



خرده‌فروشی کفش در آمریکا

جهان بر این شرکت‌ها به دست می‌دهد مهم است.

به عقیده‌ی مانژیون تمام این نمانام‌ها قوی هستند و برای زنده نگه‌داشتن نام خود در ذهن مصرف‌کنندگان از هیچ کوششی دریغ ندارند و اکثرشان هم «تولید انجام نمی‌دهند» ساختن نمانام (برند) بیش از هر چیزی برای‌شان اهمیت دارد برای مثال نمانامی مثل استیومدن به سراغ دختران نوجوان رفته است و از همه بیشتر به این دسته از مصرف‌کنندگان نزدیک است.

به گفته‌ی مانژیون خود استیومدن و مدیران ارشدش حتی روزهای تعطیل آخر هفته را در یکی از ۹۲ فروشگاه‌شان سپری می‌کنند.

تمام نظرات را می‌گیرند و روز اول هفته همایشی از راه دور با شرکای تولیدکننده‌ی خود برگزار می‌کنند تا به آن‌ها خبر دهند چه چیزی خوب فروش

متحدۀ افت می‌کند. این وضعیت بر همه چیز از جمله بر کفش اثر منفی می‌گذارد ولی همه‌ی شرکت‌های صنعت پایپوش دستخوش اثرات منفی نمی‌شوند.

عجب سالی بود

با آن که آمار مربوط به کل سال ۲۰۰۹ در دست نیست مانژیون بر چند عامل مهم انگشت گذاشته است که با بررسی وضعیت خرده‌فروشان و نمانام‌های برتر در بازار ایالات متحده به دست آورده است. شش خرده‌فروش مورد نظر مانژیون عبارتند از: DSW، پی‌لس، فیموس فوت‌ویر، جنسکو، فینیش لاین و فوت لاکر و نمانام‌های پایپوش مورد نظرش نیز عبارتند از: نایک، آدیداس، براون‌شو، استیومدن و اسکچر.

ترتیب ذکر نام این شرکت اهمیتی ندارد بلکه تفسیری که مانژیون از اثر وضعیت کنونی اقتصاد

پیتر مانژیون کارشناس کهنه کار صنعت پایپوش، اثرات بحران اخیر اقتصاد جهان بر خرده‌فروشی کفش در ایالات متحده را بررسی کرده است. تصویری که به دست می‌دهد خوشایند نیست ولی افت سهم بازار و کسب و کار نظری همگانی نیست. مانژیون که رئیس پیشین انجمن توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان پایپوش آمریکا و مدیرعامل کنونی شرکت مشاوره‌ای گلوبال فوت‌ویر است هنوز از وضعیت اقتصاد ایالات متحده نگران است و بر این نکته انگشت می‌گذارد که کسری بودجه‌ی ۱/۳ تریلیون دلاری ایالت متحده در آغاز سال ۲۰۱۰ از تولید ناخالص ملی هر کشوری در جهان (به غیر از ده کشور برتر اقتصادی جهان) بیشتر است.

به گفته‌ی او نوعی انتقال بنیادی ثروت از ایالات متحده به سوی بیرون در حال شکل‌گیری است و در درازمدت استاندارد زندگی و ارزش دلار در ایالات



می‌رود، به چه چیزی در حجم انبوه نیاز دارند و غیره. بعد هم استیو روزهای دوم و سوم هفته را به سراغ بازی گلف خودش می‌رود.

قیمت‌گذاری تهاجمی

مانژیون به قیمت‌گذاری تهاجمی پی‌لس اهمیت فراوانی می‌دهد، شرکتی که بیش از هر گروه اختصاصی تجارت کفش در ایالات متحده فروشگاه دارد، ۴۹۰۰ فروشگاه، همه می‌دانند که پای به درون یکی از این دو فروشگاه که بگذارند بعید نیست که دو جفت کفش بخرند. کفش‌های پسندروز به قیمت ۱۵ دلار. زیرا اگر دو جفت کفش بخریم دومی ۵۰ درصد تخفیف دارد. به نظر می‌رسد این در «پی‌لسی» دائمی باشد و در شرایط اقتصادی کنونی کارساز هست زیرا پی‌لس در سه ماهه‌ی سوم ۲۰۰۹ نسبت به دوره‌ی مشابه در سال ۲۰۰۸ میلادی ۵/۴ درصد رشد داشت.

اما گروه خرده‌فروشی فوت‌لاکر که از لحاظ تعداد فروشگاه در جایگاه دوم قرار دارد (۳۶۱۵ فروشگاه) چندان وضعیت خوبی ندارد و در سه ماهه‌ی دوم و سوم ۲۰۰۹ نسبت به ۲۰۰۸ میلادی ۱۲/۱ و ۷/۳ درصد افت فروش داشت. مانژیون می‌گوید: «برخی از طرح‌های جدید این گروه مثل لیدی فوت‌لاکر

موفقیت چشم‌گیری داشت و ۱۰ درصد کل کفش‌های نایک در جهان را فوت‌لاکر می‌فروشد. نایک برخی از مدل‌های خود را فقط به فوت‌لاکر می‌دهد و به همین دلیل است که در ایالات متحده محصولات نایک را می‌توان در خرده‌فروشی‌ها یافت نه در بازارچه‌ها. البته فوت‌لاکر کفش‌های ورزشی سایر نمانام‌ها را نیز می‌فروشد. مشتریان پر خرید نقطه‌ی

”

۷/۵ درصد کل فروش کفش در سال ۲۰۰۹ در آمریکا اینترنتی بوده است

پی‌لس ۴۹۰۰ فروشگاه زنجیره‌ای در آمریکا دارد

”

فوت‌لاکر هستند. برخی از شیفتگان کفش‌های ورزشی سالی ۱۰ جفت کفش می‌خرند. اما این افراد اکنون خرید خود را کاهش داده‌اند و همین به فوت‌لاکر لطمه زده است. «فروش فوت‌لاکر در سال ۲۰۰۹ معادل ۴/۸ میلیارد دلار بود که نسبت به سال ۲۰۰۸ میلادی ۷/۷ درصد افت داشت.

از همین رو فوت‌لاکر طرح راهبردی جدیدی را در پیش گرفته است تا به فروش سالانه‌ی ۶ میلیارد دلاری طی پنج سال آینده دست یابد. فوت‌لاکر جزئیات این طرح را اعلام نکرده است ولی محوریت دادن بیشتر به پوشاک بخشی از آن است.

رشد DSW در سه ماهه‌ی سوم ۲۰۰۹ از «پی‌لس» هم بیشتر بود. به طوری که ۳۰۷ فروشگاه این شرکت ۸/۷ درصد افزایش فروش داشتند و نسبت به اوایل سال ۲۰۰۹ به گردش مالی چشم‌گیری رسیدند. به نظر مانژیون DSW دماسنج بازار است و وضعیت‌هایی نمانام نشان می‌دهد را در قفسه‌های خود عرضه می‌کند و بزرگ‌ترین مشتری برخی از آن‌ها است. به گفته‌ی مانژیون انبارهای DSW سالی شش و نیم یا هفت بار خالی می‌شود در حالی که این رقم برای رقبا دو یا سه بار است.

آخرین فروش سالانه DSW برابر با ۱/۶ میلیارد دلار بود که نشان‌گر ۹ درصد رشد سالانه است.

فوت لاکر چندان این گونه نباشد زیرا کفش ورزشی بازار بسیار کوچک‌تری است.

به نظر مانژیون فروشگاه‌های زنجیره‌ای به کلی از پا درآمده‌اند که ناخوشایند است. مثل فروشگاه زنجیره‌ای وال مارت که در سال ۲۰۰۹ حدود ۵ میلیارد دلار کفش فروخت که ۱/۵ درصد کل فروش وال مارت بود. فروشگاه‌های زنجیره‌ای و نمانام‌های پایپوش به هم وابستگی متقابل دارند ولی پول درآوردن از فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای نمانام‌های کفش دشوار است.

فروش اینترنتی همچنان بالنده‌ترین بخش خرده‌فروشی پایپوش در ایالت متحده است. به گفته‌ی مانژیون ۷/۵ درصد کل فروش کفش در ایالات متحده در سال ۲۰۰۹ از طریق اینترنت بوده است. فروشگاه اینترنتی پایپوش زاپو که اکنون به مالکیت آمازون درآمده است یک میلیارد دلار کفش در سال ۲۰۰۹ فروخت، مانژیون می‌گوید: «اینترنت بزرگ‌ترین فروشگاه کفش جهان است ولی در اینترنت هم پول درآوردن دشوار است زیرا میزان مرجوعی‌ها زیاد است».

برگرفته از مجله:

World Leather ۲۰۱۰ می و ژوئن



فروشگاه‌های خالی

فروشگاه‌های مشهور پرنده پر نمی‌زند. برای مثال در بعدازظهر یکشنبه یک نفر هم در فروشگاه‌های راکپورت یا آدیداس به چشم نمی‌خورد. تنها فروشگاه شلوغ در کل بازارچه فروشگاه اپل بود که ربطی به کفش نداشت مانژیون می‌گوید اوضاع ناجور را پشت سر گذاشته‌ایم. مصرف‌کنندگان دارند به فروشگاه‌ها برمی‌گردند. البته شاید در مورد

وقتی که رکود در سال ۲۰۰۸ اقتصاد ایالات متحده را تحت سیطره قرارداد شمار زیادی از مصرف‌کنندگان در خانه‌هایشان باقی ماندند و دل و دماغ خرید را نداشتند. مانژیون در زمستان گذشته به سراغ بازارچه‌های بزرگ واشنگتن رفته است و عکس‌هایی گرفته است که نشان می‌دهد در

تازه‌ترین مدل‌های طبی زیر نظر طراحان ایتالیا
بامواد اولیه طبیعی و زیره‌های pu
دارای پد کف پا، ماساژور، کپسول خار پاشنه، گلچه
طبی استاندارد
آماده همکاری با بیمارستان‌ها، داروخانه‌ها، تجهیزات
پزشکی، ارتوپدها و سایر فروشگاه‌ها

کفش

با علامت انحصاری
M.T.co

طراحان

اولین تولیدکننده مدل‌های جدید طبی

جهت تهیه ژورنال، CD و مدل‌های جدید به صورت رایگان، با شماره زیر تماس بگیرید: ۳۳۹۱۷۶۱۷
نشانی نمایشگاه و دفتر فروش: تهران، خیابان سعدی شمالی
خیابان مصباح، کوچه حائری زاده، پلاک ۱۱ تلفن: ۳۳۱۱۷۴۹۱