

پروژه ملی تحلیل بازار پوشاک ایران

Market Intelligence & Brand Benchmarking Project

انجمن صنفی کارفرمایان
صاحبان برندهای پوشاک کشور
شماره ثبت: ۵ ۷ ۴ ۲ ۳ ۲ ۳



پروژه ملی تحلیل بازار پوشاک ایران

ارائه‌دهنده:

انجمن صنفی کارفرمایان برندهای پوشاک ایران

مجری:

شرکت جامو Jamo Synergy Group

هدف:

ایجاد مرجع داده و تحلیل صنعت پوشاک ایران

مدل:

مشارکت ۲۰ تا ۳۰ برند صنعت پوشاک



مسئله بازار

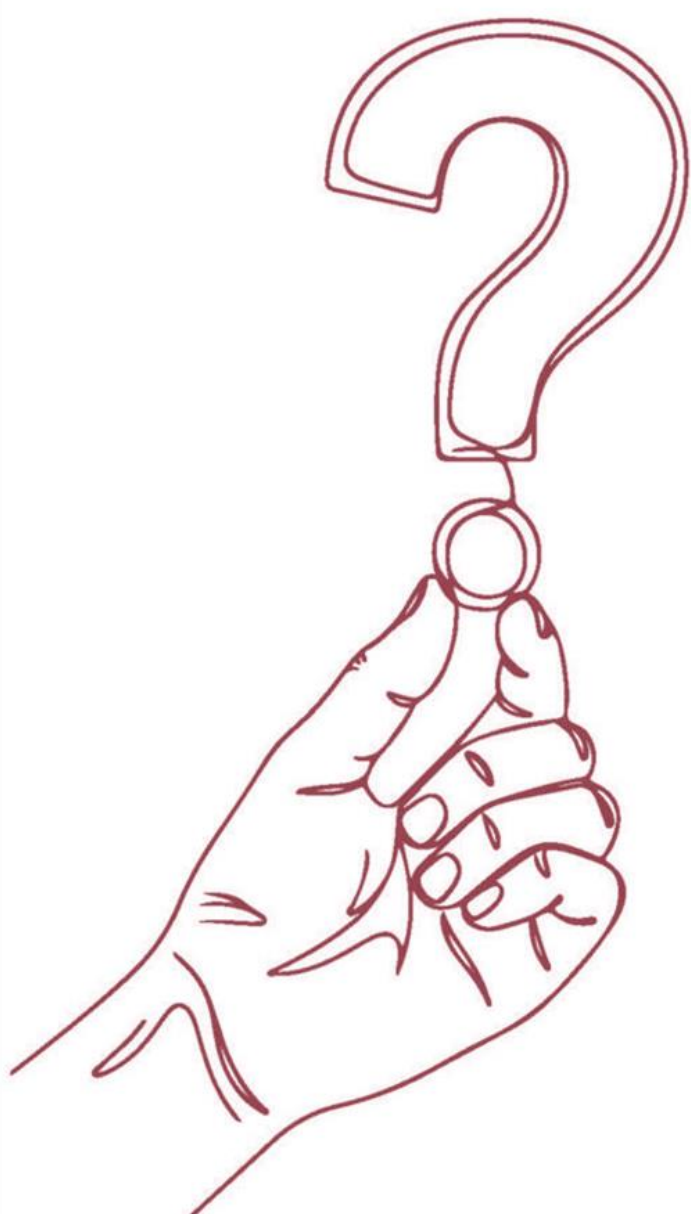
Problem

مشکلات صنعت پوشاک ایران:

- ▶ نبود داده معتبر از رفتار مصرف‌کننده
- ▶ تصمیم‌گیری برندها بر اساس حدس نه تحلیل
- ▶ عدم شناخت دقیق از رقبا
- ▶ نبود KPI استاندارد در صنعت
- ▶ نبود مرجع رسمی تحلیل بازار

نتیجه:

اتلاف سرمایه و
تصمیم‌گیری غیرعلمی



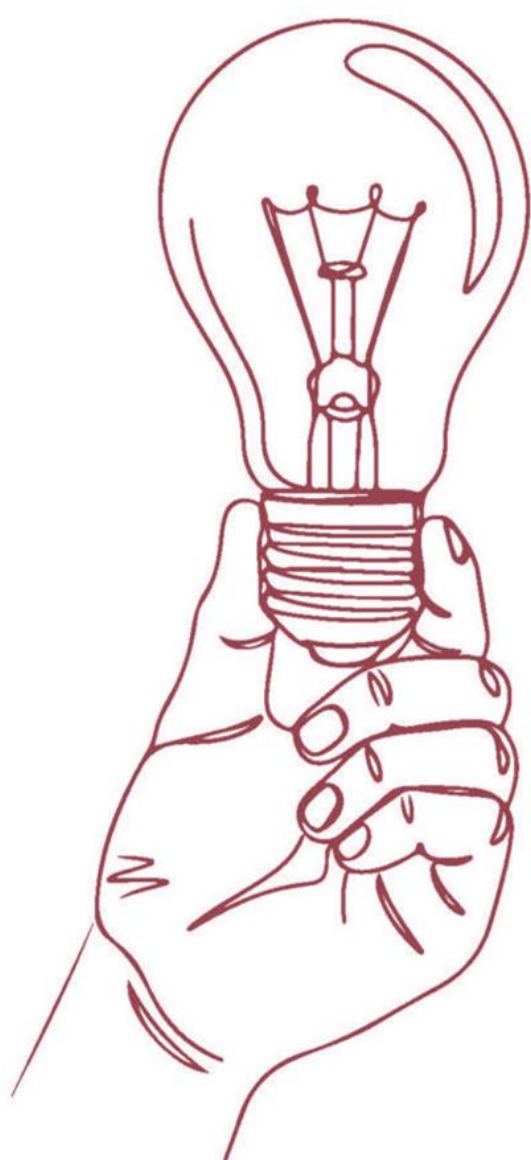
راه حل Solution

این پروژه یک سیستم کامل ایجاد می کند

- ▶ جمع آوری داده واقعی بازار
- ▶ تحلیل رفتار مصرف کننده
- ▶ رتبه بندی برندها
- ▶ طراحی KPI صنعت پوشاک
- ▶ ارائه داشبورد مدیریتی

نتیجه:

تبدیل بازار پوشاک ایران به
«بازار داده محور»



ساختار پروژه

Project Structure

1. تحقیق و جمع آوری داده (Data Layer)

- ▶ جمع آوری داده مصرف کننده
- ▶ تحلیل بازار

2. آنالیز و KPI (Insight Layer)

- ▶ تحلیل برندها
- ▶ رتبه بندی
- ▶ KPI

3. خروجی مدیریتی (Execution Layer)

- ▶ داشبورد مدیریتی
- ▶ گزارش نهایی ملی



بخش اول داده و تحقیق

فعالیت‌ها:

- ▶ پیمایش ملی مصرف‌کنندگان
- ▶ تحلیل رفتار خرید
- ▶ ساخت بانک داده بازار
- ▶ بررسی برندها در استان‌ها

خروجی:

- ▶ دیتابیس رفتار مصرف‌کننده
- ▶ تحلیل تقاضای بازار
- ▶ داده خام قابل استفاده برندها



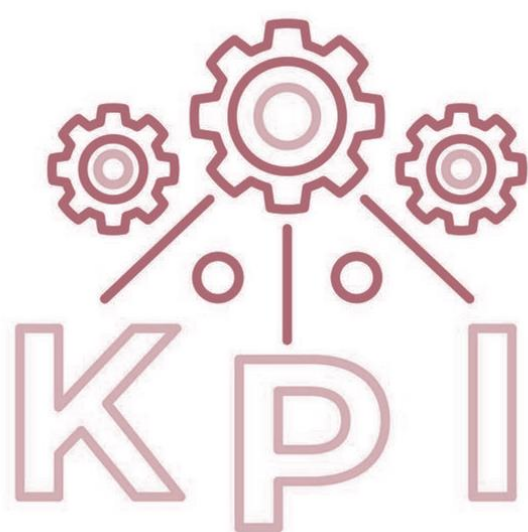
بخش دوم تحلیل و KPI

فعالیت‌ها:

- ▶ تحلیل رقابت برندها
- ▶ طراحی KPI صنعت
- ▶ رتبه‌بندی برندها
- ▶ تحلیل جایگاه بازار

خروجی:

- ▶ گزارش تحلیلی برندها
- ▶ نقشه رقابتی بازار
- ▶ شاخص‌های استاندارد صنعت



بخش سوم دانشبورد و خروجی نهایی

- ▶ گزارش ملی بازار و صنعت پوشاک ایران
- ▶ گزارش اختصاصی برند مشارکت کننده
- ▶ تحلیل رفتار و سلیقه مصرف کننده
- ▶ تحلیل سازمان برندها
- ▶ نقشه ادراکی برندها
- ▶ رتبه بندی استراتژیک برندها
- ▶ گزارش اجرای پایش بازار



بخش سوم

داشبورد و خروجی نهایی

- ▶ نقشه فرصت‌های رشد بازار
- ▶ نقشه سرمایه‌گذاری اولویت دار
- ▶ مدل رقابت‌پذیری و KPI برندها
- ▶ نظام اعطای نشان‌های ملی صنعت پوشاک
- ▶ مدل پیش‌بینی رشد سه‌ساله
- ▶ فایل ارائه مدیریتی
- ▶ داشبورد داده آنلاین یا نسخه اولیه داشبورد مدیریتی



مزیت برای برندها

Value for Brands

- شناخت دقیق و واقعی بازار هدف
- صرف هزینه ناچیز برای انجام مطالعات
- تحلیل رقبا
- دیده شدن در گزارش ملی
- دسترسی به داده واقعی بازار
- تصمیم‌گیری علمی و دقیق
- ایجاد مرجع داده‌ای صنعت پوشاک ایران

نتیجه:

تبدیل هزینه بازاریابی به
سرمایه‌گذاری داده



مدل همکاری

Collaboration Model

■ Master



- ▶ حضور در کل پروژه
- ▶ برندینگ ملی
- ▶ گزارش اختصاصی کامل برند
- ▶ پیش بینی 3 ساله سرمایه گذاری
- ▶ دسترسی به KPI و تحلیل‌ها
- ▶ درج لوگوی برند روی جلد نسخه چاپی
- ▶ درج نام برند در پرسشنامه
- ▶ حضور در جلسات با مجری

مدل همکاری

Collaboration Model

Insight



- ▶ حضور در کل پروژه
- ▶ برندینگ ملی
- ▶ گزارش اختصاصی برند
- ▶ دسترسی به KPI و تحلیل‌ها
- ▶ درج نام برند در پرسشنامه
- ▶ حضور در جلسات با مجری

مدل همکاری

Collaboration Model

Date



- دسترسی محدود به داده‌ها ▶
- گزارش محدود برند ▶
- مشارکت در تحقیق ▶

Data	Insight	Master	
limited	+	+	گزارش ملی بازار و صنعت پوشاک ایران
limited	+	+	گزارش اختصاصی برند مشارکت‌کننده
limited	+	+	تحلیل رفتار و سلیقه مصرف‌کننده
limited	+	+	تحلیل سازمان برندها
limited	+	+	نقشه ادراکی برندها
limited	+	+	رتبه‌بندی استراتژیک برندها
limited	+	+	گزارش اجرای پایش بازار
limited	+	+	نقشه فرصت‌های رشد بازار
limited	+	+	نقشه سرمایه‌گذاری اولویت دار
limited	+	+	مدل رقابت‌پذیری و KPI برندها
	+	+	نظام اعطای نشان‌های ملی صنعت پوشاک
		+	مدل پیش‌بینی رشد سه‌ساله
	+	+	فایل ارائه مدیریتی
	+	+	داشبورد داده آنلاین
		+	درج نام برند در پرسشنامه ها
		+	حضور در جلسات با مجری طرح
		+	درج لوگو در جلد نسخه چاپی

“

به امید رشد و توسعه

”

انجمن صنفی کارفرمایان
صاحبان برندهای پوشاک کشور
شماره ثبت: ۵ ۷ ۴ ۲ ۳ ۲ ۳

