



Mette Stausholm og Susan Jensen

NYT EKSPRESBRAND VISER BOHO- MODE MED KANT

NEW EXPRESS BRAND SHOWS BOHO FASHION WITH EDGE

To rutinerede sælgere er med til indkøb, hvilket sikrer et rullende udbud trendaktuelle ekspresvarer, som matcher efterspørgslen i modebutikkerne.

Two experienced sales women participate in the purchase. It ensures a flow of trendy express items that match the demand in the fashion stores.

AF HELLE MATHIESEN

Marta du Château er et nyt dansk ekspresbrand med kun et halvt år på bagen. Mærket havde premiere på CIFF i august, og allerede nu har mange butikker kastet deres kærlighed på den franske kvinde på slottet.

- Jeg tror, der er flere årsager til den store interesse for Marta du Château. Først og fremmest skyldes succesen produkterne, der rammer trenden spot-on, men samtidig har sit unikke boho-udtryk og noget kant. Dernæst sælger vi enkelte items, som er hotte i modebilleder i sæsonen – vi kommer ikke med store, uoverskuelige kollektioner, så det er nemt for indkøberen at tage en hurtig beslutning om vores produkter. Det er også vigtigt, at de items, vi præsenterer, adskiller sig ved at have kant og tilføre nyhedsværdi til butikken. Vores varer kan rent faktisk være med til at trække kunder ind, fordi der er blikfang i mange af vores styles, siger Mette Stausholm, der er sælger med ansvar for Jylland/Fyn.

Hun suppleres flaks af sin kollega med ansvar for salg på Sjælland:

- Med Marta du Château henvender vi os netop til den modebevidste kvinde, som gerne vil være først med det nye og som ikke er bange for at skille sig ud fra mængden. Aldersmæssigt spænder vores målgruppe rimeligt bredt, det handler mere om at ramme typen, som falder for vores stil. Og prismæssigt har vi nogle gode, kommercielle priser. På messen kommer vi for eksempel med nye strik med allover print med kunstneriske motiver, der ligner malerier. Dem er vi helt sikre på, Marta du Château-kvinden vil falde for, siger Susan Jensen.

Begge sælgere har lang erfaring fra modebranchen, og de er med på turen til Frankrig og Italien, hvor indkøbet primært foregår.

BOHO-STIL MED KANT

Brandets feminine boho-stil med kant præsenteres på en stand på CIFF, hvor interiøret afspejler mærket.

- Standen bliver indrettet i rå New Yorker-stil, men for at skabe



MARTA DU CHATEAU



MARTA DU CHÂTEAU
CIFF C3-008D

noget kontrast tilføjer vi blandt andet puffer i lyserød velour med gulddetaljer. Standen kommer til at danne den ideelle ramme for vores nyheder som blandt andet bliver nye tylskørt-designs i pasteller, feminine tunikaer, kjoler med pufærmer, skjorter med asymmetriske print og statementprint og toppe med nye lynlåsdetaljer i ryggen, siger Susan Jensen.

- Man kan måske summere op med at sige, at Marta du Château har "alt det sjove". Da vores set-up med Tex-time er relativt lille, kan vi rykke virkelig hurtigt, når vi ser en trend. Der går få uger fra, vi får en idé og til, at vi kan vise den færdige style ude i butikkerne, og det er helt klart en af succeskriterierne, siger Mette Stausholm, der står klar på CIFF til at introducere brandets spændende nyheder sammen med Susan Jensen og Mette Schyberg Andersen, der er agent i Sverige.

SUMMARY

Marta du Château is a new Danish express brand that premiered at CIFF in August.

- I think there are several reasons for the great interest in Marta du Château. First and foremost, the success is due to the products that hit the trend spot-on, but at the same time has its own unique boho look and some edge. Next, we sell individual items that are hot in the season. This means, that it is easy for the buyer in the fashion shop to make a quick decision on our products. It is also important that the items we present differ by adding a new twist to the design. Our products can actually help attract customers because many of our styles are eye-catchers, says Mette Stausholm, responsible for sales in Jutland / Funen.

She is supplemented by her colleague in charge of sales in Zealand:

- With Marta du Château we are addressing the fashion-conscious woman who wants to be first with the new and who is not afraid to stand out from the crowd. In terms of age, our target group ranges reasonably wide, it's more about her type. And in terms of price, we have commercial prices. At CIFF, for example, we come up with new knits with allover prints with artistic motifs that resemble paintings. We are absolutely sure that the Marta du Château woman will fall for these new items, says Susan Jensen.

Both women have extensive experience from the fashion industry, and they are part of the trips to France and Italy, where the procurement is primarily carried out.

The brand's feminine boho style with edge is presented at a booth at CIFF, where the interior reflects the brand.

- One might sum up by saying that Marta du Château has "all the fun stuff". Since our set-up with Tex-time is relatively small, we can move really quickly when we see a trend, and this is clearly one of the success criteria, says Mette Stausholm. ■