پوشاک در آینده؛ نگاهی به چشم‌انداز صنعت مد

محمد کاوه- امیرحسین اقبالی

در روزگار فعلی و قطعا آینده پیش رو، صنعت مد و پوشاک با فناوری ارتباط تنگاتنگی خواهند داشت و نه تنها در سالن‌های مد و بوتیکهای گرانقیمت، بلکه در پوشش روزمره مردم نیز شاهد پیوند این دو خواهیم بود. می‌توان به یقین گفت که آینده صنعت مد و پوشاک، بر پایه تکنولوژی خواهد بود و هر جزئی از این صنعت؛ از طراحی و پیش‌بینی ترندها گرفته تا تولید و عرضه محصولات، تحت تاثیر فناوری خواهد بود.

از سوی دیگر، تخمین زده می شود که ارزش بخش مد دیجیتال تا سال ۲۰۳۰ به ۵۰ میلیارد دلار برسد. از سوی دیگر، بازی های اجتماعی و قابلیت‌های فضای مجازی می توانند کل بازار در دسترس را تا ۸ سال آینده بیش از ۱۰ درصد گسترش دهند.

در آینده پیراهنی را به تن خواهید داشت که می‌تواند دمای بدن شما را کنترل کند و بر اساس زیبایی یا بازتاب نور در روز و شب می‌تواند رنگ خودش را عوض کند. این امکان پذیر است؛ آینده پوشاک را فناوری نانو متحول خواهد کرد.

نانوتکنولوژی شامل دستکاری مواد در سطح نانومتری (یک میلیاردم متر) برای ایجاد مواد جدید و بهبود یافته است.

در صنعت پوشاک، فناوری نانو می‌تواند برای تولید پارچه‌هایی با ویژگی های منحصر به فرد، مانند بهبود کیفیت، قابلیت تنفس و مقاومت در برابر لکه‌ها و بوها استفاده شود.

انتظار می رود بازار جهانی پوشاک فناوری نانو با نرخ رشد سالانه ۲۴,۶ درصدی از هم اکنون تا سال ۲۰۲۷ به ارزش ۱۷,۲۲ میلیارد دلار برسد. این دقیقاً جایی است که آینده مد نهفته است. بنابراین، با در نظر گرفتن این موضوع، در این گزارش تلاش می‌شود چشم‌انداز صد ساله صنعت مد و پوشاک مورد بررسی قرار بگیرد.

***صنعت مد در آینده چگونه تغییر خواهد کرد؟**

مد همواره در حال تغییر بوده است. مردان قرن هفدهمی با کلاه های لبه باریک و زنان قرن هجدهم با لباس و دامن‌های بلند، به مرور تغییر لباس دادند. دختران در قرن نوزدهم شروع به پوشیدن شلوار کردند و پوشیدن شلوار جین در قرن بیستم به اوج خودش رسید.

مردان نیز کلاه های خود را با کلاه‌های بیسبال قرن بیست و یکمی معاوضه کردند. اکنون این سوال مطرح میشود که سال ۲۰۵۰ در آینده چگونه خواهد بود؟ پاسخ این سوال که چرا پوشاک طی سال‌ها به طور مداوم د ر حال تکامل بوده، این است که نوع پوشش و مد، تابعی از نیاز مردم و سطح فناوری در دسترس است. برای مثال، تغییرات مد از دهه ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۰ عمدتاً در پاسخ به دیدگاه‌های مردم در آن زمان بوده است.در دهه ۶۰ ، رویدادهایی مانند وودستاک[1]، راه را برای صنعت مد هموار کرد و مردم شروع به پوشیدن«رنگرزی گرهی[2]» به عنوان نماد جهانی مخالفت و آزادی کردند تا اینکه دهه ۸۰ فرا رسید و فناوری شروع به دگرگونی جامعه کرد.

اولین شاتل فضایی ایجاد شد، رایانه شخصی آی‌بی‌ام برای عموم راه‌اندازی شد و موزیک ویدیوها شروع به پخش کردند. رنگ های پررنگ و متالیک نیز صنعت مد را بازطراحی کردند.

با گذشت زمان، فناوری در آن زمان و اکنون بر صنعت مد و روندهای آینده تأثیر می گذارد بدون اینکه بسیاری حتی متوجه شوند.

فناوری روز به روز برای جامعه اهمیت بیشتری پیدا کرده است و در آینده احتمالاً این هوشمندی در طراحی لباس نیز قرار بگیرد.

در واقع، دنیای مد، متاورس را به عنوان یک بازار جدید بالقوه بسیار سودآور می بیند. تخمین زده می شود که ارزش بخش مد دیجیتال تا سال ۲۰۳۰ به ۵۰ میلیارد دلار برسد. از سوی دیگر، بازی های اجتماعی و قابلیت‌های فضای مجازی می توانند کل بازار در دسترس را تا ۸ سال آینده بیش از ۱۰ درصد گسترش دهند.

***پیشرفت‌های فناوری و صنعت پوشاک**

یکی از مهمترین مواردی که طراحان و تولیدکنندگان بزرگ پوشاک با ید درباره صنعت مد به آن توجه داشته باشد، سرعت تغییربالای دنیای امروز است.

در چند سال گذشته، اتفاقات زیادی افتاده که هر کدام از آنها به نوبه خود روی سلیقه و سبک پوشش کاربران اثرگذار بوده است.

پاندمی کرونا را می‌توان یکی از همین اتفاقات دانست. البته بعضی موارد هم هستند که هر چند سال یک بار باعث ایجاد تغییراتی روی صنعت مد می‌شوند.

جام جهانی فوتبال یکی از همین موارد است. به دلیل اینکه این جام هر چهار سال یک بار، در کشور و قاره متفاوتی برگزار می‌شود، تغییراتی متاثر از این اتفاق را در سبک مد ایجاد می کند.

در چنین مواقعی برندهای تولیدکننده پوشاک باید خیلی سریع طراحی محصولات خود را متناسب و موافق با مد بروز کنند. عصر حاضر شاهد تغییرات سریع در هر زمینه‌ا ی، به‌و یژه در زمینه مد و فشن است.

پیشرفت‌های تکنولوژیکی تاثیر قابل توجهی بر صنعت مد، چه از نظر تولید و چه از نظر طراحی داشته‌اند. در اینجا برخی از احتمالات و زمینه‌های رشد در آینده مورد بررسی قرار خواهد گرفت:

پایداری: همانطور که مصرف کنندگان نسبت به

محیط زیست آگاه تر می‌شوند، تقاضای فزاینده ای برای شیوه‌های مد پایدار وجود خواهد داشت.

با پیشرفت روزافزون فناوری، فرآیندهای تولید محصولات مد بسیار بهینه‌تر شده‌اند و سعی می‌شود آثار مخرب قبلی بر محیط زیست رفته‌رفته رفع شوند. در این زمینه، می‌توان به استفاده از الیاف ارگانیک (مثلا پوست پرتقال) اشاره کرد.

فناوری می‌تواند با ایجاد امکان توسعه مواد جدید و تکنیک‌های تولید که ضایعات و اثرات زیست‌محیطی را کاهش می‌دهد، به رفع این تقاضا کمک کند. به عنوان مثال، پیشرفت در بیوتکنولوژی و نانوتکنولوژی ممکن است منجر به توسعه مواد جدید پایدار شود.

شخصی سازی: با کمک فن آوری، ممکن است در آینده بتوان لباس‌های بسیار شخصی سازی شده ایجاد کرد.

به عنوان مثال، فناوری اسکن سه بعدی بدن را می‌توان برای ایجاد لباس‌های ساخته شده که کاملاً متناسب با پوشنده است استفاده کرد.

فناوری‌های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی همچنین می‌توانند مشتریان را قادر سازند تا قبل از خرید ، ببینند که لباس چگونه بر تن آ نها خواهد نشست.

اتوماسیون: اتوماسیون به تغییر روش تولید لباس ادامه خواهد داد.

ربات‌ها و سایر سیستم‌های خودکار را می‌توان برای انجام کارهای تکراری و پر زحمت مورد استفاده قرار داد و به منابع انسانی اجازه می‌دهد تا روی کارهای خلاقانه‌تر و نیاز به مهارت بیشتر تمرکز کنند. این امر منجر به تولید سریعتر و کارآمدتر و کاهش زمان و هزینه تولید می شود.

دیجیتالی شدن: ادغام فزاینده فناوری در صنعت مد احتمالاً منجر به تمرکز بیشتر بر دیجیتالی شدن می شود.

این امر شامل استفاده از فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای بهینه‌سازی فرآیندهای تولید و زنجیره تامین و استفاده از بلاک‌چین برای ایجاد زنجیره تامین شفاف و ایمن است.

با ادامه پیشرفت فناوری، امکانات و فرصت‌های جدیدی برای نوآوری پدیدار خواهدشد که صنعت مد را قادر می‌سازد تا محصولات، فرآیندها و مدل‌های تجاری جدید ایجاد کند.

*** چشم‌انداز صد ساله صنعت مد و پوشاک**

مد در آینده ممکن است کاملاً با هر چیزی که بتوان پیش بینی کرد متفاوت باشد، زیرا عواملی مانند کرونا ممکن است جامعه را به گونه ای که قبلاً تصورش را نمی‌کردیم تحت تأثیر قرار دهد.

به عنوان نمونه، پیش از گسترش کرونا هیچ‌کس گمان نمیکرد که روزی ماسک بخشی از پوشش روزمره و نیازمند طراحی شود. اصلا همرنگ بودن ماسک با لباس شما موضوعی بود که از سمت کسی قابل درک و تایید نبود.

با گذر زمان، جامعه شروع به درک این موضوع می کند که ممکن است تعداد لباس‌ها به اندازه کیفیت مهم نباشد

مردم از پوشیدن پیراهن خسته شده‌اند و احساس می‌کنند که بعد از اولین پوشیدن، پیراهن دیگر ارزشمند یا جالب نیست. از سوی دیگر آثار همه‌گیری و فناوری نقش بزرگی در چگونگی گسترش روندها در آینده خواهند داشت. بیماری همه‌گیر می تواند تعریف جدیدی از تجمل را در ۵۰ سال آینده تعریف کند. فناوری‌های جدید، مانند هوش مصنوعی ممکن است بر تنوع و پوشیدن یک پیراهن ساده تأثیر بگذارند. از همین رو پاسخ به سؤالی مانند «لباس‌ها در آینده چگونه خواهند بود؟» می‌تواند بسیار دشوار باشد.

با این حال فهرست زیر تحلیلی پیرامون اقدامات صنعت مد و روندهای آینده ارائه می دهد .

لباس‌های آینده‌نگر: صنعت مد که پس از فرم شیک گوشیهای هوشمند و سایر دستگاه‌های فناوری طراحی شده‌اند، ممکن است به سمت استفاده از لباسهایی با ظاهر فناوری‌های هوشمند پیش برود؛ به همین منظور برای عنوان این لباس‌ها از واژه « آینده نگر[۳]» استفاده می‌شود.

طرح‌های رنگی رایج که به طور بالقوه در این سبک لباس‌های آینده‌نگر مورد استفاده قرار می‌گیرند، رنگ‌های متالیک، سایه‌های مشکی و اشکال ساده هستند که نشان‌دهنده رنگها و شکل‌هایی می‌باشند که آواتارها و فناوری‌های جدید معمولاً شبیه به آنها هستند. مد به معنای واقعی کلمه آینده را شکل می‌دهد و وقایع آتی را عادی‌سازی می‌کند.

لباس‌های طراحی‌شده برای عینک‌های واقعیت مجازی: برای افرادی که نمی‌خواهند لباس‌های تکراری بپوشند، با استفاده از عینک‌هایی واقعیت مجازی و لباس‌های هوشمند این امکان فراهم خواهد شد که لباس خود را در لحظه تغییر دهند.

این فناوری به افراد این امکان را می‌دهد که لباس‌های خود را به شکلی متفاوت در معرض دید دیگران قرار دهند. به عنوان مثال، ممکن است فردی پیراهن سفید به تن داشته باشد، اما زمانی که تماشاچیان عینک به چشم می زنند، لباس ممکن است تغییر رنگ دهد یا اکستنشن آن فقط از طریق لنز قابل مشاهده باشد.

این لباسها پس از گسترش قابلیت‌های واقعیت مجازی و دنیای متاورس، بسیار پر طرفدار خواهند شد.

بدون سایزبندی: ممکن است لباس‌ها به طور خاص با اندازه دقیق هر فرد طراحی شوند، به گونه ای که صنعت مد در مصرف مواد صرفه جویی کند و احتمال بیرون ریختن پارچه های باقی مانده را از بین ببرد.

در آینده نزدیک، خیاط در ابتدا بدن افراد را اسکن خواهد کرد و ماشین‌های هوشمند مبتنی بر طرح داده شده، پارچه‌ها را برش خواهند زد و لباس دوخته خواهد شد. این روش جدید تولید لباس در نهایت نیاز به تولید انبوه را کاهش می دهد و به محیط زیست کمک زیادی می‌کند.

این صنعت در حال حاضر سالانه بیش از ۷۹ میلیارد متر مکعب آب مصرف می کند، اما امید است با استفاده از فناوری‌های جدید، لباس‌ها تنها زمانی تولید شوند که اسکن کامل صورت گرفته تا آسیب‌های زیست‌محیطی کاهش یابد.

مزیت دیگر این روش این است که مصرف کنندگان لباس‌هایی با اندازه سفارشی و طرح مورد نظر خواهند داشت.

در این روش علاوه بر حفظ مطلوبیت مصرف‌کننده، هزینه‌های تولید (اضافه پارچه و مرجوعی) بسیار کاهش می‌یابد. تلفیق این روش با دنیای متاورس این امکان را به خریدار می‌دهد تا به صورت مجازی با طراح دیدار کند و لباس پیشنهادی خود را قبل از آماده شدن بر تن داشته باشد.

لباس دیجیتال: لباس دیجیتال چیزی است که مطمئناً در آینده نزدیک جهان شاهد آن خواهد بود. این نوع لباس ملموس نیست و از هیچ نوع پارچه‌ای برای ساخت آن استفاده نمی شود.

این نوع لباس‌ها از پیکسل‌ها و با استفاده از نرم‌افزارهای

سه بعدی و فناوری‌های کامپیوتری ساخته خواهد شد و این بدان معناست که هرگز در زندگی واقعی لباس دیجیتال پوشیده نخواهد شد.

با این حال، با ظهور و گسترش NFT ها باید دانست که آینده به این سمت حرکت خواهد کرد.

افراد می‌توانند قبل از اینکه نسخه واقعی آن را امتحان کنند، لباس‌های دیجیتال را امتحان کنند تا ببینند آیا این لباس برای آنها مناسب است یا نه.

لباس جمع‌آوری اطلاعات: اخیراً شرکت‌ها شروع به استفاده از مواد هوشمند برای ساخت لباس‌ها و محصولات خود کرده‌اند که قادر به جمع‌آوری اطلاعات در مورد شخصی که این لباسها را می‌پوشد، خواهند بود.

به عنوان مثال، نایک در حال کار بر روی کفش‌های بسکتبال است که می‌تواند حرکت پای یک فرد را ردیابی کند و داده‌هایی را در مورد اینکه آیا فرد ممکن است در طول بازی به خود آسیب برساند یا خیر تولید کند.[۴] از این منظر، صنعت پوشاک در آینده بسیار درهم تنیده با سایر صنایع خواهد بود.

کاهش دامنه مد: همه‌گیری، رفتار خرید مصرف‌کنندگان را تغییر داد، زیرا مشتریان بیشتر تمایل به خرید پوشاک بادوام با قیمت مناسب پیدا کردند و تقاضا برای کالاهای لوکس کاهش پیدا کرد.

لباس‌های خوش‌دوخت، بادوام و ارزان قیمتی که می‌توانند استفاده‌های متعددی را از آنها انجام دهند، بدون اینکه از مد بیفتند، ممکن است به عنوان مطلوب‌ترین اقلام برای خریداران در صدر جدول قرار گیرند.

به دیگر بیان، کیفیت و قیمت محصولات تولیدی، مهمتر از مد بودن آ نها است. در آینده نزدیک، مد تنها عامل تحریک تقاضا نخواهد بود.

اقتصاد اشتراکی : اخیراً صنعت اجاره لباس افزایش چشمگیری داشته است، زیرا مردم به دنبال تنوع پوشاک هستند و اجاره آنها کم‌هزینه‌ترین راه برای پاسخ به این نیاز است.

از سوی دیگر، اجاره و همچنین بازیافت الیاف لباس، اثرات مطلوب زیست‌محیطی در پی خواهد داشت.

لباس آفتاب پرست: استفاده از هوش مصنوعی در صنعت مد ممکن است به توانایی لباس برای تغییر رنگ، دما و اندازه منجر شود.

این ممکن است یک روند برای صنعت پوشاک در سال ۲۰۵۰ باشد، اما مطمئناً تحقق پیدا خواهد کرد. این فناوری که در منسوجات از مواد گلدوزی شده است، می تواند نه تنها به دمای بدن فرد، بلکه به میزان نوری که فرد در معرض آن قرار می گیرد بلکه واکنش نشان دهد.

به عنوان مثال، فناوری هوشمند منسوجات ممکن است بتواند یک پیراهن سیاه را به رنگ سفید در بیاورد، اگر تشخیص دهد دمای بدن یک فرد به دلیل قرار گرفتن در معرض نور خورشید افزایش یافته است.

از سوی دیگر، در آینده لباس احتمالا می‌تواند خاصیت ارتجاعی پیدا کند و پس از تکمیل فعالیت ها، خود را اصلاح کند. به سختی می توان گفت دقیقا چه زمانی این محصولات در دسترس عموم قرار خواهند گرفت، اما شرکت‌های تولید مواد هوشمند با پشتکار روی مدل های مختلف آفتاب پرست کار کرده اند و در این بخش سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

سفارشی‌سازی: در آینده ممکن است هر مصرف‌کننده، خیاط اختصاصی خودش باشد.

چاپگرهای سه بعدی می‌توانند به یک ضرورت در خانه‌های مردم تبدیل شوند، زیرا لباس‌ها و محصولات سفارشی در حال افزایش هستند و سلیقه افراد بسیار متنوع‌تر از امروز خواهد بود.

اگرچه در سال ۲۰۲۳ این چاپگرها بسیار گران هستند، اما در ۱۰۰ سال آینده، مهندسان ممکن است با موفقیت این چاپگرها را با قیمتی مقرون به صرفه برای عموم تولید کنند. با این حال، مردم می‌توانند لباس‌های خود را به صورت سفارشی بسازند و سبک شخصی و طرح های منحصر به فرد خود را در لباس های چاپ سه بعدی ادغام کنند.

*روندهای آتی و عوامل اثرگذار بر صنعت پوشاک

در روزگار فعلی و قطعا آینده پیش رو، صنعت مد و پوشاک با فناوری ارتباط تنگاتنگی خواهند داشت و نه تنها در سالن‌های مد و بوتیک‌های گرانقیمت، بلکه در پوشش روزمره مردم نیز شاهد پیوند این دو خواهیم بود.

می‌توان به یقین گفت که آینده صنعت مد و پوشاک، بر پایه تکنولوژی خواهد بود و هر جزئی از این صنعت؛ از طراحی و پیش‌بینی ترندها گرفته تا تولید و عرضه محصولات، تحت تاثیر فناوری قرار خواهد گرفت.

پیش‌بینی آینده مد همیشه چالش برانگیز است، اما برخی روندها و نوآوری‌ها وجود دارند که احتمالاً صنعت مد را در سالهای آینده شکل خواهند داد. در اینجا چند پیش بینی وجود دارد:

الف- پایداری اولویت اصلی خواهد بود: صنعت مد به احتمال زیاد به تغییر مسیر خود به سمت پایداری ادامه می دهد و برندهای بیشتری از شیوه ها و مواد سازگار با محیط زیست استفاده می کنند.

این امر شامل تمرکز بر بازیافت و بکارگیری مجدد الیاف است. در اینجا تلاش می‌شود که لباس‌ها به کمک بازطراحی مجدد مورد استفاده قرار بگیرند و دور ریخته نشوند. از همین رو، برخی تولیدکنندگان به دنبال ایجاد بستری مناسب برای خرید پوشاک دست دوم و یا کهنه می‌باشند.

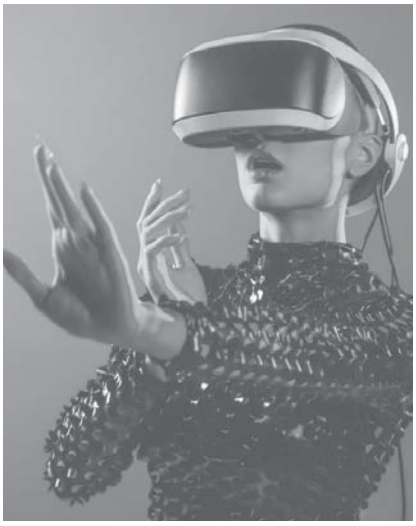
ب- دیجیتالی شدن و فناوری نقش بزرگ‌تری ایفا خواهند کرد: با ادامه پیشرفت فناوری، تکنولوژی‌های جدید در صنعت مد ادغام می شوند و و این امر منجر به دیجیتالی شدن بیشتر فرآیندها و محصولات خواهد شد. این بخش شامل استفاده از واقعیت افزوده و واقعیت مجازی برای ایجاد تجربیات خرید همه جانبه و استفاده از هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی زنجیره‌های تولید و تامین است.

ج-شخصی‌سازی و سفارشی‌سازی رایج‌تر می‌شود: از آنجایی که فناوری، محصولات شخصی‌سازی‌شده و سفارشی‌تر را امکان‌پذیر می‌کند، مصرف‌کنندگان به طور فزاینده‌ای خواستار لباس‌هایی خواهند بود که متناسب با ترجیحات و نیازهای فردی آنها باشد.

این امر شامل لباس‌های ساخته شده، توصیه‌های شخصی بر اساس داده های مشتری و استفاده از چاپ سه بعدی برای ایجاد لباس های سفارشی است.

د- پوشاک دست دوم و اجاره ای محبوب تر خواهند شد: همانطور که مصرف کنندگان نسبت به محیط زیست آگاه تر می‌شوند و به هزینه ها توجه می‌کنند، پوشاک دست دوم و اجاره ای احتمالاً محبوب تر خواهند شد. این بخش می‌تواند شامل تغییر به سمت پلتفرم‌های اجاره آنلاین و ایجاد پوشا ک پایدارتر و مقرون به صرفه باشد.

در آینده نزدیک، برندهای تولیدی پوشاک بخشی



از سود خود را از طریق خرده‌فروشی و واسطه‌گری محصولات اجاره‌ای و دست دوم کسب خواهند کرد.

***پیشنهادهای سیاستی**

صنعت مد و پوشاک یکی از صنایعی است که به سرعت در حال رشد می‌باشد و هر هفته یا هر ماه یک نیاز جدید در آن تحقق پیدا می‌کند.

صنعت پوشاک بزرگ‌ترین سهم از تجارت الکترونیک را به خود اختصاص خواهد داد. در واقع، این صنعت تا سال ۲۰۲۵ درآمد بالقوه ۶۸۴ میلیارد دلاری خواهد داشت.

صنعت پوشاک یک شبکه بزرگ با رقبای زیادی است. ورود به این صنعت در حال رشد برای استارت آپ‌های جدید می تواند چالش برانگیز باشد و از سمت دیگر، حضور تولیدکنندگان داخلی در عرصه بین‌الملل نیز چندان راحت نخواهد بود.

برای اینکه یک برند در بازار قوی و منحصر به فرد باشد، نیاز به توسعه یک استراتژی قوی دارد. این امر به شرکت‌ها این امکان را می دهد که یک تصویر و هویت در ذهن مشتریان خلق کنند. در این بخش چند استراتژی مطلوب پیشنهاد گردیده است:

راه‌اندازی وب‌سایت: آینده خرید، غیر حضوری و آنلاین است. به همین دلیل، برخی از زنجیره‌های خرده‌فروشی بزرگ، ماژول کسب‌وکار خود را به سمت خرید آنلاین تغییر می‌دهند و این روند را با سرعتی سریع دنبال می‌کنند.

بنابراین، داشتن یک وب سایت کاربرپسند و دسترسی

آسان یکی از ویژگی‌های ضروری یک برند به‌حساب می‌آید فروشگاه مجازی باید به مشتریان اجازه دهد بدون هیچ زحمتی خرید کنند.

تنوع‌بخشی به محصولات: یکی از عوامل مهمی که در صنعت پوشاک نقش بسزایی دارد، سبد محصولات تولیدی است.

با بهبود، ارتقا و افزایش سبد محصولات، یک برند می‌تواند در چشم مشتریان منحصر به فرد به نظر برسد. افزایش خط تولید مانند تی شرت، پولو، هودی، سوئی‌شرت، پیراهن رسمی، پیراهن سفارشی، لباس ورزشی، شلوار و تخصص در تولید انواع پوشیدنی مهم است. این مورد دامنه کسب‌وکار را افزایش می دهد و به مشتری امکان انتخاب های بیشتری را می دهد و آن را به یک موقعیت برد–برد تبدیل می‌کند.

همکاری با تولیدکنندگان خبره: هر واحد تولیدی باید با یک شرکت پیشرو یا یک فعال صنعتی ماهر ارتباط برقرار کند

ارتباط با تولیدکننده پوشاک می تواند به طور خودکار کسب‌وکارها را در این حوزه به موفقیت برساند. هنگام کار با تولید کننده ماهر، دیگر نگرانی برای برخی موارد، مانند کیفیت پارچه و طرح دوخت وجود ندارد. افزون بر این موارد، برون سپاری و تولید با برند دیگر نیز امکان‌پذیر است.

بهبود خدمات پشتیبانی مشتری: یک عامل پنهان اما مهم، پشتیبانی مشتری است.

داشتن ارتباط مفید و دوستانه با مشتری، یک عنصر حیاتی در هر کسب و کار آنلاین به حساب می‌آید. در این بخش، افراد مسئول پاسخگویی به سوالات مشتریان، پاسخ به ایمیل‌ها، رسیدگی به شکایات، پیگیری و موارد دیگر هستند.

پشتیبانی مشتری: اگر از طریق پشتیبانی مشتری ارتباط خوبی با افراد برقرار شود، به احتمال زیاد آنها به جامعه مشتریان وفادار اضافه خواهند شد.

ارتقا سئوی وب سایت: سئو بدون شک بهترین استراتژی قدرتمندی است که می توان روی آن کار کرد.

مردم معمولاً روی پیوندهای صفحات اول نتایج کلیک می‌کنند. بنابراین، وب سایت یک شرکت باید در صفحات اول جستجو باشد. به همین منظور، نیاز است که فعالین صنعت پوشاک برای دنبال کردن مفاهیم سئو، یک متخصص در این حوزه را استخدام کنند. باید اطمینان حاصل شود که وبسایت و محتوا آن سازگار با سئو هستند.در پایان شایان ذکر است که سرعت رشد فناوری بسیار بالا است و بیش از دیگر صنایع، این امر بر صنعت پوشاک اثرگذار خواهد بود.

ایجاد تعامل مثبت با شرکت‌های دیگر (همکاری‌های بین رشته‌ای) و سرمایه‌گذاری بر استارتاپ‌ها و افراد متخصص می تواند زمینه ظهور فناوری را در یک کسب‌وکار ویژه ایجاد کند. در آینده نزدیک، هر فرد در یک لحظه نیازمند دو گونه لباس خواهد بود؛ لباس مجازی و لباس واقعی. اگر شرکته‌ای تولیدی نتوانند خود را با سرعت رشد فناوری تطبیق دهند و استراتژی مطلوب را نداشته باشند، در آینده نزدیک موقعیت خود را از دست خواهند داد. در دنیای هوش مصنوعی و متاورس، برندهای تولیدی باید توان رقابت با بزرگان این عرصه را در سطح جهانی داشته باشند.

۱-نمایشگاه موسیقی و هنر وودستاک WOODSTOCK

۲-رنگرزی گرهی یا بسامه کاری (DYE-TIE) نوعی فرآیند رنگرزی است که روی پارچه اعمال می‌گردد. در این فرآیند معمولاً رنگینه به صورت پودری است که با آب مخلوط شده و سپس در قالب الگوهای مختلف روی پارچه ر یخته می شود.

FUTURISTIC-LOOKING CLOTHING

NIKE ADAPT BB-