

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ БРЕНДА DUB

Патока Даниил Игоревич

магистрант, Международный менеджмент, Уральский Федеральный университет имени первого президента России Бориса Николаевича Ельцина, РФ, г. Екатеринбург

Аннотация. В статье рассказывается о возвращении испанских брендов компании Inditex на Российский рынок путем перепродажи активов и смены наименований торговых марок. Основная проблематика темы – конкурентный анализ компании.

Ключевые слова: Inditex, R-Mixed, бренд, простой, анализ, рынок, конкуренты.

Бренд Pull&Bear является одним из ключевых брендов компании Inditex. Созданный в 1986 году в Нароне, Галисия. Основной фокус бренда – повседневная одежда и аксессуары для молодых людей в уличном стиле по доступным ценам. В магазинах два отдела мужской и женский. В 2011 году бренд запусти онлайн-магазины по всему миру. Бренд был успешно востребован на территории России, по приросту прибыли был второй после головного бренда компании – Zara. По миру Россия была на втором месте по приросту прибыли для бренда, уступая Испании.

6 марта 2022 года в связи с санкциями компания Inditex временно приостановила свою деятельность на территории России. До декабря этого же года бизнес оставался в состоянии стагнации, после чего компания официально объявила о перепродаже своих прав ведения бизнеса Дубайской компании R-Mixed. Заявление было следующим: «Компания продает свои активы, сотрудников, торговые помещения, оборудования и контракты с заводами новому владельцу, для продолжения ведения бизнеса на территории России. Также официально заявляет, что как только вооруженный конфликт закончится, группа брендов Inditex вернется к своей деятельности под первоначальными брендами».

Новый владелец бизнеса оставил за собой права владеть четырьмя брендами компаниями и переименовал их:

Maag – новый бренд, пришедший на замену Zara;

DUB – бывший Pull&Bear;

Esqu – В прошлом бренд имел наименование Bershka;

Vilet – самый женственный бренд, замена Stradivarius.

Все бренды сохранили за собой всю ту же концепцию, что и имели за собой предшественники, оформление торговых площадей, ассортимент коллекций, специфику ведения бизнеса.

Первые магазины совершили реопенинг 27 апреля 2023 года. Для того, чтоб более детально изучить какое положение занимает бренд DUB на национальном рынке необходимо составить сводную таблицу с наглядным анализом конкурентов.

Изучив игроков мировой арены, влияющих на конкурентоспособность компании, выделяются

следующие:

- ХС;
- Benetton;
- Re.

Все вышеперечисленные компании являются игроками мировой арены, бизнес которых построен в сфере фешн-индустрии, имеющие большой опыт предпринимательской деятельности, высокое конкурентное положение и обширный круг потребителей.

Из основных критериев оценивания конкурентоспособности можно выделить следующие:

- Цена;
- Качество;
- Сегмент потребителей;
- Разнообразие ассортимента;
- Квалификация персонала;
- Программа лояльности;
- Наличие дополнительных услуг;
- Расположение торговых точек;
- Комфорт интерфейса сайта;
- Качество работы маркетингового отдела.

По данным критериям была собрана вся необходимая информация о конкурентах и сопоставлена с данными компании DUB.

Полученные данные были систематизированы и представлены в виде таблицы 1.

Таблица 1.

Сравнительный анализ внешних конкурентов^[1]

Критерии оценивания	ХС	Benetton	Re	DUB
Цена	399 – 7 999	3 999 – 39 999	799 – 8 999	799 – 8 999
Качество	Нормальное	Высокое	Нормальное	Высокое
Сегмент потребителей	Мужчины, женщины	Мужчины, женщины, дети	Мужчины, женщины, дети	Мужчины, женщины
Разнообразие ассортимента	Широкий	Широкий	Широкий	Широкий
Квалификация персонала	Высокая	Высокая	Высокая	Высокая
Программа лояльности	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Наличие дополнительных услуг	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют	Отпаривание
Расположение торговых точек	Обширное	Крупные ТЦ	Обширное	Обширное
Комфорт интерфейса сайта	Не работает в РФ	Не работает в РФ	Не работает в РФ	Удобный, не весь ас-т продукции
Качество работы маркетингового отдела	Высокое	Низкое	Высокое	Низкое

Говоря о внешних конкурентах, можно выделить следующих:

RE – это основной внешний конкурент всех магазинов R-Mixed. Ценовая политика DUB и ХС находится примерно на одном уровне. Его конкурентными преимуществами являются:

- Сегмент потребителей. Данная компания имеет более обширный выбор коллекций одежды, обуви и аксессуаров, направленных не только на мужчин и женщин, но и на детей и подростков;

- Открытие «нового» бренда состоялось раньше на год;
- Более развита маркетинговая политика. Магазины часто демонстрируются в фильмах, видеоиграх и на постерах;

Можно сказать, что данный бренд выигрывает тем, что, где у DUB слабые стороны, Re имеет сильные. Это и является его конкурентным преимуществом.

ХС является слабым внешним конкурентом. Его основное конкурентное преимущество состоит в ценовой политике, но при этом разнообразие коллекций в DUB гораздо больше, что влияет на предпочтение выбора покупателем. Несмотря на разнообразие коллекций ХС имеет более широкий сегмент постоянных потребителей, так как данный бренд, как и Re, открылся на год раньше, чем DUB. И в свою очередь успел увести часть постоянных покупателей бывшего Pull&Bear.

Список литературы:

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент – Москва, 2012 – 816 с.
2. Котлер Ф., Котлер М. Как завоевывать города и страны. Издательство/ Котлер М. – Санкт-Петербург, 2015 – 480 с.
3. Ламбен Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2010. – 362 с.
4. Линдстром М. Buy-ology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя – Москва, 2010 – 240 с.

¹¹¹ Составлено автором на основании официальных сайтов компаний