

VOCADA



VOCADA

fashion store







Wer wir sind	9
Die Erfolgstory	11
Mode für Alle	15
Accessoires	17
Preisstruktur	19
Positionieren und Präsentieren	23
Ladendesign	25
Marketing	27
Corporate Design	29
Point of Sale	33
Unsere Mitarbeiter	35
Ziele und Zukunft	39
Die Filialien	41
Kontakt und Impressum	43



Wer sind wir

VOCADA ist ein Einzelhandelsunternehmen für Mode und bietet für Damen und Herren ein trendiges und qualitativ hochwertiges Sortiment. Durch monatlich neue Kollektionen mit aufeinander aufbauenden Farbkonzepten bieten wir unseren Kunden ständig etwas Neues, ohne auf modische Kontinuität zu verzichten. Mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis orientieren wir uns konsequent an den Bedürfnissen unserer Kunden.

Mit unserem eigenen Großhandel können darüber hinaus neueste Modetrends schnell umgesetzt werden. Den Preisvorteil geben wir dabei direkt an unsere Kunden weiter.

VOCADA ist inhabergeführt. Durch unseren eigenen Anspruch an Qualität und Design des Sortiments und einer flachen Hierarchie sind wir immer nah am Kunden.

Der Erfolg gibt uns Recht. Mit nunmehr 6 Filialen in Rostock und Güstrow und unserem Großhandel in Berlin, möchten wir uns nun auf dem Berliner Markt positionieren. Neben den Einzelhandelsgeschäften wird zusätzlich auch ein neuer Onlineshop entstehen, dadurch werden die vorhandenen Synergien aus Groß- und Einzelhandel optimal genutzt.

Mit einer neuen Internetpräsenz und einem gezielten Marketing wird die Marke VOCADA an Bekanntheit gewinnen und durch ein gesundes Wachstum auch in den nächsten Jahren erfolgreich sein.



Die Erfolgstory

Mit der Eröffnung des ersten Einzelhandelsgeschäftes in Güstrow im Jahr 1996 fing alles an. In bester Innenstadtlage trafen wir mit unserem Sortiment genau den Geschmack unserer Kunden. Hohes Engagement und Professionalität verhalfen uns rasch zu einem großen Kundenstamm. Daraufhin eröffneten wir ein zweites Geschäft in Güstrow.

Mit dieser gesunden Basis expandierten wir im Laufe der letzten Jahre. Bis 2008 wurden insgesamt 12 Geschäfte mit 60 Mitarbeitern eröffnet und wirtschaftlich sehr erfolgreich geführt. In Rostocker Toplagen wie zum Beispiel "Am Strom" in Warnemünde oder in der Kröpeliner Straße, der Einkaufsmeile in der Rostocker Innenstadt, waren wir mit mehreren Geschäften vertreten.

Durch die Umstrukturierung der Firma und die Gründung des Großhandels wurde der Firmensitz nach Berlin verlegt.

Auch das Geschäftsportfolio wurde auf die 6 umsatzstärksten Läden verkleinert. Mit dieser Basis und dem Großhandel werden wir nun ein neues Kapitel in dieser Erfolgsstory schreiben und mit einem gesunden Expansionsplan, auch auf dem Berliner Markt erfolgreich werden.







Mode für Alle

Unsere Mode ist auf zwei Zielgruppen ausgerichtet.

Für Kunden im Alter von 14-29 Jahren bieten wir eine trendige Mode mit Kollektionen der Marken Taifun, Passport und anderen jungen Modedesignern.

Mit unserem eigenen Modelabel "Anmod" setzen wir neue Trends mit einem hohen Qualitätsanspruch. Nach unseren Entwürfen werden diese Konfektionen in Italien produziert und nur in unseren Filialien vertrieben.

Für unsere Kunden im Alter von 30-50 Jahren führen wir neben Mode der Labels: Gerry Weber, Cecil, Brax, Vanilia und Steilmann, auch unser eigenes Label Enzzo Miccico. Das ist Mode aus Italien, die dort nach unseren Entwürfen produziert wird. Auch Enzzo Miccicio gibt es nur bei Vocada.

Als besonderes Highlight verkaufen wir in unseren Geschäften italienische Leinenmode.

Aus diesem breiten Sortiment kann das Angebot genau auf die Zielgruppe des Standortes zugeschnitten werden. Neben Einzelkonzepten ist auch ein Shop in Shop Konzept realisierbar. Durch diese Flexibilität massschneiden wir für jede Ladenfläche das optimale Angebot.



Accessoires

Zu jedem Outfit gehört auch das passende Accessoire. Je nach Jahreszeit wechseln diese: Im Winter sind Mützen, Schals und Handschuhe die beliebtesten Accessoires, im Frühling und im Sommer hingegen, sind Sonnenbrillen und Bikinis total angesagt. Doch es gibt wohl ein Accessoire, das zu jeder Jahreszeit getragen werden kann, nämlich Mode Schmuck.

Mit trendigen, auf unsere Kollektionen abgestimmten, Accessoires wird unser Sortiment komplettiert.



Preiskultur

Unser breites Angebot an qualitativ hochwertiger Kleidung und Accessoires orientiert sich in der mittleren Preisebene. Der direkte Einkauf beim Hersteller und eine schlanke Unternehmensstruktur machen es uns möglich, den entstehenden Preisvorteil direkt an unsere Kunden weiterzugeben.

Zusätzlich können wir mit unseren eigenen Modelabels Kollektionen anbieten, die namhaften Mitbewerben in Qualität und Design in nichts nachstehen. Diese Mode bieten wir jedoch zu einem konkurrenzlosen Preis, der in diesem Segment einmalig ist.

In Verbindung mit unserer hohen Servicekultur haben wir uns über die letzten Jahre einen nachhaltigen Ruf aufgebaut, den wir nun für eine Expansion auf dem Berliner Markt nutzen werden.







Positionieren und Präsentieren

Mit unserem modernen und schlichten Ladendesign stellen wir unser Angebot in den Mittelpunkt. Klare Linien und warme Farben schaffen eine entspannte Atmosphäre in der sich unsere Kunden besonders wohl fühlen. So wird der Einkauf zum Erlebnis und Kunden werden zu Stammkunden.

Eine trendige Schaufensterdekoration vermittelt unserer Zielgruppe auf einem Blick einen Querschnitt durch unser Sortiment.

Klar präsentierte Angebote im Eingangsbereich werden zum Kundenmagnet und steigern das Interesse auf das gesamte Sortiment.

In einander übergehende Themen- und Farbkonzepte werden die Kunden durch die Kollektionen geführt und können in unserer loun-gigen Umkleide die Sachen anprobieren.

Mit großen Spiegeln und ausreichenden Ablagen ausgestattet, sind diese Umkleiden wichtig für eine positive Kaufentscheidung.

Eine schnelle Kassenabwicklung und interessante Rabattprogramme machen jeden Einkauf zu einem positiven und nachhaltigem Erlebnis.



Ladendesign

Mit der Unterstützung professioneller Innenarchitekten und Ladenbauern schaffen wir für unsere Kunden eine angenehme Atmosphäre, die jeden Einkauf zum Erlebnis werden lässt. Hohe Funktionalität und die Verwendung hochwertiger Materialien präsentieren unsere Kollektionen in einem ästhetischem Zusammenspiel aus Form und Farbe.

Ein wichtiger Bestandteil des Ladendesigns ist unser nachhaltiges Lichtkonzept.

In einer angenehmen Lichtatmosphäre mit klaren Akzenten können sich unsere Kunden von aktuellen Trends, Farben und Mustern inspirieren lassen.

Durch die Verwendung von LED-Lichtsystemen wird der CO² Ausstoß verringert und das Raumklima verbessert sich. Mit einer weichen, warmweißen Grundbeleuchtung und einer flexiblen Akzentbeleuchtung setzen wir unsere Modewaren ökologisch in Szene.



Marketing

Für das Unternehmensmarketing haben wir eine Agentur beauftragt, die uns gezielt dabei unterstützt alle Werbemaßnahmen zu koordinieren.

Auch im Marketing stehen für uns Kunde und Mode im Fokus, die akzentuierten Marketingaktionen spiegeln dieses wieder. Wir verzichten dabei bewusst auf aufwendige Maßnahmen, um unserer Philosophie treu zu bleiben.

Auf Werbestandards müssen unsere Kunden selbstverständlich nicht verzichten, dazu gehören neben saisonalen Schlussverkäufen, Monatsangeboten, Bundle Aktionen und Thementage, auch das Präsentieren der aktuellen Kollektionen durch unsere Mitarbeiter.



Corporate Design

Durch ein einheitliches Erscheinungsbild wird die Persönlichkeit unseres Unternehmens dargestellt. Ein schlichtes und modernes Ladendesign und die akzentuierte Verwendung von Farbe vermittelt unseren Kunden sofort, dass bei uns Mode und Menschen im Mittelpunkt stehen.

Die Farben Rot und Weiß finden sich in allen Ebenen der Corporate Identity wieder.

Rot ist eine sehr “prominente Farbe” und wird von den meisten Menschen als Lieblingsfarbe benannt. Rot ist anregend und gilt als Farbe der Lust und Dynamik.

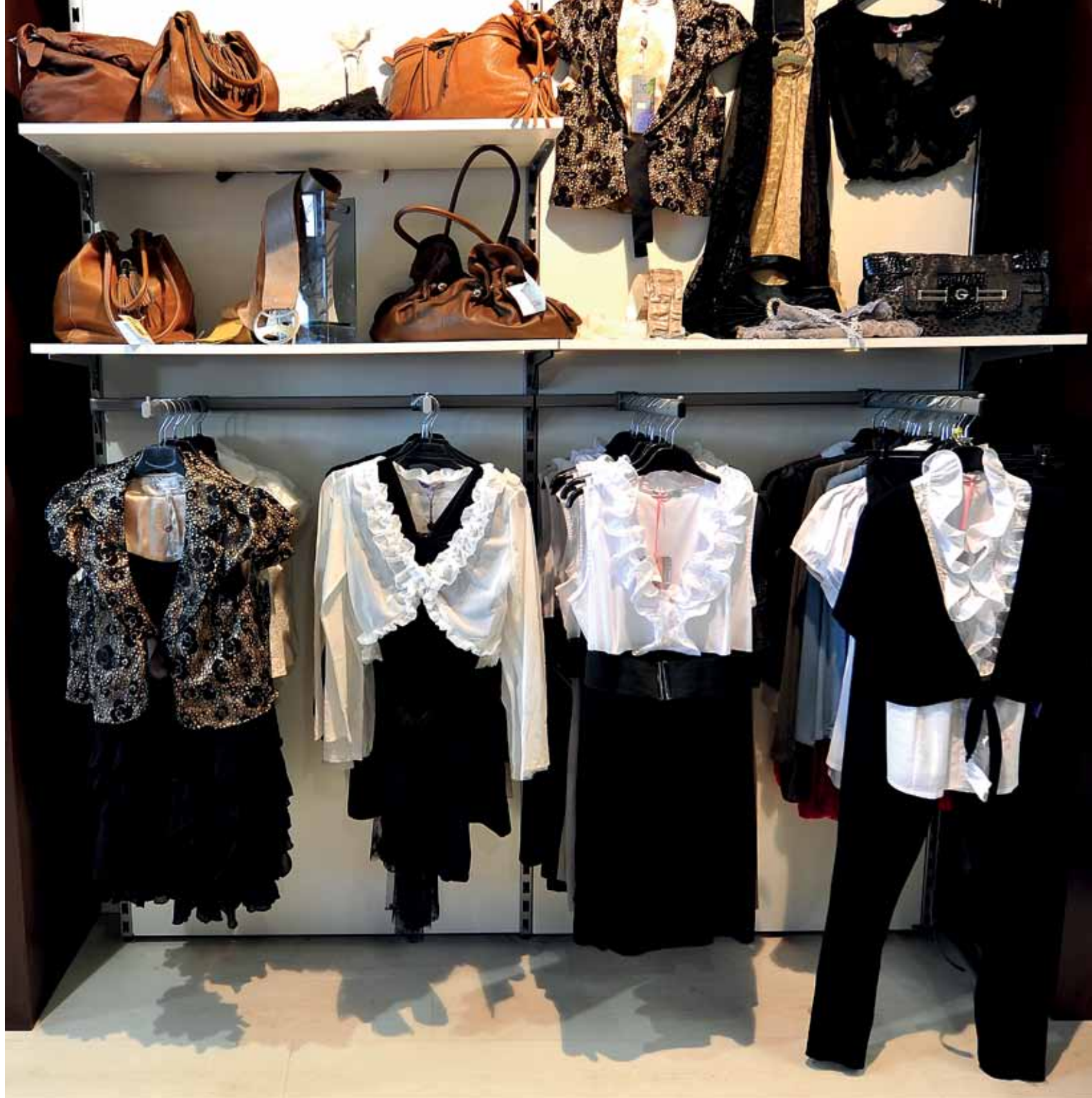
Weiß hingegen vermittelt Sauberkeit, Reinheit und Unschuld.

Als Hintergrundfarbe entsteht so eine elegante und luftige Atmosphäre.

Im Bodenbelag verwenden wir einen Holzton in Nussbaum, in Verbindung mit dem Rot wirkt die Inneneinrichtung dadurch edel und chic.

Selbstverständlich verwenden wir diese Farben und unser Logo auch im Marketing, bei Verpackungsmaterialien, auf unserer Internetpräsenz und in der internen und externen Kommunikation.







Point of Sale

Service steht bei uns an erster Stelle. Unsere Mitarbeiter werden ständig für den Verkauf, die Beratung und das Reklamationshandling geschult.

Als Geschäftsführer leben wir dieses Verständnis tagtäglich vor und greifen zusätzlich auf die Unterstützung externer Partner zurück.

Die zentralen Kassenanlage mit einem modernem Kassensystem gewährleisten eine schnelle und bequeme Verkaufsabwicklung für unsere Kunden.

Neben allen gängigen Kreditkarten akzeptieren wir auch EC-Cash und Bargeld, desweiteren gewähren wir unseren Stammkunden einen Sofortrabatt und führen auch Gutscheinaktionen durch.

Ob Reklamation oder Umtausch, bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt und wir zeigen uns stets sehr kulant und flexibel.



Unsere Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter repräsentieren unser Unternehmen und die Marke VOCADA.

Aus diesem Grund stellen wir unser Team für jede Filiale persönlich zusammen.

Eine flache Hierarchie und unser persönliches Engagement fordert und fördert die Stärken jedes einzelnen Mitarbeiters. Eine leistungsgerechte, tarifbasierte Bezahlung und die angenehme Arbeitsatmosphäre motivieren und stellen den Servicegedanken in den Vordergrund. In regelmäßigen Abständen führen wir firmeninterne und externe Schulungen durch, so ist unser Team immer auf dem neuesten Stand.

Ein zusätzliches Motivationsprogramm und die Vergünstigungen für unser Sortiment sind Grundlage für eine langjährige Zusammenarbeit.

Diese positive Arbeitsatmosphäre kommt natürlich auch unseren Kunden zugute.

Freundlichkeit, Kompetenz, Flexibilität und Engagement sind nicht nur Wörter, sondern werden durch uns und unsere Mitarbeiter gelebt.







Ziele und Zukunft

Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft sind unsere bereits bestehende Einzelhandelsgeschäfte in Mecklenburg-Vorpommern und der Großhandel in Berlin. Mit der Umstrukturierung haben wir uns für das Erreichen neuer Unternehmensziele bestens aufgestellt.

Eine firmeninterne Zukunftsplanung sieht vor, dass wir in den nächsten 5 Jahren insgesamt 15 neue VOCADA Fashion Stores eröffnen werden. Die ersten Geschäfte werden wir in Berlin und Potsdam eröffnen. Weitere werden dann in anderen Städten folgen.

Mit drei Neueröffnungen pro Jahr setzen wir auf ein gesundes Wachstum, um uns nachhaltig am umkämpften Markt zu etablieren.

Dabei ist uns die Finanzierung des Geschäftes aus Eigenkapital besonders wichtig.

Die daraus entstehende Sicherheit und Flexibilität ist für uns eine wichtige Grundlage für eine erfolgreiche und faire Zusammenarbeit mit Lieferanten und Vermietern.



Die Filialien

VOCADA -fashion store- Pferdemarkt 58
18237 Güstrow

VOCADA -fashion store- Pferdemarkt 58b
18237 Güstrow

VOCADA -fashion store- Mühlenstraße 39
18119 Warnemünde

VOCADA -fashion store- Am Strom 74
18119 Warnemünde

VOCADA -fashion store- Am Strom 73
18119 Warnemünde

VOCADA -fashion store- Am Strom 100
18119 Warnemünde

AMODA Großhandel für Mode & Accessoires



Kontakt

Vocada GmbH i.G.
Hildegard-Jadamowitz Str. 26
10243 Berlin

030 66 76 32 62
info@vocada-fasion.de
www.vocada-fasion.de

Impressum

Konzept
Kristian Schubert, info@gastromanagement-schubert.de

Layout
Luis-Miguel Carrilho-Branco, mgl@fritzundhagen.com

