



# Torebka jako produkt

*Praca zaliczeniowa z przedmiotów:  
Strategie produktu i Zarządzanie marką*

Anna Siwek  
Natalia Molik  
Mariia Samodin  
**Grupa KrZUMr3011Ze**



# Plan prezentacji o produkcji

---

- Charakterystyka
- Historia
- Analiza marketingowa
- Segmenty konsumentów
- Podstawowe wersje torebek dostępne na rynku
- Proces różnicowania torebek
- Cykl życia torebki
- Polityka asortymentowa



# Charakterystyka produktu

---

Torebka – torba do przechowywania osobistych drobiazgów wykonana z wytrzymałych materiałów, noszona najczęściej przez kobiety na ramieniu lub w dłoni.

Oprócz funkcji praktycznych torebka może być modnym dodatkiem do stroju i komunikować otoczeniu status materialny posiadaczki.



# Historia torebki - wstęp

---

Torebka, to przedmiot, który towarzyszy nam od samych początków cywilizacji. Początkowo spełniała funkcję wyłącznie praktyczną, będąc przedmiotem użytku codziennego zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Nasi przodkowie zajmowali się głównie zbieractwem i łowiectwem, tak więc torebki były użyteczne, biorąc pod uwagę ich mobilny tryb życia.

Torby i sakwy służyły głównie do przechowywania pokarmu, a w późniejszym okresie także pieniędzy oraz innych dóbr osobistych. Z czasem torby stały się wyznacznikiem statusu społecznego i pełniły m. in. rolę reprezentacyjną.



# Historia torebki - najstarsze znaleziska

Najstarsza znana torebka ma ponad 5500 lat i jest to znaleziony w okolicach Lipska, datowany na okres pomiędzy 2 500 a 2 200 r. p.n.e. woreczek udekorowany psimi zębami.

W starożytnym Egipcie torebki na początku przypinane były do pasa lub przedramienia i służyły do przenoszenia bardzo drobnych przedmiotów. W czasach, gdy torebka była „nowością” mogli sobie na nią pozwolić wyłącznie bogaci mieszkańcy Egiptu. Na początku przypinane były do pasa lub przedramienia i służyły do przenoszenia bardzo drobnych przedmiotów. W czasach, gdy torebka była „nowością” mogli sobie na nią pozwolić wyłącznie bogaci mieszkańcy Egiptu.



# Torebka w średniowieczu

W Średniowieczu kształt toreb zaczął przypominać ten, który znamy obecnie ze sklepowych półek. Przewieszane na ramieniu, wyglądające jak współczesne „listonoszki”, służyły one wyłącznie mężczyznom – w dużej mierze bogatym miejskim kupcom. Były to między innymi torby z klamerkami, torebki skórzane czy też opcje z długimi sznurkami do ściągania. Większość z nich noszona była przymocowana do pasa.

Kobiety przechowywały podręczne przedmioty w sakiewkach przymocowanych do pasa, posiadały także małe torebki umieszczane w specjalnych woreczkach ukrytych w fałdach sukni.

Po wprowadzeniu pod koniec XVI wieku kieszeni, jako elementu stroju torby stały się prawie wyłącznie domeną kobiet.



# Przykładowa ikonografia



# Rewolucja francuska

---

U schyłku XVIII wieku, po zakończeniu Wielkiej Rewolucji Francuskiej, nastąpiły zmiany na płaszczyźnie mody. Kobiety przestają wyglądać jak matrony i zaczynają nosić mniej przytłaczające stroje. W efekcie brakuje w nich miejsca na dowiązywanie ukrytych głęboko kieszeni. Panie zaczynając więc nosić ridicules, czyli tzw. "śmiesznotki" - malutkie torebeczki trzymane w dłoni lub przyczepiane do nadgarstka.





# Rewolucja przemysłowa

Nowoczesna torebka powstała w okresie rewolucji przemysłowej, w Anglii. W II połowie XIX wieku torebka staje się nieodłącznym atrybutem kobiety aktywnej. Kobieta podróżująca, poza właściwym bagażem, potrzebuje podręcznej, w miarę pojemnej torby na drobiazgi przydatne w podróży, zaopatrzonej w solidny zamek chroniący przed złodziejami. Wtedy to po raz pierwszy pojawiają się torby podróżne. Nowe torby zostały opracowane dla współczesnego podróżnika i miały w założeniu ułatwić przewożenie dóbr osobistych.

Dynamiczny rozwój technologii sprawił, że zmienił się sposób produkcji – z ręcznego na fabryczny, przez co torebki przestały być towarem luksusowym. Pojawiały się coraz wymyślniejsze modele, zaś w II połowie XIX wieku na rynek wkroczyły dwie marki, które znamy również dziś – Louis Vuitton i Maison Hermés



# Torebki w XX wieku

---

W XX wieku zarówno sztuka, jak i moda ewoluowały w bardzo krótkim czasie, a wraz z nimi zmieniały się przedmioty życia codziennego. Zdecydowanie największy wpływ na kształt torebki miała jednak emancypacja kobiet. Rozwój technologii XX wieku otworzył wiele nowych możliwości wykorzystywania tekstur i materiałów. Projektanci zainteresowali się tą częścią garderoby a kobiety zaczęły traktować ją jako niezbędny dodatek do stroju. Zaczynają wyróżniać się typy torebek zróżnicowane w zależności od pory dnia i ubioru. Pod koniec XX wieku niezwykle zauważalny stał się branding, torebka pojawiła się na wybiegach, a znani na całym świecie projektanci zaczęli tworzyć ekskluzywne torebki i galanterię skórzaną.



# Torebka w czasach współczesnych

---

Dziś w szafie każdej eleganckiej kobiety i każdego dbającego o swój wizerunek mężczyzny znajdziemy już nie jedną, a kilka modeli toreb dobieranych do stroju i okazji. Torebka ma za zadanie pomieścić najpotrzebniejsze rzeczy, musi być niepowtarzalna i doskonale uzupełniać strój. W przeciwieństwie do minionych wieków, w których projekty pozostawały niezmienione przez wiele dziesięcioleci, obecnie nowe modele toreb pojawiają się w każdym sezonie.



# Analiza marketingowa produktu



1. Rdzeń produktu - potrzeba noszenia przy sobie różnych przedmiotów.
2. Produkt rzeczywisty - torebka konkretnej marki,, w odpowiednim wymiarze, kształcie i kolorze, wykonana z solidnego materiału.
3. Produkt oczekiwany - produkt wysokiej jakości, praktyczny, wygodny w użytkowaniu, w pożądanym fasonie i wzorze.
4. Produkt poszerzony - sprawna obsługa, dostępność różnych form dostawy, duża dostępność różnorodnych modeli, gwarancja, benefity dla klientów, możliwość reklamacji i zwrotu.
5. Produkt potencjalny - nowe wersje produktu, ulepszony materiał, design nadążający za zmieniającymi się trendami, korzystne oferty dla stałych klientów, możliwość wymiany na nowy model, produkt wielofunkcyjny, np. torebka-plecak, zestaw pasujących akcesoriów

# Segmenty konsumentów

---

Pierwszy segment, to kobiety, dla których najważniejsza jest użyteczność i kwestie praktyczne - najczęściej wybierają wytrzymały produkt, zrobiony z materiału łatwego w czyszczeniu i użytkowaniu. Torebka powinna być na tyle duża, aby pomieścić wszystkie potrzebne przedmioty.

Drugim segmentem są osoby, które traktują torebkę głównie jako element stroju. Dla nich produkt ten musi być modny, efektowny, dopasowany do kreacji.. Najlepiej, aby był znanej i cenionej marki lub projektanta.



# Podstawowe wersje torebek

Podział torebek pod względem wielkości:

- małe (kopertówka, koperta)
- średnie (listonoszka, kuferek, worek, torba sportowa)
- duże (torebka typu shopper, torba podróżna)

Pod względem stylu:

- casual
- boho
- glamour
- elegancki
- młodzieżowy
- wakacyjny



# Podział torebek ze względu na przeznaczenie



- Eleganckie torebki wieczorowe - przeznaczone do noszenia na uroczystościach i oficjalnych przyjęciach. Mają niewielkie rozmiary, są dopasowane do kreacji, często zdobione i bez paska.
- Torebki casualowe - podstawowa torebka, która towarzyszy kobiecie w pracy, na spotkaniach i wyjazdach. Mają wiele rozmiarów i są zrobione z różnych materiałów. Ich podstawową funkcją jest wygoda i poręczność.
- Torebka typu shopper - ma długie uchwyty, które nosi się na ramieniu. Charakteryzujące się dużą pojemnością i jest zaprojektowana z myślą o miłośniczkach zakupów.
- Torebki weekendowe i sportowe - najlepiej nadają się na siłownię, bądź weekendowy wypad za miasto. Sa zrobione z solidnych materiałów, bardzo pakowne i wygodne w noszeniu.
- Torby podróżne - podobnie jak przy torbach sportowych i weekendowych cechują się dużą pojemnością, jednak są większe. Niekiedy mają doczepiane kółka. Oprócz długiego paska posiadają solidny uchwyt.

# Najbardziej znane marki torebek

**Louis Vuitton Malletier** – luksusowy francuski dom mody z centralnym zarządem w Paryżu, stworzony w roku 1854 przez francuskiego rzemieślnika i przedsiębiorcę Louisa Vuittona (1821-1892), który początkowo produkował ekskluzywne torby i bagaże.

Pierwsze walizki LV były w pasy, jednak były łatwo podrabiane przez mniej znane firmy. Charakterystyczny wzór i monogram LV, który do dziś jest logo firmy został stworzony przez syna Louisa, Georges Vuitton dopiero w 1896 roku. Louis Vuitton nie miał linii odzieżowej aż do 1997 r., kiedy to dyrektorem artystycznym marki został Marc Jacobs.

Każda torebka LV robiona jest ręcznie, a jej produkcja trwa tydzień. Są wodoodporne, co więcej są nawet ognioodporne.

Cena regularna: od 1,7 do 9 tys. zł (w zależności od modelu)





# Louis Vuitton Malletier C.D

---

Torebki, walizki i kuferki Louisa Vuittona to dodatki popularne na całym świecie. Największą popularnością cieszy się do dziś model Speedy, czyli kuferek zaprojektowany dla Audrey Hepburn. Duże torby Louisa Vuittona przez wiele lat były symbolem klasy, przede wszystkim dlatego, że każda z nich tworzona jest ręcznie, a marka nigdy nie stosuje żadnych wyprzedaży. Jej produkty, zamiast tanieć, z biegiem czasu wyłącznie drożeją.

Obecnie damskie torebki z domu mody Louis Vuitton kosztują od kilku do kilkudziesięciu tysięcy złotych. W ofercie są zarówno kopertówki, jak i typowo miejskie torby, np. model Neverfull, którego Polki wręcz pokochały.



# Yves Saint Laurent SAS

---

Yves Saint Laurent SAS to francuski dom mody, założony przez Yves'a Saint Laurenta oraz jego partnera Pierre'a Bergé w 1961 roku we Francji. Jest jednym z najbardziej znanych domów mody na świecie.

"Moda przemija, ale styl jest wieczny" mawiał Yves Saint Laurent. Dzięki tej krótkiej sentencji, kobiety na całym świecie zrozumiały, że najwyższą wartością jest jakość i ponadczasowość, którą będą mogły cieszyć się latami. To właśnie dlatego markowe torby YSL są tak bardzo pożądane, doceniane i cieszące się coraz większą sławą.

Cena regularna: od 3 do 12 tys. zł (w zależności od modelu)



# Coco Chanel

---

Coco Chanel, właściwie Gabrielle Bonheur Chanel to jedna z największych ikon mody. To ona ubrała kobiety w małą czarną i stworzyła Chanel 2.55 – torebkę, która nie „zestarzeje się” chyba nigdy. Nazwa kultowej torebki jest związana z datą jej powstania – oczywiście mowa tu o lutym 1955 roku. Coco Chanel zdecydowała o zastosowaniu w niej długiego paska, aby nareszcie zapewnić kobietom wygodę. Zamiast zwyczajnego paska zdecydowała się na użycie łańcuszka, który był według niej bardziej szykowny. Cena regularna: od 5 tys. zł (kultowy model 2.55)



# Christian Dior

---

Francja to kraj artystów i wielkich projektantów mody. Kolejną ikoną jest więc nie kto inny jak Francuz Christian Dior – pomysłodawca i założyciel jednego z największych i najbardziej ekskluzywnych domów mody. Wkroczenie marki Diora na rynek przyniosło wiele kontrowersji, ale ostatecznie projektant stał się bardzo sławny a jego markowe torby i ubrania wręcz rozchwytywane.

Prezentowana na zdjęciu po prawej Lady Dior jest jedną z najbardziej kultowych torebek. Weszła na rynek w 1995 roku, rozstawiona została przez księżną Dianę, w ślad za którą ruszyły kolejne miłośniczki mody. Pikowany wzór torebki jest inspirowany wieżą Eiffla.



# Gucci

---

Firma jest jednym z najstarszych domów mody. Założył ją Guccio Gucci w 1921 r. we Florencji. Pracując w Londynie w luksusowym hotelu Savoy, widział luksusowe walizki i torby podróżne i wpadł na pomysł, że mógłby zarabiać na ich produkcji.

W roku 1947 zaprojektował torbę bamboo, która do dziś jest jednym z najbardziej charakterystycznych produktów firm.

W latach 50. Jackie Kennedy kupiła torebkę Gucci, która za jej sprawą stała się kultowa. Początkowo torebka nosiła nazwę Constance, jednak kiedy model stał się ulubionym dodatkiem Jackie Kennedy, zdecydowano o przemianowaniu jej na „Jackie”.

Cena regularna: od 5 do 11 tys. zł (w zależności od modelu)



# Prada

Prada Group S.p.A. – włoski dom mody założony w 1913 roku w Mediolanie przez Mario Pradę.

Na początku swej działalności zajmował się jedynie wyrobem luksusowych skórzanych toreb. Markę na świecie rozstawiła wnuczka założyciela Miuccia Prada, która odziedziczyła firmę w 1978. To ona zdecydowała o rozszerzeniu działalności firmy o linię ubrań haute couture, a potem prêt-à-porter.

Cena regularna: od 3,5 do 10 tys. zł (w zależności od modelu)



# Michael Kors

---

Torebki Michaela Korsy stały się dziś niemalże synonimem klasy. Ten amerykański projektant stawia przede wszystkim na ponadczasowe formy. Niegdyś projektował w domu mody Celine, dziś tworzy własną markę, która zyskała sławę przede wszystkim wśród młodszego pokolenia. Elegancka torebka od Michaela Korsy to obowiązkowy element garderoby sław takich jak Kate Middleton, Jennifer Lopez, Michelle Obama czy Heidi Klum. Markowe torby z charakterystycznym znakiem MK kosztują od kilkuset do kilku tysięcy złotych.

Cena regularna: od 800 zł do 2 tys. zł (w zależności od modelu)



# Hermès International S.A.



Hermès International S.A. – luksusowy francuski dom mody, założony przez Thierry’ego Hermès’a w 1837 roku w Paryżu. Wszystkie produkty marki niemalże w całości wykonywane są we Francji. Co więcej – najczęściej zdarza się tak, że daną rzecz od początku do końca wykonuje ta sama osoba. Uszycie jednej torebki wymaga od 18 do 24 godzin pracy. Dom mody może pochwalić się dwoma kultowymi torebkami.

Zaprojektowana w 1935 roku torebka zawdzięcza nazwę aktorce Grace Kelly, która zakochała się w projektach Hermes podczas pracy na planie filmu „Złodziej w hotelu”. Dom mody nadał torebce nazwę „Kelly” po tym jak aktorka użyła jej do zasłonięcia ciąży przed fotografami.

Kolejna kultowa torebka od domu Hermes to model Birkin, który powstał w 1984 roku. Jej powstanie to już legenda – stworzono ją po tym jak Jane Birkin oraz dyrektor domu mody Hermes, Jean-Louis Dumas podróżowali razem samolotem i modelka skarżyła się na niską użyteczność damskich torebek. Cena regularna: od 9 do 63 tys. dolarów (model Birkin)



---

## Proces różnicowania torebek

**Wristlet (pl. bransoletka)** - ten rodzaj torebki jest alternatywą dla portfela, mogącą pomieścić w sobie jedynie podstawowe rzeczy.

Może stać się również zastępnikiem kosmetyczki. Jej nazwa pochodzi od uchwytu, który trzymamy w dłoni, zaplatając jednocześnie jego koniec na nadgarstku.



---

## Proces różnicowania torebek

**Envelope (pl. koperta)** - kolejny model, będący zamiennie używany z portfelem.

Mieści w sobie najważniejsze rzeczy – dokumenty, telefon, klucze. Nosi się ją w dłoni, ale często jest do niej dołączony pasek lub ozdobny łańcuszek, dzięki któremu można zawiesić ją wygodnie na ramieniu.



---

## Proces różnicowania torebek

**Festival** - ten model torebki nie posiada odpowiednika w języku polskim.

W wolnym przekładzie można by ją określić mianem "festiwalowej" lub "świętecznej"; jest ona niejako rozwinięciem torebki kopertówki, z od razu dołączonym do niej, regulowanym paskiem. Nosi się ją przez ramię w taki sposób, aby torebka wygodnie "osiadła" na przeciwstawnym biodrze.



---

## Proces różnicowania torebek

**Doctor** - (pl. torba doktorka/kuferek) - jak sugeruje sama nazwa, pierwotnie ten kształt torby był wykorzystywane głównie przez doktorów do przenoszenia niezbędnych im w codziennej pracy przyborów.

Posiada ona klasyczny, elegancki kształt, pociągający zwłaszcza Panie z bardziej konserwatywnym gustem.



---

## Proces różnicowania torebek

**Shopper bag** - torebka idealna na zakupy nazywana bywa tote lub shopper bag, czy też shopperką.

Świetnie sprawdza się nie tylko podczas wyjścia do sklepu, ale także w pracy, w szkole, czy w podróży. Jest bardzo dużych rozmiarów, pakowna i wytrzymała. Mieści wszystko, co niezbędne i zbędne. Także rzeczy o dużych gabarytach.



---

## Proces różnicowania torebek

**Hobo** - posiada bardzo specyficzny, półksiężycowy kształt.

Dobrze wykonane torebki w tym stylu będą wygodnie ułożone na ramieniu, mieszcząc zarówno wszelkie niezbędne przybory, jak i dodatkowe wyposażenie typu pamiętnik, kosmetyki, iPod, kamerę, itp.



---

## Proces różnicowania torebek

**Bucket** - (pl. worek) - torebką w stylu casualowym, nadającą się wyłącznie do specyficznych stylizacji, bądź dnia spędzonego na plaży.

Idealnie współgra z zestawem wypoczynkowym w stylu eleganckich sandałów, słomkowego kapelusza w stylu panama oraz delikatnej sukienki. Bardzo dużą rolę w przypadku tego rodzaju torebek odgrywa materiał, z którego został wykonany dany model.



---

## Proces różnicowania torebek

**Postman bag** - (pl. listonoszka) - nosi się ją podobnie, jak w przypadku torebki Festival.

Swoją charakterystykę zarówno jeśli idzie o krój, jak również przeznaczenie wywodzi z zawodu, z którego została zaadaptowana do świata mody (co sugeruje również sama jej nazwa). Wytrzymała, pakowna, a mimo to wciąż elegancka torebka messenger jest świetną kompanią również dla kobiet, które często noszą ze sobą laptop, bądź inne przenośne urządzenia służące im do pracy.





---

## Cykl życia torebki

Cykl życia damskiej torebki jest bardzo szybki. Torebki tak jak każdy element garderoby podlega określonym trendom w modzie. Moda w tej dziedzinie zmienia się bardzo szybko. Nowy sezon nowa kolekcja, nowe kolory, nowe dodatki. To co było modne poprzedniego sezonu bardzo szybko się dewaluuje. Nowy sezon przynosi zazwyczaj nowe trendy zasadniczo zmieniając poprzednie k





# Działania marketingowe

- Marketing bezpośredni
- Promocja sprzedaży
- Internet marketing (reklama graficzna, SEO, SEM)
- Content marketing
- Event marketing
- Celebrity marketing