

Innehåll

Författarporträtt	10	
Några inledande ord	12	
Block 1	Omvänd trendspaning	15
1	<i>En modevärld i förändring</i>	17
	1900–1909 Korsettens sorti	18
	1910–1919 Krig och mode	19
	1920–1929 Njutning	20
	1930–1939 Depression	21
	1940–1949 Överlevnadsmode	22
	1950–1959 Medveten konsumtion	24
	1960–1969 Gatans ungdomar	27
	1970–1979 Leve den personliga friheten	29
	1980–1989 En materialistisk värld	32
	1990–2000 Maximal minimalism	34
Block 2	Aktörer på led	39
2	<i>Stentavlorna (vision, affärsidé, mål och strategier)</i>	41
	Jag har en dröm	41
	Jag har en idé	42
	Jag har ett mål	45
	Jag har en plan	46
	Framgång genom att ifrågasätta	47
	Avstå och tappa inte fokus!	49
3	<i>Marknadens spelare</i>	53
	Världen är så stor, så stor	53
	Valuta för pengarna	54
	Värdekedjan – the supply chain	54
	Supply chain management	55
	Led	57
	Producentledet	57
	Leverantörsledet	58
	Produktutvecklande varumärkesleverantörer	58
	Integrerade detaljister	58
	Handelsagenter och importörer/distributörer	58
	Licenstagare	59
	Traditionella grossister	59
	Detaljistledet	59
	Filialföretag	60
	Fristående butiker	60
	Frivilliga kedjor	60
	Integrerade leverantörer	61
	Franchise	62
	Varuhus	62
	Postorder och Internet	63
	Outlets	64
	Integration som konkurrensstrategi	65

4	<i>Vikten av att märkas</i>	69
	Ett märke säger mer än tusen ord	69
	Kort om varumärkeslagstiftning	69
	Några varumärken i modevärlden	70
	Paraplyer och portföljer	72
	Det besjälade varumärket	73
	Varumärket – tillgång och konkurrensmedel	74
5	<i>Värdet av kvalitet</i>	77
	Kvalitet – vad är det?	77
	Kvalitet utan eftergift	78
	Rätt kvalitet med säkerhet	79
	Kvalitetshjälpredan	80
Block 3	Producent- och leverantörsledet Klädmakning	83
6	<i>I rättan tid</i>	85
	Rätt vara i rätt tid	85
	Tid – en konkurrensfaktor	86
	Ledtid	86
	Komprimera tiden	88
7	<i>Produktsystemet</i>	93
	Arkitektur	93
	Säsonger och produktlinjer	93
	Kollektioner	93
	Produkt- och varugrupper	95
	Hierarki	95
	Referensbeteckningar	97
	Färgkoder	99
8	<i>Tidsplanering</i>	101
	Kollektionskalender för en produktutvecklande varumärkesleverantör	102
	Säsongskalender för en produktutvecklande varumärkesleverantör	103
	Säsongskalender för en detaljist	103
9	<i>Inköp granskat i sömmarna</i>	105
	Inköp – vad är det?	105
	Inköparens roll	105
	Inköparen – en allkonstnär	106
	Hålla i trådarna	107
	Egna eller andras fabriker	110
	Inköps- och tillverkningsmodeller	111
	Fullprismodellen	111
	CMT-modellen	112
10	<i>Sätt på dig processglasögonen</i>	115
	Tänk i processer	115
	Aktiviteter	116
	Processer	117
	Processorientering i verkliga livet	118

	Skapa förutsättningar för förändring	122
	Koppling till Supply chain management	123
11	<i>Klädmakning stygn för stygn</i>	125
	Rond I Produktutvecklingsprocessen – från idé till säljprov	126
	Inspiration	126
	Kursriktning och kollektionsplanering	127
	Nyckelmaterial och fornuttryck	128
	Analys av säljstatistik	128
	Analys av prisbild	129
	Idékollektion	129
	Utleveransperioder	131
	Analys av kostnadsbild	132
	Formgivning	132
	Utritning av modeller	132
	Mönsterkonstruktion	133
	Plaggstorlekar	134
	Namngivning av produkter	136
	Sourcing – alternativa inköpsstrategier	137
	Parallella leverantörer av material	138
	Antal producenter	139
	Global eller lokal sourcing av material	140
	Produktplanering	142
	Produktinstruktioner	142
	Val av tillverkare	144
	Målkostnader och produktkalkyler	146
	Provkollektion	150
	Avprovning	150
	Prototyp-möte	150
	Inköpsorder för säljprover	152
	Inköp av material till säljproverna	152
	Avtalsvillkor	154
	Betaltvillkor	154
	Leveransvillkor	158
	Övriga avtalsvillkor	160
	Nålsögat – tillverkning av säljprover	161
	Rond II Inköps- och produktionsprocessen – från säljkollektion till handelsplagg	162
	Säljkollektion	162
	Tratten	162
	Prissättning	163
	Storlekspack	164
	Förberedelser inför säljkonferens	164
	Bokning av kunder	164
	Mål per kund	165
	Säljprognoser per modell – ”bedömningsmetoden”	166
	Sälj- och marknadsföringsmaterial	168
	Säljkonferens	169
	Införsäljning – från säljkonferens till stoppdag	170
	Säljprognoser per modell – ”beräkningsmetoden”	170

	Material- och produktionsstyrning (MRP/MPS)	172
	Säljstyrning	174
	Stoppdag för försäljningen	177
	Inköpsorder för den kommersiella produktionen	177
	Den kommersiella produktionen – följ produkterna	179
	Kontraprov	180
	Produktionsprov	181
	Skeppningsprov	182
	Packning och märkning	182
12	<i>Modeskeppning utan tidsfördröjning</i>	185
	In – till varumärkesleverantören från tillverkaren	185
	Varuflöde	185
	Transporter och speditörer	186
	Tullar etc.	187
	Inleveransplanering	188
	Ut – från varumärkesleverantören till återförsäljarna	188
	Lager	188
	Vad gör man på lagret?	189
	Utleveransplanering	192
13	<i>Nyckeln till framgång</i>	195
	Nyckeltal och viktiga prestationsindikatorer	195
	Nyckeltal för klädmakningsprocessen	198
Block 4	Priset – länken mellan leden	201
14	<i>Priset på modet</i>	203
	Den dynamiska marknadsprissättningen	203
	Viktiga begrepp och formler	204
	Inköpspris	204
	Försäljningspris	205
	Pålägg	205
	Marginal	206
	Bruttovinst	209
15	<i>Prissättning i värdekedjans led</i>	213
	Plaggproducentens prisuppbbyggnad	214
	Varumärkesleverantörens prisuppbbyggnad	214
	Detaljstens prisuppbbyggnad	215
Block 5	Detaljstledet	217
	Inköp och butiksekonomi	
16	<i>Inköp à la mode</i>	219
	Stor spännvidd	219
	Inköpare – ett yrke med fingertoppskänsla	220
	Samarbetskemi	222
	Inköp i 3 faser	225
17	<i>Fas 1 – att planera inköpet</i>	229
	Försäljningsbudgetering	229

	Försäljningsbudget	230
	Försäljningsbudget per månad	233
	Inköpsbudget	235
	Inköpsbudget per varugrupp	237
	Inköpsbehov och inköpsutrymme	237
	Inköpets fördelning på kollektioner	239
	Inköpets sammansättning	240
18	<i>Fas 2 – att genomföra inköpet</i>	245
	Inköpets roligaste fas	245
	Avtalsvillkor	246
	Säljstöd	249
19	<i>Fas 3 – att följa upp och analysera inköpet</i>	251
	Leveransbevakning	251
	Leverantörsutvärdering	252
	Nyckeltal för inköp till butik	254
	Lager och servicegrad	255
	Koppling mellan olika varuvärdesbegrepp	256
	Lageromsättningshastighet	257
	Syna lagret	261
20	<i>Med god marginal</i>	263
	Sortimentssammansättning	263
	Bruttovinstpåverkande faktorer	264
21	<i>Butiksekonomi</i>	271
	Nyckeltal för butiksdrift	271
Block 6	Ordning och reda på affärsprocesser och pengar	281
22	<i>www.kodatmodesprak.com</i>	283
	CAD/CAM	284
	Designsystem	284
	PDM-system	286
	Affärssystem	288
	Butiksdatasystem	289
	Integration	290
23	<i>Diagnos på företagets hälsa</i>	293
	Analysera mera	293
	Kapitalanskaffning och kapitalanvändning	294
	Finansiell balans	297
	Lönsamhet	300
	Aktierelaterade nyckeltal	303
	Klädd för lönsamhet	304
	Förbättra lönsamheten	307
	Tack	308
	I textilarens bokhylla	309
	Sökord	310
	Noter	312
	Bildregister	313