ОСЕНЬ/ЗИМА 2021/22
70
ISSN 1731-7967

модное белье

ОСЕННИЕ НОВИНКИ

•

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В 2021 ГОДУ

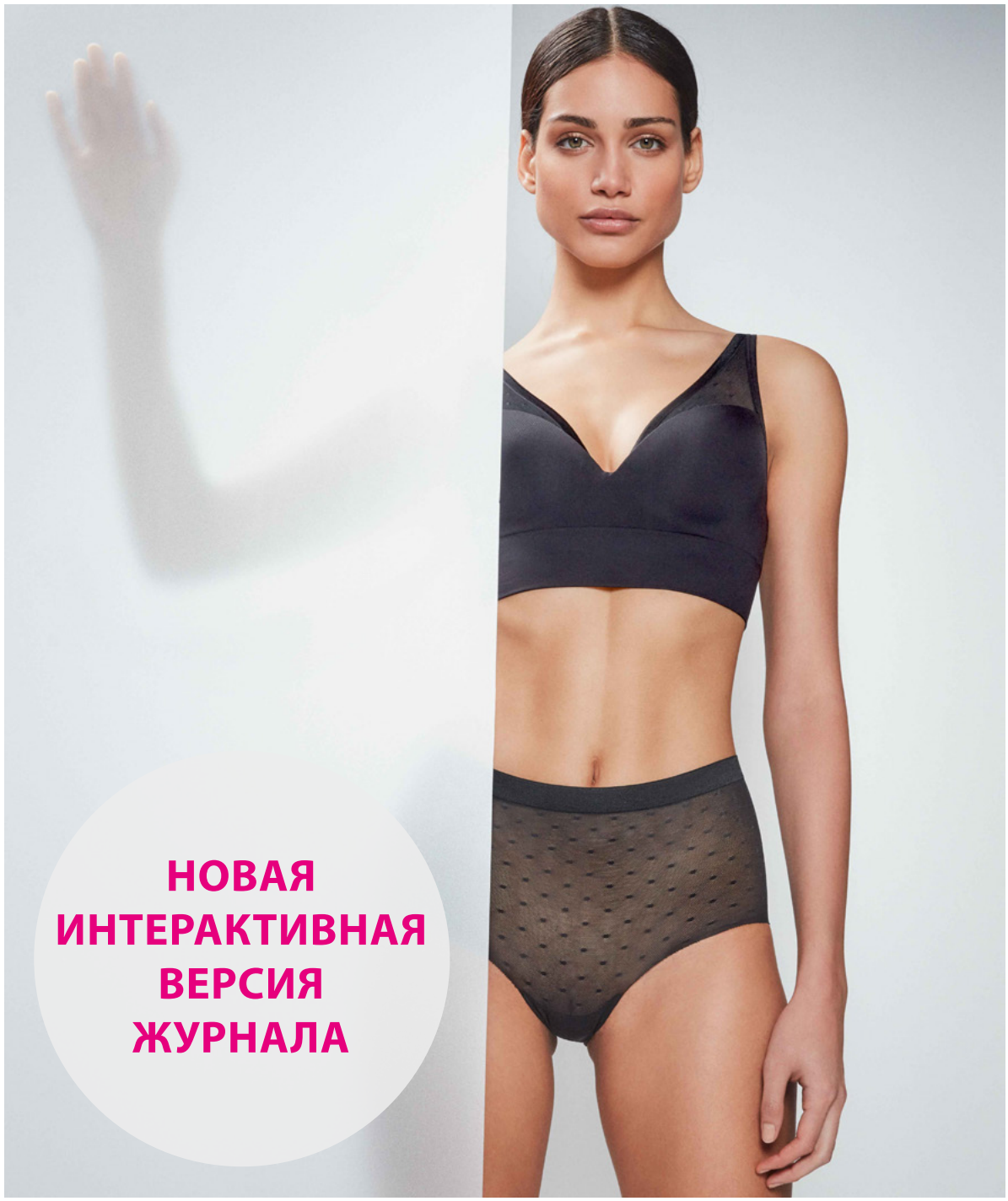
•

КАК ПРИВЛЕЧЬ МОЛОДЫХ КЛИЕНТОК

ВИШКОПТ
КРАСИВОЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ

ПОРТАЛ О БЕЛЬЕ

WWW.POPMODA.RU



Для производителей и дистрибьюторов:
разместить новые коллекции, новости, тренды
Для магазинов:
рассказать о своих магазинах, акциях, фишках и изюминках

Контакты: +7 495 233 25 21, e-mail: mirmoda@mail.ru
ВСЕ ВЫПУСКИ ЖУРНАЛА «МОДНОЕ БЕЛЬЕ» НА САЙТЕ

Наши дистрибьюторы:

Украина

КолгоТочка
+38 067 322 07 00
office@kolgotochka.com
www.kolgotochka.com

Компания "Ирена"
+38 050 378 08 18
tovtdirena@gmail.com
www.irena.lutsk.ua

Россия

Lormax
+7 985 420 98 08
lormax@lorin.com.ru
www.lormax.ru

ВИШКОПТ
Москва, м. Нагатинская,
1-й Нагатинский проезд,
д. 2, стр. 7
+7 (495) 215-213-6,
zakaz@vishcopt.ru
www. vishcopt.ru

В НОМЕРЕ 70

4. Цвет выдержанного вина
8. Как привлечь в салон молодых клиенток?
12. Динамика продаж в 2021 году на фоне роста заболеваемости COVID-19 и мер по борьбе с ним
16. Открытие первого шоурума Vishco
22. Эффективная презентация продукта
26. Как сделать магазин привлекательным
30. NaDDin size объединяет полногрудых красавиц
34. Секреты мастера бра-фиттинга
42. Fiore – винтаж и современность
44. Новинки
50. Время инноваций
56. Шикарная хищность
57. Меньше значит больше
58. Больше блеска!
59. Вечер с Нетфликс
60. Кружевная работа
61. Ее величество Зима
62. Современный подход к ведению бизнеса
64. Кружево в бельевой индустрии
68. Мы возвращаемся!

Электронная версия журнала на сайтах:
www.popmoda.ru
www.podubraniem.pl

ModnojeBieljo
Modnoebelyo
Mbmagazin
Modnoje Bieljo

ИЗДАТЕЛЬ:
MB-PRC Sp. z o.o.
www.podubraniem.pl

Директор издательства:
Яцек Трач

Главный редактор:
Малгожата Дзяконска
malgorzata@modna-bielizna.com

Арт-директор:
Анджей Шимански

Редактор-корректор:
Анна Тихонова

Перевод: Юлия Матысяк

УКРАИНА, БЕЛАРУСЬ, СТРАНЫ БАЛТИИ
По вопросам размещения рекламы
и получения бесплатного журнала
просим обращаться:
Юлия Матысяк
тел.: +48 42 632 40 37
тел.: +48 501 044 096
yuliya@modna-bielizna.com

РОССИЯ:
- получить журнал
- разместить рекламу, новости, информацию
Сажина Наталия
e-mail: moda-katalog@yandex.ru,
mirmoda@mail.ru
тел..: +7 495 233 -25-21
8-926-542-40-21

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. Любое копирование материалов журнала «Модное Белье» разрешено только с письменного согласия редакции.

модное белье
Свідоцтво про державну реєстрацію
№ 14555-3526P
ISSN 1731-7967

Modnoje Bieljo
Свидетельство о регистрации
№ 786 от 24 октября 2003 г.

mia-amore
www.miamia.ru

Цвет выдержанного вина

NIPPLEX

LUNARETTA

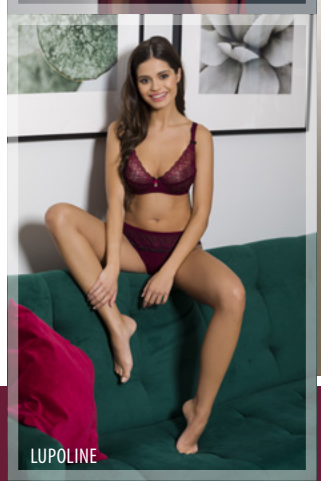
AVA

GAIA

GORTEKS

LISCA SELECTION

PANACHE


LUPOLINE

GORSENIA

ALLES

LINGERIE

Nursing collection

Офіційний дистриб'ютор в Україні
ТзОВ СП "Аллес-Україна"
www.alles.in.ua

Официальный дистрибьютор в России
Вишкопт, Москва,
www.vishco.ru

ICE COLD II.I SC-868

KINGA

www.kinga.com.pl

biuro@kinga.com.pl +48 608 330 005

WILD HEART III.I SC-865, GB-862

Как привлечь в салон молодых клиенток?

Барбара Гжеляк-Вэнжовска

Улица и проходящие по ней молодые женщины… Молодые мамы с детьми или колясками, увлеченная беседой группа подростков. Элегантные дамы на высоких каблуках, и те, кто бегает в тренировочных костюмах. Наверняка каждый из вас задумывался над тем, как привлечь их в свой магазин – ведь вам есть что предложить. Как сделать так, чтобы они зашли именно к вам?

Если вход в ваш магазин расположен со стороны улицы, то, вне всякого сомнения, вам поможет витрина. Хорошо освещенная, заметная издалека, небанальная, яркая. Такая, которая заставит женщин обратить на нее внимание и с любопытством заглянуть внутрь, а затем войти. Но что делать, если в вашем магазине нет витрины? Означает ли это, что вам остается только раздача рекламных буклетов с сомнительным результатом? А может, лучше самим отправиться на встречу с клиентом?

Надежным способом привлечения молодых клиенток являются лекции о бра-фиттинге и здоровье.
Где организовать такие лекции? Да везде, где можно встретить группу молодых женщин. Конечно, в зависимости от аудитории, необходимо выбирать обсуждаемые темы так, чтобы присутствующим было интересно.
Наладить контакты и построить отношения с будущими мамами можно в школах для беременных. Там женщин безусловно заинтересует тема специального нижнего белья. Им можно также продемонстрировать бюстгальтеры для грудного вскармливания. Обратите их внимание на то, что неправильно подобранный бюстгальтер может вызвать застой молока и воспаление молочных желез. Объясните, что, если грудь, наполненная молоком, не поддерживается должным образом, это может привести к растяжкам. Будущих мам также заинтересует утягивающее белье, необходимое в послеродовой период, когда живот будет напоминать сдувшийся воздушный шарик.

Поинтересуйтесь, где в вашем районе собираются молодые матери. Ваша лекция может им понравиться. Напомните им, чтобы они, занятые ребенком, не пренебрегали отношениями с мужчиной. Объясните, что бюстгальтер может быть и красивым, и удобным одновременно, а если они будут всегда красивы, мужчине не придется искать «развлечений» на стороне. Поддержка близких отношений в этот период важна как для маленьких детей, так и для их родителей. Поэтому обязательно продемонстрируйте молодым матерям коллекцию кружевного белья.

РЕКЛАМА

Генеральный дистрибьютор СП ЗАО «Милавица» и АО Lauma Lingerie в РФ: ЗАО «Сильвано Фешн»
127015, Москва, Новодмитровская ул., д.5А, стр.4. тел. +7 (495) 640-18-57, info@silvanofashion.ru franchising@silvanofashion.ru

LINGERIE DE FEMME ALISEE®
aveline collection
MILAVITSA
HIDALGO MEN'S UNDERWEAR

Самую большую популярность вы завоюете, организовывая лекции в средних школах. Однако убедить дирекцию разрешить встречу с ученицами не так-то просто. Бра-фиттеры чаще всего ассоциируются только со своим магазином и воспринимаются как еще одна компания, которая хочет что-то продать. Подобные мероприятия на территории учебных заведений запрещены. Чтобы в толпе штурмующих школу разрешение на проведение лекции дали именно вам, необходимо или зарегистрироваться в ассоциации бра-фиттеров или самим создать такую организацию, в уставе которой будет указано, что она ведет просветительскую деятельность по профилактике рака груди и бра-фиттингу в образовательных и культурных учреждениях. К тому же, если вы участвуете в общенациональной кампании по профилактике рака груди, вы можете получить особую рекомендацию от ее организаторов, которая даст вам право читать лекции не от имени своей компании, а от имени некоммерческой организации, с которой вы сотрудничаете или в которой состоите. Безусловно, лекция по бра-фиттингу всегда связана с профилактикой рака груди. На встрече необходимо показать фантом молочной железы, чтобы девушки научились самостоятельно выявлять новообразования путем пальпации. Также стоит поговорить о правильном уходе за грудью. Кроме того, следует провести беседу о заболеваниях, которые могут возникнуть из-за неправильно подобранного бюстгальтера. Это и дерматологические заболевания, и нарушения осанки, и боль в плечах, и психические расстройства, связанные с неприятием собственного тела. После этого можно переходить собственно к бра-фиттингу и объяснить девушкам, как хорошо подобранный бюстгальтер влияет на внешний вид, демонстрируя наиболее распространенные ошибки при выборе бюстгальтера.
В первую очередь показываем спортивные бюстгальтеры, которые придадут уверенности в себе и предотвратят появление боли в груди во время занятий физкультурой. Также следует научить молодых девушек подбирать бюстгальтер под разные виды одежды с различными формами выреза – именно это больше всего их сейчас интересует. Школьницы еще не имеют собственных денежных средств и в финансовом отношении зависят от родителей, поэтому в конце лекции подсказываем, где можно взять деньги на приличный бюстгальтер. Показываем подарочные карты, которые семья может приобрести у нас, вместо того чтобы на день рождения или другие праздники покупать никому не нужные вещи. В конце лекции каждой участнице вручается брошюра с информацией о самообследовании груди и рекламный буклет магазина с приглашением на бесплатный бра-фиттинг.

После этого вам остается только позаботиться о таком ассортименте, который понравится молодым женщинам. И, конечно же, обеспечить хорошее обслуживание в магазине. Следует помнить и о том, что молодые люди чаще всего осуществляет оплату по карте или с помощью смартфона через NFC, и к этому необходимо быть готовым.

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ В РОССИИ
г. Москва
Компания "BIKINITOP"
www.bikinitop.ru
bikinitop12@ya.ru
+7 (925) 755 81 11

Динамика продаж в 2021 году на фоне роста заболеваемости COVID-19 и мер по борьбе с ним

Алексей Баландин – франчайзи сети магазинов белья и колготок «Стильпарк» в г. Раменское

Ситуация с продажами в моем бельевом магазине в 2021 году складывается неоднозначная. При этом мои предположения, озвученные в конце 2020 года, оправдались только относительно декабря и января. Остальные прогнозы о том, что в феврале минус будет незначительным, а в марте ситуация начнет улучшаться, не сбылись.

Декабрь 2020 мы действительно отработали на очень высоком уровне, а в январе продажи, как и ожидалось, резко пошли вниз (при этом показатели все равно были выше аналогичного периода за прошлый год на 11%).

С февраля ситуация начала развиваться совсем не так, как я предполагал. Продажи в этом месяце ожидались низкими, однако по факту результат был на 15% выше, чем в прошлом году. Март тоже удивил, но, увы, неприятно: произошло падение спроса, в результате которого магазин отработал с оборотом на 10% ниже, чем в феврале. И это несмотря на то, что дней в марте больше и есть праздник, который благоприятно сказывается на продажах белья.

В апреле-мае итоги работы магазина также были отрицательными. Частично это произошло из-за того, что продажи чулочно-носочных изделий практически сошли на нет в связи с сезонностью, а продажи купальников так и не начались. Например, в мае, когда, казалось бы, все связанное с пляжем в гардеробах должно обновляться, продавалось порядка трех купальников в неделю. Это, скорее всего, связано с нестабильной туристической обстановкой в начале сезона: правительство то открывало авиасообщение с курортными странами, то закрывало. Отечественный юг в этом плане ожидания не оправдал, видимо там можно походить и в прошлогоднем. Однако в июне и июле картина изменилась – продажи купальников резко выросли и составили порядка 20% от общего оборота за этот период. При этом количество посетителей в магазине в апреле-мае снизилось процентов на 15-20 по сравнению с мартом, но в июне-июле вернулось к прежнему уровню. В результате мы отработали июль 2021 с таким же результатом, как и июль 2020, и я считаю, что это неплохо.

В 2020 году резкий рост продаж после отмены ограничений был спровоцирован отложенным спросом. Это легко проследить по количеству посетителей, которых в июле 2020 года было в среднем в два раза больше, чем в июле 2021. И все-таки мы достигли аналогичных результатов при снижении трафика в этом году, и это произошло за счет увеличения конверсии и среднего чека.

ПРИЧИНЫ ПАДЕНИЯ ПРОДАЖ

Возвращаясь к периоду с марта по май, скажу, что результаты работы в эти месяцы нас не очень порадовали, и мы стали задумываться над тем, что могло стать причиной падения продаж.

Вариантов было не так много: то ли недалеко открылся конкурент с более привлекательными ценами и ассортиментом, то ли доходы населения снизились настолько, что в категорию благ, на которых экономят, попало и нижнее белье. Есть еще распространенная теория о том, что всех разорят онлайн-магазины, но я думаю, что на бельевом рынке это отразится меньше всего.

Для того чтобы проверить версию с конкурентом, мы с коллегой посетили полтора десятка бельевых магазинов в радиусе нескольких километров от нас, и увидели интересную картину. Только один магазин действительно имел более широкий ассортимент и сравнимые с нашим цены, но он работает очень давно и вряд ли мог бы столь резко

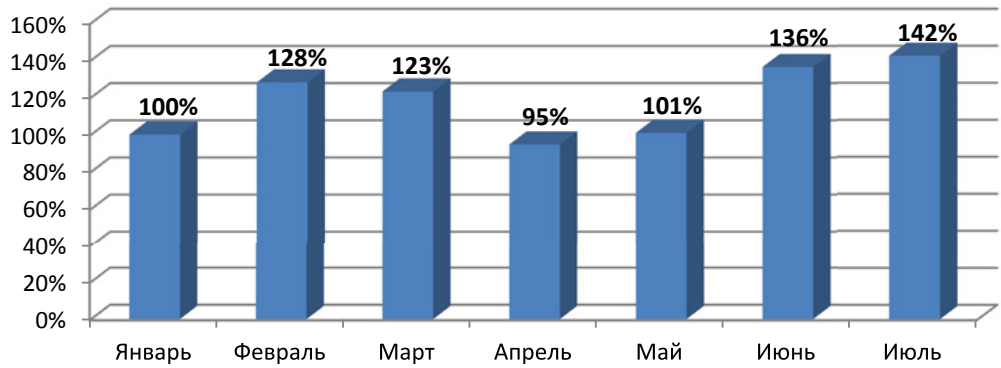
easyfiore.com

FiORE

бесплатная доставка

free delivery

Динамика продаж магазина в период январь-июль 2021 г.



оттянуть на себя значительную часть наших клиентов. Остальные магазины имеют гораздо более узкий ассортимент и расположены, с моей точки зрения, менее удачно, чем мы. При этом примерно в каждом третьем магазине были представлены торговые марки, которые не производятся уже несколько лет. То есть ассортимент давно не обновлялся. Таким образом, вариант с конкурентом мы посчитали несостоятельным и рабочей осталась одна версия: падение доходов населения. Бороться с этим невозможно, поэтому мы нашли другое решение: стали привлекать людей скидками, что, видимо, и повлияло на рост продаж летом по сравнению с весной. Как уже давно заметили наши продавцы, скидка на бюстгальтер каким-то чудесным образом делает и посадку лучше, и крой комфортнее, хотя без скидки он ну совсем уж не подходил.

Еще одно интересное наблюдение: ожидание, что пандемию не переживут небольшие несетевые магазины, не оправдалось. Видимо их запас прочности оказался несколько выше, чем казалось. Или же это просто вопрос времени. Ведь низкий спрос это только начало проблем. Сначала у тебя ничего не покупают, потом тебе не на что обновить или просто восстановить ассортимент, а в итоге – нечего продавать. И далее по кругу, только чем дольше такая ситуация продолжается, тем сложнее из нее выбраться. В период низких продаж первоочередной задачей я считаю поддержание ассортимента, а для этого нужны и деньги, и товарные запасы у поставщика. С деньгами, несмотря на незначительные потери по результатам работы весной, проблем не возникло. С поставками товара тоже, тут как раз и становятся очевидными плюсы работы с крупным франчайзером: товарные запасы рассчитаны на несколько месяцев. И если с основным ассортиментом, который поставляет франчайзер, все было в порядке, то со сторонним оказалось сложнее. Например, найти мужские пижамы на рынке сейчас стало очень проблематично – или качество неудовлетворительное, или цена заоблачная, или предзаказ на полгода вперед. К счастью, мы заранее обеспечили себя всем необходимым и проблем с товаром не испытываем. Помимо этого есть еще несколько важных нюансов.

НЕИЗВЕСТНОЕ БУДУЩЕЕ

В дополнение к тому, что спрос еще долго будет восстанавливаться до докризисного уровня, правительство подкидывает новые сюрпризы. Например, обязательная вакцинация сотрудников, причем с ответственностью полностью возложенной на работодателя. В итоге сотрудники думают совсем не о продажах, а скорее о том, как и работы не лишиться, и вакцину не ставить. Мне с сотрудниками повезло и никаких спорных ситуаций не возникло, хотя и пришлось, несмотря на наличие антител, вакцинироваться первому из коллектива, в качестве примера.

Также остается много вопросов к эффективности такой меры, как измерение температуры у посетителей торговых центров. После ее введения существенно снизился трафик. Я как-то поинтересовался у сотрудников охраны, сколько было случаев, чтобы посетителя не впустили в торговый центр из-за повышенной температуры. Точную цифру мне не назвали, но сказали, что примерно 4-5 человек. И это за несколько месяцев. То есть толку нет, но негативные последствия есть.

Справедливости ради стоит отметить, что правительство способно не только на ограничительно-принудительные меры. Иногда появляются и хорошие новости, с той лишь разницей, что ограничения вводят быстро, а хорошие новости выдают постепенно, сохраняя интригу. Например, недавно была анонсирована помощь в виде компенсации затрат на соблюдение противоэпидемиологических мер компаниям относящимся к МСП и пострадавшим сферам деятельности. Озвучили даже сумму, которую можно получить, но пока не опубликовали никаких разъяснений о том, кто конкретно может на эту помощь рассчитывать и как ее реально получить. Иногда это начинает напоминать остросюжетный сериал, где серия заканчивается на самом интересном моменте, чтобы зрители с нетерпением ждали следующую. То есть нам остается ждать дальнейшего развития сюжета.

BELLA MISTERIA
www.bellamisteria.com
Официальный
дистрибьютор в России:
www.lormax.ru
г. Москва
м. Алексеевская
ул. Годовикова, д. 9
lormax@lorin.com.ru
8-495-988-34-13
8-985-420-98-08

Открытие первого шоурума Vishco

В прошлом номере была опубликована статья о том, как мы с командой запустили инстаграм-канал, что вызвало небывалый ажиотаж. Посетители выставки подходили ко мне, порой завязывалась интересная дискуссия. Коллеги делились опытом продаж в инстаграме и в социальных сетях. Редактор журнала попросила меня рассказать о том, что изменилось за последние полгода, удалось ли нам увеличить продажи, какие вообще события произошли в нашей компании, связанные с инстаграм-продажами.

С удовольствием поделюсь промежуточными итогами. Расскажу, в какую сторону мы двигаемся и каковы наши планы на ближайшее будущее. Тот, кто читал статью в прошлом номере, наверняка помнит, что инстаграм-канал мы перезапустили во время первой волны пандемии и ограничений, летом 2020 года. Впереди был высокий сезон продаж октябрь-декабрь, и у нас было достаточно времени, как мы считали, для очередной попытки добиться успеха в продажах в инстаграме.

Сезон мы отработали хорошо, показатели радовали, но чем больше становилось продаж, тем ощутимее зрела главная проблема интернет-торговли: «мне все нравится, но я бы хотела приехать в шоурум/магазин и примерить понравившиеся вещи». Именно с такими вопросами все чаще и чаще сталкивались менеджеры в своей работе. Причем доставка в данном случае не решала проблему, так как, во-первых, клиенты не всегда готовы за эту доставку платить, а во-вторых, и это самое главное, ни один курьер не сможет грамотно выстроить коммуникацию с клиентом при доставке, сориентировать в ассортименте, если что-то не подошло. Курьер не может быть продавцом-консультантом. Вы можете возразить мне, что у вас, дескать, все курьеры – суперпрофессионалы и могут все. Это замечательно, но, на мой взгляд, для курьера гораздо важнее доставлять заказы вовремя и все-таки заниматься своей логистической работой. Не верю, что курьер может и семь-восемь посылок доставить, и каждого качественно проконсультировать. Разве что его услуги будут стоить очень дорого, а мы пишем здесь о клиентах, которые вообще не хотят платить за доставку и готовы самостоятельно приехать в шоурум. Только скажи, куда выезжать, и они приедут (если только легко доехать).

Решение назрело – пришло время открывать магазин-шоурум. Шел март 2021 года, и казалось, что времени для открытия и подготовки к высокому сезону 2021 предостаточно. Однако на деле все оказалось совсем не так. Постараюсь объяснить, почему, и какие вопросы нам предстояло решать. Да и стоило ли вообще это все это затевать…

В ПОИСКЕ МЕСТА И ПОМЕЩЕНИЯ

Хотелось бы подчеркнуть, что мы с моей командой открывали наш первый магазин белья. Возможно, для владельцев сетей все решается гораздо быстрее, нам же еще предстояло набираться опыта.

Что нужно сделать в первую очередь, чтобы открыть магазин?

- Найти помещение, определиться с ремонтом, привести магазин в порядок.
- Нанять продавцов и обучить их.

MITEX

AGA

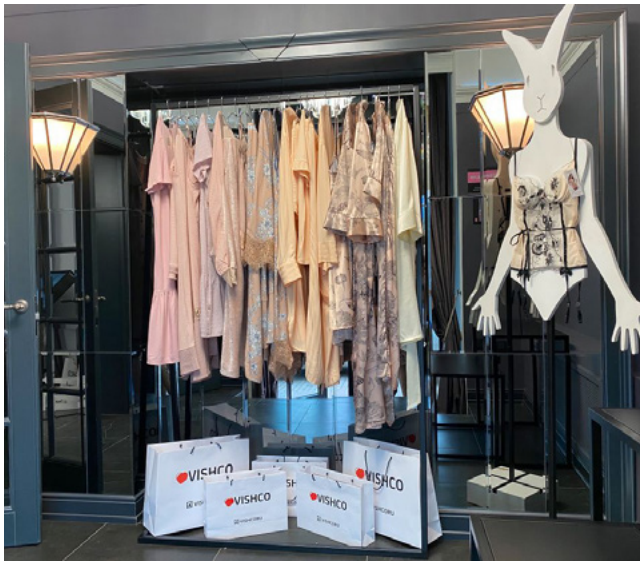
SIZE:S-2XL

FOLLOW US ON:

@mitexunderwear

@mitexbielizna

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КОМПАНИИ MITEX
В РОССИИ: 123298, г.Москва,
ул. Маршала Бирюзова, д.1,
корпус 3
Телефон 8(495) 280-37-30
e-mail: postmaster@cbbr.ru
www.cbbr.ru



- Закупить торговое оборудование, выбрать конкретный ассортимент (это очень непросто, когда в вашем распоряжении около 7000 наименований, а в магазине всего не уместить).
- Бухгалтерия, касса, соблюдение масочного режима.
- Бытовые вопросы (чай, кофе и туалет для сотрудников и гостей).

Самым серьезным вопросом было определиться с местом, где будет расположен наш шоурум: как можно ближе к центру, возможность парковки, станция метро в шаговой доступности. Следующее – это отдельный вход, здание на первой линии, приличный ремонт (чтобы доделать в соответствии со своими потребностями, а не делать все заново), дешевая арендная плата, арендные каникулы.

За время пандемии в Москве освободилось много торговых помещений, занимаемых годами по очень высокой ставке. В марте 2021 предложение все еще превышало спрос, владельцы теряли деньги из-за простоя и готовы были идти на уступки относительно арендной платы.
Я потратил на поиски две недели – ездил лично смотреть объекты, ночью выбирал новые, утром договаривался и выезжал на просмотр. Помещение, которое мы сняли, подкупило большим окном в основном зале с великолепной панорамой. У входа бесплатная парковка, мест недостаточно, но они есть и припарковаться реально. От метро 300 метров пешком. Была возможность разместить свою вывеску. До нас в помещении продавали одежду, но недолго: не справились с привлечением клиентов и съехали, не проработав и года.

Основное помещение было с хорошим ремонтом, была своя кухня, а вот в подсобных требовался капитальный ремонт. После осмотра с риелтором была назначена встреча с владельцем, требовалось личное знакомство.
В день встречи владелец помещения честно сообщил, что «подумает», но было видно, что наша идея магазина у него не в приоритете, так как предыдущие арендаторы, которые занимались одеждой, съехали и не платили вовремя арендную плату. Пришлось побороться, представить как следует нашу компанию, рассказать о ее истории, о наших достижениях и планах. Потребовалось проявить настойчивость, убедить владельца, что наша идея долгосрочна и через полгода ему не придется снова искать арендаторов. Не знаю, что оказалось решающим фактором: длительное отсутствие арендных платежей или действительно мы были убедительны, но помещение, полностью нам подошедшее, стало нашим, и договор аренды был заключен. Далее требовалось согласовать дизайн-проект тех помещений, состояние и внешний вид которых нас не устраивал. Владелец сразу сообщил, что готов предоставить месяц арендных каникул, но ремонт оплачивать не будет. Справедливо, но все же затратно для нас, договор аренды заключается на год, у владельца могут измениться планы, а ремонт в случае форс-мажора с собой не заберешь. Дизайн-проект был утвержден с большим трудом, владелец тщательно согласовывал все работы и некоторые наши идеи не удалось реализовать, хотя в итоге компромисс был достигнут. Смета была составлена, аванс внесен, сроки ремонта (один месяц) определены, но… Поставка торгового оборудования задержалось, двери были нестандартных размеров, сроки сдвинулись. В процессе ремонта выявились проблемы, потребовавшие дополнительных затрат. Смета выросла в два раза, открыться без потери арендной платы мы не успели, поэтому один месяц был оплачен вхолостую. Но не бывает так, чтобы все пошло гладко, время было потрачено с пользой, а открываться с недоделанным ремонтом я не хотел.

LUNARETTA

LINGERIE

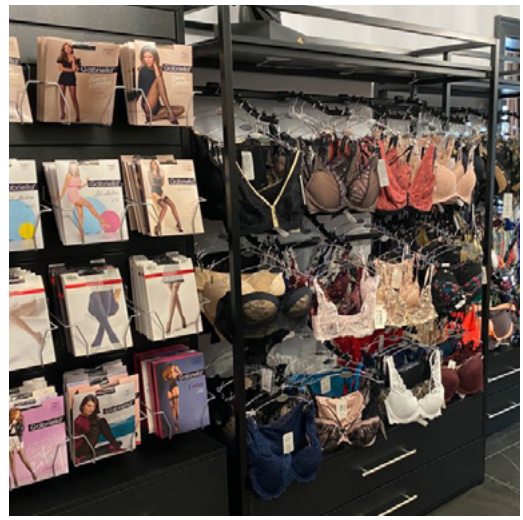
LUNARETTA

тел.: 8-917-564-75-75 , 8-916-558-12-84, lunaretta@yandex.ru, www.lunaretta.ru

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Параллельно я занимался собеседованиями, наймом продавцов-консультантов. Было принято решение, что все инстаграм-менеджеры переезжают из офиса в шоурум и продолжают работу там. Они будут заниматься обучением новых сотрудников и качественной съемкой контента в шоуруме. Мы часто устраиваем фотосессии новых коллекций с приглашенными моделями как внутри помещения, так и на улице, а вид на деловой центр Москвы позволяет получить высококлассный контент. В перспективе мы планируем организацию презентаций новых коллекций на территории нашего шоурума.

Основной задачей для достижения успешной работы шоурума является привлечение покупателей в магазин. Владелец помещения честно нам сообщил, что предыдущие арендаторы ошиблись с местом. Несмотря на то что магазин находится на Кутузовском проспекте, проходящий трафик почти полностью отсутствует. Это не пешеходная улица, машины проносятся на огромной скорости или стоят в пробке, тут уже не до покупок белья. Мы скорее не сможем рассчитывать на случайных прохожих, хотя все равно уличный трафик есть, местные жители все-таки интересуются новым магазином у их дома и приходят в гости. Мы были полностью готовы к этому, знали, каким образом привести людей в магазин. На прохожих мы не надеялись, но сделали заметную вывеску для тех, кто целенаправленно идет к нам, чтобы не заблудились. Наш шоурум действительно очень легко найти, а главное легко объяснить по телефону, как добраться.



Какие же основные каналы трафика нам удается обработать для увеличения продаж в шоуруме? Во-первых, в магазин приезжают заинтересованные покупатели из инстаграма, которым крайне необходима примерка и грамотная консультация по размеру. Во-вторых, в шоуруме организован пункт выдачи заказов из интернет-магазина. Эти покупатели, забирая свой заказ, сделанный на сайте, теперь будут знать о нашем магазине. Это и дополнительное доверие к компании, и потенциальные продажи, когда времени ждать доставку нет, а подарок нужен здесь и сейчас. Наш магазин часто выручает в таких случаях.

ЭМОЦИИ ТАКЖЕ ИМЕЮТ ЗНАЧЕНИЕ

Как я писал выше, не все товары, которые есть в наличии, можно представить в магазине. Место и количество полок ограничено. Бывает так, что клиенту ничего не понравилось из того, что он увидел в магазине, и тогда на помощь приходит наш большой компьютер, на котором представлен весь ассортимент, есть фильтры по размеру, фасону, цвету. Вы могли видеть этот компьютер на наших выставках, теперь он для нас незаменим. Посетители могут оформить заказ с любыми товарами с нашего сайта с доставкой, либо забрать его на следующий день в шоуруме. Таким образом, конверсия посетителя в покупку значительно растет. В связи с тем, что в шоуруме почти нет уличного трафика, покупатели неслучайны. Они так или иначе знакомы с ассортиментом, и для них поход в магазин — это скорее эмоции, чем просто покупка товара. Важно расположить к себе покупателя, поэтому мы всегда предлагаем чашечку кофе, а во время жары угощали прохладительными напитками. У нас звучит приятная музыка. Важно, чтобы шоурум производил хорошее впечатление, запомнился гостю и тогда есть надежда на повторный визит. Часто бывает так, что гостю ничего не подошло, но потом заказ оформляется на сайте, или общение продолжается в инстаграме, в чате с менеджерами. Шоурум не сможет работать на старте без подпитки из Интернета, без рекламы, без веб-трафика.

Нужно работать над привлечением посетителей в магазин.

Очень важно работать с ассортиментом в магазине и регулярно его обновлять. В среднем новинки в шоуруме появляются ежемесячно. Консультанты в магазине отслеживают товары, на которые меньше всего обращают внимание посетители, и передают их обратно на склад, получая взамен новые коллекции. Таким образом, в шоуруме всегда актуальный ассортимент, всегда есть что-то новенькое, чем можно удивить постоянных покупателей. Эта непрерывная работа позволяет выявить актуальные тренды, формирует самое разумное предложение для клиента в магазине.

Об итогах пока говорить рано, еще только-только закончился период наладки и притирки рабочих схем, регламентов взаимодействий между складом, офисом и шоурумом. Мы с нетерпением ждем, когда в Москве закончится сезон отпусков, жители вернутся домой и снова внесут походы в магазин в свое расписание. Средний чек в магазине намного выше, чем на сайте, по причине грамотной работы консультантов, приятной атмосферы в магазине, а также благодаря качественным товарам, которые радуют покупателей. Приглашаю всех в гости в наш уютный шоурум **vishco.ru**!

SENSIS®
SensisNight www.sensis.com.pl facebook.com/SensisNight
ВИШКОПТ
КРАСИВОЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ
КОМПАНИЯ ВИШКОПТ, VISHCOPT.RU
МОСКВА, 1-Й НАГАТИНСКИЙ ПР-Д, Д.2
+7 (495) 215-213-6, ZAKAZ@VISHCOPT.RU

Эффективная презентация продукта

Изабела Сакутова

При совершении покупок большинство покупателей по-прежнему руководствуется прежде всего ценой, а не лояльностью или благодарностью магазину, который посвятил им свое время и поделился профессиональными знаниями. Это дает пищу для размышлений. Умеем ли мы, продавцы, разговаривать с покупателем о цене и соответствующим образом представлять достоинства товара? Сможем ли мы отстоять цену так, чтобы не вызывать у покупателя неприятной реакции. Умеем ли мы использовать аргументы, связанные со знанием качества материалов, производственного процесса и дополнительных услуг (таких как бра-фиттинг), включенных в продажу?

Если мы хотим изменить подход к покупке тех клиентов, которые руководствуются только ценой, мы должны попробовать повлиять на них таким образом, чтобы они обращали внимание не только на качество изделия, которое они приобретают, но и на значение и ценность услуги, оказываемой в магазине. Необходимо дать им понять, что одно невозможно без другого. Иначе мы будем нести убытки.

Вы, наверное, не раз слышал, что хороший продавец – это тот, кто умеет разговаривать с клиентом, то есть у него должен быть «подвешен язык»? Однако современные клиентки такого продавца считают просто болтуном. Сегодня к процессу продажи предъявляются совсем другие требования. В настоящее время хороший продавец – это тот, кто умеет активно слушать, дает клиенту возможность выговориться, а в процессе монолога выявляет его потребности и определяет мотивы, которыми он руководствуется, принимая решение зайти в магазин. Хороший продавец должен уметь «влезть в шкуру» покупателя, прочувствовать его эмоции и предложить изделия, полностью отвечающие его потребностям.

СИЛА АРГУМЕНТОВ

В принятии решения о покупке клиент руководствуется как эмоциональными, так и рациональными аргументами. Первые непосредственно влияют на принятие решения, вторые необходимы для того, чтобы осознать целесообразность совершаемой покупки. Человек будет

Эксклюзивный представитель
на территории России:
«МОДЕН СТИЛЬ» МОСКВА 105122
Щелковское ш. 5, стр.1, оф. 411
т./ф. (495) 849-26-63,
moden-style@mail.ru,
www.moden-style.ru
«МОДЕН СТИЛЬ»
РОСТОВ-НА-ДОНУ 344091
ул. Каширская д. 9/53А
т./ф. (863) 28-29-168, 166
moden2@yandex.ru,
www.moden-st.ru

GORSENIA Sp. z o.o.
ул. 28 Pułku Strzelców Kaniowskich 65
90-558 Łódz/Польша
т. (+48 42) 307 19 34, (+48) 574 022 777
т./ф.(+48 42) 637 68 15
gorsenia@gorsenia.com.pl
www.facebook.com/Gorsenia
www.gorsenia.pl

вслушиваться в рациональные аргументы, поскольку его потребность является рациональной. Наша задача – перенаправить его внимание на эмоциональные аргументы и склонить к принятию решения. Рациональные аргументы – это «в чем потребность», а эмоциональные – «каково желание». Мы должны так повлиять на эмоции покупателя в процессе презентации, чтобы он в дальнейшем просто не представлял себе жизни без этой вещи.

Если при презентации вы акцентируете внимание только на свойствах товара (например, вертикальная боковая панель, чашка из четырех частей или специальная подкладка в области бретелей и пояса), вы приводите рациональные аргументы, которые не столь сильны, как эмоциональные. После перечисления технических характеристик реакция клиента обычно такова: «Наверняка этот бюстгальтер дорого стоит. Нет ли чего-нибудь подешевле?» Чем больше презентация основана на характеристике изделия, тем большее значение имеет цена.

Во время разговора с клиенткой, вы наверняка подчеркиваете достоинства товара. «Этот бюстгальтер изготовлен из прочного материала, он очень удобен, лучший на рынке и т. д.» К сожалению, эти аргументы также ни в чем не убедят клиентку, поскольку сегодня у всех все самое лучшее, и понятно, что каждый продавец хвалит свое. В результате бра-фиттера воспринимают как назойливого продавца, который пытается продать товар любой ценой. Если все везде «самое лучшее», то клиентка не видит в вашем ассортименте никаких преимуществ, и главным аргументом вновь становится цена.

ОБОСНОВАНИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Таким образом, рациональные аргументы необходимо трансформировать в эмоциональные, то есть описать конкретное свойство так, чтобы это описание стало ответом на вопрос: какую пользу данный товар может мне принести и в чем помочь. При помощи правильно представленной характеристики изделия мы обосновываем решение совершить покупку. Назовите конкретную особенность, обратите внимание клиентки на пользу от нее, скажите, например, так: «Этот бюстгальтер изготовлен из ламинированной ткани, которая не растягивается, благодаря чему обеспечивается стабилизация груди во время движения. Кроме того, в чашки встроена боковая опорная панель, поэтому молочные железы будут смещаться к центру и приобретут круглую форму».

В сегодняшнем мире, где правит маркетинг телевизионной рекламы, радиорекламы, рекламных щитов, спонсируемых постов в социальных сетях, люди вырабатывают защитную реакцию на информацию о преимуществах. В конце прошлого века нам предлагали около 500 таргетированных реклам в день. Сегодня количество получаемых нами рекламных объявлений увеличилось до 5000, что непосредственным образом влияет на наше поведение.

Однако, как известно, графически изображенные те или иные свойства оказывают воздействие на людей, поэтому наша задача заключается в том, чтобы обрисовать ситуацию, в которой клиент увидит, как данное качество будет работать в определенный момент его жизни. Чем более реалистично мы представим эту ситуацию, тем сильнее повлияем на эмоции, которые в конце концов послужат толчком к покупке. То есть после того как мы использовали особенности товара, превратив его в нечто ценное, необходимо «поместить» клиента в ситуацию, в которой он потенциально может оказаться. Для этого вы можете использовать такие формулировки: «Представьте себе…» или «Вы знаете, каково это – бежать на автобус, поддерживая грудь при помощи „техники сумочки", то есть прижимая ее к груди, чтобы сдержать колебания?» Затем следует таким же образом представить все особенности, которые мы превратили в достоинства и преимущества.

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОДБОР НИЖНЕГО БЕЛЬЯ

Как применить наш метод к новым клиентам? Основываясь на описанной технике, сначала необходимо представить фирму, а затем продукт. Можно сказать так: «Вы знаете, как это бывает, когда мы пытаемся купить бюстгальтер и вынуждены приобретать то, что предлагается в магазине, но вовсе не обязательно соответствует потребностям нашего тела… В нашем салоне мы предлагаем широкий размерный ряд, а также услугу бра-фиттинга, поэтому у нас можно подобрать бюстгальтер конкретно на Вашу фигуру. В нем Вы будете чувствовать себя комфортно и уверенно в любой ситуации». Затем переходим к презентации изделия. Такой разговор гарантирует эмоциональную реакцию и желание приобретения. И только вызвав это желание, то есть применив эмоциональный аргумент, мы можем успешно завершить сделку.

Чем лучше вы представите клиентке изделие, тем меньшее значение будет иметь для нее цена. Если вы не сумеете должным образом прорекламировать продукт или услугу, цена будет единственным фактором, который будет учитываться при принятии решения о покупке. Большинство салонов белья предоставляет услуги по подбору и имеет в своем ассортименте широкий размерный ряд моделей, обеспечивая тем самым абсолютную основу функционирования бельевого магазина. Однако в настоящее время, чтобы выделиться на фоне других и иметь группу постоянных клиенток, этого недостаточно. Большинство магазинов не знает, как построить отношения с покупательницами, как донести до них ценности, важные

для фирмы, как сделать так, чтобы женщина оценила старания, которые магазин вкладывает в свою работу. Важно, чтобы она поняла, что здесь она приобретает пакет: время, потраченное на индивидуальную консультацию, и изделие, удовлетворяющее ее потребности. Правильное приветствие входящей в магазин клиентки и представление предложения является ключевым аспектом, благодаря которому она должна понять, что эта вещь ей нужна и приобрести ее она хочет именно здесь. Здесь ее потребности были поняты, здесь ее выслушали.

Если после этапа презентации изделия единственное, что имеет значение для женщины – это цена, значит, она не видит разницы между покупками у вас и в интернет-магазине, где она, возможно, видела что-то подешевле, что кажется более или менее похожим. Вполне возможно, это даже точно такое же изделие на сто рублей дешевле. Покупки в обычном магазине должны радикально отличаться от покупок в Интернете. Для сегодняшних клиенток важным является реальное общение. Если они собираются заплатить больше, им нужно знать и понимать, почему.

Изабела Сакутова помогает целеустремленным деловым женщинам, занятым в локальном бизнесе, развивать и усовершенствовать их деловые качества. Используя двадцатилетний опыт работы в маркетинге и торговле, руководит четырьмя компаниями в стране и за рубежом, ведет группу SUPERMENKI BIZNESU (СУПЕРБИЗНЕСЛЕДИ) на Фейсбуке. Владеет процветающей компанией So Chic, занимающейся распространением продукции Panache, Soak Wash, Bijoux Indiscrets и Booby Tape, а также сетью магазинов Bra Studio в Болгарии и Stanikowy Zawrót Głowy («Головокружение от бюстгальтеров») в Польше. Международный эксперт по бра-фиттингу с 16-летним стажем, автор книг «Брафиттинг. Подтяжка груди без скальпеля» и «Полюби свою грудь. Книга для девочек и их мам». Частый гость утренних телевизионных программ (сюжеты о белье). Основатель фонда Wsparcie na starcie («Поддержка для начинающих»), который занимается формированием здоровых привычек правильного ухода за грудью у девочек. Организатор кампании Dotykam = Wygrywam («Обследуюсь и выживаю»), пропагандирующей профилактику рака груди.

Как сделать магазин привлекательным

Дагмара Хабера

Времена, когда для достижения финансового успеха достаточно было иметь хороший товар, прошли. Клиенты становятся все более требовательными. Сегодня им нужен не только широкий ассортимент, но и обслуживание на должном уровне, и красивый интерьер.

Интересное и привлекательное оформление магазина требует от нас пошагового выполнения всего процесса. Важно все тщательно продумать и спланировать, ведь нет ничего хуже, чем оформление, а потом исправление, поскольку это приводит к ненужным расходам. Интерьер должен иметь свой характер и вызывать интерес у покупателя, в нем должно содержаться обещание, что здесь можно найти интересный товар и встретиться с профессиональным обслуживанием. Прежде чем клиентка получит возможность оценить вашу работу бра-фиттера, она будет оценивать внешний вид магазина.

Обустройство салона может повлиять на решение о примерке и покупке. Магазин не просто должен радовать глаз, прежде всего он должен выглядеть как профессиональный салон бра-фиттинга, но хорошее первое впечатление также необходимо.

ПРЕЖДЕ ЧЕМ НАЧАТЬ

Перед планированием следует помнить о самом важном и ключевом моменте: магазин – это фон для товара, а не наоборот. Это очень важно. Иногда мы имеем дело с салонами, где архитектор спроектировал красочный стильный интерьер. На бумаге это выглядело прекрасно, но когда был добавлен товар, зрелище получилось малопривлекательное. Имидж салона – это основа, на которой вы можете построить сильный бренд, а интерьер может стать фоном, например, для публикаций в социальных сетях. Дело не в том, чтобы любой ценой заполнить пространство дорогой мебелью и яркими красками. Самое главное – последовательность и целостность. Итак, с чего начать?

СТИЛЬ И ЦВЕТ

Выберите стиль, который будет соответствовать вашему логотипу и характеру продукции, которую вы собираетесь продавать. Идеи можно поискать, например, на Пинтересте. Можно присмотреться к текущим трендам, но не особенно этим увлекаться. Учитывайте возрастной диапазон ваших клиентов. Стоит выбрать стиль, а затем последовательно строить вокруг него интерьер. Подчеркнуть его можно будет аксессуарами на витрине, в кассе или в примерочной. Выбирая стиль, также стоит помнить о том, что интерьер в магазине нижнего белья должен быть мягким

Wacoal

wacoallingerie.com

Ищем дистрибьютора в Украине

WACOAL EMEA Limited
ul. Chemików 1B pok. 706
32-600 Oświęcim
Poland

+48 695 555 038 · poland.office@wacoal-europe.com

и теплым. Даже если вы являетесь поклонником минимализма и строгого декора, желательно, чтобы в магазине было приятно и уютно. И дело здесь не в использовании кресел в стиле барокко и тяжелого бархата, а в соблюдении баланса. Если в вашем логотипе используется розовый цвет, желательно, чтобы в магазине использовался точно такой же оттенок. Важно использовать этот цвет не везде, а только в качестве дополнения. Цвета могут влиять на эмоции, восприимчивость и настроение, поэтому они являются мощным маркетинговым инструментом, важность которого нельзя недооценивать. Следует использовать продуманные, но в тоже время смелые цвета. Беспроигрышный белый цвет – это, конечно, хорошо, но если в городе несколько магазинов с услугами бра-фиттинга, и каждый белый, то это плохо, поскольку ваш магазин не будет ничем выделяться на общем фоне. Необходимо выбрать такой цвет, который придаст изюминку вашему интерьеру и выделит ваш магазин на фоне конкурентов.

ФУНКЦИИ

Давайте рассмотрим, как организовать магазин, чтобы в нем было место и для салона, и для кассы, и для примерочных, что для нашего сегмента является крайне важным, ведь именно в них чаще всего принимается решение о покупке. Примерочная должна находиться как можно дальше от входа, чтобы обеспечить покупательницам максимальный комфорт. Важно также, чтобы прикрывающие портьеры не были видны всем присутствующим в зале. Женщина, примеряющая нижнее белье, не чувствует себя комфортно, когда бра-фиттер при подаче других бюстгальтеров приоткрывает занавеску, а другие покупатели наблюдают за этим. Комфорт и безопасность в магазине – это основа успеха.

МЕБЕЛЬ

Мебель в салоне не должна быть слишком высокой, не выше 130-150 см, а проходы между предметами мебели должны быть достаточно широкими. Стоит отдать предпочтение мобильной мебели, а не встроенной. Благодаря этому, если вы захотите изменить ассортимент, например, добавить футболки, мобильная мебель поможет решить эту задачу. Принимая решение о наиболее распространенной настенной мебели типа спейсвол, стоит помнить, что простой монтаж на стене не решает вопроса. Чтобы интерьер имел характер, такая мебель требует оформления, и в этом может помочь, например, рама или цветная стена.

ПРИМЕРОЧНАЯ

В магазине, предоставляющим услуги бра-фиттинга, особое значение имеет примерочная, потому что именно здесь бра-фиттер работает с клиентом. Ключевым вопросом является площадь примерочной – в ней должно свободно поместиться два человека. Стоит позаботиться о приятном, теплом освещении. Важно, чтобы оно не было слишком ярким и не резало глаза клиенткам, которые будут здесь раздеваться и примерять бюстгальтер. Очень важна спокойная и приятная обстановка в примерочной, которая ни в коем случае не должна напоминать врачебный кабинет. Портьеры – еще один важный элемент, который при неправильном выборе может все испортить. Следует выбрать светонепроницаемые ткани из плотного материала, который красиво драпируется и не пачкается. Портьера должна плотно закрывать вход, чтобы клиентке было комфортно. В примерочной нет ничего хуже узкой портьеры! Вешалок должно быть столько, чтобы клиентка имела возможность повесить и свою одежду, которой бывает довольно много, особенно зимой, и те изделия, которые она собирается примерить. Пуф в примерочной должен быть достаточно большим, чтобы клиентка могла положить туда сумочку и что-нибудь из одежды. Также стоит позаботиться о декоративных элементах, подходящих по стилю к интерьеру магазина.

Освещение – это тот незаметный элемент, который оказывает огромное влияние на внешний вид и обстановку в магазине. Стоит остановить свой выбор на трековых светильниках, поскольку с их помощью можно по-разному оформить интерьер. Если в помещении уже есть свет, но клиенткам он не нравится, можно попробовать установить трековые светильники в стратегических местах.

Итак, подведем итоги. Безусловно, в магазине важны и товары, и качество обслуживания, однако приятный и уютный интерьер поможет создать благоприятную обстановку, способствующую шоппингу. А это значит, что когда клиентке понадобится новое белье или она просто захочет улучшить себе настроение, она придет в ваш салон. Ведь у вас так приятно совершать покупки!

Wacoal

wacoallingerie.com

Ищем дистрибьютора в Украине

WACOAL EMEA Limited
ul. Chemików 1B pok. 706
32-600 Oświęcim
Poland

+48 695 555 038 · poland.office@wacoal-europe.com

NaDDin size объединяет полногрудых красавиц

NaDDin size – украинская сеть бельевых магазинов, миссией которой является правильный подбор белья и повышение комфортности жизни женщин. «Модное Белье» беседует с Надеждой Гужевой – руководителем и владелицей сети.

«Модное Белье»: Когда и как у Вас возникла идея заняться нижним бельем? Расскажите в нескольких словах о своих магазинах.

Надежда Гужева: Как ни банально это звучит, идея заниматься нижним бельем началась с собственных проблем. У меня редкий размер бюстгальтера: 70М, и до определенного возраста поход по магазинам белья для меня был большим испытанием. Найти на себя что-либо на Украине было невозможно, не говоря уже о красивом белье. Я ходила в огромных закрытых перешитых лифчиках, и мне, девушке, было очень некомфортно и даже стыдно. Столкнувшись с такой проблемой, я стала изучать этот вопрос, искать информацию о размерах, о зарубежных брендах, и в конце концов поняла, что хочу открыть магазин белья для больших и редких размеров груди. Ведь это не только моя проблема.

Первый магазин я открыла 11 лет назад в Одессе со своим бывшим мужем и деловым партнером. Это был первый специализированный магазин с размерами чашки от D не только в Одессе, но и вообще на Украине. Сейчас наши пути разошлись, что привело к ребрендингу магазинов в Одессе и в Харькове. А в мае этого года я самостоятельно открыла еще один специализированный магазин в Днепре.

Особенность сети в том, что все мои девочки – тоже обладательницы пышных форм. У нас своего рода клуб девчонок, объединенных одной особенностью: редким размером груди.

Какие бренды можно встретить на полках Ваших магазинов? Работаете ли Вы с ними непосредственно?

Да, разумеется, я работаю со всеми производителями исключительно напрямую, без посредников. За 11 лет работы с нижним бельем на большую грудь очень многое изменилось. Если в 2010-11 году нам едва хватало товара заполнить витрину, и это было в основном яркое британское белье – диковинка для Украины, то со временем появились качественные польские бренды, которые держат марку до сегодняшнего дня. Настало время товарного изобилия.

Со многими «гигантами» я работаю годами. Это британские марки, специализирующиеся в белье на большую грудь, а также польские бренды и немного немецких. Мы идем в ногу со временем, отслеживаем тенденции, ищем молодые, перспективные, бренды. Когда находим, заказываем пробную партию, чтобы на себе и своих девочках проверить и оценить достоинства и недостатки новинок, прежде чем предлагать их в сети наших магазинов.

В этом году мы заключили договор с молодым брендом Movelle. Мы стали его представителем на Украине и получили эксклюзивные права на продажу в своих магазинах. Также только у нас можно найти клеящиеся ленты Boost Me Up для поддержки груди.

Некоторые вещи мы уже шьем сами. Пляжные туники, не стесняющие большую грудь и пышные формы, шелковые сорочки с поддержкой груди по уникальным, специально разработанным лекалам. Для них мы используем самые качественные материалы: австрийский шелк, французское кружево и лучшую фурнитуру. И у нас есть оптовые клиенты, которые заказывают партии этих сорочек и отправляют

LORAIRIS

LoraIris.ua

Lora Iris

lorairiscomercial@gmail.com

@lorairissss

www.lorairis.ru
www.lorairis.com

Украина: +380935208703
Россия: +79265838918

e-mail:
lorairiscomercial@gmail.com

их в другие страны. У нас есть линейки купальников, созданные совместно с польским брендом, где все отшивается по нашему заказу. И каждый год мы совершенствуем эти модели, стремимся достичь европейского уровня качества, но чтобы цена оставалась демократичной.

Какие критерии Вы учитываете при формировании ассортимента?

У нас действуют три основных критерия формирования ассортимента, которые еще ни разу нас не подвели. Первый – это качество и надежность белья. Его способность выдержать большую и очень большую грудь в течение длительного времени. Второй – внешний вид. Мы отслеживаем тренды и стараемся, чтобы даже повседневное базовое белье выглядело модно и красиво. Третий – пожелания наших покупательниц. Здесь нам помогают соцсети. Мы интересуемся мнением женщин, устраиваем голосования за понравившиеся нам модели, чтобы в результате получить ассортимент, способный полностью удовлетворить потребности украинок.

Какое значение имеет для Вас и Ваших клиенток бра-фиттинг?

Бра-фиттинг имеет для нас колоссальное значение. Это наша миссия: подбирать белье девушкам Украины. Менять их представление о комфорте, о том, как они могут выглядеть, или просто менять неудачный бюстгальтер на новый. Мы не продавцы, мы практически доктора и психологи, которые, занимаясь подбором белья, помогают избавиться от многих проблем, связанных с телом. Это наука, которая помогла лично мне обрести комфорт и уверенность, и сделала меня тем, кем я есть.

Всем нашим сотрудницам мы подбираем правильный размер белья в самом начале работы, чтобы потом, пройдя обучение и испытав магию бра-фиттинга на себе, они несли ее всем нашим клиенткам. Каждая новая клиентка сети магазинов NaDDin size получает исчерпывающую консультацию по бра-фиттингу. Женщину измеряют, выясняют, какое белье она носила до сих пор, и объясняют, что правильно, а что нет. Затем следует длительный процесс примерки, оценка формы и тургора груди и подбор белья, максимально подходящего с точки зрения бра-фиттинга и соответствующего пожеланиям клиентки. И если в первый раз к нам заходят просто за бельем, то возвращаются именно за этим тщательным подбором, ощущением красоты и комфорта в красивом, грамотно подобранном бюстгальтере.

Организуете ли Вы специальные акции в своих магазинах?

Да, разумеется. Наша программа лояльности является всесторонней и охватывает практически все виды скидок. Это и сезонные, праздничные скидки, о которых мы предупреждаем заранее посредством сообщений и анонсов в соцсетях, и индивидуальная накопительная программа лояльности, которая позволяет со временем тратить у нас меньше. И конечно, наши именинницы получают обязательный подарок от магазина в виде скидки на любые понравившиеся товары по случаю дня рождения.

Как Вы оцениваете рынок нижнего белья после пандемии?

Экономика пострадала после пандемии, и сфера нижнего белья не исключение. Речь идет и о девальвации валюты, из-за которой мы вынуждены поднимать цены на белье, и об упавшей покупательской способности на Украине. Но мы и в этой ситуации работаем над тем, чтобы у нас в ассортименте было представлено белье разных ценовых сегментов и не страдало качество.

Сегодня украинки чаще выбирают средний сегмент, и у нас есть товар этой группы. Мы надеемся на лучшее и уверены, что экономика, как и организм переболевшего человека, со временем восстановится и наши клиентки смогут больше баловать себя.

У Вас еще есть интернет-магазин. Заметили ли Вы разницу в продаваемом ассортименте в стационарных и интернет-магазинах?

В нашем случае особой разницы в продаваемом ассортименте онлайн и офлайн нет, поскольку, во-первых, мы устраиваем фотосессии для всех новинок и фотографируем их на обычных женщинах, в том числе на наших клиентках. Даже я участвую в фотосессиях! Это делается для того, чтобы каждая онлайн-покупательница визуально могла примерить на себя белье или купальник. Во-вторых, наш уровень сервиса онлайн не отличается от офлайн-продаж. Мы точно так же определяем размеры, задаем множество вопросов, просим фото в разных ракурсах… Мы много лет разрабатывали авторскую методику подбора, для того чтобы сегодня даже клиентка, которая не может попасть к нам в салон, могла иметь возможность воспользоваться услугой и приобрести красивое качественное белье. В-третьих, как я уже говорила, в выборе ассортимента мы опираемся на два основных параметра: качество и красоту. Мы берем проверенные модели и путем многократных примерок выясняем все их свойства. Впоследствии для нас не возникает проблем с подбором бюстгальтера дистанционно. Первый подбор, как правило, это длительный и непростой процесс, но зато к нам возвращаются не только за бельем, но и за тем, чтобы выслушать мнение эксперта и получить совет профессионалов.

Каковы Ваши планы на будущее?

Планы грандиозные и связаны как с экспансией на Украине, так и с расширением ассортимента. Но я человек дела, и не люблю строить воздушные замки, меня интересуют факты. За первую половину 2021 года я сумела значительно расширить свой штат, открыть новый магазин и заключить несколько договоров на права представителя великолепного белья и стильных аксессуаров на Украине. И моя основная цель – не снижать темп!

JULIA ULICH
03113, Украина, г. Киев, пр-т Победы, 67
тел. +38 095 698 11 07, +38 068 856 08 09, julia.ulich@i.ua, www.julia-ulich.com, juliaulich2020

Секреты мастера бра-фиттинга

Часть II. Авторская методика анализа типов фигуры

Катажина Салата/DobraKreacja.pl

Является ли форма груди решающим фактором при подборе бюстгальтера? Я не могу однозначно ответить на этот вопрос. Почему? Потому что форма груди – это всего лишь одна из составляющих, влияющих на посадку бюстгальтера, и по моему мнению, не самая важная. Правильный подбор определяет и анатомия грудной клетки, и тип дыхания. Об этом я писала в январском номере журнала. Что еще необходимо знать, чтобы быть уверенным в правильности выбора белья, которое будет удобным и не повредит здоровью женщины?

Из многих правил бра-фиттинга, которые являются нормативными, могут быть исключения. Женские фигуры сильно отличаются друг от друга, поэтому общий список правил вовсе не обязательно подойдет каждой из нас. Именно поэтому я разработала авторский анализ фигуры, который и применяю в работе. Этот метод очень хорошо помогает найти оптимальное решение с учетом индивидуальных особенностей фигуры женщины и ее потребностей. Источником вдохновения для введения таких изменений в нормативы были, безусловно, сами женщины, а также желание помочь им решить проблемы, с которыми они обращаются к бра-фиттеру. Метод анализа фигуры стал для нас помощником в примерочной.

ГРАФИКА: DOBRA KREACJA

В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ АВТОРСКАЯ МЕТОДИКА АНАЛИЗА ТИПОВ ФИГУРЫ?

Как я уже писала, в основе авторского анализа фигуры лежат знания конструкций бюстгальтера и наблюдение за строением грудной клетки конкретной женщины. Следя за ее дыханием, необходимо обращать внимание на то, что движется сильнее – нижние ребра или верхняя часть грудной клетки, а также на различия при измерениях во время вдоха и выдоха. Следует также поинтересоваться, чем занимается женщина, кем она работает. Сколько часов сидит, двигается, ходит. Это будет для нас отправной точкой.

После этого можно двигаться дальше. Исследуем фигуру от плеч до последней пары ребер. Здесь обращаем внимание на следующие моменты:

- ширину и покатость плеч,
- уровень расположения молочных желез на грудной клетке,

- расстояние между молочными железами,
- ширину и выпуклость ребер.

Кроме этого, я бы добавила сюда еще три важных момента:

- плотность молочных желез и степень мастоптоза,
- возраст женщины,
- рост.

Итак, перед нами семь новых существенных аспектов. Когда вы входите в примерочную, чтобы измерить женщину в свободной и динамичной позиции, необходимо сразу же начать наблюдение за ее фигурой. Это нужно для того, чтобы определить, какая конструкция бюстгальтера подойдет для нее лучше всего. Напоминаю, что пока – это только работа бра-фиттера. На этом, раннем, этапе наблюдения, по моему мнению, еще рано анализировать фигуру вместе с клиенткой и делиться своими наблюдениями.

✓ Глядя на плечи, определите правильное положение и расстояние между бретелями бюстгальтера.

✓ Анализируя уровень расположения молочных желез на грудной клетке, определите подходящий для них вид перемычки, а также длину косточек. Обратите внимание на зону подмышечной впадины (не забывайте о трех позициях проверки правильности положения косточек).

✓ Если молочные железы расположены близко друг другу, подумайте о том, какая конструкция в вашем ассортименте сможет отделить их друг от друга и будет плотно прилегать к телу, или у какого бюстгальтера низкая перемычка.

✓ Обратите особое внимание на ребра в области пояса бюстгальтера и его нижнего края. Подберите оптимальную форму и эластичность косточек: широкие, узкие, жесткие или упругие. Мы часто предлагаем слишком узкие косточки при широких ребрах.

Помните о том, что для этого необходимо постоянно исследовать особенности конструкции каждого бюстгальтера, появляющегося в вашем ассортименте.

Понаблюдайте за тем, как ведет себя бюстгальтер на разных фигурах. Но прежде всего определите, с какой фигурой вы имеете дело, чтобы можно было сравнить работу разных конструкций, проанализировать все и сделать выводы.

А теперь добавьте сюда еще три элемента, о которых я уже писала.

✓ От генетики, образа жизни и возраста женщины зависит плотность молочных желез (с возрастом уменьшается количество железистой ткани) и степень мастоптоза, а гормональные изменения влияют на сухость кожи и ощущения от давления косточек и других материалов, используемых при изготовлении бюстгальтера.

✓ Рост имеет значение для посадки и расположения на теле всех элементов конструкции. У женщин маленького роста часто возникают проблемы из-за слишком длинных и высоких косточек, перемычки и недостаточного выреза в области подмышечной впадины. При высоком росте иногда не хватает длины при регулировке бретелей.

✓ К сожалению, мы часто забываем о том, что от плотности молочных желез, которая меняется с возрастом, а также нашего образа жизни, зависит форма груди.

АССОРТИМЕНТ С ПОТЕНЦИАЛОМ

Давайте еще раз вернемся к последнему пункту и посмотрим на рисунок 1. На первом снимке вы видите две примерно одинаковые фигуры. Модель бюстгальтера одна и та же. Самое большое различие этих фигур в плотности молочной железы и степени мастоптоза. Особенно это заметно, если снять бретели. Видна также и определенная разница в форме плеч и ширине ребер (у фигуры В они шире, чем у фигуры А).

По опыту бра-фиттеры знают, что иногда достаточно, чтобы всего лишь одна особенность строения фигуры, например ширина ребер, отличалась от стандарта, и бюстгальтер будет иметь совершенно неожиданную посадку.

Посмотрим теперь на рисунок 2. Один и то же бюстгальтер на фигуре с широкими ребрами, высоким уровнем расположения молочных желез, отличающихся высокой

РИС. 1 ФОТО: GORSENIA/DOBRA KREACJA

Эти две фигуры имеют похожее строение грудной клетки. Самое большое их различие – плотность молочных желез и степень мастоптоза. Это видно, если сравнить положение соска по отношению к субмаммарной складке на каждой фигуре.

РИС. 2 ФОТО: GORSENIA/DOBRA KREACJA

На фигуре с широкими ребрами (фигура A) верхняя краевая линия чашки бюстгальтера расположена более горизонтально. Косточки в области подмышечной впадины смещены вперед (в границах нормы), в отличие от фигур B и C. Такое наблюдение облегчает нам анализ фигуры.

плотностью (фигура A), будет сидеть не так, как на фигуре с узкими ребрами, классически расположенными молочными железами с низкой плотностью (фигура B) и классической фигуре с грудью с высокой плотностью (фигура C). Здесь, безусловно, появляется еще один аспект: необходимо, чтобы в магазине были бюстгальтеры, конструкции которых подходят к разным фигурам.

Рекомендую составить список фигур или список особенностей фигур, которые вызывают у бра-фиттера особые сложности. Опишите подробно каждую из них. А затем допишите к ним те конструкции бюстгальтеров, которые помогут решить конкретную проблему.

Обратите внимание, что в моих рекомендациях нет такого параметра, как «форма груди». Конечно, я принимаю его во внимание, однако, по моему мнению, он не является решающим для нас, когда мы помогаем женщинам выбрать бюстгальтер.

Помните о том, что один и тот же бюстгальтер на разных фигурах, с учетом тех факторов, о которых я писала здесь и в предыдущем номере, будет сидеть по-разному. Нашей задачей является так смотреть на наш ассортимент, чтобы видеть не только размер, фасон, цвет или марку, но и потенциал при работе с разными группами фигур и разными потребностями женщин.

Авторская методика анализа фигуры является исключительно полезным инструментом в работе. Четыре основных плюса методики, которые отмечают бра-фиттеры, это:

✓ *Подбор бюстгальтера осуществляется с учетом анатомических особенностей фигуры, что обеспечивает женщине еще больше удобства.*

✓ *Сокращается время работы бра-фиттера и экономится время клиентки.*

✓ *С помощью этой методики можно создавать базу продуктов для разных фигур.*

✓ *Растет доверие клиентки к работе бра-фиттера.*

Бра-фиттеров, которые хотят освоить эту методику, приглашаю на онлайн-курс «Мастер бра-фиттинга» на русском языке, который состоится с 11 по 13 ноября. Обучение будет проходить интерактивно, в маленьких группах, на платформе ZOOM. Уже сейчас открыта запись для заинтересованных обучением. После записи в список Вы сможете получить подготовленные мною чек-листы для наблюдения за фигурами клиенток.

Запись в список заинтересованных:
masterclass@dobrakreacja.pl
Подробная информация на сайте:
www.DobraKreacja.pl/masterclass

Dobra Kreacja – независимая консалтинговая фирма, основанная в 2013 году Катажиной Салата – известным и востребованным экспертом по бра-фиттингу в Польше и за рубежом, которая работает в бельевой отрасли с 2006 года.
Катажина Салата консультирует коллективы модельеров и конструкторских бюро бельевых фирм, оказывая существенное влияние на рынок белья. Она первая в бра-фиттинге начала учитывать индивидуальные анатомические особенности грудной клетки при выборе бюстгальтера. Занимается авторским анализом типов фигур, а также продвигает идею эмпатической коммуникации в процессе продажи белья. Катажина Салата является специалистом в области конструкций белья, а также техник его подгонки и продажи. Проводит обучения производителей, оптовиков и обслуживающего персонала магазинов в стране и за рубежом. Оказывает активную помощь амазонкам. Проводит профессиональные мастер-классы «Мастер бра-фиттинга» (International Brafitting MasterClass), а также индивидуальные семинары для бельевых салонов. Подробная информация о семинарах и обучениях на сайте: www.dobrakreacja.pl/masterclass

BRAFITTING

DOBRA KREACJA

MARKETING & PR • PUBLICATIONS

Катажина Салата – эксперт бра-фиттинга приглашает на мастер-класс

Интерактивный онлайн-тренинг

zoom

МАСТЕР БРА-ФИТТИНГА

на русском языке

ПРОДВИНУТЫЙ ТРЕНИНГ

Глубокий анализ методов подбора бюстгальтера с учетом индивидуальных анатомических особенностей и типа дыхания

11-13 ноября 2021 / 24 часа

Чему Вы научитесь?

- Вы ознакомитесь с авторским анализом типов женской фигуры, разработанным на основании опыта и многолетней практики бра-фиттера Катажины Салата, и научитесь по-новому выбирать бюстгальтер и подбирать его по фигуре.
- Приобретете специальные инструменты и узнаете о методах работы, с помощью которых сможете самостоятельно анализировать фигуры с учетом ширины ребер, уровня посадки груди, индивидуальных анатомических особенностей грудной клетки.
- Отработаете новые навыки: научитесь осуществлять измерения груди в зависимости от типа дыхания, сможете правильно выбирать размер и конструкцию бюстгальтера.
- Вы приобретете практические знания о том, какие типы бюстгальтеров лучше всего использовать для конкретных форм, плотности и размера молочной железы, при ассиметрии или аномалиях.

- После обучения получите сертификат, подтверждающий окончание курса «Мастер бра-фиттинга».
- Работаете с тренером и группой в режиме реального времени.
- Во время проведения обучения используете фильмы, фотографии и презентации.

facebook.com/DobraKreacja
www.DobraKreacja.pl

masterclass@dobrakreacja.pl

ОФЕРТА: www.dobrakreacja.pl/masterclass

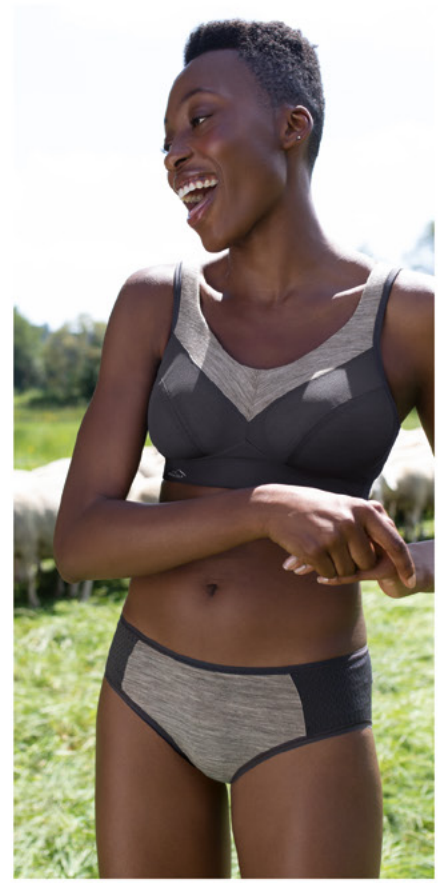
Французский праздник чувств

Чувственная и очаровательная – так можно описать новую серию **Colette**, названную в честь французской писательницы Сидони-Габриэль Колетт, жившей на рубеже XIX и XX веков. Как и ее жизнь, изделия этой серии никого не оставят равнодушным. В состав входят три стильных бюстгальтера в романтичном стиле. Нижняя часть чашек моделей **5248** (70-95, B-E) и **5249** для дам с пышными формами (70-95, F-J) изготовлена из прочного полупрозрачного тюля, а верхняя, а также бретели – из высококачественного японского кружева. Тончайшее изысканное ярко-фиолетовое и золотое кружево незаметно под обтягивающей одеждой. Модель **5250** без косточек с очаровательным декоративным украшением и воздухопроницаемой чашкой spacer (70-95, B-G) создана для женщин, любящих гладкие бюстгальтеры.

В серии Colette также представлены короткие кружевные шорты (**1348**, 36-44) и высокие трусы в стиле ретро (**1349**, 36-50). Изделия появятся на прилавках магазинов уже в сентябре. Модели коллекции Colette – это идеальное предложение для романтичных и чувственных женщин, которые ценят белье, гарантирующее комфорт и хорошую поддержку.

www.anita.com

PANALP



Спортивный бюстгальтер XXI века

Этой осенью в магазинах появится новая спортивная модель **Anita active**, разработанная с использованием высокотехнологичных решений. **PanAlp**™ – это первый в мире спортивный бюстгальтер со вставками из шерсти мериноса. Эта уникальная шерсть обладает рядом свойств, благодаря которым изготовленные из нее вещи можно носить даже в экстремальных условиях. Мягкие и воздухопроницаемые изделия способны регулировать температуру тела: охлаждать летом и согревать зимой. Шерсть является биоразлагаемым сырьем, пригодным для вторичной переработки. Модель **5555** (70-95, A-G) сшита из двух слоев: внешнего с легкой сеткой и внутреннего с шерстью мериноса. Благодаря отсутствию швов на внутренней стороне чашек и шерстяной подкладке на бретелях, изделие чрезвычайно приятно на ощупь, при этом исключительно функционально. К комплекту предлагаются удобные трусы (модель **1655**, 36-48), также изготовленные из воздухопроницаемой шерсти мериноса.

Коллекция **PanAlp**™ – это не только отличное качество выработки и совершенство конструкции. Шерсть австралийских и новозеландских овец, идущая на ее изготовление, производится на фермах, владельцы которых участвуют в программе Responsible Wool Standard. Это означает, что животные имеют доступ к естественным пастбищам. К овцам относятся с уважением и заботой, а на земле, на которой они пасутся, сохраняется биоразнообразие, поскольку не используются пестициды. Кроме того, программа обязывает участников справедливо относиться к сотрудникам и запрещает применение детского труда. **PanAlp**™ – это спортивное белье нового качества, сочетающее сырье, произведенное с соблюдением этических принципов и уникальный дизайн.

Anita
SINCE 1886
ACTIVE

www.anita.com

QUINTESSENCE

BY NIKOL DJUMON

Женщины в представлении бренда

QUINTESSENCE

BY NIKOL DJUMON

Дизайнеры неустанно черпают вдохновение в многогранной природе женщины и восхищаются ее способностью с легкостью переходить из одного образа в другой. Совершенно разные и в то же время удивительно похожие, они умеют элегантным жестом или загадочным взглядом покорить мир.

Белье QUINTESSENCE воодушевляет женщин быть такими, какими их создала природа: эффектными, свободными, чувственными, блистательными. Современная и уверенная в себе женщина смело выбирает этот бренд для повседневной жизни и торжественных событий.

Fiore – винтаж и современность

Смешение стилей – популярное явление в моде. Источниками вдохновения для создания осенне-зимней коллекции 2021/22 Modern Muse марки Fiore стали винтаж и современность, в результате чего получился изысканный купаж, адресованный тем, кто любит модные и функциональные вещи.

ОДЕЖДА В СТИЛЕ РЕТРО

Винтажная мода основана на формах, которые были популярны несколько десятилетий назад. В настоящее время они снова выходят на авансцену, но в обновленном виде. В коллекцию Modern Muse входят изделия, в которых традиционные фасоны сочетаются с современными геометрическими формами. Такая ретро-одежда подойдет на любой случай, она всегда подчеркнет и женственность, и стиль. Сегодня предлагаются изделия в стиле минимализм, украшенные небанальными декоративными элементами. В коллекцию Modern Muse входят колготки с изображением луны Half Moon, с рисунком в горошек Modern Classic и с продольными полосками Telco, визуально удлиняющие ноги. Модели продуманы так, чтобы не слишком бросаться в глаза, а лишь являться достойным дополнением к костюму в любом стиле. В коллекцию также входят черно-белые колготки с разной степенью прозрачности и яркие носки и гольфы, как правило, достаточно выразительной расцветки, безошибочно ассоциирующиеся со стилем ретро.

СОВРЕМЕННАЯ МОДА

Современная мода, в свою очередь, основана на простых, часто геометрических формах. Например, носки Grid напоминают нам… солнечные панели. В других изделиях присутствуют мотивы полотен известных художников, элементы трав и цветов, а также астрологическая тема. Сочетание современных форм и ретро-моды позволило создать небанальную и в то же время элегантную одежду, которая поможет подчеркнуть фигуру и любовь к стильным решениям.

Продукция Fiore отлично подходит как для повседневного использования, так и в качестве дополнения к оригинальным нарядам. Сочетание элементов двух диаметрально противоположных течений позволило создать гармоничное целое, отвечающее современным тенденциям. Стиль ретро отлично сочетается с простыми современными формами. Изделия не вычурны, поэтому ими можно дополнить практически любой костюм. Помимо универсальных моделей, таких как Tweed Dream, украшенных узорами, характерными для свитеров, в коллекции предлагаются абстрактные колготки Zodiac с рисунком созвездий. Эти изделия, не похожие ни на что другое, идеально подходят для любителей сочетаний винтажной моды с современными тенденциями.

ALLES
LINGERIE
www.alles.pl
Bielizna Alles
alles.bielizna
Офіційний дистриб'ютор в Україні
АЛЛЕС-УКРАЇНА
www.alles.in.ua
ТзОВ СП "Аллес-Україна"
вул.Стрийська 67, м.Львів,
Україна, 79031
0504319107, 0504312338, 0503718585

ALLES

Инновационная конструкция бралетта Giselle Plus для женщин с широким обхватом под грудью адаптируется к форме груди, обеспечивая идеальную поддержку. Наконец-то дамы с пышными формами смогут почувствовать себя комфортно и уютно! Роскошное искусное кружево и сочетание благородного темно-синего цвета с романтичным пудровым придают изделию нотку таинственности. Giselle Plus – это французский лайфстайл в самом лучшем исполнении.

ANITA

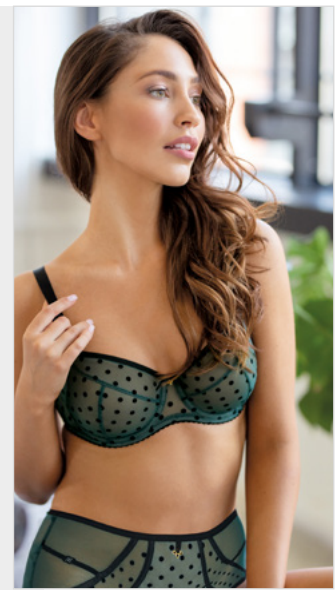
Удобство является самой важной характеристикой нижнего белья и всегда сопутствует марке Anita. Чашки современного функционального бюстгальтера без косточек Orely (арт. 5882, 75-115 A-H) скроены из трех частей, поэтому модель отлично поддерживает грудь. Верхняя часть украшена графической вышивкой, а нижняя – принтом с контрастными точками. Благодаря широким бретелям с мягкой подкладкой уменьшается нагрузка на плечи и спину. Лента, расположенная под грудью и повторяющая форму тела, предотвращает давление на желудок. К комплекту можно подобрать закрытые трусы (арт. 1382, 36-48). Orely белого и черного цвета поступит в продажу в октябре 2021 года.

BEAUTY NIGHT FASHION

Небанальный халат Loretta изготовлен из черной сетки с эффектными мерцающими аппликациями. Бархатная отделка придает модели особую изысканность. В качестве дополнения к халату можно приобрести трусы.

BELLA MISTERIA

Стильный бюстгальтер из мягкой, приятной на ощупь износостойкой ткани типа флок с рисунком в горошек. Верхняя часть чашек обшита каймой с использованием технологии плоского шва. Благодаря инновационным двойным подвижным боковым косточкам, бюстгальтер идеально адаптируется к телу при каждом движении. Боковая часть чашки переходит в бретель, собирает грудь к центру, приподнимает ее и придает красивую форму. Ширина бретелей соответствует размеру бюстгальтера. Стильные аксессуары и орнамент золотистого цвета придают модели исключительную элегантность.



LUNARETTA

Коллекция Shine – это истинный кружевной шедевр. Передняя часть сорочки изготовлена из раскроенного вручную кружева, искусно сочетающегося с микромодалом, который идеально прилегает к телу, отводит влагу и позволяет коже дышать. Чашки сделаны из такого же материала. Задняя часть сорочки представляет собой столь же изящное сочетание ткани с широкой кружевной вставкой. Изделие производится черного и темно-голубого цвета.

CLEO BY PANACHE

Freedom – новая конструкция бескаркасного бюстгальтера кроп-топ. Благодаря трехслойным чашкам, модель гарантирует комфорт и великолепную поддержку груди. Эластичная широкая резинка пояса обшита кружевом, которое с успехом заменяет косточки, а частично регулируемые бретели с фиксацией на спине стабилизируют грудь. Встроенная конструкция обеспечивает комфорт и поддержку груди с чашками от D до J (британская нумерация). Синий цвет и бретели, перекрещивающиеся на спине, придают модели спортивный характер, при этом бюстгальтер можно носить на каждый день. В комплект предлагаются высокие трусы бразилиана с кружевной отделкой.

key®

We love COLORS of nature

AUTUMN - WINTER

2021

www.key.com.pl

FREYA

Temptress – коллекция для женщин, которые любят быть в центре внимания. Декоративные элементы придают моделям поистине неповторимый характер. Благодаря геометрическому кружеву и соблазнительным разрезам на трусах, Temptress является одной из самых выразительных коллекций Freya в грядущем сезоне.

FIORE

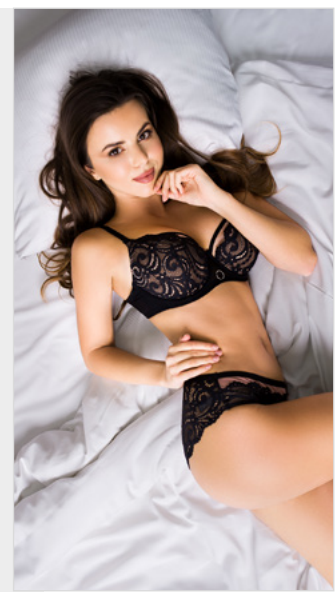
Herbarium – изысканные колготки с рисунком мелких листочков на зеленом фоне. Контрастность настроения балансирует на грани медлительного успокоения и резкого оживления. Модель можно носить как с элегантным однотонным костюмом, так и с одеждой с рисунком – тренд эклектичного сочетания принтов продолжает оставаться в моде.

AXAMI

Чувственный полукорсет V-9631 с мягкими чашками искушает и соблазняет авангардным мотивом в виде перекрещивающихся полос на сетке телесного цвета. Непрерывность таинственной и загадочной красоты подчеркивает такой же элемент, расположенный на спине. Модель застегивается на пятирядный крючок. К полукорсету предлагаются стринги V-9638 и чулки V-7844. Изделие может стать пикантным сюрпризом во время романтичного вечера.

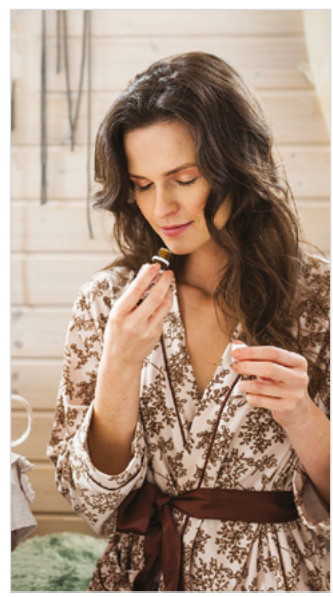
MEDIOLANO

Полупоролон Tango для женщин с большой и средней грудью. Нижняя часть чашки изготовлена из бежевого поролона и покрыта черным кружевом, верхняя сшита из сетки, обрамленной черным кантом. Конструкция обеспечивает отличную поддержку и комфорт. Между чашками расположено декоративное серебряное колечко.



DE LAFENSE

Бордовая или зеленая мягкая вискозная пижама из коллекции Artemise с красивой сетчатой отделкой. В коллекцию входят и другие комплекты ночного белья, а также ночные сорочки с рукавами или на тонких лямках. Предлагаемые размеры – S-2XL, некоторые модели также плюс-сайз.



KEY

Элегантный и нежный, теплый и мягкий халат из трикотажной ткани Baby Flannel Fleece. В сложенном виде изделие занимает очень мало места, поэтому является незаменимым во время путешествий. Изысканный декоративный пояс и растительный мотив создают романтичное настроение.

TARO®

www.taro.pl

BIKINITOP
ОПТОВЫЙ ЦЕНТР ПОЛЬСКОГО БЕЛЬЯ

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ
В РОССИИ
Г. МОСКВА
КОМПАНИЯ "BIKINITOP"
WWW.BIKINITOP.RU
BIKINITOP12@YA.RU
+7 (925) 755 81 11

LINGERIE SHOW-FORUM
01.09 - 03.09
Приглашаем вас посетить стенд 11

ВИШКОПТ
КРАСИВОЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ

VISHCOPT (ВИШКОПТ)
VISHCOPT.RU
ZAKAZ@VISHCOPT.RU
МОСКВА,
1-Й НАГАТИНСКИЙ
ПРОЕЗД, Д.2
+7 (495) 215-213-6

LINGERIE SHOW-FORUM
29.08 - 03.09
Приглашаем вас посетить стенд
50-51-52

ВЫ СМОЖЕТЕ ОЗНАКОМИТЬСЯ СО ВСЕЙ КОЛЛЕКЦИЕЙ
ОСЕНЬ-ЗИМА 2021\2022
ОТ БРЕНДА ДОМАШНЕЙ ОДЕЖДЫ TARO.
НОВЫЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ПРИНТЫ И ПОЛЮБИВШИЕСЯ ВСЕМ МОДЕЛИ.
НАШИ МЕНЕДЖЕРЫ С УДОВОЛЬСТВИЕМ ПОМОГУТ ВАМ ОФОРМИТЬ
ЗАКАЗ НА НОВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ, КОТОРАЯ УЖЕ БУДЕТ В НАЛИЧИИ
НА СКЛАДЕ В МОСКВЕ.

GORSENIA

Конструкция полупоролона Alicante K647 разработана для средней и большой груди. Благодаря широким бретелям с поролоновой подкладкой уменьшается нагрузка на позвоночник. Мягкий поролон в нижней части чашек способствует идеальной поддержке молочных желез и смещает их из области подмышечной впадины к центру. Верхняя, более узкая часть чашки, покрыта кружевом с ресничной краевой линией, расположенном на прозрачной сетке. Alicante выпускается трех цветов: кремового, черного и зеленого, и это только начало нашей игры с цветом.

KINGA

На этот раз бренд выпускает обновленный вариант хита из предыдущей коллекции: бюстгальтер ombre Digital. Модель изготовлена из двухцветной сетки выразительных темно-синего и бордового цветов.

NIPPLEX

Livia Soft рубинового цвета – новое воплощение весеннего хита. Великолепная мягкая конструкция BO 55, благодаря широкому размерному ряду, произвела настоящий фурор на рынке. – Мы знаем, что такая конструкция очень нужна и прекрасно подходит и к маленькой груди. Сегодня прослеживается явная тенденция к естественности, и, что за этим следует, отказ от искусственного увеличения маленькой груди, – объясняет Михал Богуш – владелец компании Nipplex. Молочные железы, несмотря на кажущуюся хрупкость модели Livia Soft, приобретают круглую форму и упругость, поэтому выглядят здоровыми.

TARO

Пижама Livia, состоящая из длинных брюк бирюзового или фиолетового цвета и блузы с длинными рукавами в пастельных тонах с узором в звездочки.

MITEX

Aga – хлопчатобумажные трусы-макси с двойным слоем трикотажа, который моделирует и утягивает нижнюю часть живота. Спереди модель украшена мягким кружевом, что придает ей чувственный женственный характер. Трусы выпускаются белого, бежевого и черного цветов (размеры S-2XL).

ELOMI

Новаторский бралетт Kelsey для большой груди основан на конструкции бестселлера Matilda. Шикарный эластичный материал производит неизгладимое впечатление. Уникальность Kelsey в особой форме кружева, не имеющего швов в области грудной клетки. На таком бюстгальтере идеально выглядят обтягивающие блузки. Неповторимый стиль и прекрасная поддержка никого не оставят равнодушным.

FOREX LINGERIE
21-302 Kąkolewnica, ул. Lipowa 21, Польша
тел.: +48 83 372 28 14, e-mail: forex@of.pl
www.delafense.pl

НАШИ ДИСТРИБЬЮТОРЫ

РОССИЯ:

ООО «НОВОТЕКСТИЛЬ»
630089, г. Новосибирск, ул. Кошурникова, 53/2
тел.: 264-01-61, 264-02-21, info@varshava-nsk.ru
www.varshava-nsk.ru

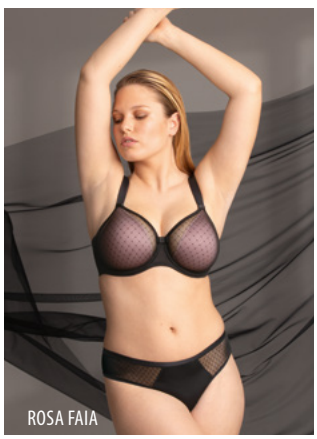
УКРАИНА:

KARINA RICHI
г. Киев
тел. +38 066 222-17-01, +38 096 460-27-55
Skype: KARINA RICHI
www.karina-richi.com

Время инноваций

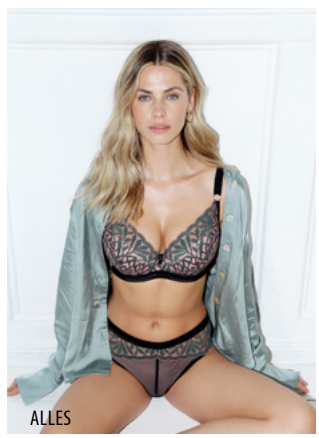
Бельевая отрасль не боится инноваций. Наоборот, она часто удивляет нас новыми открытиями. Целью постоянного поиска являются комфорт и функциональность, а хорошие решения быстро находят покупателей и развиваются дальше.

Знаменитая треугольная чашка DeltaPad спортивного бюстгальтера Anita active легла в основу каркасных и бескаркасных бюстгальтеров Eve из серии Rosa Faia. Поролон, пропускающий воздух, обеспечивает комфорт и терморегуляцию. Верхний слой чашек из прозрачной сетки с графическим принтом обрамляет однотонный кант.


ROSA FAIA

BELLA MISTERIA

KINGA


ALLES

Оптимальную терморегуляцию и свободное дыхание кожи в бюстгальтере Bella Misteria обеспечивают формованные бесшовные чашки из спейсерного быстросохнущего материала с ячеестой структурой. Верхняя часть чашки украшена тесьмой, прикрепленной при помощи бесшовной технологии, поэтому модель не выделяется под одеждой. Бюстгальтер отлично поддерживает грудь больших размеров.

Бренд Kinga начал сотрудничество с известным производителем чашек – немецкой компанией Muehlmeier, в результате чего появилась серия Chocolate Season четырех цветов: двух базовых – телесного и черного, и двух модных – шоколадного и винтажно-розового. Бюстгальтеры изготовлены из воздухопроницаемого, приятного для тела материала. Модели придают груди идеальную форму и не деформируются в процессе стирки.

БЛАГОПРИЯТНЫЙ ДЛЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

В процессе создания коллекции Selva бренда Alles учитывались принципы экологического подхода к производству и заботы о природных ресурсах. Ткань лиоцелл из целлюлозного волокна отличается исключительной нежностью, а в то же время прочностью. Мягкие, как шелк, изделия очень удобны, гигроскопичны и способны регулировать температуру тела, поэтому идеально подходят для любого времени года. Цветовая гамма ассоциируется с красками Земли, а цветочный принт подчеркивает современный характер коллекции.

Бюстгальтер Full cup Serene марки Panache с изысканным графическим принтом обеспечивает великолепную поддержку груди и совершенно незаметен под облегающей одеждой. Благодаря особому кружеву резинка на верхнем крае чашки не требуется. Эта модель с высоким поясом, разглаживающим спину, выпускается до чашки K (английская нумерация). Продукт изготовлен с учетом принципов уравновешенного производства – бретели и резинки сделаны из отходов производства, имеющих сертификат GRS

PANACHE

KEY

BEAUTY NIGHT FASHION

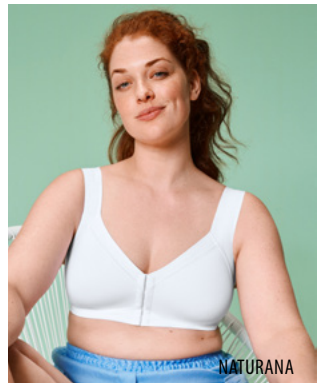
2-130 Wręczyca Wielka, ул. Brzoskwiniowa 2, Польша, тел. моб.: +48 515 987 341, e-mail: cooperation@beautynight.pl, www.beautynight.pl

Наш дистрибьютор в России:

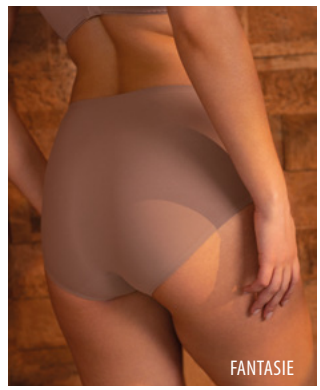
ВИШКОПТ, Россия, Москва, 1-й Нагатинский проезд, д. 2, 7 (495) 215-213-6, e-mail: zakaz@vishcopt.ru, vishcopt.ru

Ищем дистрибьютора в Украине

FREYA


NATURANA

MITEX


FANTASIE

(Глобальный стандарт вторичной переработки), гарантирующий высочайший стандарт выработки.
Бренд Freya в производстве коллекции Festival Vibe использует пряжу Q-NOVA фирмы Fulgar – благоприятное для окружающей среды чистое нейлоновое волокно 6.6, произведенное в процессе вторичной переработки. Целью разработчиков этого экологического продукта было сокращение выбросов CO2 и потребления воды, а также использование возобновляемых источников энергии.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ КОМФОРТА

Третья версия популярного Elasticup марки Naturana стала еще мягче, качественнее и удобнее, чем предыдущие. Легкий материал заставляет забыть о том, что на нас вообще что-то надето. Абсолютно плоская незаметная отделка способствует созданию безупречного вида. Благодаря высокому поясу, этот бюстгальтер с застежкой спереди и широкими бретелями выравнивает жировые складки в области подмышечных впадин.
В коллекции Glossy Me бренда Mitex использован бесшовный инновационный трикотаж с особыми волокнами, придающими материалу свойства, характерные для силикона. Благодаря этому белье хорошо держится на теле и выполняет свои моделирующие функции.
Под маркой Fantasie выпускаются классические трусы Smoothease универсального размера XS-XL. Благодаря исключительно тонкому воздухопроницаемому материалу трусы сидят на теле словно вторая кожа и неощутимы в процессе использования. Бесшовная технология и плоская отделка являются их дополнительным достоинством.

Пижамы Emily из коллекции Taro сшиты из трикотажной, приятной на ощупь ткани. Благодаря свободному крою, модель может служить не только для сна, но и в качестве домашней одежды.
Ночная рубашка Key изготовлена из мягкого шелковистого вискозного твила. Инновационное саржевое переплетение с характерными полосками придает волокну особую прочность. Рубашка не сковывает тела, а рисунок дикой розы придется по вкусу каждой женщине.
Бюстгальтер Beauty Anti-age – инновационный продукт, запатентованный фирмой Axami, предотвращающий появление морщин в зоне декольте и подтягивающий кожу груди во время сна. Изготовлен из мягкой, нежной микрофибры, поддерживает каждую молочную железу отдельно, благодаря чему снижается вероятность появления складок и морщин во время сна на боку. Модель застегивается на крючки и имеет регулируемые бретели. Выпускается белого, черного и бежевого цветов.

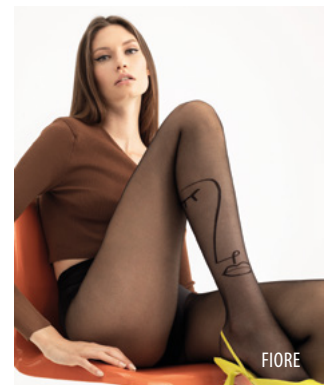
ХУДОЖЕСТВЕННОЕ МАСТЕРСТВО

Изысканное мастерство характеризует люксовый корсет Savannah марки Beauty Night Fashion с оригинальной цветочной вышивкой в виде татуировки на сетке телесного цвета. Осенняя коллекция колготок Fiore не менее художественна. Источником вдохновения для создания модели Matisse стали работы выдающегося французского живописца. Колготки украшает типичный для его кисти минималистический портрет.

TARO

AXAMI

BEAUTY NIGHT FASHION


FIORE

Официальный дистрибьютор в России

Вишкопт

www.vishcopt.ru

Москва, м. Нагатинская,
1-й Нагатинский проезд, д. 2, стр. 7

zakaz@vishcopt.ru

+7 (495) 215-213-6

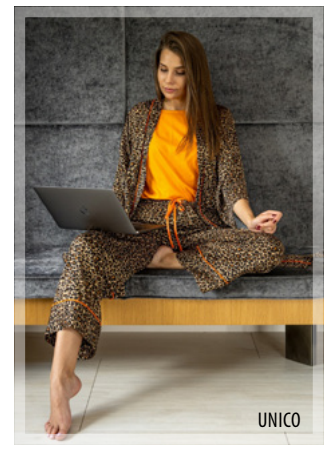
KRISLINE
LINGERIE DE FEMME
ООО Мода и Стиль
Официальный представитель
Kris Line в России.
Москва, Складочная 1 стр 10
www.modast.ru
info@modastyle.info
@krisline_lingerie
8-499-322-37-60

KRISLINE
LINGERIE DE FEMME
Белье
Купальники
Спортивная одежда
Размерный от 60-115, от A-P

Шикарная хищность

ANITA

AXAMI

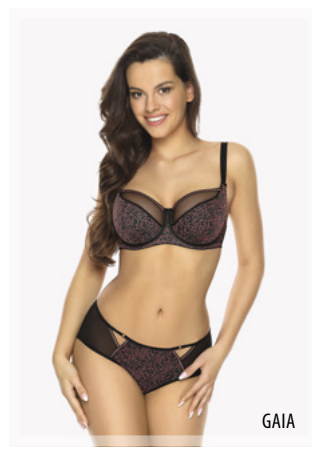

UNICO

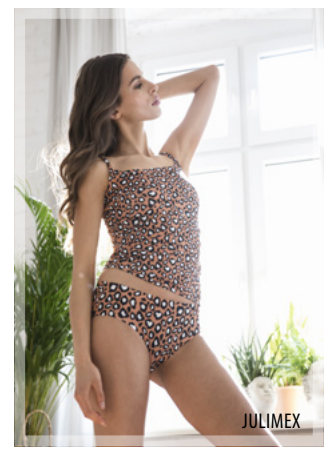
Нас заманивают в джунгли! В осенне-зимних бельевых коллекциях поселятся леопарды и зебры. В сочетании с кружевом и велюром узоры хищных животных приобретут будуарную мягкость, а с сеткой и широкой резинкой зажгут в огне хип хопа. В зависимости от оформления, изделия могут стать искусительными или очаровательными, вызывающими или спортивными. После длительного изгнания хищник торжественно шествует по подиуму моды.

ELOMI

NOVIKA

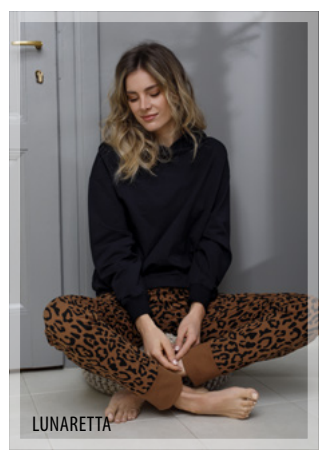
TARO


GAIA

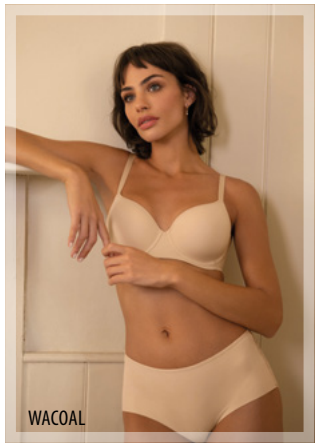

JULIMEX

ITALIAN FASHION

ESOTIQ


LUNARETTA

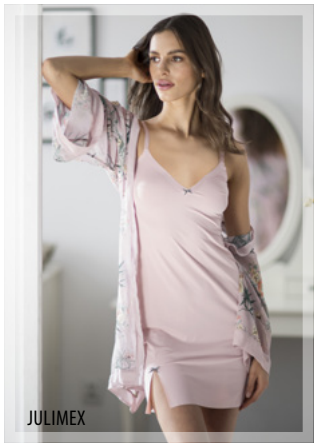
BEAUTY NIGHT FASHION


WACOAL

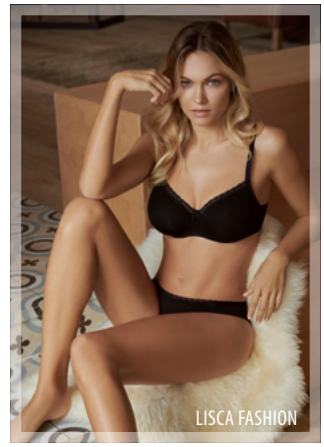
BEAUTY NIGHT FASHION

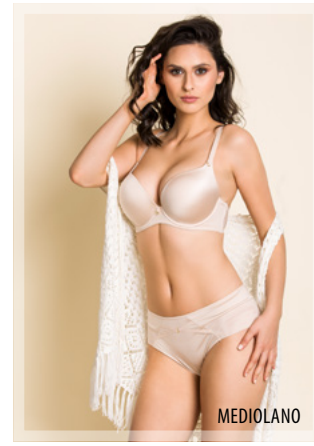
ELOMI

GAIA


JULIMEX

KINGA


LISCA FASHION


MEDIOLANO

GORSENIA

Пандемия повлияла на наше мышление, жизнь и отношение к одежде. Отделила значимое от пустого, дала понять, что некоторые вещи важными являются только на первый взгляд, а по сути, не нужны. Что оказалось ценным, если речь идет о белье? Комфорт и получение удовольствия от контакта с приятным для тела материалом. Спокойная цветовая гамма и гармоничные формы. Оказалось, что меньше значит больше. Простое, качественное белье может произвести столь же хорошее впечатление, как и богато украшенный гарнитур, но прежде всего, оно выполняет свою основную задачу: его комфортно носить.

KEY

ALLES

Меньше значит больше

NIPPLEX

Больше блеска!

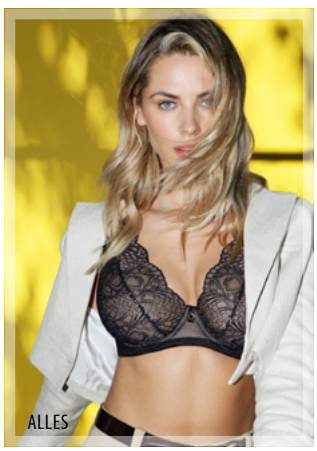
MEDIOLANO

KEY

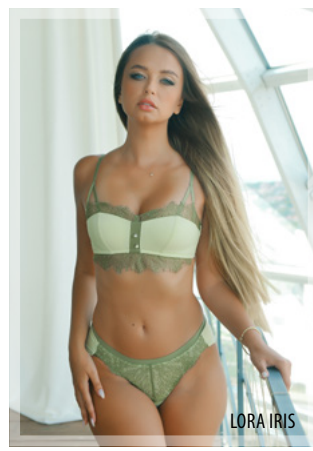
AXAMI

Минимализм завладел нашими гардеробами и, вероятно, останется с нами еще на какое-то время. Но дело в том, что мода, качнув маятник в одном направлении, любит двигаться в другом. Так будет и с нижним бельем. Каждый, кто устал от минимализма, может вздохнуть с облегчением: к нам возвращается блеск, сияние и роскошь, излишества формы и декоративных украшений. Белье будет олицетворять великолепие барокко, которое в той или иной форме присутствовало в бельевой моде начиная с двадцатых вплоть до восьмидесятых годов прошлого столетия. Кто первый рискнет поддаться соблазну роскоши?

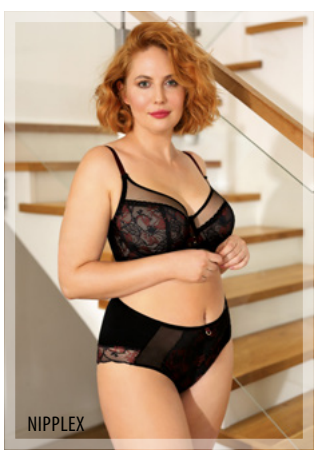
BEAUTY NIGHT FASHION

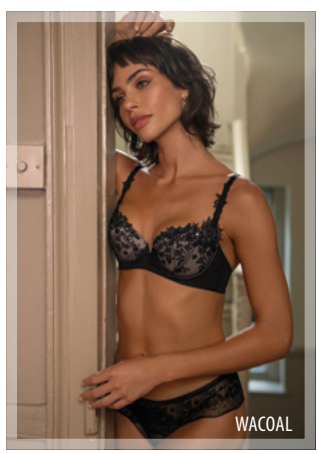

ALLES

SUBTILLE


LORA IRIS

GAIA


NIPPLEX


WACOAL

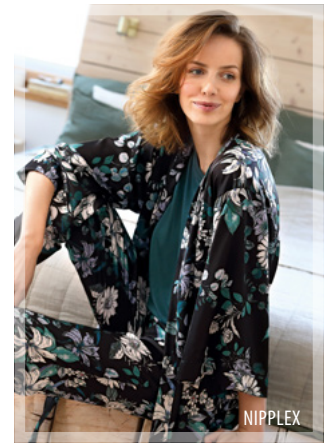
KINGA

GORSENIA

AXAMI

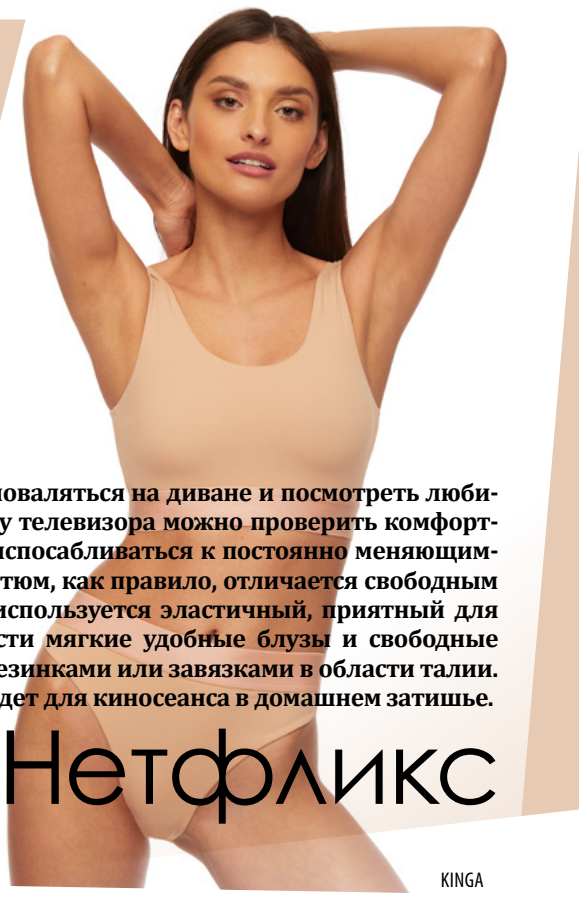
BEAUTY NIGHT FASHION

DE LAFENSE


NIPPLEX

JULIA ULICH

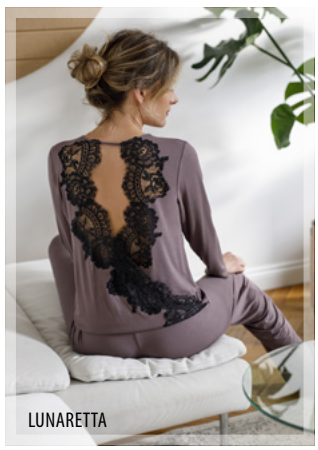
UNICO


KINGA

TARO

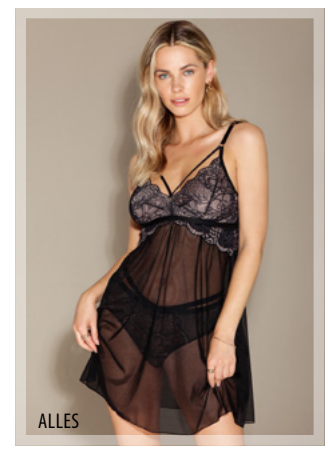
В домашней одежде мы любим поваляться на диване и посмотреть любимый сериал. Долгими вечерами у телевизора можно проверить комфортность и способность одежды приспосабливаться к постоянно меняющимся позам зрителя. Домашний костюм, как правило, отличается свободным кроем, а для его производства используется эластичный, приятный для кожи трикотаж. Стоит приобрести мягкие удобные блузы и свободные брюки с карманами, с тонкими резинками или завязками в области талии. Такая одежда лучше всего подойдет для киносеанса в домашнем затишье.

Вечер с Нетфликс


LUNARETTA

GORSENIA

KEY


ALLES

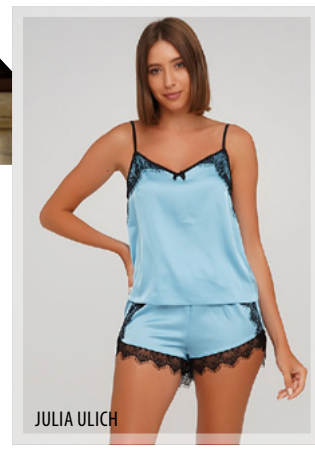
Кружевная работа

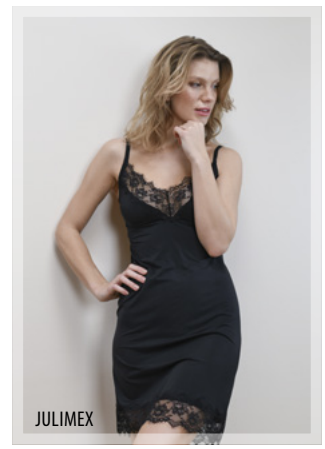
AXAMI

Элегантная версия ночного белья обычно отличается большим количеством декоративных украшений из кружева и гипюра. Кружево в основном используется в области выреза, на плечах и спине. Часто кружевная бейка украшает манжеты, штанины или низ рубашки. Иногда достаточно всего лишь небольшой детали, чтобы придать изделию изысканный характер, а стильная гипюровая вставка подчеркнет легкость женского силуэта.

DE LAFENSE

BEAUTY NIGHT FASHION


JULIA ULICH


JULIMEX

LISCA FASHION

MEDIOLANO

GORSENIA

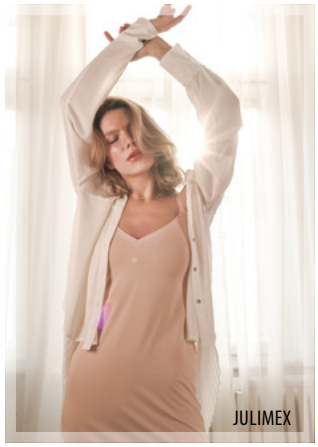
KEY

SILK MILK

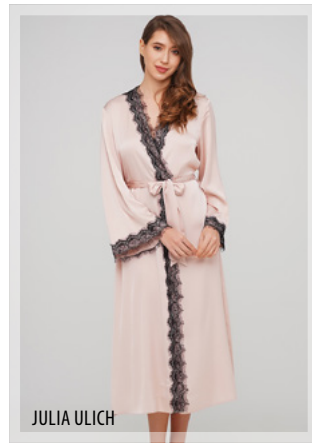
LUNARETTA

NIPPLEX

ALLES


JULIMEX

DE LAFENSE


JULIA ULICH

BEAUTY NIGHT FASHION

UNICO

LUNARETTA

TARO

TARO

ALLES

KEY

NIPPLEX

Ее величество Зима

Мы все затосковали по зимним пейзажам, хотя в зимней моде белый цвет играет, скорее, второстепенную роль. Мы предпочитаем темные оттенки светлым, поскольку они считаются непрактичными. Но ведь именно они способны внести свет в наши дома и скрасить долгие темные вечера. Поднять настроение и создать условия для хорошего отдыха. Стоит задуматься над тем, чтобы в зимнюю палитру включить разбеленные оттенки синего, розового или бежевого цветов, которые создадут уют, но будут менее яркими, чем чисто белый.

LUPOLINE

LINGERIEBUSINESS.RU Современный подход к ведению бизнеса

Онлайн-платформа Lingerie Business недавно отметила свой первый юбилей. Это идеальный момент, чтобы поговорить с Марией Петерсон, основательницей lingeriebusiness.ru, и побольше узнать об этом проекте. Первая годовщина – отличное время для подведения итогов.

«Модное Белье»: Мы наблюдаем за развитием Lingerie Business практически с самого начала. Расскажите, пожалуйста, как родилась у Вас идея создания этой платформы?

Мария Петерсон: Основываясь на богатом личном опыте организации ведущих бельевых выставок в Париже и Москве, в первую очередь я стремилась предложить ритейлерам современные решения и предоставить доступ к информации, необходимой для адаптации бизнеса к меняющимся условиям и противостоянию ужесточающейся конкуренции с маркетплейсами.

Сколько компаний доверилось Вам в течение этого года?

На данный момент на сайте представлено 65 брендов со всего мира, в том числе эксклюзивных. За 12 месяцев на платформе было проведено в общей сложности 46 вебинаров ведущих практикующих экспертов модного ритейла и 15 онлайн-презентаций брендов. На странице @lingerieismybusiness в инстаграме был проведен антикризисный марафон и более 40 прямых эфиров, также мы успели организовать деловой офлайн-завтрак.

В новом сезоне мы впервые проведем в Москве специальный вечер для лучших бельевых бутиков, а также впервые будем представлены на выставке CPM, где я буду рада лично со всеми встретиться и побеседовать.

Что было самым сложным в этом году? Что Вас удивило?

Первый год – сам по себе непростой, так как все приходится делать с нуля. Самым сложным было собрать подходящую команду, отработать все механизмы, а также решить ряд технических проблем, связанных с работой портала. Очень удивила инертность некоторых людей, то, насколько привычка и нежелание перемен порой оказываются важнее здравого смысла и становятся препятствием на пути к развитию и успеху.

У Вас налажены контакты со многими европейскими компаниями. Как Вы оцениваете рынок нижнего белья после пандемии? Как обстоят дела в России и на Украине?

Нижнее белье в широком смысле – один из самых динамичных сегментов фэшн-рынка.

Некоторые ритейлеры смогли не только успешно пережить локдаун, но и расширить свой бизнес. Лично я искренне восхищаюсь их находчивостью и гибкостью: я знаю, что многие стали практически с нуля развивать онлайн-продажи и достаточно преуспели в этом, другие решили добавить

совершенно новое направление – бра-фиттинг. Именно поэтому вебинары, посвященные этим двум темам, пользовались на платформе наибольшей популярностью.
В целом, сравнивая с Европой, я могу с полной уверенностью сказать, что независимая розница в России и на Украине более динамична в том, что касается адаптации к изменениям рынка и менее консервативна в плане ассортимента брендов. Разумеется, стоит отметить, что российским и украинским магазинам очень повезло, поскольку у них была возможность посетить локальные офлайн-выставки.

Каковы шансы возрождения выставок, встреч вживую, показов? Или нам следует привыкнуть к ведению бизнеса только онлайн?

Онлайн однозначно не может заменить общение вживую! Но он неизбежно станет неотъемлемой частью ведения бизнеса. Онлайн и офлайн ни в коем случае не стоит противопоставлять, так как одно дополняет другое. Чтобы успевать за ускоряющимся ритмом жизни и идти в ногу со временем, важно научиться оптимально использовать возможности онлайна. Например, на платформе у байеров есть возможность заранее ознакомиться с трендами будущего сезона и актуальным предложением брендов, а также мгновенно назначить встречи с поставщиками. Больше нет необходимости обмениваться электронными письмами для запроса каталогов или согласования времени встреч. Только представьте, какая это экономия времени и насколько повышается эффективность во время сессии закупок!

Кто стоит за Lingerie Business? Только Вы или кто-то еще Вам помогает?

Lingeriebusiness.ru – мой персональный проект, который я реализую благодаря поддержке небольшой команды. Помимо онлайн-платформы, я сотрудничаю с международным салоном белья в Париже, а также являюсь представителем Французской федерации женского прет-а-порте в России.

Стоит ли готовиться к выставке в Париже в январе 2022 года?

Подготовка к Международному салону белья в январе 2022 в Париже идет полным ходом, поэтому стоит. Я лично поддерживаю постоянную связь с несколькими компаниями, которые с огромным нетерпением ждут возможности представить свои новые коллекции байерам со всего мира. Будем надеяться, что эпидемиологическая обстановка не помешает проведению этого масштабного мероприятия.

Каковы Ваши планы на будущее?

В самых ближайших планах – расширение функциональности и ассортимента платформы за счет всемирно известных брендов, проведение новых офлайн-встреч в Москве и Париже, а также создание профессионального клуба для бельевых ритейлеров.

Кружево в бельевой индустрии

Йоанна Гмэрэк

Женское нижнее белье – это разнородность моделей, фасонов, расцветок и сырья. Для обеспечения комфорта и удовлетворения вкусов даже самых требовательных клиентов производители постоянно ищут новые решения, а источником вдохновения для них являются мировые тенденции моды. Современные женщины имеют возможность выбора бюстгальтера, и многие из них не представляют себе жизни без красивого, декоративного белья, украшенного изысканным кружевом.

На протяжении многих лет компания Karinus сотрудничает с известными производителями и знает, насколько важным элементом практически каждой бельевой коллекции является кружево. Им также часто интересуются начинающие дизайнеры и производители нижнего белья. Но если гуру бельевой отрасли, как правило, прекрасно знают, что им нужно, то для начинающих дизайнеров (в том числе студентов) иногда вызывает трудность отличить кружево от вышивки. И тут на помощь приходит команда Karinus, оптовая компания по продаже сырья и текстильной фурнитуры. Конечно, в Интернете можно найти достаточное количество сведений обо всем, в том числе о кружеве, но наши клиенты имеют возможность дотронуться до него, рассмотреть, а уже потом заказать, а если нужно – получить профессиональную консультацию. Мы располагаем большим количеством образцов, то есть готовых изделий, сшитых нашим дизайнером и конструктором в одном лице, с помощью которых мы демонстрируем клиенту, как тот или иной вид кружева выглядит на готовой модели. Наряду с пуш-апами, анжеликами, поролонами, полупоролонами и формованными бюстгальтерами, мы предлагаем большое количество мягких моделей и бралеттов, поскольку уже давно заметили повышенный интерес производителей к ним.

НЕЖНОЕ ЛИВЕРСНОЕ КРУЖЕВО

Анализируя коллекции производителей кружева и хорошо ориентируясь в предпочтениях наших клиентов, мы часто рекомендуем ливерсное кружево. Из-за сложного и трудоемкого процесса производства, оно является достаточно дорогим материалом, но покоряет утонченностью и богатством узоров на выразительном фоне. Искусное и кокетливое, узкое или широкое – ливерсное кружево

LINGERIE SHOW-FORUM

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА НИЖНЕГО БЕЛЬЯ
КУПАЛЬНИКОВ, ДОМАШНЕЙ ОДЕЖДЫ И ЧУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

XIII
СЕССИЯ

29.08 – 3.09
2021

Lingerie-Show-Forum.ru

всегда будет красивой отделкой нижнего белья. Огромной популярностью пользуется сегодня кружево с ресничным краем. В бельевых изделиях красоту переплетения можно подчеркнуть при помощи правильно использованной подкладки (сетки, сатина т. д.). Мы часто демонстрируем нашим клиентам, как при помощи соответствующей стабильной подкладки кружево может использоваться в бюстгальтерах и на среднюю, и на большую грудь, гарантируя при этом идеальную посадку и поддержку. Такой тип кружева производители также используют в качестве вставок, например, в полупоролоновых бюстгальтерах. Удачным украшением ливерсное кружево является и для халатов или пеньюаров, а также использованное в качестве декоративных и отделочных элементов ночного белья (например, на манжетах).

ОШЕЛОМЛЯЮЩИЙ ЖАККАРД

В качестве эластичного кружева мы предлагаем жаккардовое. Оно более плотное, чем ливерсное, и не имеет столь эффектного фона, зато характеризуется богатым разнообразием узоров. Благодаря эластичности, жаккард является не только декоративным элементом, но и выполняет определенные функции. Например, в бралеттах, идеально прилегая к груди, слегка корректирует асимметрию молочных желез. Среди наших образцов есть пуш-апы, поролоны и полупоролоны, где жаккардовое кружево использовано в качестве отделки бретелей, боковых элементов или краевых линий бюстгальтера. На сегодняшний день жаккард является самым востребованным кружевом в бельевой индустрии.

Часто клиенты, желающие придать выразительности своим изделиям, выбирают кружево текстроник. Плотное, с выпуклым рисунком, оно чаще всего используется при производстве одежды, однако прекрасно выглядит и на белье. Все зависит от вкуса и фантазии дизайнера.

УНИВЕРСАЛЬНОЕ ПОЛОТНО

В нижнем белье широко используется кружевное полотно шириной около 150 см, то есть такой же, как трикотаж или ткань. Полотно может быть эластичным или неэластичным. Оно идеально подходит для коллекций, в которые входят разные модели: бюстгальтеры, трусы, стринги, рубашки, пеньюары и другое. Благодаря такой ширине кружевные полотна имеют большое значение в производстве, поскольку позволяют оптимально использовать сырье при относительно невысоких производственных затратах. Часто полотно заменяет в производстве кружево или вышивку, особенно в коллекциях для большой груди и в таких моделях, где чашка полностью покрыта кружевом. Ширина кружева, как правило, составляет 18-23 см, поэтому при больших размерах его может не хватать для полного покрытия чашки. В таких случаях на смену приходит кружевное полотно.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ НОВОСТИ

В последнее время растет интерес к кружеву необычных расцветок, с металлическим блеском или люрексом. По экологическим соображениям мы предлагаем кружево, изготовленное в процессе переработки отходов производства. Кроме того, при производстве белья используется сегодня кружево, изготовленное из чистого органического хлопка, волокон агавы и бамбуковых волокон.
Практически в каждой коллекции производители используют кружево, которое придает бюстгальтеру неповторимый характер, утонченность и элегантность. Кружево соблазнительно, а нижнее белье из него необычайно женственно, немного загадочно, а иногда явно эротично. Оно прекрасно сочетается с другими материалами, такими как сетка, трикотаж или атлас. Различная ширина позволяет реализовать практически любые идеи дизайнеров и производителей. Узкое кружево валансьен часто используется при отделке бретелей. Кружево шириной 5-9 см или 18-22 см используется на чашках или в боковых частях. Кружевное полотно применяется в производстве халатов и пеньюаров.
Клиенты, которые с нами сотрудничают, по достоинству ценят предлагаемый нами ассортимент, высокое качество, интересный и разнообразный дизайн и богатую цветовую гамму кружева. Нам же, в свою очередь, нравится их вдохновлять, пробуждать фантазию, давать советы и удовлетворять потребности. Мы знаем, как важно выделиться на фоне конкурентов, поэтому гарантируем эксклюзивное кружево, благодаря которому коллекции не просто будут интересными, они станут уникальными. Как говорит владелица нашей фирмы: «Кто у Каринуса покупает, у того дело процветает».

INTERNATIONAL FESTIVAL OF VOGUE

KYIV FASHION

February 2.3.4.2022

VENUE:

INTERNATIONAL EXHIBITION CENTRE

15, Brovarskyi Avenue, Kyiv, Ukraine
(Livoberezhna metro station)

Organizer of the exhibition:

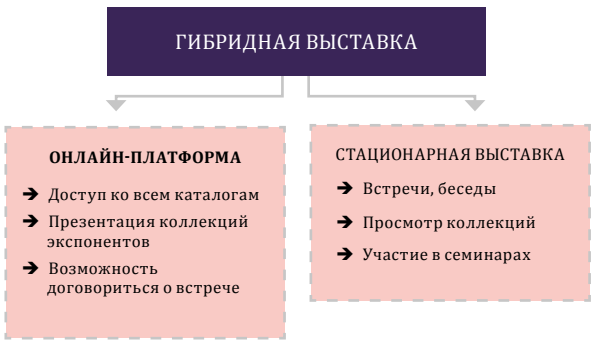
FAIR · LTD · KYIV INTERNATIONAL CONTRACT

www.kyivfashion.kiev.ua

Мы возвращаемся!

После почти двухлетнего перерыва в сентябре 2021 года возобновит работу стационарная выставка «Салон белья».

Наша последняя встреча состоялась в октябре 2019 года в Лодзи (Польша). С тех пор выставка проводилась в режиме онлайн. И хотя мы ценим возможности, предлагаемые онлайн-платформой, все равно с нетерпением ждем личных встреч. Возможность поговорить, прикоснуться к изделиям и непосредственно обменяться опытом в нашей отрасли ничем не заменишь.



ГИБРИДНАЯ ВЫСТАВКА

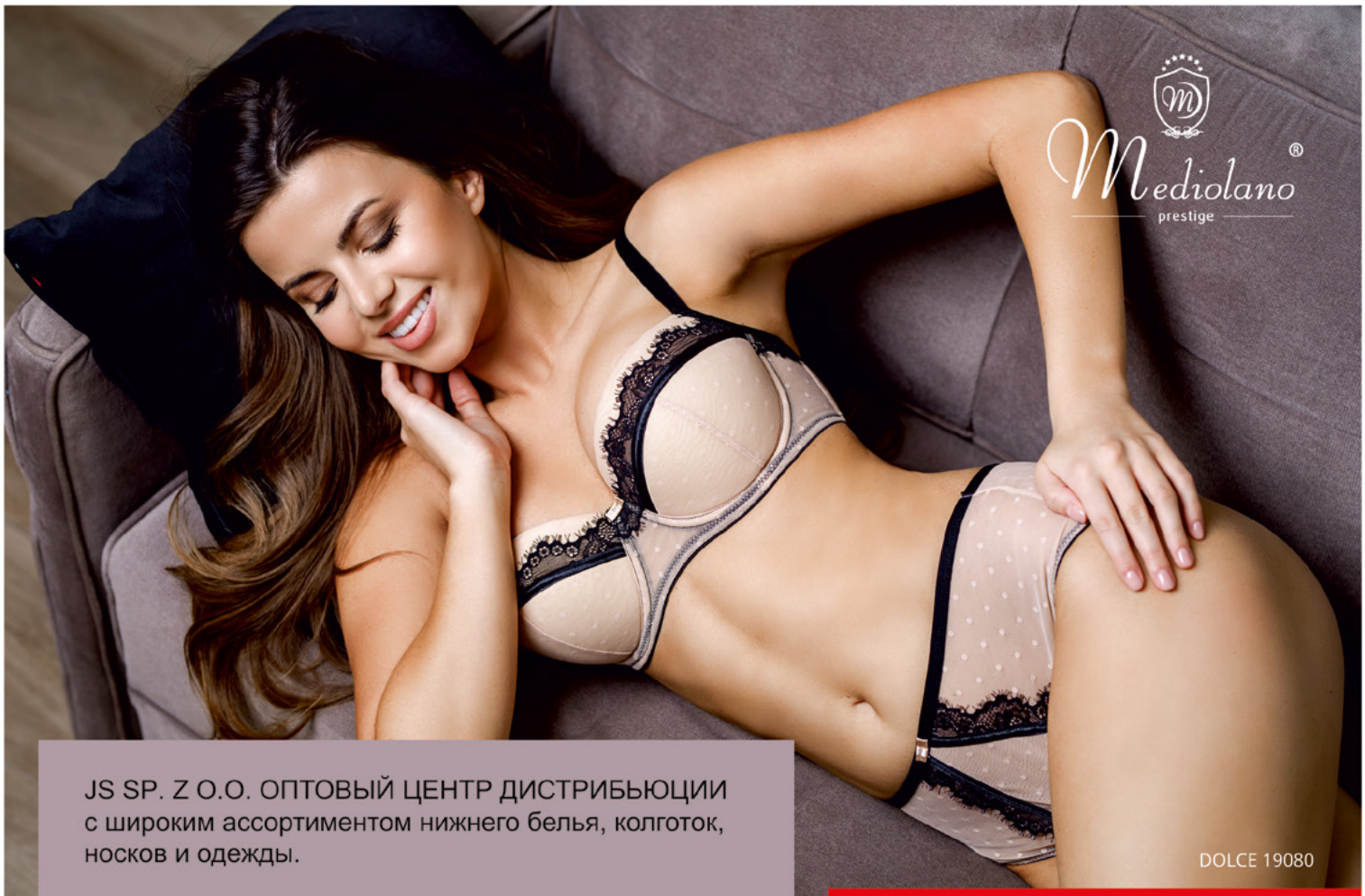
Во время выставки мы хотели бы объединить преимущества обеих форм проведения: реальных встреч и встреч в Интернете. Поэтому за неделю до открытия стационарной выставки мы запустим онлайн-платформу, на которой можно будет предварительно ознакомиться с новинками польских и зарубежных производителей, скачать прайс-листы и каталоги. Теперь вам не придется носить тяжелые сумки, заполненные печатными каталогами! На платформе вы также сможете договориться о встречах во время стационарной выставки. Благодаря этому можно будет заранее продумать свой визит, оптимально распланировав время. Если по какой-либо причине вы не сможете участвовать в мероприятии, благодаря онлайн-платформе у вас будет возможность наверстать упущенное. Все доклады и выступления конференционной части стационарной выставки появятся в сети, что позволит ознакомиться с ними и после завершения мероприятия.

НОВОЕ МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ

Салон белья переезжает на новое место. На этот раз мы встретимся в Жгуве (пригород Лодзи), в павильоне A-bis торгового центра Ptak. До центра можно легко добраться из любого региона Польши, в распоряжение гостей будет предоставлено большое количество бесплатных парковочных мест, будут работать рестораны. Арендуемая площадь позволит должным образом запроектировать выставочное пространство с широкими аллеями и зонами, предназначенными для конкретных целей. На выставку можно приехать всей семьей. Гости и сопровождающие их лица смогут посетить самый крупный в Европе крытый парк развлечений Mandoria, а также огромный надувной Candy Park, который открылся в июне 2021 года. На территории торгового центра работает большое количество магазинов.

САМОЕ ВАЖНОЕ

Однако некоторые моменты останутся без изменений. По-прежнему во время выставки самым важным будет возможность проведения встреч как с известными брендами, так и с новыми компаниями. По традиции обязательной составляющей Салона белья будет конференц-панель с семинарами, подготовленными отраслевыми экспертами и экспертами из сопряженных областей. Чашка ароматного кофе обеспечит необходимый заряд бодрости на двухдневный марафон.



JS SP. Z O.O. ОПТОВЫЙ ЦЕНТР ДИСТРИБЬЮЦИИ
с широким ассортиментом нижнего белья, колготок, носков и одежды.

ПРЕДЛАГАЕМ НАШИМ КЛИЕНТАМ:
- продукцию более 300 производителей, размещенную на площади 8500 m^2
- эксклюзивный бренд: MEDIOLANO
- быстрое и профессиональное обслуживание
- непрерывность поставок и честные цены
- доступ к оптовой интернет-продаже
- скидки, пропорциональные величине заказа (учитываем скидки других поставщиков)

Дополнительно:
- оказываем визовую поддержку
- оформляем документы sad и TAX-FREE

Если вы заинтересованы в сотрудничестве или желаете получить коммерческое предложение, пишите нам по адресу:

taras.holodynskyi@js.com.pl
tatiana.turewicz@js.com.pl

или звоните по телефону:

+48 518-009-168
+48 667-666-122

Приглашаем к сотрудничеству:

- РОЗНИЧНЫЕ МАГАЗИНЫ
- ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ
- ОПТОВЫЕ СКЛАДЫ

Наше предложение на сайте интернет-склада:

JS SP. Z O.O.
Zmieniamy oblicze dystrybucji

JS Sp. z o.o. | ul. Smoluchowskiego 1, 20-474 Lublin, тел.: (+48) 81 462 41 22, факс: (+48) 81 462 41 80
время работы: пн. - пт. 8.00 - 15.30, export@js.com.pl, www.js.com.pl | Польша

ВЕДУЩИЕ МАРКИ В JS:

Mediolano · Ava · GAIA · MITEX · Gatta · RÖSSLI · dn doctor nap · key · LA/MA · HENDERSON · TARO · LUPO LINE · cornette · Viki · sloggi · Julimex · WOLA · obsessive · NIPPLEX LINGERIE · Babella · GORSENIA · Steven

Karina RICHI lingerie

Obsessive, Beauty Night
Chilirose, Easy Light
Mediolano, Kris Line, Vena
Balaloum, Lora Iris, Gabriella
Doctor Nap, Taro, Luna
Henderson, De Lafense
L&L, Serenade
Julimex, Mitex, Fleur, Leveza
Lorin, Etna, Self, Gabbiano

ОПТОВА ФІРМА ЖІНОЧОЇ БІЛИЗНИ
KARINA RICHI
м.Київ
тел. +38 0662221701, +38 0964602755
shop@karina-richi.com
www.karina-richi.com

Приглашаем посетить наш новый
стенд в ТЦ РТАК, павильон С, бокс 379
Информация: +48 792758236 (Whatsap Viber)
e-mail: ela@madora.pl

ПОДПИСКА ЖУРНАЛА
МОДНОЕ БЕЛЬЕ

Электронную версию журнала
Вы всегда можете посмотреть
на сайте www.popmoda.ru
Бесплатные экземпляры можно получить
во время бельевых выставок
или у наших представителей по всей России!
Для оформления подписки напишите
нам в редакцию:
e-mail: 2332521@mail.ru
+7 495 233 25 21
Доставка почтой России по всему миру.
Стоимость 1 номера по России – 200 рублей.
Для других стран цена по запросу.
Вы платите только за почтовый перевод.
Журнал для Вас бесплатно.

21–24/2/2022

dreams
body & beach

International
Lingerie Trade Show
Moscow

dreams-moscow.com

18+

Messe Düsseldorf Moscow

IGEDO COMPANY

EXPOCENTRE
INTERNATIONAL EXHIBITIONS AND CONVENTIONS
MOSCOW

CPM
COLLECTION
PREMIÈRE
MOSCOW

ВЫ МОЖЕТЕ ВЗЯТЬ ЖУРНАЛ У НАШИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ

ГОРОД МОСКВА:

Bikinitop
мкр. Северное Чертаново, д.5,
офисно-складской комплекс «Балаклавский»,
офис-склад 106
+7 (499) 755-81-11 +7(917) 530-91-10
bikinitop12@ya.ru
www.bikinitop.ru

Moda&Style
ул Складочная 1 стр 10,
8 (499) 322-37-60
www.mstyle.pro

ПроБелье
3-й Нижнелихоборский проезд, д.3, стр.2
Бесплатная горячая линия: 8-800 333-55-74
info@probelio.ru
www.probelio.ru

GALANT
1-ая ул. Бухвостова 12/11 к. 43
+7 (495) 125-22-82
galantholding.com

Audace
ул. Верхняя Красносельская,
д. 2/1, стр. 2, оф. 3
+7 (495) 755-8838, +7 (925) 502-4248
www.audace.ru

Компания Dimanche Lingerie
ул. Новодмитровская, д. 5а, стр. 2
+7-495-287-73-90, 8-800-333-60-32
www.dimanchelingerie.ru

Скамата
ул. Складочная, д. 1, стр. 7,
(495) 646 84 24
www.skamata.ru

Дарси Трейд
ул. Краснобогатырская, д. 89 (Мосрентсервис),
(495) 646-28-83
www.darsitrade.ru

Вишкопт
1-й Нагатинский проезд, д.2
8 (495) 215-213-6
zakaz@vishcopt.ru
www.vishcopt.ru

ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:

«Бельконста»
пр. Лиговский, д. 50, корп. 11,
8 (800) 505-95-18
www.belconsta.ru

ГОРОДА РОССИИ:

Дом Белья Триумф
г. Краснодар, ул. Сормовская, 202/1
nb-opt@triumf-ug.ru
8-800-505-90-28
www.nb-opt.ru

Самара, ГК «Гелиос»
ул. Революционная, 70 Д,
www.rosgelios.ru,
контактное лицо:
Селезнева Ольга Евгеньевна,
(846) 342-52-00
Филиалы Гелиос:
г. Тольятти, Южное шоссе, 53
г. Казань, ул. Мартына Межлаука, д. 13
(Центральный рынок)
г. Ульяновск, ул. Кольцевая, д. 50, стр. 2
г. Саратов, ул. Танкистов, д. 15
(ТЦ «Олимп»)

Самара, Бельевик
+7 (927) 604-48-94
www.belevik.ru

Филиалы ООО «Диалог»
www.dialog26.ru
stavropol@dialog26.ru
г. Ставрополь, ул. Ковалева, 19
8-8652-28-48-05, 28-48-06
г. Пятигорск, р-он рынка «Лира»
ТЦ «Хорошевский»
(напротив рынка «Казачий Майдан»)
357390, Предгорный р-он, х. Хорошевский,
ул. Шоссейная 25/6
8-961-462-61-22, 8-905-461-44-45
г. Ростов-на-Дону
пр. Шолохова, 2826
8-938-102-09-89
www.dialog61.ru
г. Краснодар
ул. Вишняковой, 2 а, литер Л 2 этаж
8-938-414-29-17

Пятигорск, ООО «Белье и Колготки»
ул. Ермолова, 14,
www. imtex.ru,
(8793) 97-60-62
Филиалы Белье и Колготки:
г. Краснодар, ул. Лизы Чайкиной, 2
г. Астрахань, ул. 3-я Зеленгинская, 56

Владивосток, ИП Грезин
ул. Гамарника 8а,
+7 (4232) 688-991

Красноярск, ООО «Сапфир»
г. Красноярск, улица Сплавучасток,
дом 10, строение 2.
8(391)219-30-90

Хабаровск, Компания «Лиситея»
ул. Хабаровская, д. 19, корп. 3
тел.: + 7 (962) 586-17-47
e-mail: lysithea@mail.redcom.ru
www.lysithea.ru

ЕСЛИ ВЫ ОПТОВЫЙ СКЛАД И БЕЛЬЕВОЙ МАГАЗИН, И ХОТИТЕ ПОЛУЧАТЬ НАШ ЖУРНАЛ,
НАПИШИТЕ НАМ E-MAIL: MIRMODA@MAIL.RU
ПОЗВОНИТЕ НАМ: + 7 495 233-25-21

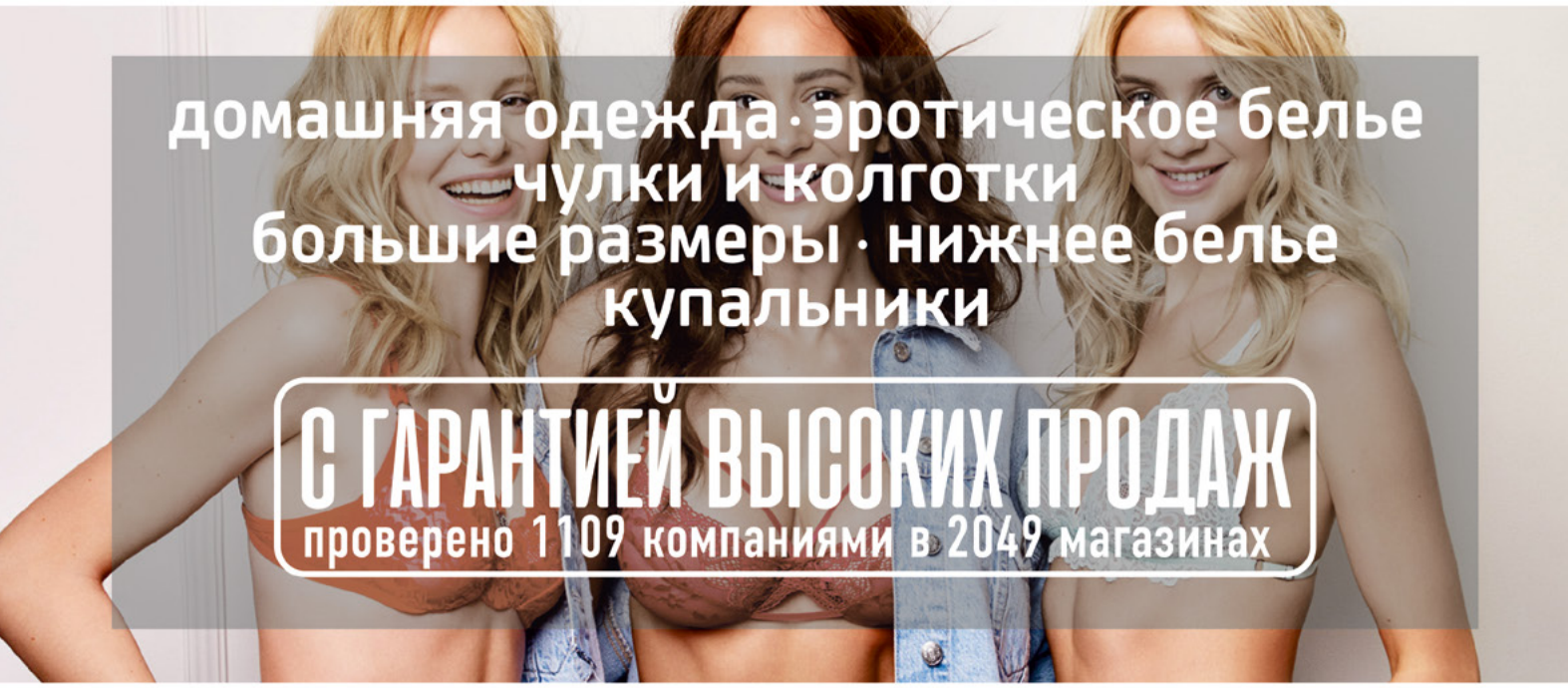
ВИШКОПТ

КРАСИВОЕ БЕЛЬЕ ОПТОМ

VISHCOPT.RU ZAKAZ@VISHCOPT.RU

+7 (495) 215-213-6

Москва, 1-й Нагатинский пр-д, д.2



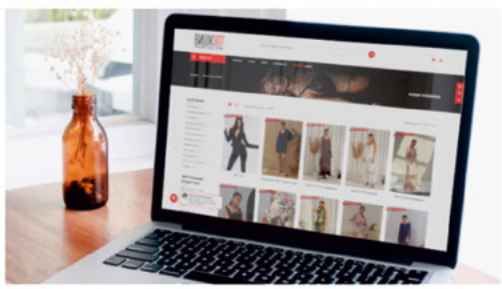
домашняя одежда · эротическое белье
чулки и колготки
большие размеры · нижнее белье
купальники

С ГАРАНТИЕЙ ВЫСОКИХ ПРОДАЖ

проверено 1109 компаниями в 2049 магазинах

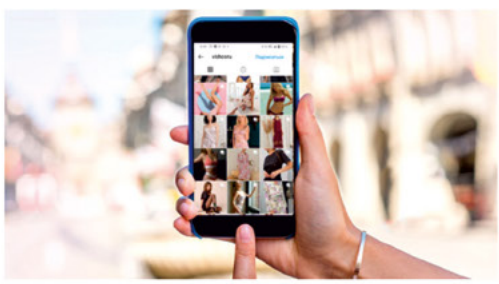
С КЕМ МЫ РАБОТАЕМ

РОЗНИЧНЫЕ МАГАЗИНЫ



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

СТУДИИ BRA-FITTING



INSTAGRAM АККАУНТЫ

WILDBERRIES OZON Яндекс Маркет СБЕР МЕГА МАРКЕТ

СЕЛЛЕРЫ

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

НАШИ ТОРГОВЫЕ МАРКИ

LADY tna · ALLES LINGERIE · Verano · UNICONF the unseen is essential · MAT lingerie · laete

Coquette Revue · Gabriella® · Mia-Mia · mia-amore · SENSIS® · DONNA collection

TARO® · obsessive · PASSION® FREE YOUR SENSES · anais apparel · Beauty Night fashion · LivCo FASHION® Corsetti

25–26.09.2021

Salon®
BIELIZNY

Организатор
выставки

modna bielizna
модное белье

ТЦ РТАК
Павильон A bis, ул. Rzemieślnicza 35, Rzgów, Польша

www.salon-bielizny.com