کلوین کلاین

تاریخچه

در ۱۹۸۶ کلوین کلاین و دوست دوران کودکی اش "بری شوارتز" که گرداننده تجارت بود برای نخستین بار موسسه کلوین 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 تلر" اشتباهاً در طبقه ای از آسانسور پیاده شد که مغازه کلوین 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 کرددر 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 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 سالیانه 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 کلوین به اوج خود رسید، مجموعه موفقی از البسه زیر زنانه و مردانه را ارائه داد که بعداً ۷۰ میلیون تنها در یک سال عاید شرکت نمود. تجارت پوشاک زیر کلوین 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 نصیب 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 عطرهای 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 برای فروش گذاشته شده است. با هدف گسترش تجارت، کمپانی به دو شرکت تولید کننده پوشاک لوکس نزدیک شد تا آن ها نیز به کلوین کلاین بپیوندند اما این اقدام نیز هیچ نتیجه ای نداشت. پتانسیل 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

نهایتا در اواسط دسامبر ۲۰۰۲ شرکت ck به تولیدکننده پیراهن "phillips van heusen" فروخته شد. این معامله ارزشی معادل ۴۰۰ میلیون دلار نقد، ۳۰ میلیون در 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 می‌شد که آقای کلاین از فروش های آینده مارک ck سهم داشته باشد.

Pvh باVFتولیدکننده جین های lee وwrangle رقابت کرد. VF به تجارت جین، لباس زیر و شنای ck که از سال ۱۹۹۷ توسط گروه وارناکو تولید کننده لباس‌های شنایSpeedo 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 ازخرید شرکت، امتیازها و همچنین تبلیغات منفی پس از شکست در دادخواهی آقایی کلاین بر سر فروش امتیاز به خرده فروشان که توسط pvh (بر خلاف توافق قبلی) صورت گرفته بود، برا ی وارناکو تشکیل پرونده گردید ولیکن سرانجام در فوریه ۲۰۰۳ وی از ورشکستی 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 نهایتا متعلق به pvh شد و ازآن پس یکی از شرکتهای زیر مجموع آن محسوب گردید. در ابتدا، آقای کلاین که یک قراردارد 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 نجارت کنارگذاشته 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 اخبارمطرح 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 .

طراح‌ها

مدیر خلاق فعلی مجموعه‌هایCK زنانه، «فرانسیکو کوستا» قطر لوبوزیل است که پیش جدایی آقای کلاین از شرکت باوی کار می‌کرد. « ایتالو زوچلی»، « ژیل سندر» و « رومئو جیگلی» برای مدت شش ماه پیش از اینکه کوین کلین در بهار ۲۰۰۴ سرپرست طراحان مجموعه‌های مردانه شود با او همکاری داشتند.

فروشگاه‌ها

در دهه ۹۰ شرکت تصمیم به تأسیس فروشگاه‌های جذابی از CK در پاریس و سئول نمود و همچنین فروشگاه‌های فوق العاده مجللی در هنگ‌کنگ، 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 فروشگاهی که در موقعیت بین‌المللی در پاریس قرار داشت، در مارس ۲۰۶ توسط "فیلیپس ون هوزن" بسته شد. فروشگاه نیویورک که مهم‌ترین بخش فروشگاه‌های کمپانی است امروزه همچنان به کار خود ادامه می‌دهد. پوشاک ورزشی CK در آمریکای شمالی در فروشگاه‌های بزرگ و مراکز خرید، و در اروپا از طریق زنجیره‌های خرده فروشی طویلی در مغازه‌ها به فروش می‌رسد. در اروپا، CK بیش 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، فروشگاه‌هایی با آرم CK وجود دارند که تنها پوشاک ورزشی CK را ارائه می‌کنند. علاوه بر این، گروه وارناکو، تولید جین‌های CK و فروشگاه‌های نمایندگی نظیر آن را ادامه داده است. جدای از بوتیک‌های 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 کلکسیون‌های CK را شامل نمی شوند.

همراه با اجرای زنده مجموعه‌های پاییزی ۲۰۰۶ در نیویورک، شرکت CK یک سالن نمایش $8600\ ft^2$ را با گنجایش ۶۰۰ نفری در میدان تایمز جایی که کوین کلاین از ۱۹۷۸ ریاست می‌کرد، افتتاح نمود. ساختمان فعلی مؤسسه در حدود $143000\ ft^2$ وسعت دارد و هزینه اجاره آن ۳۰ دلار برای هر $1\ ft^2$ می‌باشد.

در سال ۲۰۰۶، دو بوتیک جین "کلوین کلاین" در کایدو و الکساندر مصر تأسیس شد که تنها به فروش جین اشتغال دارد. همچنین در ۲۰۰۶ کلوین کلاین ۳ بوتیک در استانبول را بازگشایی کرد که (شامل یک فروشگاه مختص فروش لباس زیر). در کنار بوتیک‌های فوق‌الذکر، این مارک به طور گسترده‌ای در سطح جهانی در دسترس است. خرده فروشان قابل توجه انگلستان که محصولات کلوین کلاین را عرضه می‌کنند فروشگاه‌هایی نظیر «جان لی وایز»، «دینهانر» و «کی جی بکت» را نیز در بر می گیرند. به همین ترتیب در آمریکا هم مجموعه‌های ck در فروشگاه‌های بزرگ و مراکز خریدی مانند «نورد استورم»، «بلومینگ دالس» و «نیمن مارکوس» و نیز در بسیاری از مغازه‌های مستقل موجود می باشد. همچنین مجموعه‌های CK را به صورت آن لاین در شبکه‌های اینترنتی می توان یافت که البته تمرکز ویژه آن ها به فروش البسه زیر و عطریات کلوین کلاین معطوف است.

تبلیغات

کمپانی کلوین کلاین هم مانند بسیاری دیگر از صنایع به خاطر تبلیغات جالب توجه اش شناخته شده است. این مطلب توسط بسیاری از سازمان‌های سنتی و محافظه‌کار اذعان شده و دلیل آنرا استفاده از مدل‌های کم سن و سال با حالت‌های تحریک آمیز دانسته‌اند. فعالیت‌های تبلیغاتی کلوین کلاین گاهاً جدال برانگیز بوده اما در عین حال ثابت کرده است که به راه انداختن چنین فعالیت‌های رعد آسایی می تواند موفقیت آمیز باشد. آنها همچنین از تکنولوژی‌های جدید برای تبلیغاتشان استفاده می‌کنند. در ۱۹۹۹ برای تبلیغ عطر"ck one" کار عجیب و تازه‌ای انجام دادند؛ با هدف جذب نوجوانان تعدادی آدرس‌های پست الکترونیک را بر روی تبلیغات چاپی خود منتشر کردند. هنگامی که نوجوانان به این آدرس‌ها نامه ای ارسال می کردند، در لیست ارسال سایت قرار داده می‌شدند و نامه‌هایی حاوی اطلاعات مربوط به ویژگی مدل‌ها و جزئیات فریب دهنده‌ای در رابطه با آنها، برایشان ارسال می‌شد و به اصطلاح، آنها را در ارتباط بیشتر با کمپانی قرار می‌داد. این نامه‌ها در فاصله‌های غیر قابل پیش‌بینی به دستشان می رسید و این احساس را به خوانندگان القا می‌کرد که در ارتباط بیشتری با شخصیت‌های مذکور قرار دارند. اگرچه در سال ۲۰۰۲ این فعالیت متوقف شد اما، الهام بخش بسیاری از تاکتیک‌های تبلیغاتی و بازاریابی برای فیلم‌ها و سایر محصولات خرده فروشی گردید.

منبع:

http://en,wikipedia.org/wiki/Calvin Klein