

# Livello di vita – Egy stílusos életérzés

Barna Judit

A Szeged Bolero Kft. a nevéből adódóan kezdetben „Bolero” néven gyártotta és értékesítette női ruházati termékeit, azonban a szakember gárda bővülése, a termelési folyamatok fejlesztése, és a piaci terjeszkedés eredményeként a cégvezetés 2002-ben elindította az olaszos hangzású „Livello® di vita” elnevezésű saját márkáját.

## Indulás nagykereskedelemmel

A Szeged Bolero Kft. 1993-ban alakult. A 100 %-ban magyar tulajdonú társaság székhelye és fő termelési bázisa jelenleg is a dél-alföldi régióban, Szegeden található. Az induláskor a családi vállalkozás fő tevékenysége ruházati cikk és textiláru nagykereskedelem volt, amit 1995-ben ruházati termékek gyártásával bővítettek ki. A meglévő szervezetet úgy alakították át, hogy a gyártási folyamat jelentős részét házon belül végezték. A cég napjainkra Magyarország egyik legnagyobb női ruházati gyártó és nagykereskedelmi vállalkozásává nőtte ki magát. Dinamikus fejlődése a vezetők tudatosan szélesített termékskálájának és korszerű értékesítési rendszerének köszönhető.

Kis szériás, exkluzív női konfekcionált termékeik választékában a blézerek, szoknyák, nadrágok, blúzok, ruhák találhatók. A modelleket a központi irányításban és folyamatokban dolgozók mellett 12 varrodában 100 fő készíti. Az évi 100 ezer darab termék mintakollekciói az adott szezonnak felelnek meg, és ezeket még egy kabát- és egy dzsekikollekció egészíti ki.

Saját foglalkoztatású divattervezőik tervei alapján szezonként 4 kollekció, más néven „kapszula” készül, kapszulánként 70, összesen 400–500 darab modellel. A kollekció megszületése előtt a tervezők tanulmányozzák a nemzetközi szín- és alapanyag-irányzatokat, az aktuális trendnek megfelelő szabásvonalakat, formákat. Miután még a tervezése előtt alaposan körbejárták és begyűjtötték az adott szezonra vonatkozó trendinformációkat, csokorba szedik a gondolataikat, és írnak egy-egy „sztorit”, így minden kollekció nevet kap. A főbb trend-

csoportokhoz a tervező ún. mood-boardot, azaz hangulattáblát készít, amelyen összefoglalja az egyes trendcsoportok szín- és formavilágát, valamint a stílusjegyeket meghatározó inspirációt. Minden szezonban színben és stílusban 4-4 tematikus csoportra épül a teljes kollekció, így tökéletesen kombinálható egymással a márka széles termékválasztéka.



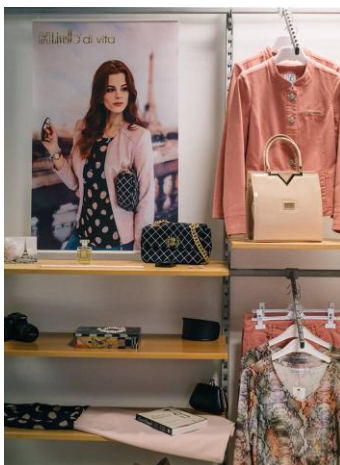
## Terjeszkedés fejlesztési projekkel

A vállalkozás vezetősége 2002-ben úgy döntött, hogy a folyamatok fejlesztésének következményként újra pozicionálja a cég helyzetét, és egy saját márkát hoz létre. Az olaszos csengésű „Livello di vita” márkánévvel új minőségű időszak indult el a társaság életében. A Szeged Bolero Kft. profiljából, illetve dinamikus terjeszkedéséből adódóan minden szezonban nagy árumozgást bonyolít le, emiatt követelmény a folyamatos, precíz és pontos készletnyilvántartást. Ehhez a cég 2004-ben egy szerkesztő-szériázó-terítékrajz készítő és egy készletnyilvántartó berendezést állított üzembe, 2005-ben saját szabásmintát hozott létre. A gépi beruházások és a szervezeti változtatások jelentősen meggyorsították a modellezési folyamatot, és az emberi munkák kiváltásával jóval gazdaságosabb termelést tettek lehetővé.

A gyártási volumen, és a modelszám növekedésével azonban nehéz volt az egyszerű készletszoftverrel ellátni a napi ügyviteli feladatokat, ezért mint megoldandó feladat, előtérbe került a hatékonyság további fokozása. 2010-ben az Európai Unió által támogatott egyik pályázaton olyan forráshoz jutottak, amivel a rendszert fejleszthették, egyúttal korszerűsítve az informatikai eszközparkot is. A folyamatokat maximálisan támogató P@rtner.ERP integrált vállalatirányítási szoftver rendszer bevezetésével egyre eredményesebben lehet a gyártást megtervezni és a készleteket nyilvántartani. A kiszolgálási folyamat praktikusabb, gyorsabb lett, egyértelműen javult az üzletviteli folyamatok hatékonysága, az ügyviteli adatok áttekinthetősége, kereshetősége, és a vezetők informáltsága. A rendszer további használatával, lehetőségeinek egyre mélyebb kihasználásával a termelési és ügyviteli folyamatok hatékonysága tovább növekszik. Az ERP funkcióit az összes értékesítéssel, gyártásszervezéssel, logisztikával, pénzüggel foglalkozó munkatárs használja.

## Előrendelés kifordított árukihelyezéssel

A Livello di vita minden hónapban 100 darab modellel, mintadarabbal mutatja be kollekcióit a kiskereskedőknek a Trend2 Fashion Centerben található nagykereskedelmi márkaboltban. A mintavarróda által elkészített ruhadarabokat a partnerek a számukra





szükséges mennyiségben, színösszeállításban és a 36-tól 52-ig terjedő méretválasztékban előrendelik a következő szezonra. Az idei kora tavaszi első bemutató modelljeit az ország sok pontjáról érkező kiskereskedő nagy tetszéssel fogadta. A derűs színekben összeállított, fiatalos modellek kiválasztásához, az előrendeléshez, és az áru helyszíni elrendezéséhez a cégtől szakszerű segítséget kapnak az arculati kézikönyvvel, az aktuális katalógussal, valamint a tulajdonos, *Csanádiné Kálmán Mária*, az értékesítéssel és marketinggel foglalkozó *Szőghiné Csanádi Kata* és a nagy gyakorlattal rendelkező értékesítő munkatárs, *Lajkóné Tóth B. Orsolya* tanácsai révén. Az először érkező, új kereskedők a falakon kifelé, a vevő felé fordított áru kihelyezéssel találkoznak. A színben, fazonban összehangoltan és kombinálhatóan elrendezett ruha, blézer, szoknya, nadrág a hozzáillő kiegészítőkkal, táskákkal könnyű választást tesz lehetővé a számukra. A cég munkatársai a régi vevők üzleteit látogatják és személyre szabottan, a *shop in shop* elv szerint ajánlják az áru legjobb kihelyezését az optimális üzlet-berendezési eszközökkel együtt.

A magas színvonalú szervezettséggel és jól képzett szakembergárdával dolgozó vállalkozás az aktuális trendnek megfelelő fiatalos, sportosan elegáns női konfekció termékeivel folyamatosan bővíti a piaci pozícióját. Főbb értékesítési területük a belföld, de a környező országok csatlakozása az Európai Unióhoz könnyebbé teszi a piac további nyitását. Az elmúlt években a társaság folyamatosan növeli a kereskedelmet az Európai Unión belüli partnereik körében, Románia után, Csehországban és Szlovákiában is egyre több üzletben található meg a Livello di vita női ruha márkanév.

A cég 2015. évi tervei közül már megvalósult a frissített arculat bevezetése, amelyben a márka régi elemei új megjelenést kaptak. Kiemelt feladat a marketing technikák, módszerek fejlesztése és a korszerű reklám lehetőségek minél jobb kiaknázása. A közösségi média nagy látogatottságú felületein nyitnak, amivel kiskereskedő partnereik forgalmát növelhetik. Cél: a hazai piacon a meglévő vásárlókör kiterjesztése, a fiatalabb célközönség megszólítása a kifejezetten számukra tervezett termékvonallal.