

Abercrombie & Fitch  
Abercrombie & Fitch

۱۹۸۰ در شهر نیویورک افتتاح شدند. در سال ۱۹۸۸، نام شرکت مجدداً به فروش رسید و دفتر اصلی آن به همین مکان کنونی یعنی ایالت اوهایو منتقل گردید. در حال حاضر، برند Abercrombie & Fitch بر ارائه پوشاک جهت جوانان تمرکز دارد. طی سال‌های حضور در عرصه کسب و کار، شرکت همواره تصویر برجسته‌ای از خود را به واسطه تبلیغات، کارهای خیریه و مشارکت در جنبش‌های قانونی برای برندسازی، سبک ویژه پوشاک و شیوه‌های صحیح استخدامی ایجاد نموده است.

علاوه بر دفتر ایالات متحده‌ی آمریکا، دفتری از Abercrombie & Fitch در شهر میلان، ایتالیا به عنوان دفتر اروپا راه‌اندازی شده است.

#### محصولات

از جمله محصولات ارائه شده توسط این برند برای بانوان می‌توان به پوشاک با طرح‌های کاملاً مدرن، انواع جین و از سال ۲۰۱۰ مجموعه‌ای از کیف‌های چرمی طراحی شده توسط Ruehl اشاره کرد. هرچند قیمت‌های تعیین شده

برند Abercrombie & Fitch در ایالات متحده آمریکا، متمرکز بر جزئی‌فروشی البسه غیررسمی برای مصرف‌کنندگان جوان است. تشکیلات مذکور در ایالت اوهایو واقع شده و در بیش از ۴۰۰ موقعیت مختلف در سراسر این کشور فروشگاه‌هایی را در اختیار دارد که البته در حال گسترش در سطح بین‌المللی نیز می‌باشند. سه برند از ابرکرومبی مشتق شده‌اند که شامل: Abercrombie Kids، Hollister Co.، Gilly Hicks و برند دیگری به نام Ruel No.925 که از ۲۰۱۰ راه‌اندازی گردید. رقبای این برند Aeropostale و American Eagle Outfitters محسوب می‌شوند که قیمت‌های ارزان‌تری دارند.

#### تاریخچه

روزگاری در سال ۱۸۹۲ در منطقه منهن شهر نیویورک، دیوید ابرکرومبی<sup>۱</sup> و ازرا فیچ<sup>۲</sup>، یک فروشگاه لوکس را افتتاح کردند. در سال‌های بعد، کالاهای ورزشی و ابزار شکار به ویژه تفنگ‌های شکاری، چوب ماهیگیری، قایق ماهیگیری، چادر پیک نیکی در این فروشگاه معروف عرضه می‌شدند. در ۱۹۷۶، این فروشگاه اعلام ورشکستگی کرد و بالاخره در ۱۹۷۷ تعطیل گردید. لیکن کمی بعد، زمانی که در سال ۱۹۷۸، فروشگاه زنجیره‌ای کالاهای ورزشی Oshman، واقع در هوستون، ایالت تگزاس با مالکیت جیک اوزمان<sup>۳</sup> آن را خریداری کرد مجدداً نامش زنده شد. جیک اوزمان، نام موسسه و فهرست پستی آن را به قیمت ۱٫۵ میلیون دلار (۵٫۲ میلیون دلار به ارزش سال میلادی ۲۰۱۳) خریداری نمود. به این ترتیب، یک‌بار دیگر سفارشات ویژه پوشاک شکار و اقلام تازه، جهت فروشگاه توسط Oshman آغاز شد و در فاصله‌ی کوتاهی فروشگاه‌هایی در بورلی هیلز، دالاس و البته در نیمه دهه

۲۶۰ میلیون دلار بود که ۲۱۵ الی ۲۲۵ میلیون دلار از آن صرف فروشگاه‌های جدید و بازسازی فروشگاه‌های فعلی شد و تقریباً ۳۵ میلیون دلار از آن به فن‌آوری اطلاعات، مرکز توزیع و پروژه‌های دفتری اختصاص داده شد. شرکت برنامه افتتاح فروشگاه در استکهلم، سنگاپور و آمستردام را تا پایان ۲۰۱۰ عملی ساخت.

طرح توسعه بین‌المللی که عملاً از ۲۰۰۶ آغاز شده بود، با راه‌اندازی ۱۵ موقعیت فروشگاه‌های در اروپا و آسیا تا پایان سال ۲۰۱۲ تلاطم یافت که نتیجه آن تحقق پیش‌بینی کسب ۳۰ درصد از فروش در خارج از ایالات متحده آمریکا بود. ورود به بازار اروپا از سال ۲۰۰۷ سرعت گرفت به طوری که امروز فروشگاه‌های متعددی از شهرهای لندن، میلان، کپنهاگ، پاریس، مادرید، دوسلدورف، برکسل، هامبورگ، مونیخ، دوبلین، آمستردام و سیسیل فعال می‌باشند و افزون بر این موقعیت‌ها، نباید بازار کانادا با فروشگاه‌های متعدد Abercrombie & Fitch را از قلم انداخت.

در آسیا نیز موقعیت‌های فروشگاه‌های گسترش قابل توجهی داشته‌اند. بی‌شک Abercrombie & Fitch با استقبال عمده مشتریان در منطقه شرق آسیا، چین و ژاپن مواجه شده و فعالیت موفق فروشگاه‌های توکیو، فوکویاما، سنگاپور، هنگ‌کنگ و سئول مؤید این موضوع می‌باشد.

در دسامبر ۲۰۱۴، شمار فروشگاه‌های برند Abercrombie & Fitch به ۹۹۹ واحد رسید. درآمد خالص شرکت تا پایان ۲۰۱۳ رقمی قریب به ۵۴۶۲ میلیون دلار در سال اعلام شد این در حالی است که ۱۳ هزار نفر کارمند تمام وقت و ۶۶ هزار نفر کارمند پاره وقت در دفاتر و فروشگاه‌های این برند در سراسر دنیا به کار گرفته شده‌اند.

- 1-David T.Abercrombie
- 2-Ezra Fitch
- 3- Jake Oshman
- 4-World Financial Network Bank

در قیاس با سایر برندها بسیار بالاتر هستند و قیمت‌های بین‌المللی گاه به دو برابر ایالت متحده آمریکا می‌رسند ولی همچنان Abercrombie & Fitch طرفداران خود را دارد.

به هر حال، این برند نیز مانند دیگر فعالان صنعت پوشاک از اواخر دهه ۲۰۰۰ و تلاطم رکود اقتصادی، به لحاظ مالی در تنگنای جدی قرار گرفت. لیکن به مدد فروش موفق بین‌المللی توانست تا این مرحله‌ی دشوار را سپری سازد چراکه شاخص‌ها حاکی از افزایش ۱۳ درصدی فروش در سپتامبر ۲۰۱۳ بود.

ادکلن مردانه Abercrombie & Fitch با نام Fierce و عطرهای زنانه Perfume #1۰8، Wakely، Perfume 41 را می‌توان به عنوان سایر محصولات پر فروش این برند ذکر کرد. همچنین اینک، ادکلن Fierce و عطر ۸ توفیق چشمگیری در بازار کسب نموده‌اند.

شرکت کارت‌های اعتباری Abercrombie & Fitch را نیز با همکاری بانک مالی جهانی<sup>۴</sup> عرضه می‌نماید. چنانکه ذکر شد؛ سه برند اصلی از Abercrombie & Fitch مشتق می‌شوند.

- ۱- پوشاک کودکان Abercrombie & Fitch kids برای سنین ۷ الی ۱۴ سال که در واقع نسخه‌ی بچگانه از برند اصلی محسوب می‌شود.
- ۲- پوشاک نوجوانان Hollister Co برای سنین ۱۴ الی ۱۸ سال که با قیمت‌های به مراتب کمتر از پوشاک بزرگسال هستند.
- ۳- البسه زیر Gilly Hicks که جهت بانوان ۱۸ سال به بالا طراحی شده‌اند.

## برنامه توسعه

کل هزینه‌های سرمایه‌گذاری برای سال ۲۰۱۰ رقمی در حدود ۲۵۰ الی



# Chloé



مصرف عرضه کرد.

مجموعه‌های کلوئه به پنج بخش تنوع یافته‌اند:

- لباس حاضری

- زیورآلات

- پوشاک کودکان

- عطر

See by Chloé -

مورد آخر یعنی، see by Chloé برند لوکس کلوئه تلقی می‌شود. این خط لباس حاضری که در سال ۲۰۰۱ متولد شد؛ کیف، و زیورآلات تولید می‌کند و جهت نسل جوان و قابل هدفگیری شده است.

گرچه دفتر اصلی کلوئه در پاریس واقع شده اما دفاتری نیز در نیویورک، توکیو، شانگهای، هنگ کنگ و دبی دارد. همانند تمامی موسسات مد، کلوئه نیز با محصولات جعلی مواجه بوده و فهرستی از فروشندگانی که مجوز دارند را انتشار داده است. فروشگاه‌های این برند در شهرهایی مانند لاس وگاس، نیویورک، پکن، سیدنی، شانگهای، سنزن، هنگ کنگ، سنگاپور، تایپه، بانکوک، پاریس، مونیخ، مسکو، استانبول، لندن، توکیو، ناگویا، بیروت دوحه، سئول، دبی و کویت مشغول به فعالیت می‌باشند. طراح مشهور کارل لاگرفیلد در حال حاضر هدایت برند را برعهده دارد.

1-Gaby Aghion

2-Jacques Lenoir

3-Marion Cotillard, Sienna Miller, Madonna,

January Jones, Maggie Gyllenhaal, Cameron Diaz,

Emma Stone, Clemence Poesy, Katie Holmes

4- Chloé Rayyes

5-Karl Lagerfeld



کلوئه از مشهورترین خانه‌های طراحی مد می‌باشد که در سال ۱۹۵۲ توسط گبی اگیون<sup>۱</sup> بنیانگذاری شد. ژاک لونوار<sup>۲</sup> در سال ۱۹۵۳ به این موسسه پیوست و به طور رسمی مدیریت بخش کسب و کار برند را عهده‌دار گردید، موفقیت وی مرهون پیگیری استراتژی گسترش موسسه با تکیه بر رشد خلاقانه‌ی برند کلوئه بود. دفتر اصلی در شهر پاریس واقع شده که در حال حاضر، مالکیت برند لوکس Richmond قرار دارد. هنرمندان مشهوری همچون مارین کوتیار، سینا میلر، مدونا، جنیوری جونز، مگی جیلنهال، کامرون دیاز، اما استون، کلمنس پوسی و کیتی هلمز<sup>۳</sup> از طرفداران برند کلوئه هستند.

خانم گبی اگیون در سال ۱۹۲۱ در مصر به دنیا آمد. او پس از مهاجرت به فرانسه و اقامت در شهر پاریس در سال ۱۹۴۵، کلوئه را با ابتکار ارائه‌ی لباس‌های حاضری لوکس تاسیس نمود. ایده‌ی لباس‌های حاضری در آن مقطع زمانی موج تازه‌ای در صنعت پوشاک پدید آورده بود. گبی اگیون به اداره‌ی موسسه‌ی خود تا سال ۱۹۸۵ ادامه داد تا اینکه شخصی به نام کلوئه رایز کل دارائی Dunhill را خریداری نمود، این تشکیلات اکنون به گروه Richemont تغییر نام یافته است.

پیش از راه‌اندازی کلوئه، خانه‌های مد لوکس، فقط تک‌دوزی می‌کردند. لیکن تنها افراد کمی از عهده‌ی سفارش و خرید چنین لباس‌هایی بر می‌آمدند. به این ترتیب برای تهیه‌ی لباس، عمدتاً خیاط خانه‌های کوچک محلی صرفاً قادر به فراهم کردن کپی‌های ضعیفی از مزون‌های گران‌قیمت را برای مشتریان خود بودند.

خالق کلوئه، خانم گبی اگیون، مدرسه‌ی خشک لباس‌های دهه‌ی ۱۹۵۰ را کنار زد. منطق او بسیار درست بود چرا که متوجه شده بود شکاف بزرگی در بازار پوشاک وجود دارد. بر این اساس مصمم گردید تا خط محصولی از لباس‌های باکیفیت، لطیف، خوش دوخت، با پارچه‌های عالی را ایجاد کند که به اصطلاح خودش «حاضری» اطلاق می‌شدند.

سایر خیاطان به سرعت از وی پیروی کردند. شاید «ژیوانشی» نخستین پیرو خانم گبی اگیون بود که در سال ۱۹۵۶ مجموعه‌ی لباس حاضری خود را به بازار





# Brand



## لاگوست؛ برندی با نشان کروکودیل سبز

روی، ساعت مچی و انواع کالاهای چرمی نمود. از سال ۱۹۵۰ تا سال ۱۹۹۳ شرکتی به نام «ایزود لاگوست» امتیاز فروش محصولات این کمپانی را در آمریکا در اختیار داشت، به همین علت، شرکت اصلی به صورت مداوم در این منطقه فعالیت نمی کرد. ولی پس از آن، خود شرکت لاگوست توانست فروش انحصاری محصولاتش را مجدداً به دست آورد. رقیب آنها در این زمان، شرکتی به نام تایگر بود که محصولات مشابهی تولید می کرد و به جای آرم کروکودیل، یک ببر بر روی آنها قرار می داد.

در سال ۲۰۰۵ میلادی لاگوست ادکلن های خوشبوی مردانه جدیدی تولید کرد که توسط این کمپانی طراحی، تولید و روانه بازار شد. لاگوست این ادکلن را به عنوان گوهر لاگوست معرفی کرده بود. این محصول برای تمامی سنین بسیار مناسب بوده و جزو دسته ادکلن های نشاط آور و میوه ای بود که از ترکیباتی مانند گوجه فرنگی، مرکبات، لعل و چوب جنگلی تهیه شده و محصولی نسبتاً پر فروش در اروپا به شمار می رفت. فعالیت این کمپانی در زمینه های عطر و ادکلن و پوشاک آقایان و خانم ها و کفش و محصولات چرمی بود و محصولات این شرکت فرانسوی بسیار با کیفیت و پر فروش و در سراسر جهان طرفدار بودند.

در این سال، محبوبیت لاگوست با طراحی های «کریستوف لمیر» که باعث ایجاد دید بهتر و مدرن تری به محصولات این شرکت شد، افزایش یافت. حدود ۵۰ میلیون از محصولات این شرکت در بیش از ۱۱۰ کشور در سراسر جهان به فروش رسید و در بیشتر مسابقات ورزشی مشاهده می شد. قراردادهای بسیاری نیز با ورزشکارهای معروف تنیس بسته شد که از جمله آنها می توان به اندی رادیک آمریکایی، ریچارد گسکت فرانسوی و «استانیسلاس واورینکا» برنده مدال طلای المپیک اشاره کرد. در ژوئن سال ۲۰۰۷، لاگوست فروش الکترونیکی خود را در بازار آمریکا آغاز کرد و تاکنون به شرکت های زیادی امتیاز فروش و عرضه محصولات خود را اعطا کرده است. مثلاً شرکت سامسونگ امتیاز تولید و فروش جهانی کیف های لاگوست و محصولات کوچک چرمی آن را در اختیار دارد. بسیاری از محصولات این کمپانی مانند کفش و پوشاک و ادکلن در اکثر کشورهای دنیا عرضه می شود. ادکلن های این کمپانی به خوشبویی و کیفیت در بازار اروپا معروف بوده و بیشتر آنها مخصوص خانم ها تولید می شود. این کمپانی اسپانسر بسیاری از مسابقات معروف ورزشی در جهان از جمله دیویس کاپ تنیس بوده است.

ژیلر مالک و مدیر یک شرکت بزرگ تولید لباس های کشفاف در فرانسه بود. آنها نام شرکت را لاگوست Lacoste گذاشتند که در ترجمه لغتی به معنی اصلی یا ضروری می باشد. این شرکت در ابتدا شروع به تولید لباس های تنیس کرد و برای تبلیغات خود نیز یک آرم کروکودیل طراحی نمود که در زمین های تنیس از آن استفاده می کردند. لاگوست آرم کروکودیل خود را بر روی سینه لباس های تنیس چاپ می کرد و ادعا داشت که اولین شرکتی است که نام و لوگوی برند خود را بر روی محصولات خود قرار می دهد. این شرکت علاوه بر لباس تنیس شروع به تولید و فروش لباس های گلف و قایقرانی نمود.

در سال ۱۹۵۱ لاگوست تنوع بیشتری به محصولات خود داد. از جمله آنها طراحی لباس های رنگی تنیس علاوه بر لباس های ساده سفید بود. در سال بعد، این لباس ها به آمریکا صادر شدند و برای آنها تبلیغات گسترده ای با شعار «تماد موقعیت یک ورزشکار شایسته» انجام گرفت که تاثیر زیادی بر افراد ثروتمندان کشور گذاشت که هنوز هم این تاثیر قابل مشاهده بوده و لاگوست به عنوان یکی از برندهای مشهور در این کشور محسوب می شود.

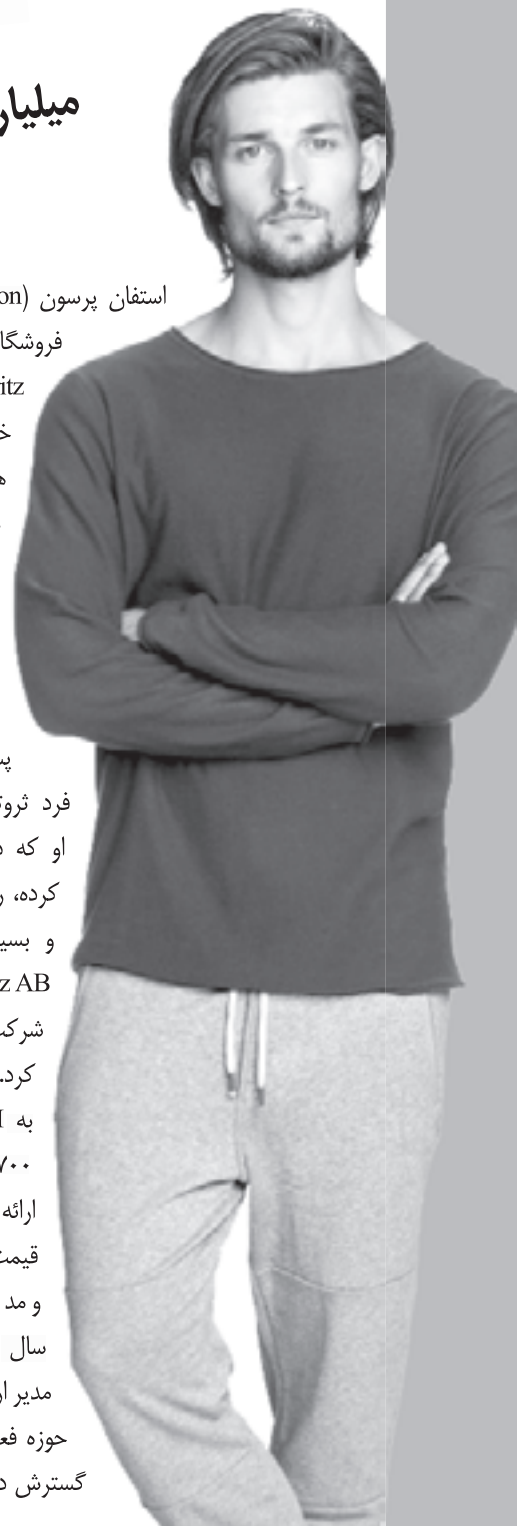
در سال ۱۹۶۳ برنارد پسر رنه لاگوست، به مدیریت شرکت منصوب شد و گسترش قابل مشاهده ای در این شرکت ایجاد کرد. در زمانی که او ریاست شرکت را به عهده گرفت، سالانه ۳۰۰ هزار محصول به فروش می رسید.

لاگوست در دهه ۱۹۷۰ به اوج محبوبیت خود در آمریکا دست یافت. با این شهرت، شرکت شروع به تولید محصولات دیگری از جمله عطر و ادکلن، لباس های زیر، عینک آفتابی، کفش های تنیس و پیاده





## میلیاردری که پوشاک شیک و ارزان را به خانه‌های مردم آورد



استفان پرسون (Stefan Persson)، پسر موسس

در H&M، مد به عنوان یک پدیده فانی و ناپایدار در نظر گرفته می‌شود که باید مدام تازه شده و به حرکت وا داشته شود و این به معنی پیش دستی کردن بر روندهای بازار و تبدیل ایده‌های جدید به لباس‌های با قیمت مناسب، اما بسیار شیک است.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای (Hennes & Mauritz)، با ثروت خالص ۱۴/۵ میلیارد دلار هجدهمین فرد ثروتمند دنیا می‌باشد.

پدر پرسون اهل واستراس، یکی از شهرهای نزدیک استکهلم بود. او پس از جنگ جهانی دوم به نیویورک آمریکا سفر کرد و با دیدن فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگی مثل Macy's و دامنه گسترده پوشاکی که آنها برای خانم‌ها ارائه می‌کردند، بسیار شگفت زده شد و

پرسون که در ۴ اکتبر سال ۱۹۴۷ در استکهلم سوئد متولد شده، فرزند ارلینگ و مارگاریت پرسون است و در حال حاضر پس از اینگوار کمپارد دومین فرد ثروتمند سوئد محسوب می‌شود. او که در دانشگاه استکهلم تحصیل کرده، رییس فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بسیار موفق لباس Hennes & Mauritz AB است. پدر استفان این شرکت را در سال تولد وی تاسیس کرد. این زنجیره بین‌المللی (که به H&M شهرت دارد) با حدود ۱۷۰۰ فروشگاه در تمام دنیا، در ارائه مدل‌های شیک، اما ارزان قیمت جزو پیشتازان صنعت پوشاک و مد می‌باشد. پرسون پس از آنکه در سال ۱۹۸۲ به جای پدرش در مقام مدیر ارشد اجرایی شرکت قرار گرفت، حوزه فعالیت آن را به حوزه‌ای جهانی گسترش داد و از این جهت اعتبار زیادی

پس از بازگشت به واستراس، یک فروشگاه پوشاک خانم‌ها به اسم Hennes در زبان سوئدی به معنی «مال آن زن» باز کرد که در آن لباس‌های ارزان و مد روز ارائه می‌کرد. این فروشگاه موفقیت محلی بسیار زیادی کسب کرد و به این شکل ارلین پرسون خیلی زود توانست فروشگاه‌های در استکهلم تاسیس کند. به گفته یکی از نویسندگان فایننشال تایمز، ایده ارائه چنین پوشاکی برای خانم‌های طبقه متوسط اجتماع بسیار با فرهنگ تساوی‌گرای رایج در دوران پس از جنگ در سوئد بسیار همخوانی داشت. این روزنامه اشاره می‌کند که اگر «پرالین هانسون» رهبر اجتماعی و افسانه‌ای دموکرات سوئد، رفاه و امنیت را به خانه‌های مردم سوئد آورد، اینگوار کمپارد با IKEA خانه‌هایشان را میله کرد و ارلینگ پرسون پوشاکشان را تامین کرد.



برای ورود به چنین بازار اشباع شده‌ای، اعتماد به نفس بالایی داشت. او اعتقاد داشت آنها حوزه جدیدی از مد را به بازار وارد کرده و برای پول افراد ارزش ایجاد می‌کنند، چون آمریکایی‌ها به انجام معامله خوب تمایل دارند. این اعتقاد او درست از آب در آمد و یک روز پس از بازگشایی فروشگاه، فروشندگان خود را در محاصره سیل عظیمی از خریداران دیدند، به شکلی که پرسنل امنیتی مجبور شدند درهای فروشگاه را برای مدتی ببندند.

بخشی از موفقیت پرسون به دلیل تیم طراحی درون شرکت (متشکل از طراحان جوان تازه فارغ‌التحصیل) می‌باشد. به علاوه بخش تولیدی شرکت به شبکه وسیعی از تامین‌کنندگان در کشورهای مثل بنگلادش، چین و ترکیه که هزینه کارگر در آنها پایین است، برون سپاری می‌شود. پرسون همچنین اعتقاد دارد که تولید پوشاک متفاوت برای کشورهای متفاوت، هدر دادن منابع است چون به گفته او همه مردم جهان در یک دوره خاص، به یک نوع موسیقی گوش می‌دهند یا یک نوع فیلم تماشا می‌کنند. این استراتژی‌های خاص و موفق H&M باعث شده این شرکت از رکود اقتصادی اخیر جان سالم بدر ببرد. در حال حاضر پسر استفان، کارل جوئان، مدیر ارشد اجرایی شرکت پدرش شده، اما استفان پرسون همچنان رییس شرکت باقی مانده است.

در سال ۱۹۶۸ نام شرکت به H&M تغییر کرد و خط تولید پوشاک مردان نیز به شرکت اضافه شد. پرسون در سال ۱۹۷۲ به شرکت پدرش پیوسته و به او در راه‌اندازی اولین فروشگاه‌هایشان در لندن کمک کرد. او در سال ۷۹ زمانی که پدرش هنوز مدیر ارشد اجرایی بود، عضو هیات مدیره شرکت شد و شروع به سرعت بخشیدن به فرآیند گسترش شرکت نمود. تا سال ۸۵ کمپانی بیش از ۲۰۰ فروشگاه در سرتاسر اروپا باز کرده بود. پرسون در سال ۸۲، زمانی که پدرش بازنشسته شد، جای او را گرفت.

H&M همچنان به رشدش ادامه داده و ارزش سهام آن به طور مداوم افزایش می‌یافت. کمی بعد پرسون خط تولید پوشاک کودکان و نوزادان را هم راه‌اندازی کرد. در اواخر دهه ۹۰ شرکت توانست با پیشی گرفتن از رقبا به بزرگترین فروشنده پوشاک اروپا تبدیل و به علاوه توانست نخستین فروشگاهش را در آمریکا، جایی که بسیاری از تولیدکنندگان و فروشندگان اروپایی آرزوی دستیابی به آن را دارند، باز کند.

شرکت ملکی در نزدیکی مرکز راکرفلر اجاره و هزینه زیادی صرف تبلیغات قبل از ورود به بازار کرد تا اینکه بالاخره در ۳۱ مارس سال ۲۰۰۰ رسماً فروشگاهش را بازگشایی کرد. پرسون

