

MARKETING

MARKETING



МАГАЗИН ОДЕЖДЫ

- ◎ К консультационной фирме обратился хорошо известный производитель дизайнерской мужской и женской одежды. Несколько лет назад клиент решил открыть новый канал продаж – собственный розничный магазин. Они открыли новый магазин в Нью-Йорке, который сразу же начал пользоваться большим успехом и приносил хорошую прибыль. После этого они решили открыть еще 3 магазина в Чикаго, Бостоне и Далласе соответственно. После 5 лет они заметили, что магазин в Бостоне не настолько прибыльный, как в Нью-Йорке.

Вопрос

- ◎ Почему Бостонский магазин недополучает прибыль? Какой, по Вашему источник проблемы?

Дополнительная информация

- ◎ У обоих магазинов хорошее место расположения
- ◎ У магазинов одинаковые размеры
- ◎ У них приблизительно одинаковые постоянные расходы, не считая того, что в Нью-Йорке немного выше аренда
- ◎ Что касается переменных затрат, то рабочая сила, основные средства, электричество, накладные вопросы и налоги одинаковые

- ◎ У них разная структура продаж. В Нью-Йорке больше продают деловую одежду, типа костюмов, ориентация идет на местный рынок. В Бостоне продают больше свободной одежды, типа свитеров и одежду для походов. (!!! Этот пункт является ключом к ответу, поэтому эта информация дается только в том случае, если студент сам о ней попросит)
- ◎ Маржа у деловой одежды выше, чем у свободной одежды. (!!! Эта информация предоставляется только если студент сам о ней попросил)

РЕШЕНИЕ

- ⊙ - Постоянные расходы в Нью-Йорке немного выше из-за аренды
- ⊙ - Переменные расходы одинаковые
- ⊙ - Студент должен понять, что расходы не являются ключевым фактором
- ⊙ Касательно конкуренции должны быть затронуты следующие пункты:
- ⊙ - Ситуация с конкуренцией в Бостоне и Нью-Йорке примерно одинаковая, так как оба магазина имеют хорошее место расположения
- ⊙ - Студент должен понять, что конкуренция не является ключевым фактором
- ⊙ Касательно доходов студент должен затронуть такие пункты:
- ⊙ - Структура продаж в Нью-Йорке и Бостоне
- ⊙ - Товары, которые продаются в Нью-Йорке, имеют более высокую цену. Маржа от продаж в Нью-Йорке выше
- ⊙ С таким подходом студент должен сделать вывод о том, что деловая одежда, которая продается в Нью-Йорке, дает большую прибыль. Этим и объясняется разница в прибыльности.

