

تاریخچه

در ۱۹۸۶ کلون کلاین و دوست دوران کودکی اش بَری شوارتز که گرداننده تجارت بود برای نخستین بار موسسه کلون کلاین را با ده هزار دلار به صورت یک مغازه کت فروشی در هتل یورک در نیویورک تاسیس کردند. به طور باور نکردنی یک سال بعد فردی به نام "بُن ویست تُلر" اشتباها در طبقه ای از آسانسور پیاده شد که مغازه کلون کلاین در آن قرار داشت و این اتفاق منجر به خرید پنجاه هزار دلاری برای آقای کلاین شد. بدین ترتیب اولین مجموعه لباس های زنانه، مردانه در فروشگاه نیویورک به نمایش درآمد.

در ۱۹۶۹ آقای کلاین بر روی جلد مجله vogue ظاهر شد در ۱۹۷۱ پوشاک ورزشی ژاکت های کلاسیک و نیز زیر پوش های زنانه به مجموعه وی افزوده شد. در ۱۹۷۳ به خاطر کلکسیون ۷۴ تکه ای زنانه جایزه coty را برای نخستین بار تا سه سال پیاپی از آن خود کرد در ۱۹۷۷ درآمد سالانه اش به ۳۰ میلیون دلار رسید و مجوز تولید کفش، کمربند، لباس خز و عینک آفتابی را گرفت. بعد از آن که کمپانی لیسانس لوازم آرایشی جین و پوشاک مردانه را دریافت کرد، فروش سالانه کلین به ۱۰۰ میلیون دلار رسید. در ۱۹۷۸ کلاین ادعا کرد که در هفته اول ورود جین های مشهورش به بازار، تعداد ۲۰۰۰۰۰ عدد از آنها فروش رفته و در ۱۹۸۱ مجله fortune درآمد سالانه کلاین را ۸/۵ میلیون دلار در سال تخمین زد. در اواسط دهه ۷۰ با قرار دادن نام خود بر روی جیب پشت شلوار مد جدیدی از جین را بوجود آورد.

در ۱۹۸۰ که جنون شلوارهای کلون به اوج خود رسید، مجموعه موقفی از البسه زیر زنانه و مردانه را ارائه داد که بعداً ۷۰ میلیون تنها در یک سال عاید شرکت نمود. تجارت پوشاک زیر کلون کلاین در دهه ۸۰ با تبلیغات و تصاویری که از خواننده پاپ "مارک والبرگ" بر روی بیلبوردها به نمایش درآمد، به شدت گسترش یافت. این رشد حیرت آور تا اوایل دهه ۸۰ ادامه یافت. با به اجرا در آمدن مجوزها در ۱۹۷۴، ۳۴۰۰۰ دلار نصب شرکت شد و ۱۰ سال بعد درآمد حاصل از حق امتیازها ۷/۳ میلیون دلار بود. در آن سال درآمد حاصل از خرده فروشی جهانی بیش از ۶۰۰ میلیون دلار تخمین زده شد. پوشاک کلین در ۱۲۰۰۰ فروشگاه در آمریکا فروخته می شد و در ۶ کشور دیگر نیز در دسترس بود. درآمد سالانه اش از ۱۲ میلیون دلار گذشت. مشکلات مالی فشار را از همه طرف بر کمپانی افزود. عدم موافقت با تولید پوشاک مردانه و فروش مایوس کننده از یک سو و انتقال کارمندان از سوی دیگر منجر به پدید آمدن اولین شایعات مبنی بر اینکه کمپانی کلاین برای فروش گذاشته شده است، گردید. در واقع در اواخر ۱۹۸۷ گفته شد که موضوع فروش کارخانه تنها به دلیل تنزل در بازار بورس منحل شده است. اگر چه کمپانی در سال ۱۹۹۲ تا نزدیکی ورشکستگی پیش رفت اما کلاین تلاش کرد که از طریق موفقیت البسه زیر و عطرفهای محبوب و پوشاک ورزشی ck در سالهای بعدی دهه ۹۰ سود از دست رفته اش را به کمپانی برگرداند. در ۱۹۹۳ آقای کلاین به عنوان "بهترین طراح آمریکا" شناخته شد. برای دومین بار در ۱۹۹۹ اعلام شد که کمپانی ck

کلون کلاین

برای فروش گذاشته شده است. با هدف گسترش تجارت، کمپانی به دو شرکت تولید کننده پوشاک لوکس نزدیک شد تا آن ها نیز به کلون کلاین بپیوندند اما این اقدام نیز هیچ نتیجه ای نداشت. بتانسیل های دیگری نظیر tommy hilfiger نیز به طور مشابهی مایوس شدند، چرا که انتظار قیمت هنگفت ۱ میلیون دلار را نداشتند. بعد از ۷ ماه که هیچ خریدار بالقوه ای یافت نشد، آقای کلاین اعلام کرد که کمپانی اش هرگز وارد بازار معاملات نخواهد شد و برخلاف آنچه خودش برنامه ریزی کرده بود این کمپانی هیچگاه به صورت عام اداره نخواهد شد.

خرید کمپانی توسط phillips-van heusen
نهایتاً در اواسط دسامبر ۲۰۰۲ شرکت ck به تولید کننده پیراهن "phillips van heusen" فروخته شد. این معامله ارزشی معادل ۴۰۰ میلیون دلار نقد، ۳۰ میلیون بورس و در برگیرنده امتیازات و بخشی از درآمد سالانه بود که در حدود ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیون دلار در ۱۵ سال آتی تخمین زده شده بود. همچنین این فروش سبب می شد که آقای کلاین از فروش های آینده مارک ck سهم داشته باشد.

ck با VF تولید کننده جین های wrangle و lee رقابت کرد. VF به تجارت جین، لباس زیر و شمای ck که از سال ۱۹۹۷ توسط گروه وارناکو تولید کننده لباس های شنای Speedo اداره می شد علاقه زیادی نشان میداد. معامله با pvh شامل این موارد نبود و آنها همچنان در اختیار وارناکو باقی ماندند. با توجه به ناتوانی در پرداخت قرض های حاصل از خرید شرکت، امتیازها و همچنین تبلیغات منفی پس از شکست در دادخواهی آقای کلاین بر سر فروش امتیاز به خرده فروشان که توسط pvh (بر خلاف توافق قبلی) صورت گرفته بود، برای وارناکو تشکیل پرونده گردید ولیکن سرانجام در فوریه ۲۰۰۳ وی از ورشکستگی نجات یافت. در واکنش به این رویداد در ۱۷ دسامبر ۲۰۰۲ سهام شرکت با ۱۴ سنت کاهش به قیمت ۱۲/۵۴ دلار در بازار معاملات بورس نیویورک فروخته شد. تمامی مجموعه ck نهایتاً متعلق به pvh شد و از آن پس یکی از شرکتهای زیر مجموع آن محسوب گردید. در ابتدا، آقای کلاین که بگ قرارداد ۱۵ ساله با pvh امضا کرده بود خود شخصاً سرپرست خلاق کلکسیون ها بود. اما بعداً، از سال ۲۰۰۳ به عنوان مشاور اجرایی به کار خود ادامه داد و بیش از پیش از تجارت کنار گذاشته شد. از آن پس هنگامی که مصرف مواد مخدر، کناره گیری و مزاحمتهای عمومی به او نسبت داده شد گاه و بیگاه نام آقای کلاین در اخبار مطرح شد. سمت او به عنوان ریاست موسسه مسابقات اسب دوانی به "بری شوارتز" سپرده شد. هم اکنون "تام مری" نماینده فعلی و قائم مقام اجرایی کلکسیون های ck در مجموعه

pvh است که البته این سمت را کمی پیش از فروش شرکت به دست گرفته بود.

طراح ها

مدیر خلاق فعلی مجموعه های CK زنانه، «فرانسیکو کوستا» قطر لوپوزیل است که پیش جدایی آقای کلاین از شرکت باوی کار می کرد. «ایتالو زوجلی»، «ژیل سندر» و «رومئو جیگلی» برای مدت شش ماه پیش از اینکه کوین کلین در بهار ۲۰۰۴ سرپرست طراحان مجموعه های مردانه شود با او همکاری داشتند.

فروشگاه ها

در دهه ۹۰ شرکت تصمیم به تاسیس فروشگاه های جذابی از CK در پاریس و سئول نمود و همچنین فروشگاه های فوق العاده مجللی در هنگ کنگ، میلان و کویت افتتاح نمود. همچون امروزه، تنها یک فروشگاه CK است که توسط شرکت CK اداره می شود. این فروشگاه در نیویورک سیتی واقع شده است. فروشگاه دیگر CK در دالاس که به مدت ۲۰ سال فعالیت داشت، در اواسط ۲۰۰۵ بسته شد. تنها فروشگاهه که در موقعیت بین المللی در پاریس قرار داشت، در مارس ۲۰۰۶ توسط فیلیپس ون هوزن بسته شد. فروشگاه نیویورک که مهم ترین بخش فروشگاه های کمپانی است امروزه همچنان به کار خود ادامه می دهد. پوشاک ورزشی CK در آمریکای شمالی در فروشگاه های بزرگ و مراکز خرید و در اروپا از طریق زنجیره های خرده فروشی طولی در مغازه ها به فروش می رسد. در اروپا، CK پیش از اینکه به خاطر پوشاک ورزشی CK با قیمت متوسط شناخته شده باشد از طریق البسته زیر و تا حدی تجارتش شناخته شده است. در آسیا، فروشگاه هایی با آرم CK وجود دارند که تنها پوشاک ورزشی CK را ارائه می کنند. علاوه بر این، گروه وارناکو، تولید جین های CK و فروشگاه های نمایندگی نظیر آن را ادامه داده است. جدای از بوتیک های لباس زیر با آرم CK، چندین فروشگاه نمایندگی هم وجود دارد که عمدتاً در داخل مراکز خرید نمایندگی در آمریکا قرار دارند و پوشاک CK و سایر محصولات آنرا با قیمتی کمتر می فروشند اما کلکسیون های CK را شامل نمی شوند.

همراه با اجرای زنده مجموعه های پاییزی ۲۰۰۶ در نیویورک، شرکت CK یک سالن نمایش ft ۸۶۰۰ را با گنجایش ۶۰۰ نفری در میدان تایمز جای که کوین کلاین از ۱۹۷۸ ریاست می کرد، افتتاح نمود. ساختمان

فعلی مؤسسه در حدود ۱۴۳۰۰۰ ft^۲ وسعت دارد و هزینه اجاره آن ۳۰ دلار برای هر ft^۲ می باشد.

در سال ۲۰۰۶، دو بوتیک جین "کلون کلاین" در کایدو و الکساندر مصر تأسیس شد که تنها به فروش جین اشتغال دارد. همچنین در ۲۰۰۶ کلون کلاین ۳ بوتیک در استانبول را بازگشایی کرد که (شامل یک فروشگاه مختص فروش لباس زیر)، در کنار بوتیک های فوق الذکر، این مارک به طور گسترده ای در سطح جهانی در دسترس است. خرده فروشان قابل توجه انگلستان که محصولات کلون کلاین را عرضه می کنند فروشگاه هایی نظیر «جان لی وایز»، «دیبینهار» و «کی جی بکت» را نیز در بر می گیرند. به همین ترتیب در آمریکا هم مجموعه های ck در فروشگاه های بزرگ و مراکز خریدی مانند «نورد استورم»، «پلومینگ دالاس» و «تیمن مارکوس» و نیز در بسیاری از مغازه های مستقل موجود می باشد. همچنین مجموعه های CK را به صورت آن لاین در شبکه های اینترنتی می توان یافت که البته تمرکز ویژه آن ها به فروش البسه زیر و عطریات کلون کلاین معطوف است.

تبلیغات

کمپانی کلون کلاین هم مانند بسیاری دیگر از صنایع به خاطر تبلیغات جالب توجه اش شناخته شده است. این مطلب توسط بسیاری از سازمان های سنتی و محافظه کار اذعان شده و دلیل آنرا استفاده از ملل های کم سن و سال با حالت های تحریر آمیز دانسته اند. فعالیت های تبلیغاتی کلون کلاین گاه جلال برانگیز بوده اما در عین حال ثابت کرده است که به راه انناختن چنین فعالیت های رعد آسایی می تواند موفقیت آمیز باشد. آنها همچنین از تکنولوژی های جدید برای تبلیغاتشان استفاده می کنند. در ۱۹۹۹ برای تبلیغ عطر "ck one" کار عجیب و تازه ای انجام دادند؛ با هدف جذب نوجوانان تعدادی آدرس های پست الکترونیک را بر روی تبلیغات چاپی خود منتشر کردند. هنگامی که نوجوانان به این آدرس ها نامه ای ارسال می کردند، در لیست ارسال سایت قرار داده می شدند و نامه هایی حاوی اطلاعات مربوط به ویژگی ملل ها و جزئیات فریب دهنده ای در رابطه با آنها، برایشان ارسال می شد و به اصطلاح، آنها را در ارتباط بیشتر با کمپانی قرار می داد. این نامه ها در فاصله های غیر قابل پیش بینی به دستشان می رسید و این احساس را به خوانندگان القا می کرد که در ارتباط بیشتری با شخصیت های مذکور قرار دارند. اگرچه در سال ۲۰۰۲ این فعالیت متوقف شد اما، الهام بخش بسیاری از تاکتیک های تبلیغاتی و بازاریابی برای فیلمها و سایر محصولات خرده فروشی گردید.

منبع:

http://en.wikipedia.org/wiki/Calvin_Klein