

Мини-кейс

Сам себе дизайнер

Ж.В.Светланова

Адаптировано на основе учебных материалов University of Illinois



Threadless – американская компания, производитель одежды. Компанию основал в 2000 году предприниматель Джейк Никелл. Вот как сам он рассказывает об истории создания компании:

«Будучи начинающим дизайнером, однажды я участвовал интернет-конкурсе на лучший дизайн футболки и стал победителем. Но, к моему удивлению, ничего не произошло. Я не получил никакого приза, а футболки с моим дизайном не были произведены. И тогда я подумал, что если проводить такие конкурсы регулярно и производить футболки с лучшими дизайнами?»

В ноябре 2000 года Джейк с напарником провели свой первый конкурс дизайнов футболок среди членов популярного в США интернет-сообщества дизайнеров Dreamless. Было отобрано пять победителей и произведено по две дюжины футболок каждого победившего дизайнера. Они моментально были проданы среди

членов сообщества по 12 долларов за штуку. Конкурс стал проводиться регулярно, и в 2002 году из хобби превратился в полноценный бизнес - www.threadless.com

Любой человек может присылать на сайт компании свой дизайн футболки, пользователи сайта оценивают дизайны по шкале от 0 до 5, в результате компания выбирает наиболее понравившиеся и производит футболки. Продажа футболок осуществляется через тот же сайт.

Каждую неделю на сайт поступает 2-3 тысячи дизайнов, из них в итоге отбираются пятнадцать. Футболки каждого из выбранных дизайнов производятся тиражом 500 штук. Авторы отобранных дизайнов получают вознаграждение 2000 долларов плюс кредит 500 долларов на покупку продукции компании, или взамен кредита 200 долларов наличными. Наиболее востребованные дизайны производятся повторным тиражом, некоторые – до 10 тысяч штук. Маржа компании составляет 30% от цены товара.

В течение десятилетия бизнес демонстрировал феноменальный рост. В 2008 году журнал Inc. назвал Threadless лучшей инновационной малой компанией США.

Изначально футболки продавались только через сайт. Но со временем компания стала получать предложения от ритейлеров о возможной продаже футболок через их сети. Кроме того, компания стала задумываться об открытии своих фирменных магазинов...

1. По Вашему мнению, должна ли компания переходить в офф-лайн ритейл? Обоснуйте свое мнение.
2. Если бы дело происходило в России, Ваш ответ на первый вопрос был бы таким же или другим?
3. Какие направления развития Вы бы посоветовали компании?