

استراتيجيات تسويق الملابس ودورها في نجاح العلامات التجارية دراسة تحليلية

أ.د/ خالد محمود عبده الشيخ

أستاذ الادارة بقسم الملابس الجاهزة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

أ.د/ ضحى مصطفى الدمرداش

أستاذ التصميم ورئيس قسم الملابس الجاهزة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

الباحثة/ دينا لطفي حامد مغيث

مصمم ازياء بالهيئة العامة لقصور الثقافة - وزارة الثقافة

Dinamougheeth25@gmail.com

ملخص البحث

ان النجاح التسويقي في بيئة صناعة الملابس الجاهزة المتغيرة بشكل سريع يتطلب دراسة مفصلة لاستراتيجيات تسويق الملابس في الشركات العالمية الناجحة حتي يتسني للشركات المبتدئة والصغيرة اختيار وتصميم استراتيجية مناسبة لها ويتناول البحث اهمية دراسة استراتيجيات التسويق وتطبيقها علي صناعة الازياء والموضة. ودور استراتيجيات التسويق في نجاح العلامات التجارية للملابس والازياء والتركيز علي دراسة اتجاهات الموضه وعلم التنبؤ باتجاهات الموضه لتاثيرة المؤثر علي تسويق الملابس والازياء واهمية بناء العلامة التجارية وتطويرها كاستراتيجية اساسية لتسويق الملابس كذلك دراسة المزيج التسويقي الذي يرتبط في الغالب بأربع نقاط للتسويق Ps4، والأساليب السبعة لتسويق الخدمات Ps7، ونظريات العناصر الأربعة Cs4 التي تم تطويرها في التسعينيات. مع دراسة حالة للاستراتيجيات المتبعة لتسويق الملابس لعلامات تجارية للازياء مختلفة في سياساتها واستراتيجياتها التسويقية ولكنها تتميز بالنجاح الباهر كدراسة حالة لاستراتيجيات تسويق الملابس الجاهزة لشركة زارا العالمية ومدى نجاحها في السوق المصري. ودراسة حالة لاستراتيجيات تسويق الملابس لشركة مانجو للملابس ومدى نجاحها في السوق المصري.

الكلمات المفتاحية:

استراتيجيات التسويق - الازياء - اتجاهات الموضه _ العلامة التجارية