

توزیع و فروش به سبک GAP

گفت و گو با آفاق صدیقی، از کارمندان با سابقه برند GAP



اشاره:

برند GAP در سال ۱۹۶۹ توسط «دانالد فیشر» و «دوریس فیشر» در شهر سانفرانسیسکو ایالت کالیفرنیا بنیان گذارده شد. این مجموعه شامل ۵ بخش اصلی، Banana republic، Old Navy، Intermix و Athleta می‌باشد. شرکت GAP در واقع بزرگترین خرده فروش در سراسر ایالات متحده آمریکا به شمار می‌رود و به لحاظ موقعیت فروش در سطح بین‌المللی جایگاه سوم را پس از گروه H&M و Inditex به خود اختصاص داده است. از سپتامبر سال ۲۰۰۸، این شرکت تقریباً ۱۳۵ هزار کارمند و بیش از ۳۷۰۰ فروشگاه در اقصی نقاط دنیا را در اختیار دارد. در حال حاضر عمده سهام شرکت GAP در مالکیت خانواده فیشر باقی مانده است. در ارتباط با ساختار و همچنین روند فعالیت فروش گفت‌وگویی با خانم آفاق صدیقی از کارمندان قدیمی این برند انجام دادیم که از نظراتان می‌گذرد، در این مصاحبه به مواردی در زمینه تولید و توزیع پوشاک اشاره شده که برای صنعتگران به خصوص فعالان صنعت پوشاک کشور جالب توجه است.

«از سوابق تحصیلی شما و نحوه ورود به حوزه پوشاک مصاحبه را آغاز

می‌کنیم...»

رشته تحصیلی من به طور مستقیم با حوزه پوشاک مرتبط نبوده، پیش از انقلاب اسلامی تحصیل در رشته business & administration را در لندن به پایان رساندم و به ایران بازگشتم. سپس در تهران برای مدت کوتاهی در یک شرکت ژاپنی مشغول به کار شدم. کار بعدی من در یک شرکت کانادایی / امریکایی بود که حفاری چاه‌های نفتی را انجام می‌داد. پس از انقلاب چند ماهی بیکار بودم تا اینکه در شرکت آلمانی (Brown, Boveri & Cie) BBC مشغول به فعالیت شدم. این شرکت در آن زمان نیروگاه‌های فشار قوی در مازندران و خراسان می‌ساخت. همکاری من در بخش بازرگانی BBC برای ۷ سال ادامه داشت. در سال ۱۹۸۵، به ایالات متحده آمریکا مهاجرت کردم. اندکی بعد در یک فروشگاه پوشاک به صورت پاره وقت مشغول شدم. این فروشگاه متعلق به یک ایرانی بود که لباس‌های خاص برای خانم‌های کوتاه قد مثلاً ۵ فوت یا زیر ۵ فوت و سایز کوچک یا به اصطلاح petite عرضه می‌نمود. محیط صمیمی و خانوادگی همکاران در این فروشگاه، در ایجاد علاقه به حوزه پوشاک و اصولاً فراگیری جزئیات کار بی‌تاثیر نبود.

از سال ۱۹۹۵، کار برای گپ را شروع کردم. مدت‌ها مدیر بخش تحویل محصول بودم. در این قسمت با مشتری مواجهه‌ای نداشتیم. در آن زمان بر اساس یک مدل مشخص در کتابچه باید محصولات را منظم می‌کردیم تا آماده ارایه در فروشگاه شوند.

تغییر مکان من به بخش فروش چند سال بعد انجام شد که هنوز هم در بخش فروش به فعالیت ادامه می‌دهم. در این قسمت مستقیماً با مشتریان سر و کار داریم. فروشگاه‌های GAP شامل یک طبقه بندی استاندارد بچه‌گانه، مردانه و زنانه می‌باشند.

«تقسیم‌بندی فروشگاه‌های GAP چگونه است، مثلاً به لحاظ موقعیت

جغرافیایی در فاصله بندی خاصی گشایش می‌یابند؟ موقعیت آنها در هر ایالت لزوماً در مرکز تجاری شهر تعیین می‌شود؟ یا بسته به وسعت و جمعیت هر ایالت تعداد فروشگاه‌ها تغییر می‌کند؟

خیر، روند خاصی ندارد. دوران اوج موفقیت GAP بر اساس تصمیم‌گیری مدیریت، شعبه‌ها زیاد شدند به طوری که ممکن بود شما در یک شهر کوچک هم ۵ تا شعبه ببینید. ولی امروزه بسیاری از شعب به دلیل رونق فروش اینترنتی تعطیل شده‌اند. زمانی ممکن بود در یک خیابان GAP ویژه نوزاد باشد و چندتا فروشگاه آن طرف‌تر، برای بچه‌های بزرگ‌تر قرار داشته باشد و یا بلافاصله کنار آنها یک فروشگاه برای بزرگسالان ببینید.

«محصولات GAP چطور تهیه می‌شود، کارگاه‌هایی مختص GAP

وجود دارند یا تأمین محصول به صورت سفارش به کارگاه‌های دیگر انجام می‌شود و یا هر دو؟

تمام محصولات GAP در کشورهایی مانند چین، هندوستان، مالزی و کشورهای فقیر تهیه می‌شود و علت اصلی آن هم کاهش هزینه تولید می‌باشد؛ سپس به

فروشگاه‌های GAP خارج از ایالات متحده آمریکا به چه نحوی تامین محصول می‌شوند و آیا از سایت‌های تولیدی شرق آسیا تامین می‌شوند یا در همان موقعیت جغرافیایی، تولید امکان پذیر است؟ معمولاً از همان کشورها شرق آسیا هستند. فروشگاه‌ها همه متعلق به مجموعه است و کارمندان GAP در آن مشغول به کار هستند؛ بنابراین در تمام کشورهای با یک سیستم یکنواخت در تمام بخش‌های GAP مواجه هستیم.

اگر کالایی در فروشگاه به اتمام برسد در چه فاصله زمانی و با چه سرعتی فروشگاه تامین می‌شود؟

هر فروشنده در هر فروشگاه از طریق دستگاه آی‌پد می‌تواند کالای مورد نظر را اسکن کرده و احتمال وجود آنلاین یا حتی موجودی فروشگاه دیگر را کنترل کند.

فرض کنید پایان فصل است؛ آیا تا به حال پیش آمده که فروشگاه خالی از جنس شود؟ و اصولاً توالی ارسال کالا به فروشگاه‌ها بنا بر درخواست است یا براساس زمان بندی ثابت؟

خالی خیر اما گاهی پیش می‌آید اجناس مثلاً فصلی حراج می‌شود تا فروشگاه دور خارج شود و به هر حال اگر خارج نشود به فروشگاه‌های outlet ارجاع داده می‌شوند. توالی تامین کالا هر ۸ هفته یکبار است و ما بین این ۸ هفته، گاه اجناس تجدید می‌شوند. مثلاً در وسط زمستان ممکن است مشتریان برای تعطیلات عازم سفر دریا باشند پس این امکان وجود دارد که لباس شنا در اوج سرما به فروشگاه وارد شود.

فصول حراج کدام هستند؟

آخر هر فصل حراج وجود دارد و اصولاً بیش از دو بار در سال خواهد بود. طبعاً برندهای گران کمتر حراج می‌کنند. در مورد موضوع حراجی لازم به توضیح است که علاوه بر فروشگاه‌های مخصوص GAP، فروشگاه‌هایی که اجناس آخر فصل برندهای محبوب را جمع‌آوری می‌کنند نیز لباس‌هایی از GAP را با قیمت کمتر به فروش می‌رسانند.

به عنوان سوال پایانی بفرمایید رقیب GAP در ایالات متحده آمریکا چه برندهایی هستند؟

به عنوان رقیب می‌توان به American Eagle اشاره کرد. ولی برندهایی همانند گس و بنتون زمانی خیلی اوج گرفته بودند ولی الان دیگر اینطور نیست. در حال حاضر هم گس کمتر فروشگاه مستقلی دارد و عرضه کالا را از طریق سایر فروشگاه‌ها انجام می‌دهد و تنها در منهن دو فروشگاه دارد. زمانی بود که بنتون در هر منطقه‌ای فروشگاه داشت ولی در حال حاضر حتی کمتر دیده می‌شود؛ آنچه امروز در آمریکا بیشتر معروف شده، زارا می‌باشد.

از فرصتی که برای مصاحبه با نساجی امروز به ما اختصاص دادید، بسیار سپاسگزاریم.

آمریکا ارسال می‌گردد و از طریق کانال‌های توزیع متعددی به شهرهای مختلف ارسال گردیده و آنگاه بسته بندی و ارسال برای شعب صورت می‌پذیرد. هر بخش یا شهرستانی یک دفتر توزیع دارد که محصول ۵ تا ۶ شهر اطراف را تامین می‌کند. مجموعه GAP دارای سه برند است؛ که یکی همان GAP است، دومی Banana Republic و سومی Old Navy که زیر مجموعه Gap Inc محسوب می‌شوند.

پوشاک تولیدی GAP در کدام طبقه بندی استاندارد MASS/MEDIUM /HIGHEND قرار می‌گیرند و آیا از هر سه طبقه بندی اجناسی را تولید و عرضه می‌کند؟

اجناس مرغوب مربوط به مارک Banana Republic است، و بعد GAP که هم قیمت‌های کمتری دارد و هم کیفیت متوسطی دارد و پوشاک تحت مارک Old Navy که در رده سوم به لحاظ کیفی و قیمتی قرار می‌گیرد.

طبعاً نحوه ارائه محصول براساس منطقه، سلیقه و نیاز مردم تفاوت دارد ممکن است در ارتباط با این سیاستگذاری GAP توضیح دهید؟

بله، پژوهش ویژه‌ای در این خصوص انجام می‌شود تا مشخص گردد که هر ایالت یا شهری خواستار چه نوع محصولی می‌باشد. ممکن است مناطق گرمسیرتر مثل کالیفرنیا خواهان لباس‌های مناسب تابستان با رنگ‌های روشن‌تر باشند. گاه مردم بعضی مناطق قدرت خرید بالاتری دارند و البسه لوکس‌تر را درخواست می‌کنند. به هر حال، پژوهش در این خصوص در بخش اداری اتفاق می‌افتد و کارمندان مختص این نوع بررسی‌ها استخدام می‌شوند.

در عین حال باید بگوییم که «میزان فروش کالا، نیاز هر منطقه را روشن می‌کند» و این خود می‌تواند معیاری برای دست اندرکاران باشد. مثلاً ممکن است از ۵۰ قطعه شلوار جین در یک فروشگاه فقط ۲۰ عدد به فروش برسد حال آنکه در شهر دیگری تمام ۵۰ قطعه به فروش رود. اطلاعات مذکور در نرم‌افزارها قرار می‌گیرند و مبنای نیازسنجی قرار خواهند گرفت و به تبع، مرتبه بعد به فروشگاه دوم تعداد بیشتری ارسال می‌شود.

آیا روند تولید همواره یکنواخت است یا مجموعه‌های خاص و لوکس هم وجود دارد؟

صرفاً اقلیمی که کمتر تولید می‌شوند را Special Collection می‌نامند. چنانچه یک سلبریتی یا یک طراح مشهور بخواهد یک کالکشن طراحی و عرضه کند آن کالکشن خاص در فروشگاه‌های Flag Ship عرضه می‌شود. برای توضیح بیشتر باید بگوییم که فروشگاه‌های Flag Ship، از اولین فروشگاه‌های GAP بوده‌اند و یا در مناطق کلیدی و مراکز مهم شهری واقع شده‌اند که اغلب توریست پذیرتر هم می‌باشند. ممکن است در تعداد محدود به فروشگاه‌های دیگر هم فرستاده شوند.

شاخص اصلی برند GAP چیست؟

جین و تی شرت و صد البته ویژگی سادگی و امکان استفاده روزانه.