

مدیریت مد

گردآوری و ترجمه: نفیسه قائدیها^۱

چکیده

مد صنعتی جهانی است که در سال‌های اخیر شاهد تمرکز بیشتر بر روی این حوزه در جهان و به‌ویژه در ایران هستیم. توجه به این بخش از صنعت را می‌توان در ظهور روزافزون برندهای داخلی و جهانی و نیز رقابت گسترده میان طراحان و مدیران مد مشاهده نمود. این امر سبب شده است تا سرمایه‌گذاران و نیز کارآفرینان زیادی علاقمند به ورود به عرصه مد شده و بتوانند در این مسیر به خلاقیت و خلق برندهای ملی و بین‌المللی بپردازند. لذا این پژوهش در جهت آشنایی با صنعت مد به بررسی این صنعت و مشاغل مرتبط با آن پرداخته است.

کلیدواژه‌ها: مد، صنعت مد، مدیریت مد

صنعت مد یک محیط تجاری پر جنب‌وجوش و پرتحرک است.

تجارت در زمینه مد روزبه‌روز پیچیده‌تر می‌شود و مدیران مد باید برای تصمیم‌گیری در این بازار ناپایدار، آماده باشند.

مد یک صنعت چند میلیارد دلاری است و مدیریت مد با ایجاد آگاهی از برند و کشف روندهای جدید، در موفقیت آن نقش اساسی دارد. نقش‌های مختلف در اهرم مدیریت مد باعث تغییر عادات مصرف‌کننده می‌شود تا سود قابل‌توجهی در صنعت مد ایجاد نماید.

^۱ فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد کارآفرینی فرهنگی، دانشگاه هنر اصفهان

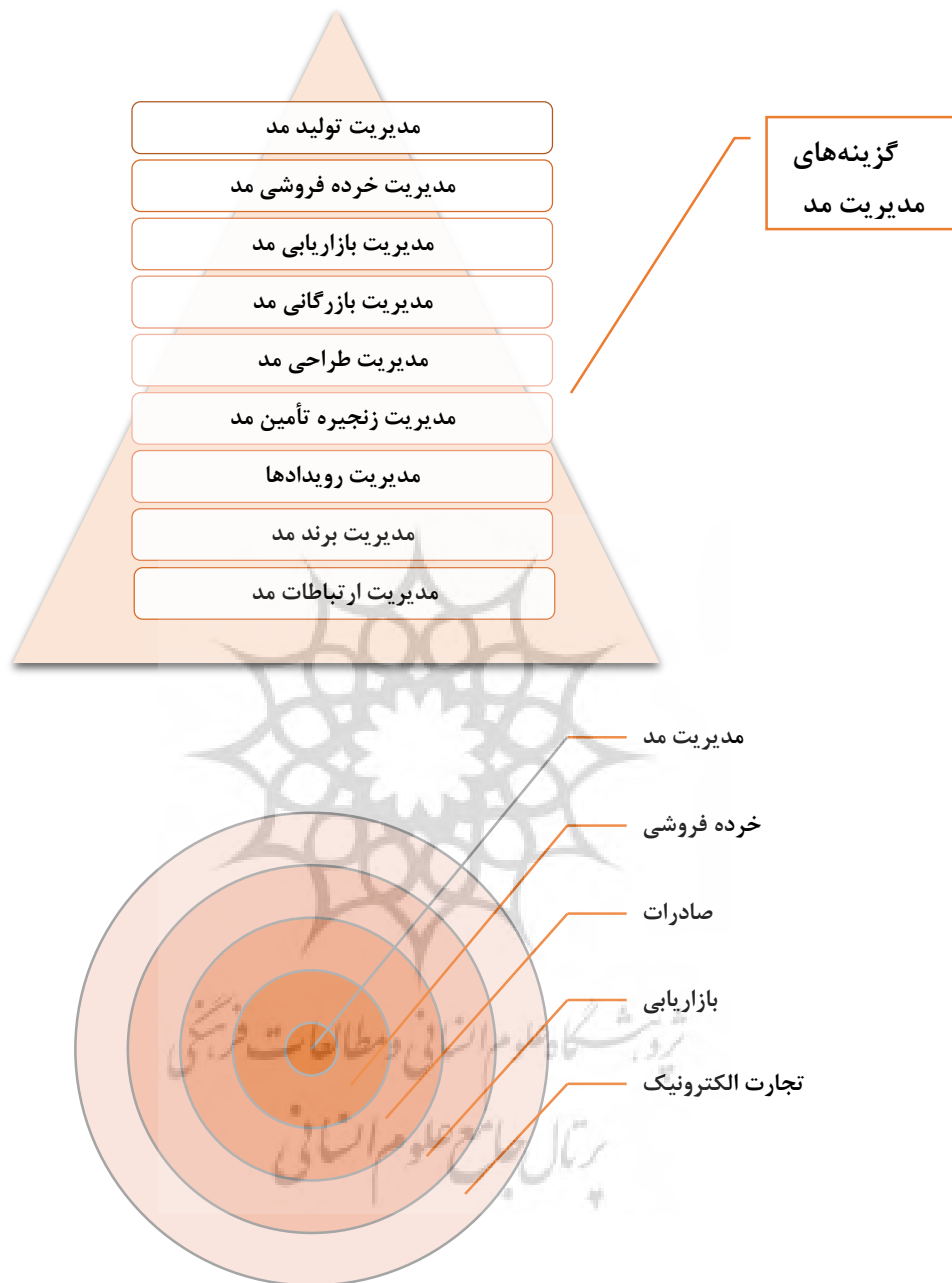


خلاقیت در قلب صنعت مد نهفته است.

- ❖ سازمان‌های مرتبط با صنعت مد در سراسر جهان، به طور مداوم به دنبال افرادی هستند که با خلاقیت و مدیریت به پرورش این صنعت کمک نمایند.
- ❖ صنعت مد برای رشد و توسعه اقتصاد جهانی پویا و رقابتی از نقش مهمی برخوردار است و به متخصصان مدیریت مد نیاز دارد تا بتواند به صورت خلاقانه و مؤثر وجود داشته باشند و به طور مداوم به بهره‌گیری از فرصت‌ها و رفع چالش‌ها بپردازند.

کاراکترهای اصلی صنعت مد مدرن

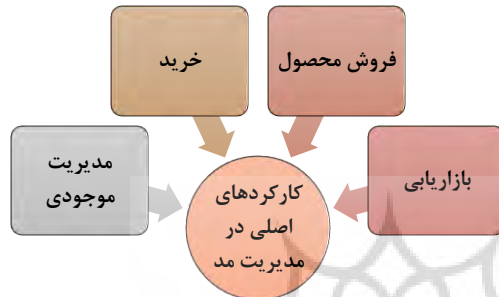




مدیریت مد

مدیریت مد، تخصصی گسترده است که نه تنها بازاریابی مد را در بر می‌گیرد بلکه سایر مهارت‌های صنعت مد مانند مدیریت موجودی را نیز شامل می‌شود.

مدیریت مد، ارتقاء فروش پوشاک است و تمامی وظایف لازم جهت تحویل درخواست طرح و لباس و نیز رفع نیازهای مشتریان و طراحان بالقوه را شامل می‌گردد. توسعه کمپین‌ها، نمایشگاه‌ها، تبلیغات، مدیریت تولید و بازاریابی و نیز ایجاد استراتژی‌های فروش از بخش‌های مختلف مدیریت مد است.



نقش یک مدیر حرفه‌ای کسب‌وکار، این است که قادر به تفسیر نیازهای هدف و تبدیل آن‌ها به فرصت‌ها، ادغام محصول، توزیع، برندسازی، بازاریابی، ارتباطات و خدمات می‌باشد.

مدیریت مد به گونه‌ای است که تئوری‌های مدیریت مرتبط با صنعت مد جهانی را با زمینه‌های تجاری خرید مد، تولید و بازاریابی به طور کامل ادغام می‌کند.

مدیریت خرده‌فروشی مد

هدف از بخش خرده‌فروشی در صنعت مد استفاده از استراتژی‌های نوآورانه تجاری است تا اطمینان حاصل شود محصولات با استفاده از بهترین و کارآمدترین وسیله ممکن به مصرف‌کنندگان می‌رسند. برخی از مسئولیت‌های مدیران خرده‌فروشی شامل تجزیه و تحلیل تقاضای مشتری، پیش‌بینی فروش، مذاکره تأمین‌کنندگان در مورد قیمت، مدیریت تیم، حضور در رویدادهای تجاری، ارائه خدمات مناسب به مشتری و نیز برنامه‌ریزی برای تقویت تعامل با برند است.

مدیریت تولید مد

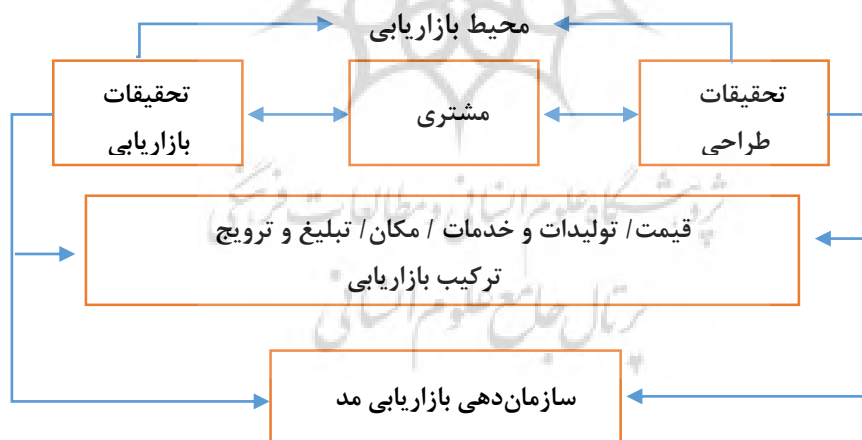
مدیریت تولید مد، علاوه بر هماهنگی‌های قسمت‌های مختلف تولید، همچنین اطمینان حاصل می‌کند که اجزای مد به طور کارآمد تولید می‌شوند و مقدار صحیح محصولات با هزینه مناسب و سطح بالای کیفیت تولید می‌گردند.

مدیریت بازرگانی مد

مدیریت بازرگانی مد، شامل تجزیه و تحلیل روند بازار، برنامه‌ریزی تولید استراتژیک، مدیریت مذاکرات خرید و توسعه استراتژی‌های تبلیغاتی و بازاریابی است.

مدیریت بازاریابی مد

در دنیای مد، بازاریابی یک عنصر مهم موفقیت هر طراح و برند است. بازاریابی مد به معنای توسعه محصول، شناخت و ارائه برچسب وفاداری و تکنیک‌های تبلیغاتی موفق می‌باشد. مدیران بازاریابی مد، آگاهی از یک مارک خاص را تبلیغ می‌کنند. آن‌ها کمپین‌های تبلیغاتی و راه‌های جدید بازاریابی جهت ارتقاء برند خود را ایجاد می‌نمایند. همچنین با تجزیه و تحلیل کارایی تیم‌های فعلی و کیفیت برند، به بهبود آن کمک می‌کنند.



مدیریت برند مد

مدیران برند مد، مسئول بهبود و اجرای ابتکارات بازاریابی آنلاین و آفلاین برای بهبود موقعیت یک محصول یا خدمات در صنعت مد هستند. استفاده از ابزارهای طراحی، ارائه ساختار صنعت مد و کسب نمای کلی از مدل‌های مختلف تجاری در صنعت مد نیز از توانایی‌های دیگر مدیر برند مد است.

نقش اصلی مدیریت برند مد

ایجاد هویت برند

مدیریت هویت برند

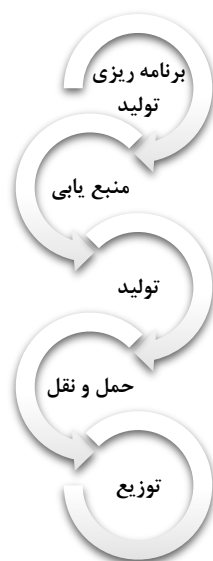
فروش هویت برند

ارتباط با هویت برند

مدیریت طراحی مد

این بخش بر روی فرآیندهای کاربردی جهت طراحی، تولید و بازاریابی پوشاک و محصولات نساجی تمرکز دارد.

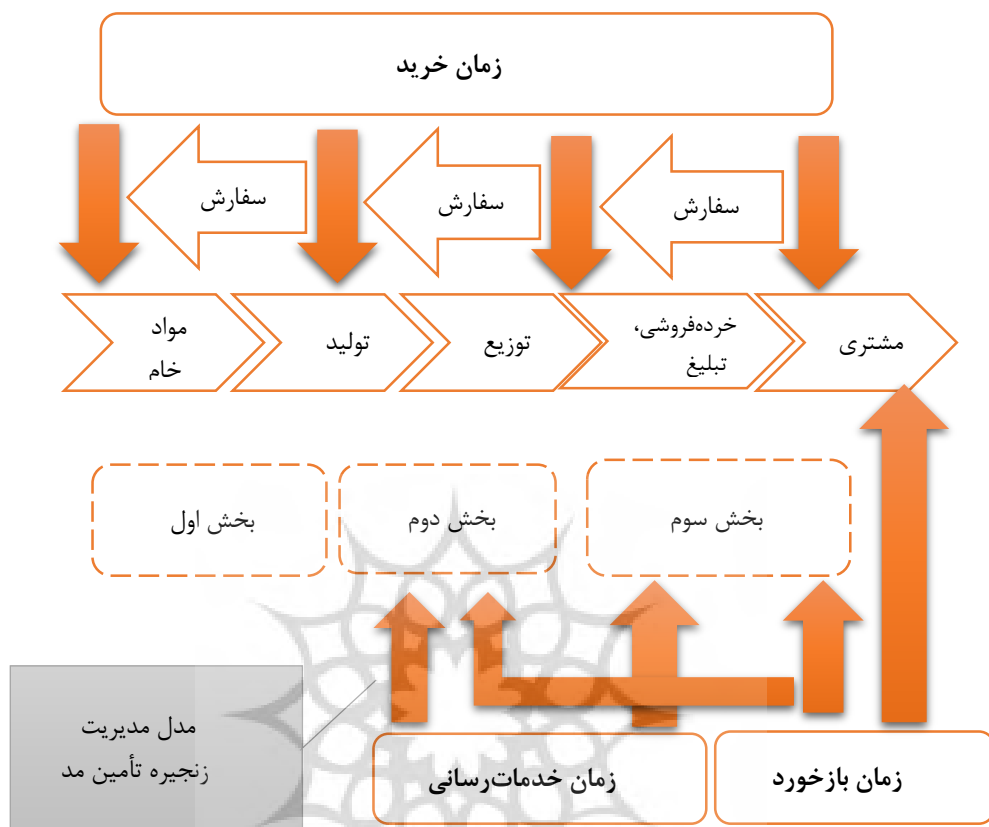
مدیر طراحی مد، مسئول خط مد، از مفهوم گرفته تا محصول نهایی در بازار است. مدیران طراحی، بخش کاملی از طراحان را اداره می‌کنند، لذا نه تنها باید دارای مهارت‌های هنری قوی باشد، بلکه از ویژگی‌های رهبری و ارتباطی قوی نیز می‌بایست برخوردار باشد.



مدیریت زنجیره تأمین مد

نقش شغلی مدیر زنجیره تأمین در صنعت مد نظارت بر محصول مد، از فرم ماده اولیه آن یعنی از نخ گرفته تا جایی که برای فروش در فروشگاه‌های خرده‌فروشی یا تأمین‌کنندگان در نظر گرفته شود.

بهره‌وری منابع و کاهش هزینه‌ها از مهارت‌های شغلی مدیر زنجیره تأمین و برنامه‌ریزی، زمان‌بندی خوب و نیز مهارت ارتباطی قوی از جمله ویژگی‌های فردی مدیر زنجیره تأمین مد است.



مدیریت رویدادهای مد

مدیر رویدادهای مد وظیفه برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی رویدادهایی مانند نمایشگاه‌های مد، افتتاح فروشگاه، عرضه محصولات، نمایشگاه‌های تجاری و نمونه فروش را بر عهده دارد. مدیر رویداد مد ممکن است به تنهایی برای سازمان‌دهی رویدادهای کوچک کار نماید، یا ممکن است یک تیم را برای رویدادهای بزرگ هدایت کند. مدیر رویدادهای مد علاوه بر هماهنگی رویدادها، برنامه‌ریزی رویدادها، مذاکرات و یافتن مکان جهت رویدادها را نیز بر عهده دارد.

مدیریت ارتباطات مد

مدیر ارتباطات مد، با استفاده از روش‌های مختلف ارتباطی، رسانه‌ای و بازاریابی، نمایشگاه‌ها، رویدادها، نمایش‌های مد، کنفرانس‌ها، مطبوعات را ترتیب می‌دهد. مدیران ارتباطات مد، کانال‌های مهمی بین سازمان‌های مد و مصرف‌کنندگان آن‌ها هستند و نقش آن‌ها انتقال خلاقیت و هویت برندها از طریق رسانه‌های متنوعی از جمله نوشتاری، صوتی و تصویری است.

گزینه های شغلی خرده فروشی مد	گزینه های شغلی خرید / تجرات و بازرگانی / منبع یابی / تدارکات مد
<ul style="list-style-type: none"> • برنامه ریز خرده فروشی • بازرگان خرده فروشی • مدیر فروشگاه • مشاور مد • مدیر سازمان • مدیر عملیات خرده فروشی • بازرگان تجسمی • مشاور ماشین مجازی • نماینده فروش محلی • نماینده خرده فروشی محلی 	<ul style="list-style-type: none"> • خریدار • بازرگان • مدیر گروه • مدیر بازرگانی • مسئول رابط • هماهنگ کننده تجرات • مسئول منبع یابی • مسئول خرید • مدیر تولید • مدیر تدارکات • پیش بینی کننده مد

گزینه های شغلی صادرات مد

- مأمور اسناد صادراتی
- مدیر تدارکات
- مدیر زمان
- مدیر عملیات
- مدیر حساب های اصلی
- مدیر اجرایی زنجیره تأمین
- مدیر تولید

گزینه های شغلی تجارت الکترونیک مد

- مدیر اجرایی تجارت الکترونیک
- تحلیلگر کسب و کار
- مدیر توسعه کسب و کار
- مدیر وب سایت تجارت الکترونیک
- مدیر اجرای منابع یابی
- بازرگان بصری آنلاین
- رهبر تیم
- مدیر تولید
- مدیر سنجش مشتری
- نویسنده محتوا

گزینه های شغلی بازاریابی مد

- مدیر بازاریابی
- مدیر برند
- مدیر محلی
- مدیر منطقه
- تحلیلگر تحقیقات بازاریابی
- مدیر اجرایی توزیع
- مشاور کسب و کار
- سرپرست کسب و کار
- مدیر فروش
- مشاور بازاریابی
- مسئول توسعه و ترویج
- مدیر پروژه
- مدیر رسانه های اجتماعی
- مدیر خدمات به مشتری
- مدیر بازاریابی دیجیتال

منابع

- Becker-Leifhod, C., Iran, S. 2018. Collaborative fashion consumption drivers, barriers and future pathways. Journal of Fashion Marketing and Management. ISSN: 1361-2026.
- Burns, L.V., Mullet, K.K. & Bryant, N.O. (2011). The Business of Fashion: Designing, Manufacturing, and Marketing (4th e
- Ciarniene, R., Vienazindiene, M. Management of contemporary fashion industry: characteristics and challenges. 19th International Scientific Conference; Economics and Management 2014, ICEM 2014, 23-25 April 2014, Riga, Latvia
- Esteban-Santos, L, Garica Medina, I., Carey, L., Bellido Perez, E. 2018. Fashion bloggers: communication tools for the fashion industry. Journal of Fashion Marketing and Management. ISSN: 1361- 2026.
- Easey M. 2009. Fashion Marketing: Chapter One An Introduction to Fashion Marketing. Third Edition, p.p 3-17.
- Stephen M. Wigley, Pammi Sinha, Lisa Donnell, Karise Hutchinson, Andrea Reid. 2012. Fashion retailing in the new economy: the case of SMEs. International Journal of Retail & Distribution Management 40:12, 906-919. [Abstract] [Full Text] [PDF]
- www.global-business-school.org
- www.fitnyc.edu/fbm/index.php
- <https://smallbusiness.chron.com>