία δημιουργούν την εμπορική «ταυτότητα» / την «Εμπορική Επωνυμία» μίας επιχείρησης Μόδας.
12. Να παραθέσετε έξι (6) σκοπούς που εκπληρώνονται από τη δημιουργία του «Fashion Branding» / της «Εμπορικής Επωνυμίας» μίας επιχείρησης η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα της Μόδας.