



NAFNAF

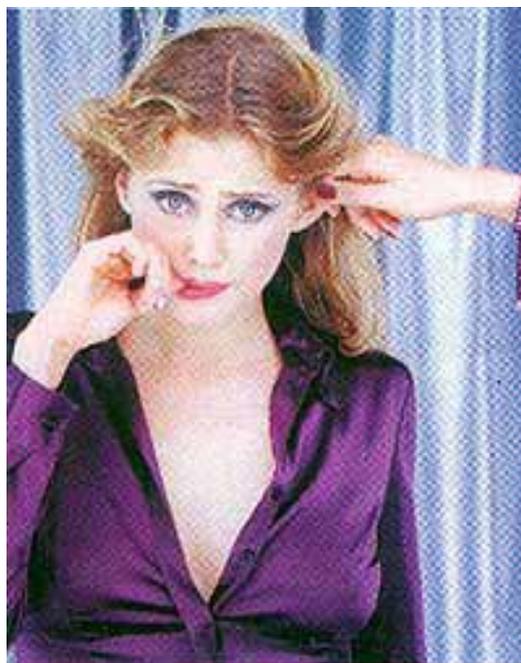
Торговая марка Наф Наф
учебные материалы

История торговой марки Naf-Naf

NAF NAF появилась в Париже в **1973** году. Ее придумали и воплотили в жизнь **братья Жерар и Патрик Парьянт**. Все началось с того, что, освоив пошив женского платья, господа Парьянты загорелись идеей создания собственного бренда. Однажды летом в Париже на улице **Рю де Кер 33** они сшили модель комбинезона, конечный вид которого их категорически не устраивал. Тем не менее, один из закупщиков решил иначе, и заказал большую партию этой модели. В Париже **комбинезон** стал бестселлером сезона, позволив NAF NAF громко заявить о своем появлении. Теперь в каждой коллекции марки есть хотя бы один комбинезон, который стал для NAF NAF своеобразным талисманом.



С историей NAF NAF все более или менее понятно, но что касается замысловатого названия, на этот счет есть следующая легенда. Говорят, что **NAF NAF** - это детское прозвище господина Патрика Парьянта, младшего из братьев. Кроме того, основатели фирмы видят в имени сказочного поросенка хороший пример в бизнесе.



Ведь если вспомнить сюжет сказки, то именно этот поросенок был наиболее ответственным и практичным. Потому и в самой первой рекламной кампании NAF NAF фотографии были украшены нарисованными следами поросят. А один из парфюмов марки повторял в дизайне флакона забавную завитушку поросячьего хвостика.

Первые коллекции марки не были разделены на стилевые направления и темы, как это

обычно бывает в модных марках одежды. С 1995 года компанией была начата разработка новой концепции продвижения продукции, массовое внедрение которой началось уже в **1998** году. Был изменен логотип — банальные копытца уступили место изящному серебряному кругу со стрелкой и буквами NN. Данный логотип символизирует многоплановый уровень самой марки: внутри нее могут существовать разные и абсолютно независимые друг от друга образы одной и той же женщины. В зависимости от своего настроения и рода деятельности “женщина Naf Naf” может выбирать, какой ей быть сегодня.



По результатам опроса IPOSOS, который проводился во Франции в 1993 и 1994 году, у себя на родине торговая марка Naf Naf занимает второе место, уступая по своей популярности лишь всемирно-известной компании Levis.

24 марта 1995 года неунывающий французский поросенок добрался и до Москвы – на проспекте Мира открылся первый в России фирменный магазин Naf Naf, который сразу же завоевал заслуженную популярность среди москвичек, давно мечтавших о радостной и изящной одежде по доступным ценам и прямо с Парижского подиума...

В **2005, 9 февраля** открылся флагманский магазин Naf Naf в ТК «Охотный ряд», Москва.

В **2005** году семь магазинов Naf Naf в России – 50 магазинов.

Патрик Парьянт рассказывает о Naf-Naf



”Я частенько бываю в России и очень люблю русскую кухню. Борщ, например”, — вежливо уверяет Парьянт. Но вместо блинов с икрой заказывает тарелку диетического карпаччо из морепродуктов, салат из свежей рукколы и минералку.

“Наф-Нафом в детстве прозвали моего старшего брата Жерара, он чуть крупнее меня и всегда любил покушать”, — посмеиваясь, объясняет Парьянт. Потом, правда, оговаривается: “Все зависит от того, кто из нас дает интервью, — брат рассказывает, что Наф-Нафом звали меня. Но если вы посмотрите на меня и брата, то поймете, кто из нас настоящий Наф-Наф”. “Мы рано

потеряли родителей, они не имели никакого отношения к миру моды, — рассказывает Парьянт. — Первую работу мы получили в ателье женского платья, оно называлось "Нафталин".

Со временем мы поняли, что наши начальники кое-что делают не так. Мы решили учесть все ошибки и создать собственный бизнес”. Семейная фирма Naf Naf была создана в 1973 г., начальный капитал братьев составлял 20 000 франков. “Мы сняли 18-метровый офис на улице Де Кер, 33, в Париже и в 1978 г. выпустили первую коллекцию одежды под фирменным знаком Naf Naf”, — вспоминает Парьянт. В семейном бизнесе плюсов гораздо больше, чем минусов, убежден Парьянт: “Люди приходят и уходят, а мы с братом сработались давно. Обязанности поделили так: Жерар занимается всем, что касается тканей и производства, а я — маркетингом и финансами”.

Хотя и неохотно, но Парьянт признается, что верит в приметы и талисманы: “Мы часто изображаем на изделиях фирмы цифры 33 (номер дома первого офиса компании в Париже.) и 73 (дата основания компании.)”.

Еще один талисман братьев — комбинезон, он принес удачу первой коллекции. “Мы сшили комбинезон, чтобы протестировать на нем новые цвета. Ткань была непрокрашенная, швы необработанные, но нашим оптовикам он неожиданно понравился в таком "недоделанном" виде.

Успех был ошеломляющим, мы продали несколько миллионов штук, комбинезон стал бестселлером года. Теперь стараемся, чтобы в каждой коллекции присутствовал комбинезон”. У России есть свои особенности, признает Парьянт. Холода здесь наступают раньше, поэтому коллекцию осень/зима приходится формировать раньше, чем для Франции. Еще одно интересное наблюдение: в России более популярны размеры 42-44, тогда как во Франции происходит смещение шкалы в сторону размеров 46-48.

Парьянт убежден: мир не хочет стареть. Именно поэтому последние коллекции Naf Naf предназначены для женщин от 18 до 35 лет. “Наши рекламные кампании имеют исключительно молодежную окраску, — объясняет президент Naf Naf. — Во Франции у нас есть магазины и для женщин средних лет, ведь наши покупательницы растут вместе с нами.

Братья Парьянт не обделили вниманием и сильную половину человечества. Восемь лет назад они выкупили фирму Chevignon, у которой тогда были серьезные финансовые проблемы. “Первые четыре года было достаточно тяжело, приходилось расплачиваться с долгами и строить новую бизнес-стратегию. Последние два года эта марка начала приносить прибыль”, — рассказывает Парьянт.

Беседу постоянно прерывают телефонные звонки ему на мобильный. “Бизнес есть бизнес, я не могу не отвечать. У нас магазины по всему миру, и если есть какая-то проблема, то звонят сразу мне, а учитывая разницу часовых поясов, звонок может раздаться в любое время, — объясняет Парьянт.

Несмотря на солидный стаж работы, Парьянты пока не думают отойти от дел и заняться чем-нибудь для души: “Это невозможно. Если бы мы не были так влюблены в свое дело, то ничего бы не добились в жизни. Тем более что мы сейчас работаем уже не за деньги, а за идею”.

Как и положено основателям семейного бизнеса, Парьянты рассчитывают, что дети придут им на смену: “У брата два взрослых сына, у меня дочь. Каждый из них уже успел поработать по два-три года в нашей компании. Теперь они создали свои фирмы и делают более дорогую одежду, чем мы; на днях про них даже написал французский Elle. Но мы рассчитываем, что дети, набравшись опыта, все-таки вернуться в нашу компанию”.

Открытие флагманского магазина Naf-Naf



17 февраля, по случаю открытия флагманского магазина NAF NAF в России, состоялся пресс-брифинг, участие в котором приняли президент группы компаний Naf Naf - Chevignon Патрик Парьянт и президент группы компаний ДжамильКо Халед Джамиль. В рамках мероприятия прошло дефиле коллекции NAF NAF сезона "осень-зима 2005/06".

"Открывшийся в самом центре Москвы магазин идеально соответствует целям, которые мы ставим перед собой на российском рынке. Кроме того, это очень красивое помещение, и мне бы хотелось поблагодарить наших российских партнеров за столь удачную реализацию идеи" - заявил на брифинге президент группы компаний NAF NAF-Chevignon Патрик Парьянт.

Флагманский – означает "первый в ряду", "лучший". Флагманский магазин NAF NAF, 17 февраля ставший площадкой для проведения брифинга, первым представляет поступающие коллекции одежды и является проводником новых концепций для сети магазинов NAF NAF в России.

NAF NAF в ТК "Охотный Ряд" - "образец для подражания", ориентир в области дизайна торговых точек и стандартов обслуживания покупателей сети не только для Москвы, но и для всех региональных представителей марки. Магазин марки – воплощение новой концепции, которая только начинает тестирование на родине марки: во Франции. Оформление магазина выполнено в соответствии с последними мировыми тенденциями моды.

Эксклюзивным дистрибьютором торговой марки NAF NAF на территории России является компания ООО "ЛВБ", входящая в группу компаний ДжамильКо. Патрик Парьянт также сообщил, что в ближайших планах компании расширение присутствия NAF NAF в России.

"NAF NAF работает в России уже 12 лет, и за это время мы стали свидетелями значительных изменений в подходе российских женщин к формированию собственного стиля" - считает президент группы компаний NAF NAF - Chevignon. "Сейчас российские женщины одеваются, как настоящие парижанки – также требовательны и также внимательны к новым направлениям моды" - говорит Патрик Парьянт.

Кодировка и расшифровка артикула

Рассмотрим артикул FNJI46B64:

Первые две литеры «FN» обозначают, к какой коллекции принадлежит изделие: к коллекции весна-лето 07;

Третья литера «J» обозначает наименование изделия (см. список ниже);

Четвертая литера «I», либо литера «L», либо литера «J» - начиная с коллекции FW – 05\06 обозначения не имеют!!!

Наличие пятой литеры обозначает принадлежность изделия к определенному разделу (например, если пятая литера “А”, значит, это изделие принадлежит к теме **“Спортивная и Легкомысленная”**, если пятая литера “В”, то изделие принадлежит к теме **«Городское Сафари»**, если пятая литера “С”, то изделие принадлежит к теме **«Истинность Цвета»**, если пятая литера “Н”, “F”, “D”, то изделие принадлежит FLASH коллекции.

Последняя цифра всегда обозначает, что изделие принадлежит к какой – либо теме во французском каталоге.

T	Футболка, топ
U	Вязанный свитер
C	Рубашка, блузка
H	Пальто, плащ
W	Жакет
S	Трикотажный свитер, толстовка
B	Шорты
D	Комбинезон
E	Комплект
J	Юбка
K,L	Куртка
P	Брюки
R	Платье
G	Жилет
A	Леггинсы
Y	Боди
X	Аксессуары

Таблицы соответствия размеров



fr	eur
S	42-44
M	46
L	48
XL	50-52

fr	eur
36	42
38	44
40	46
42	48

Бланк обратной связи о тренинге.

Фамилия Имя:

Магазин:

Название и дата тренинга:

Пожалуйста, обведите кружком один ответ

1. Тренинг был:

нисколько не понравился

так себе

прошёл как обычно

хороший тренинг

отличный тренинг

1 2 3 4 5 хорошее сочетание практики и теории

1 2 3 4 5 длительность тренинга нормальная
(если нет, укажите: слишком короткий или длинный)

1 2 3 4 5 интересный

1 2 3 4 5 полезный

1 2 3 4 5 понятный

2. На тренинге Я:

1 2 3 4 5 был активен

1 2 3 4 5 чувствовал себя комфортно

1 2 3 4 5 провёл время эффективно

Спасибо!

Для тренера:
