
PODSTAWY BIZNESU MODY



PODSTAWY BIZNESU MODY EBOOK



PODSTAWY BIZNESU MODY EBOOK



COPYRIGHT © Oliwia Koteluk 2023

Tytuł: Podstawy Biznesu Mody

Autor: Oliwia Koteluk

Korekta i Redakcja Tekstu: Justyna Kloza, www.estante.pl

Dystrybucja: www.estante.pl

Skład: Oliwia Koteluk

Numer ISBN: 978-83-968141-0-4

PODSTAWY BIZNESU MODY



COPYRIGHT NOTICE

Wydanie 1. 2023 rok

Kopiowanie i udostępnianie całości lub części niniejszego e-booka jest zabronione. Jeżeli chcesz cytować jego fragmenty, nie wprowadzaj w nich zmian i koniecznie oznacz mnie jako autora.

Diękuję!
Olivia Kotelak



SPIS TREŚCI

Dlaczego powstał ten e-book? O mnie Wstęp Minisłownik	<u>08–14</u>
Moje studia w Londynie	<u>15–19</u>
Czego możesz się nauczyć, studiując modę?	<u>20–33</u>
Wybór ścieżki kariery w branży modowej	<u>34–66</u>
Praktyki i staże	<u>67–70</u>
Cykl produkcyjny — jak przebiega tworzenie kolekcji dla marek modowych?	<u>71–81</u>
Podsumowanie i garść porad	<u>82–87</u>



SPIS TREŚCI

Osoby z biznesu mody, którymi możesz się zainspirować	<u>88–91</u>
Książki, dzięki którym jeszcze bardziej zrozumiesz rynek mody	<u>92–95</u>
Branżowe publikacje internetowe, czasopisma i konta w social mediach, które warto znać	<u>96–101</u>
Kultowe filmy o biznesie mody, które musisz obejrzeć	<u>102–106</u>
Zakończenie	<u>107–109</u>

“

„MODA TO INSPIRACJA,
KREATYWNOŚĆ I INTUICJA. ALE TO
TAKŻE ORGANIZACJA, STRATEGIA I
ZARZĄDZANIE. TE DWA POZORNIE
KONTRASTUJĄCE ZESTAWY
ELEMENTÓW MUSZĄ SIĘ
POŁĄCZYĆ, ABY ZAPEWNIĆ
SUKCES IDEI BIZNESOWEJ”.

ROSSO, (2009).

”



DLACZEGO POWSTAŁ TEN E-BOOK?

Napisałam tego e-booka dla siebie sprzed czterech lat. Był to czas, kiedy oddałabym bardzo dużo za informacje, którymi się tutaj z Wami dzielę. Jest to e-book o podstawach biznesu mody. Znajdziesz w nim trochę historii, teorii, podstawowe pojęcia, możliwości ścieżki kariery, jakie możesz wybrać w branży mody. Chcę się skupić na informacjach, które pozwolą Ci choć trochę zrozumieć ten świat.

Olinia



NA POCZĄTKU OPOWIEM CI COŚ WIĘCEJ O SOBIE I JAK TO SIĘ WSZYSTKO ZACZEŁO.

Przez trzy lata studiowałam biznes mody na University of Westminster w Londynie na kierunku Fashion Buying Management. Uczestniczyłam w zajęciach, takich jak: Fashion Marketing, The Changing Business of Fashion, Fashion Promotion i wiele innych. Uczyłam się od osób z wieloletnim doświadczeniem w branży mody, które przechodziły przez każdy szczebel kariery w tym biznesie. Byli to doświadczeni kupcy, marketingowcy, merchandiserzy, którzy przez cały czas byli czynni w swoim zawodzie i z czystym zapałem przekazywali nam tę wiedzę. Przez trzy lata mogłam uczyć się i chłonąć informacje o świecie mody wprost z centrum Londynu. Uczestniczyłam w targach mody, na wykładach i kursach. Przez pandemię część moich aktywności odbywała się online, jednak nadal dużo wnosłam z moich studiów. Na wybranym kierunku zdobyłam umiejętności, które są niezbędne do rozpoczęcia pracy w biznesie mody. Zrozumiałam również, jak działa biznesowa strona przemysłu mody, czyli zarządzanie łańcuchem dostaw, zarządzanie finansowe i zarządzania operacjami. Dodatkowo, dowiedziałam się o prawie mody i zrównoważonym rozwoju, a także o wykorzystaniu technologii w przemyśle mody.

WSTĘP

Chciałabym, abyście wiedzieli, że nie będę tutaj opisywać biznesu mody, jaki zapewne znacie z Instagrama – od influencerów czy celebrytów. Będzie to raczej coś, o czym się mało mówi, ale bez tego istnienie świata mody nie byłoby możliwe. Chciałabym, aby osoba, która jest zainteresowana tym tematem, miała dostęp do większej ilości informacji, które mogą jej ułatwić proces, np. znalezienia pracy czy zaplanowania wymarzonej kariery w tej branży. Nie ukrywam, że ja miałam z tym problem. Aplikując na studia, sama do końca nie wiedziałam, z czym konkretnie mój kierunek jest związany. Dlatego napisałam tego e-booka, mając nadzieję, że rozjaśni Wam te kwestie, które dla mnie nie były wtedy oczywiste. Obecnie pracuję dla marki odzieżowej, w której poszerzam swoją wiedzę. Nie piszę tutaj skomplikowanych teorii, skupiam się na podstawowej wiedzy, którą warto znać, zaczynając karierę w tej branży.



MINISŁOWNIK, CZYLI WAŻNE POJĘCIA, KTÓRE POMOGĄ WAM ZROZUMIEĆ SLANG BRANŻY MODOWEJ:

Analiza PEST

śledzenie i analizowanie czynników politycznych, ekonomicznych, społecznych i technologicznych oddziałujących na firmę i jej marketing.

Analiza SWOT

analiza mocnych i słabych stron organizacji oraz rozpoznawanie szans i zagrożeń na rynku.

B2B (z ang. business-to-business)

transakcje między dwoma przedsiębiorstwami.

B2C (z ang. business-to-consumer)

transakcje między firmą a konsumentem.

Big Data

ogromne zbiory danych, szybko zmieniające się w miarę generowania nowych informacji.

MINISŁOWNIK, CZYLI WAŻNE POJĘCIA, KTÓRE POMOGĄ WAM ZROZUMIEĆ SLANG BRANŻY MODOWEJ:

CPT

wskaźnik określający średni koszt reklamy.

Demi-couture

moda na poziomie luksusowym, pozycjonowana pomiędzy couture a prêt-à-porter.

FAD

krótkotrwała moda, która mija, zanim zdąży stać się trendem.

Haute Couture

francuski termin określający najwyższej sławy krawiectwo, oznaczający najlepszą jakość ubiorów, szytych na miarę, na indywidualne zamówienie, w pracowni zwanej „atelier”. Wyłącznie te domy mody, które zostały zaaprobowane przez Chambre Syndicale de la Haute Couture w Paryżu, mogą się zaliczać do Haute Couture.

Łańcuch dostaw

sieć dostawców, detalistów, agentów i dystrybutorów zaangażowanych w proces produkcji odzieży.