

indenim

# СОДЕРЖАНИЕ

3



О компании;  
история бренда, цифры и факты о  
бренде

4



Миссия, видение и ценности  
бренда;

5



Продуктовый портфель;

6 – 7



Анализ потребителей и целевой  
аудитории;

8



Маркетинговые коммуникации;

9



Регулярные акции;  
(HUMO kunlari, Haftalik imkoniyat,  
Chorshanba bozor)

10



Результаты;

11



Ребрендинг и новая концепция;

12



Заключение;

# О КОМПАНИИ INDENIM

**К**омпания **INDENIM** была основана в 2018 году и за первый свой год, она насчитывала 12 магазинов.

В 2020 году бренд открыл свой первый 4-х этажный торговый центр в Термезе площадью 13,6 тыс. кв.м.

В 2021 году компания открыла 37-й магазин серии Flagship в ТРЦ «ДЕПО Mall», который на сегодняшний день стал популярным брендом одежды по всему Узбекистану. И в этом же году компания зарегистрировала свою торговую марку через Мадридский реестр интеллектуальной собственности, чтобы выйти на международный рынок и сделала первые шаги к международному признанию.

Число магазинов одежды INDENIM на сегодняшний день достигло 37 филиалов. Главная цель — увеличить этот показатель в 2022 году до 50 и стать ведущим брендом одежды на рынке, открыв более 100 магазинов по всей стране до конца 2023 года.

По словам главы компании Азизбека Бобоазизова, «Мы открыли 6 швейных фабрик, которые обеспечивают наш огромный потенциал в сфере Fashion Retail и создали бренд INDENIM, создали тысячи рабочих мест, обучили молодежь в области текстиля и розничной торговли. Наша цель - в ближайшие 5 лет войти в рынки стран СНГ и познакомить мир с узбекским брендом, который не будет отставать ни от одного зарубежного бренда»

**37**  
МАГАЗИНОВ



**5.000.000+**  
ПОСЕЩЕНИЙ В ГОД



**1.050.000+**  
СЧАСТЛИВЫХ  
ПОКУПАТЕЛЕЙ



**28**  
ГОРОДОВ  
УЗБЕКИСТАНА



# МИССИЯ ВИДЕНИЕ ЦЕННОСТИ БРЕНДА

## НАША МИССИЯ

Вдохновлять и поддерживать страсть людей, любящих одежду быстрой моды по доступным ценам

## НАШЕ ВИДЕНИЕ

Быть вездесущим в странах СНГ брендом одежды, делящимся быстрой модой с людьми, которые желают чувствовать себя стильными, энергичными и новыми.



## НАШИ ЦЕННОСТИ

**Скорость** - Мы обеспечиваем наших клиентов одеждой быстрой моды.

**Клиентоориентированность** - Мы бережно относимся к ценностям, потребностям и возможностям наших клиентов.

**Комбинация** - Мы объединяем уникальный дизайн нашей продукции и людей, любящих моду.



**Доступность** - Наши покупатели имеют возможность покупать больше одежды по доступным ценам.



**Вдохновение** - Наша компания поставляет продукцию выше среднего качества и при этом обеспечивает устойчивый рост и лидерство компании на рынке.

# ПРОДУКТОВЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На сегодняшний день во всех магазинах **INDENIM** можно найти одежду всех видов, которые шьются в своих текстильных фабриках и запускаются под названием бренда.

Одежды бренда **INDENIM** разделяются на следующие категории:

## Мужская одежда



## Детская одежда



## Женская одежда



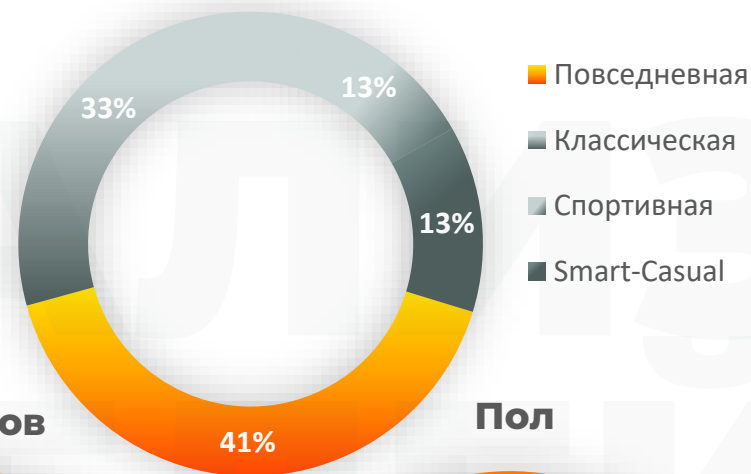
# АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

**В** начале 2021 года особое маркетинговое исследование проводилось как в наших магазинах, так и онлайн. В социальных сетях принимали участие более 9000 наших подписчиков и 1966 покупателей.

**В** основном, активными посетителями наших магазинов считаются женщины, они составляют 63,1 процент из общего.

Наши клиенты предпочитают следующие стили одежды:  
Повседневная одежда – 41 %;  
Классическая одежда – 33 %;  
Спортивная одежда – 13 %;  
Smart-Casual – 13 %;

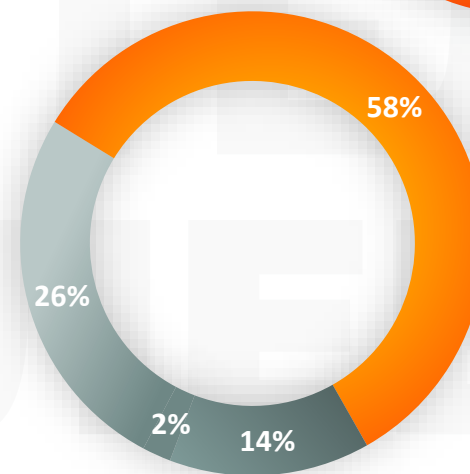
Стиль одежды



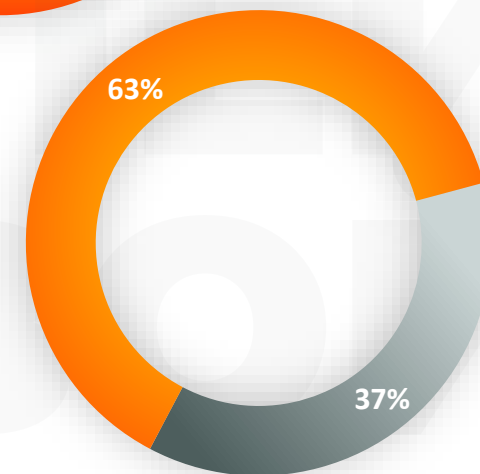
Возраст клиентов

Возрастная сегментация наших клиентов:

16-21 год – 26 %;  
22-35 лет – 58 %;  
36-55 лет – 14 %;  
56 лет и старше – 2 %;



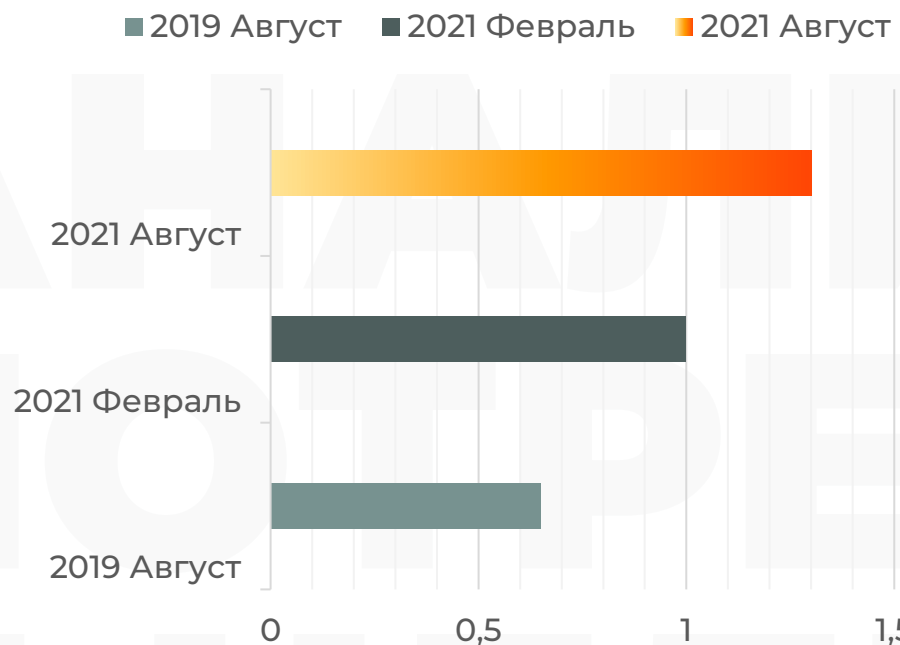
Пол



16-21 22-35 36-55 56 и старше

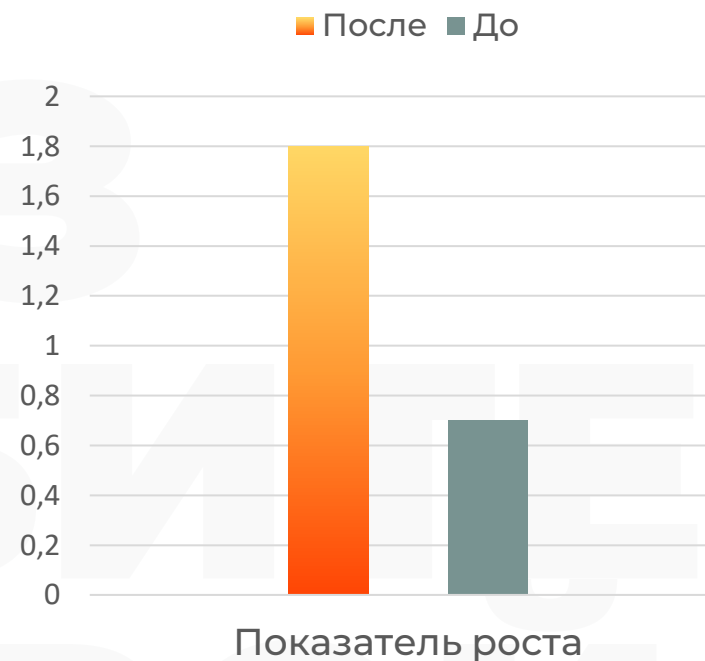
Мужчины Женщины

## Анализ like-for-like



Соответственно, мы  
распределили товары по всем  
магазинам и по анализу like-  
for-like. Этот метод увеличил  
продажи компании в 1,3 раза.  
Это в два раза больше, чем мы  
сделали в первые годы  
деятельности.

## Индекс посещаемости



А также, внедрение  
исследования в бизнес  
привело к увеличению  
индекса посещаемости на 1,8  
раз, что свидетельствует о  
высокой удовлетворенности  
наших клиентов.



# МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

**В** самом начале нашего выхода на рынок нам удалось добиться успеха всего лишь креативным дизайном билборда, связанного с миниатюрой Эргаша Каримова, которая называется Учрашув. Это было высоко оценено людьми, и мы получили тысячи сообщений в соц. сетях, некоторые аплодировали, некоторые резко критиковали нас. Но в целом ситуация показала, насколько успешно мы справились с задачей узнаваемости бренда. Мы сделали это! После этого нас нашли много новых партнеров и мы установили новые взаимовыгодные отношения. Более того, другие компании тоже начали делать забавную рекламу, подражая нам.



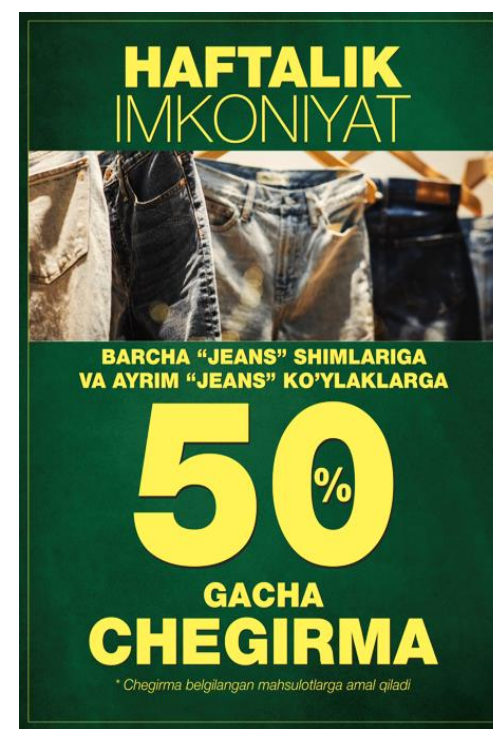


# РЕГУЛЯРНЫЕ АКЦИИ НА ВЕСЬ ГОД

**А**кция проводится каждую среду. Акция подразумевает скидку до 40% на выбранные категории одежды

**К**ампания длится 3-4 дня и предполагает скидку до 50% на выбранные товары, выделенные ярлыками HUMO

**А**кция внедрена с целью предоставления недельных скидок на выбранные категории одежды



# РЕЗУЛЬТАТЫ РЕГУЛЯРНЫХ АКЦИЙ

Тщательно изучая менталитет узбекского народа мы начали новые акции, которые предоставляют нашим покупателям возможность на весь год наслаждаться скидками. Например, не зря мы назвали одну из наших акций HUMO, который носит собой символический характер и мы изначально планировали делиться частичкой счастья с нашими лояльными покупателями с помощью таких привлекательных акций, а также непосредственно привлечь новых клиентов. И это сработало!

Мы увеличили объём продаж на 10% и смогли охватить больше людей. При этом посещаемость наших магазинов значительно выросла (почти на 30%).

С помощью новых акций мы каждый месяц дополнительно реализовали приблизительно 5% всех товаров.





# РЕБРЕНДИНГ И НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ

**В** 2021 году проводилось исследование и выяснилось текущее положение бренда **INDENIM** на рынке и сейчас бренд использует яркие цвета вместо черно-белого в логотипе. Это привело к наиболее позитивному восприятию бренда своей аудиторией.

К тому же, были совершены большое количество обновлений. В частности, колоссальные изменения осуществились в концепции бренда. Архитекторы турецкого и итальянского происхождений разработали новую концепцию компании, которая была реализована в его первом флагманском магазине в ТРЦ «ДЕПО Mall» в Ташкенте.



# indenim



БУДЕМ РАДЫ ЛЮБЫМ  
ВОПРОСАМ...

[info@indenim.uz](mailto:info@indenim.uz)

+998 (95) 610-11-11

[www.indenim.uz](http://www.indenim.uz)