

SERGINNETTI

ИСТОРИЯ БРЕНДА

Название SERGINNETTI появилось в следствии ребрендинга компании MASCOT.

Начало истории марки одежды для женщин MASCOT было положено открытием в 1996 году одноименного магазина в Казани.

Через три года компания MASCOT объединила не только торговый, но и творческий персонал, а также централизовала управление всеми подразделениями компании, занятыми разработкой дизайна, производством и продажей одежды. Курс на национальную экспансию, взятый компанией, потребовал формирования четких стандартов для каждого этапа. Это относилось не только к качеству всей производимой продукции, ее дизайну, ценообразованию, но и, что не менее важно, к имиджу бренда.



Начиная производство одежды на собственных фабриках в Казани, MASCOT постепенно привлекает производственные мощности и в других городах. Вопрос о предоставлении франшизы независимым участникам розничной торговли на рынках одежды был продиктован растущей популярностью марки на внутреннем рынке.

Первоначально был открыт один магазин в Казани в ЦУМе, площадью 100 кв.м. А уже к 2005 году у компании более 55 фирменных магазинов по стране.



В начале 2008 года в связи с проведенным комплексом маркетинговых исследований, руководством компании принимается решение о проведении ребрендинга. Созданию марки SERGINNETTI предшествовала огромная работа – изучение современных тенденций, маркетинговые исследования продаж и мнения покупателей. Важным моментом является тот факт, что в процессе ребрендинга произошла эволюция старого бренда, а не его ликвидация. В нашей компании первоочередной задачей было расширение ассортиментной матрицы. Соответственно произошло и значительное расширение штата дизайнерской группы.

Привлечение молодых, полных энтузиазма и идей, российских дизайнеров и их активная совместная работа с итальянскими коллегами привело к тому, что в настоящее время компания SERGINNETTI является одним из крупнейших российских производителей и продавцов модной женской одежды. В настоящее время в России более 70 магазинов компании SERGINNETTI.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Целевой потребитель – молодая энергичная женщина от 18 - 35 лет среднего класса, с доходом от 300 до 1000 долларов на человека.



Образ SERGINNETTI

- Она оптимистично смотрит на жизнь
- Стремится к успеху
- Она следит за модой
- Она любит экспериментировать с одеждой
- Не боится выделиться из толпы
- Ведет активный образ жизни: на работе, в учебе, в спорте
- Достаточно образованна, чтобы выбирать лучшее
- Независима в своих суждениях, всегда знает, что хочет
- Всегда открыта в общении и готова к встрече с интересными людьми
- Привлекает восхищенные взгляды как мужчин, так и женщин
- В любой ситуации выглядит безупречно

Коллекция SERGINNETTI

Коллекции **SERGINNETTI** включают различные варианты женской одежды – от пальто и курток до платьев, юбок, брюк, блузок и всевозможного сшитого и вязаного трикотажа. Дополнением к ним, будут служить сумки, аксессуары и бижутерия, создаваемые специально к выходящим коллекциям.

Внутренняя и внешняя отделка изделий является отличительной особенностью **SERGINNETTI**. Декоративная обработка деталей, различные канты, со вкусом подобранная фурнитура, все это - делает модели **SERGINNETTI** настолько притягательными и неповторимыми, что их просто не хочется выпускать из рук.



Помимо ассортимента большое внимание в новой марке уделяется фирменному стилю – это и оформление товарных ярлыков, упаковочная бумага, дизайн-проект магазина, сезонное оформление витрин, мерчендайзинг коллекций.

SERGINNETTI выпускает одежду в соответствии с последними тенденциями мировой моды.

Ткани и фурнитура для коллекций закупаются в Италии, Франции, Португалии и Китае. Нельзя не заметить, что в составах преобладают натуральные волокна.

В год компания выпускает 8 базовых коллекций. Каждая из которых делится на три направления:

- линия **collection** модели делового стиля
- линия **dolce** трендовые модели
- линия **de luxe** модели для вечеринок

Так же ежегодно создается праздничная новогодняя коллекция «Рождество».

АССОРТИМЕНТ

1. Одежда верхняя пальтово – костюмного ассортимента

- пуховики
- пальто и полупальто
- куртки и плащи
- кожаные куртки
- костюмы
- пиджаки, жакеты, пончо
- брюки, бриджи, шорты
- юбки
- жилеты

2. Изделия верхние трикотажные (в комплектах и отдельными предметами из трикотажных полотен)

- джемперы
- платья, сарафаны
- блузки, топы, майки
- свитеры



3. Одежда верхнего платьево – блузочного ассортимента

- платья, сарафаны, платья - пальто
- юбки
- блузки, топы
- жилеты
- брючные комплекты

4. Изделия верхние из вязанного трикотажа

- джемперы
- свитеры
- жакеты
- жилеты
- болеро
- платья



Базовая размерная сетка с 42 по 48 размеры, в некоторых моделях с 40 по 50, в планах расширение размерного ряда. Рост стандартно на 170 см.

ФОРМАТ МАГАЗИНА

Общая площадь помещения – 70-120 кв.м.

Площадь подсобных помещений – до 10%

Электроснабжение – до 10-12кВт

Вент/кондиционирование

Телефонная линия

Интернет-канал

