

GLORIA JEANS

«Глория Джинс» – лидер рынка модной молодежной и детской одежды России.

История лидера рынка одежды России началась в 1988 году, когда нынешний владелец компании Владимир Мельников открыл первый в СССР кооператив «Глория», который первым в стране начал производить джинсы на законных основаниях.





1991 год

Открытие первого партнерского магазина компании.

Центральный офис Компании находится в городе Москва, из него происходит управление 8 региональными представительствами, 2 крупными логистическими комплексами в Новосибирске и Новошахтинске. В Глории Джинс работает более 15 тыс. человек.



Глория-2



Глория-2



1992 год

Выпущено 40 тысяч изделий. Кооператив "Глория-2" преобразован в частную производственную компанию - Смешанное Товарищество "Мельников и Ко "Глория-2". Производственная база - головная фабрика в Ростове. Мощность - 200 машин. Размещаются заказы на государственных предприятиях: на Батайской, Новошахтинской и Гуковской швейных фабриках.

БИЗНЕС КОНЦЕПЦИЯ

Gloria Jeans – это модный бренд с тридцатилетней историей жизни.

Бизнес-концепция Глории Джинс заключается в том, чтобы покупатели получали модную и качественную продукцию по доступной цене.

Конкурентными преимуществами Компании являются – вертикально-интегрированный бренд и собственное развитие дизайна.





СТРАТЕГИЯ

Мы гарантируем лучшие цены, потому что:

- Развиваем собственные центры дизайна и мерчендайзинга, используем мировой опыт и глубокие знания дизайна, моды и текстиля;

- Работаем в одной команде с лучшими международными специалистами, которые ранее работали во всемирно известных европейских и американских компаниях;

- Расширяем собственные производственные мощности, покупая фабрики и новейшее оборудование;

- Строим логистические комплексы для ускорения сроков поступления новых товаров в магазины;

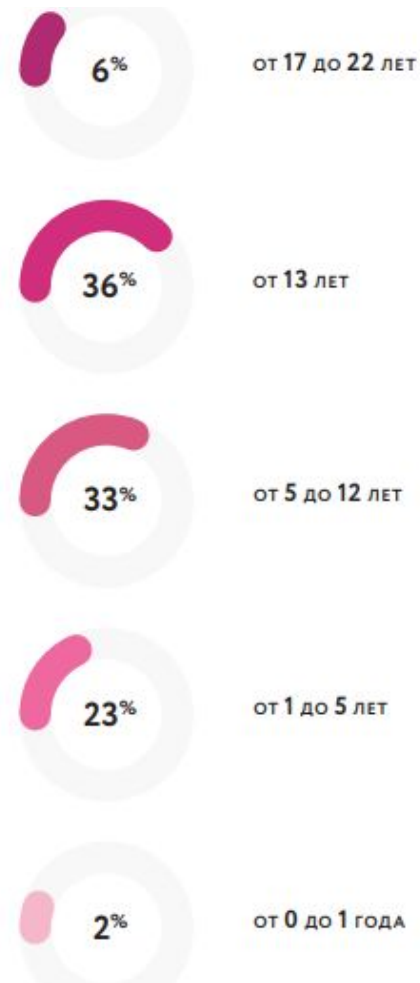
- Снижаем издержки на каждом этапе за счет постоянной работы над оптимизацией бизнес-процессов.



ДИЗАЙН И МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

Баланс между модой, качеством и лучшей ценой — вот основа стратегии Глории Джинс. Это то, на чем строится творческий процесс создания коллекций — от идеи до примерки готового изделия.

Работая для покупателей, Глория Джинс создает именно тот продукт, который нужен рынку. Компания более узко сегментирует возрастные группы — в каждом магазине присутствует 5 целевых групп — для новорожденных, для детей дошкольного и школьного возраста, для взрослых, а также для девушек и парней.



РЕЙТИНГ БРЕНДОВ: 50 товаров-бестселлеров... ...и их создатели



2014 год.

В 2014 году Глория Джинс: вошла в рейтинг Forbes «200 крупнейших частных компаний России — 2014», заняв 186 место.

Компания сохраняет лидирующие позиции, и по данным консалтинговой компании Бренд Глория Джинс знает 95% россиян.

Краткий анализ финансовых результатов

