

эксперты



Анжелика Лопаткина менеджер сети салонов «Ближнее белье»



Мария Переpletкина менеджер розничной сети салонов нижнего белья «Vis-a-Vis»

Красивого белья много не бывает – это вам скажет каждая женщина. Дабы прекрасная половина человечества и менее притязательные по части нижнего белья мужчины не были ограничены в выборе, нижегородские продавцы трудятся, не покладая рук.

Итальянское белье из Китая

Сегодня в Нижнем Новгороде продажей нательного белья занимается более 100 компаний. Основная их часть представлена в среднеценовом сегменте (1500-3000 руб. за комплект). В ассортименте преобладает продукция итальянских марок, нижнее белье из Польши, Латвии, Белоруссии. На сегодняшний день активно развивается прибалтийское направление в производстве нижнего белья, представленное торговыми марками «ROSME», «ROKSA», «Laguna AS», «Albina» и др. Компании из Прибалтики предлагают продукцию хорошего качества, разнообразный ассортимент. Для российских поставщиков сотрудничество с ними усложняет разве что привязка цен прибалтийских производителей к курсу иностранных валют, из-за чего возможны резкие «скачки» стоимости товара.

Иностранные бельевые фирмы в большинстве случаев размещают производство в Китае. Китайские производители делают копии моделей известных европейских и американских брендов и предлагают эту продукцию под собственными торговыми марками и по более низкой цене. Таким образом обеспечиваются потребности покупателей в недорогом белье.

В Нижнем Новгороде представлено нательное белье торговых марок Vis-a-Vis (Россия), Milavitsa, Miledy, Aveline (Белоруссия), Incanto, LORMAR, Dimanche, Charmante (Италия), Pelican (Польша), YAX (Китай) и др. Зарубежные бренды поставляют свою продукцию в Россию через московские склады и представительства в ряде крупных российских городов. Часть ассортимента доходит до нижегородских покупателей через брендовые магазины. Они занимают порядка 30% нижегородского рынка продаж нижнего белья. Преобладают мультибрендовые торговые точки.

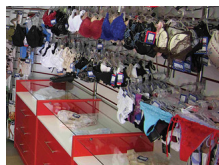


Из рук в руки

К услугам продавцов нательного белья в Нижнем Новгороде – оптовые склады. Дилеры реализуют продукцию различных торговых марок как через собственные розничные сети, так и оптом. «Розничным продавцам гораздо удобнее выбирать из нескольких брендов нижнего белья, предлагаемых дилерами, нежели закупать продукцию непосредственно от производителя», - считает Мария Переплеткина, менеджер розничной сети салонов нижнего белья «Vis-a-Vis».

Крупный нижегородский поставщик может представить на своем складе до 30 тыс. наименований товара. «Около 20% закупаемой продукции приходится на новые бренды. Дополнительные торговые марки мы завозим раз в полгода, - говорит Анжелика Лопаткина. – В поставщиках недостатка нет. Скажем, за последние 5 лет появилось немало компаний, производящих трикотажное нижнее белье, это направление сейчас успешно развивается. Регулярно поступают предложения о поставках белья для беременных и кормящих женщин, для женщин, перенесших операцию на груди. В этом сегменте рынка есть с кем и над чем работать».

Владелец магазина, придя на оптовый склад, должен предоставить свидетельство ИНН, документ о регистрации предприятия, копию договора аренды и официальную доверенность, если закупки товара делает не хозяин фирмы, а его представитель. Минимальная сумма покупки при регистрации у дилера составляет порядка 5000 руб. Последующие закупки делаются не менее, чем на 2000 руб.



Поставщики разрабатывают для оптовых покупателей различные системы мотивации в виде скидок, бонусов, отсрочек. Чем дольше поддерживаются парт-нерские отношения с клиентом, тем лучшие условия ему предоставляются. Однако, с каким бы поставщиком вы ни начали сотрудничать, первоначально закупки ведутся за наличный расчет и по 100%-ой предоплате, предупреждает Анжелика Лопаткина.

«Владельцы мелких розничных торговых точек обычно пополняют ассортимент каждую неделю. Те, у кого оборачиваемость выше, закупают товар 1-2 раза в месяц, но большими партиями», - делится наблюдениями Анжелика Лопаткина. Розничных продавцов притягивают на оптовые склады выгодные условия работы, наличие товара, соответствующего сезону, и регулярно обновляющийся ассортимент. Новые коллекции нижнего белья появляются дважды в год. По словам Марии Переплеткиной, сегодня в моде классика и закрытые модели, вроде высоких шелковых трусиков с кружевом в стиле 40-х годов.

Из России – с наценкой

Продукция российских фабрик составляет не более 15% ассортимента

мультибрендовых магазинов нижнего белья. Отечественные изделия отличаются хорошим качеством, но по разнообразию модельного ряда нередко отстают от иностранных конкурентов.

Отечественные производители подчас не проявляют гибкости в вопросах ассортимента и в ценовой политике. «Оптовая и розничная цены должны отличаться существенно, чтобы розничный продавец мог сделать наценку, достаточную для покрытия текущих расходов: на уплату налогов, аренду торговой площади, зарплату продавцам, пополнение ассортимента. Большинство отечественных производителей этот стоимостный запас сокращают до минимума, так что работать с ними оказывается невыгодно», - объясняет Анжелика Лопаткина.

Большая часть отечественной продукции выпускается в средненизкой и низкой ценовых категориях. Впрочем, появились и приятные исключения. В частности, фабрика «Валерия» (Коломна) сегодня выпускает две линии нижнего белья – классику и направление «фэшн» – ориентированные на клиентов с разным достатком. Уверенно держится в среднеценовом сегменте российская марка «Vis-a-Vis».