

# СЕКТОР «ТЕКСТИЛЬ»

1. Основные экономические показатели
2. Главное в секторе «Текстиль»
3. Мерчандайзинг

# ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СЕКТОРА «ТЕКСТИЛЬ»

Наши продажи в секторе «Текстиль» оставляют желать лучшего

Доля сектора в обороте ФПС (период:05.2006 – 12.2006) – **3%**

Открытие новых объектов слабо улучшает ситуацию:

- Ульяновск – **4.97%**
- Ярославль – **5.19%**

Учитывая наши планы развития, показатели должны выглядеть следующим образом:

	2007	2008	2009	2010
ОБОРОТ КОМПАНИИ, (МЛН \$)	<b>640</b>	<b>1200</b>	<b>1800</b>	<b>3000</b>
ДОЛЯ СЕКТОРА «ТЕКСТИЛЬ», %	<b>4</b>	<b>5,5</b>	<b>7,5</b>	<b>9,5</b>
СЕКТОР «ТЕКСТИЛЬ» (МЛН \$)	<b>25,6</b>	<b>66</b>	<b>135</b>	<b>255</b>
ЗИМА 1 (МЛН \$)	<b>4,6</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>50</b>
ЛЕТО (МЛН \$)	<b>15</b>	<b>38</b>	<b>75</b>	<b>140</b>
ЗИМА 2 (МЛН \$)	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>65</b>

# ГЛАВНОЕ В СЕКТОРЕ «ТЕКСТИЛЬ»

А.

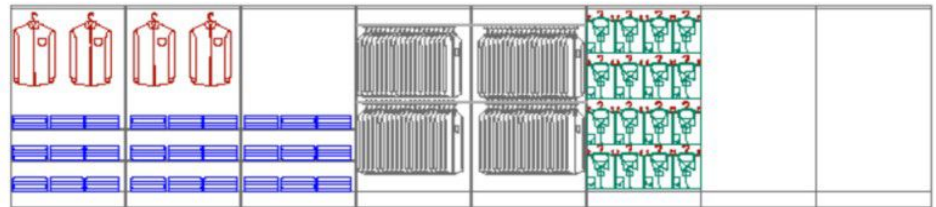
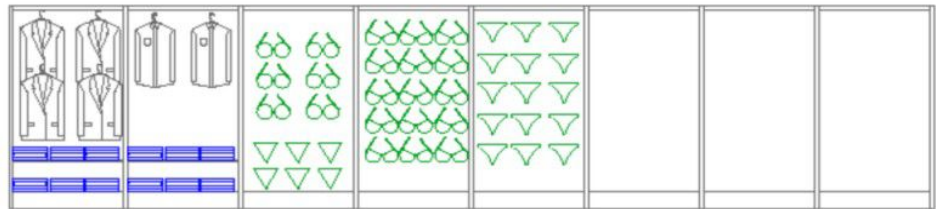
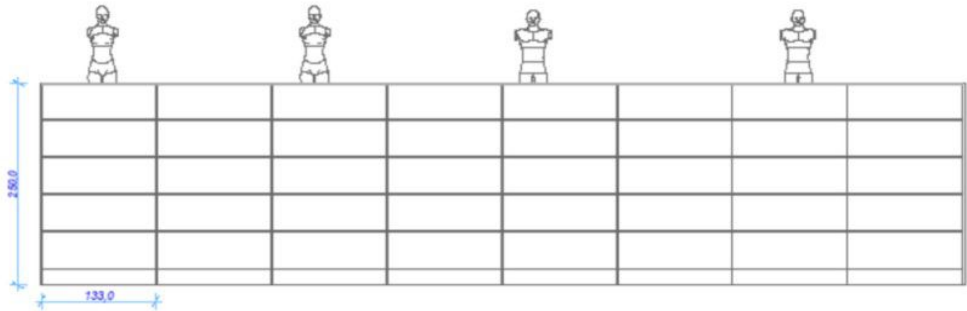
- Каждый человек одновременно носит несколько видов одежды (например: нижнее бельё + рубашка + брюки)
- Разные товары для мужчин/женщин/мальчиков/девочек

## **Б. ОСОБЕННОСТИ**

- 2 сезона:
  - Лето
  - Зима
- Разделение по размерам/цветам
- 2 основных стиля (строгий и повседневный)
- Необязательно привлекать профессиональных стилистов и дизайнеров для создания особенного «штриха Вестера»

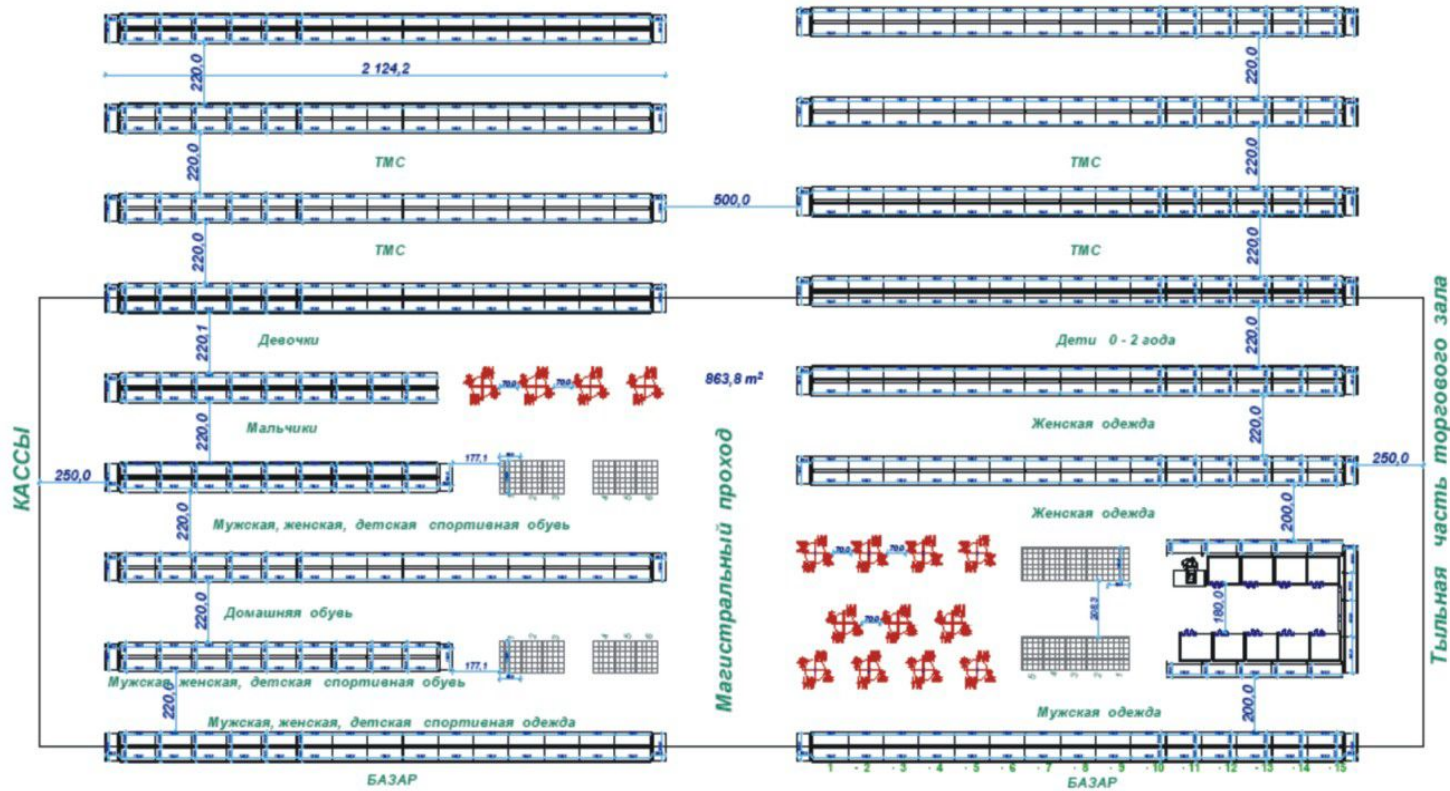
## **МЕНЕДЖМЕНТ**

«Текстиль» - один из 5 секторов, успех в котором на 95% обеспечивает правильная закупка коллекции

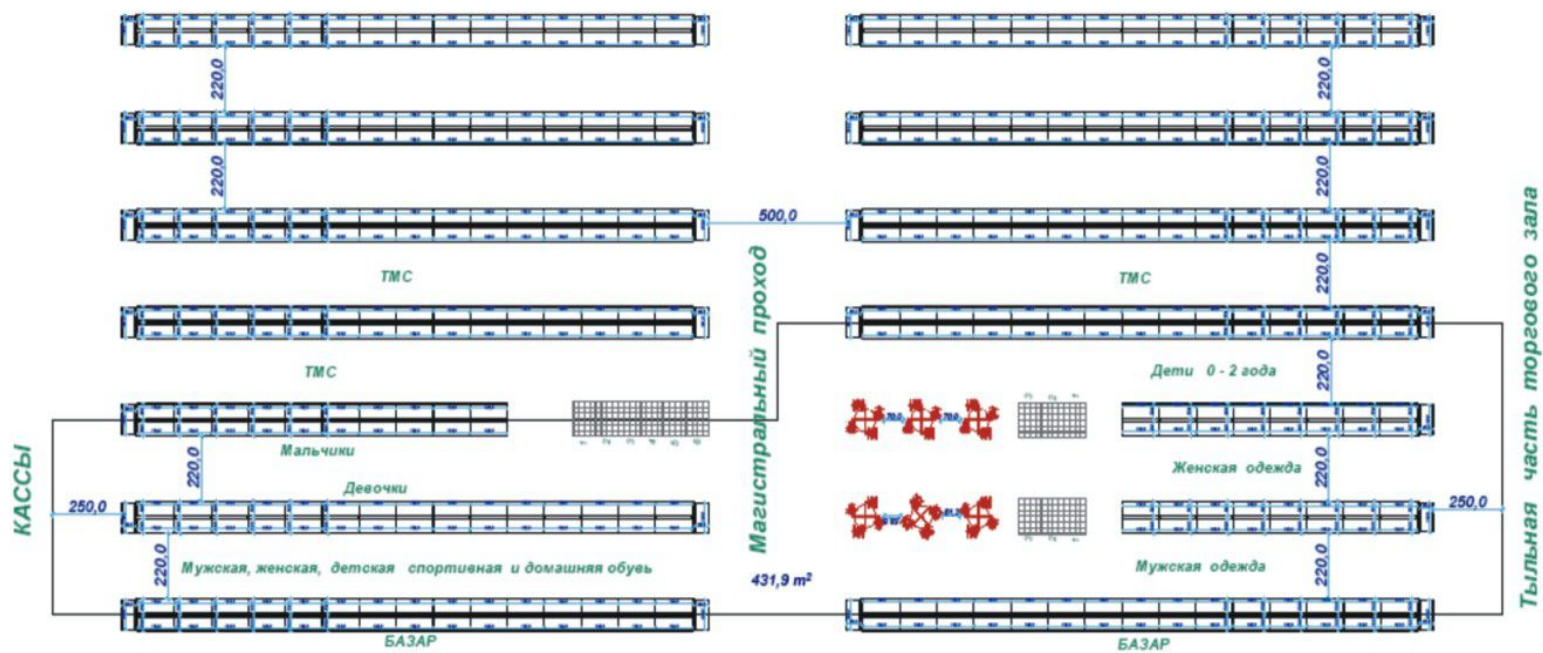




# СРЕДНИЙ ФОРМАТ



Площадь  $S = 863,8$  м.кв.  
 Линейные метры  $L = 300$  м  
 Вешала 17 - 20 шт  
 Промоцийные корзины 22 шт



Площадь  $S = 431,9$  м.кв.  
 Линейные метры  $L = 150$  м  
 Вешала 6 шт  
 Промоцийные корзины 12 шт



# ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА

