

アルページュ

実店舗のセールは無し

ワンピースの売れ行き好調



ワンピースの売れ行き好調
ニットからワンピースへの関心が高い（マイストラーダ）

リッティイー」それぞれ、ノベルティーフェアを行った。こうした施策で6月末以降の販売も順調という。1枚で楽に着こなせるアイテムとして

この夏
どうする

TSIホールディングスグループのレディスアパレル企業、アルページュ（東京）は今夏、実店舗でのセールを全面的に取りやめ、代わりにプロパー商品のフェアを打ち出した。消費者が安心して買えるブランドを指し、今冬もセールは実施しない方針だ。

2018/7/12 ◎織研新聞
ここ数年、段階的にセールの期間や実店舗数を縮小してきた。この過程で消費者の認知も進み、今回は実店舗はゼロ、ECは7月1日から3日間のみセールを実施した。安心して買い物してもらえよう、6月下旬

以降はセールにかける商品は店頭からも引き上げることで、「販売員も接客しやすくなったと思う」と野口麻衣子社長。その代わり、集客が増える館のセール時期に合わせてプロパー商品でポイント付与のフェアを企画。ウェブアルバムも更新し新商品を投入した。阪急うめだ本店では館のセール直前に、イベントスペースで「アプワイザー・リッシュ」と「ジャスグ

ワンピースが6月から売れ続け、羽織りのカーディガンや軽いジャケットも訴求している。ワンピースは予想よりも需要のタイミングが早く、海外生産だったが急ぎよ一部数量を国内で生産し、先に投入した物もある。プロパー型の販売戦略でセールやアウトレットを前提とした供給過剰を防止する一方、今後は売れ筋を切らさないための数量管理も徹底したいという。