

# NO SEASON - SUCCES HOS MINUS

NO SEASON: A SUCCESSFUL CONCEPT FROM MINUS

MINUS

MINUS // CIFF C3-105

**VIDSTE DU, AT...**  
...i Holland arbejder Minus sammen med Maison365, der er et webshop koncept, som sælger pakkelsninger til travle kvinder. Princippet er, at kvinderne giver webshoppen en række oplysninger om størrelse, ønsket stil og beklædningsbehov, hvorefter Maison365 sammensætter individuelle pakkelsninger til kvinden, der ikke har lyst til at bruge tid på shopping. I disse pakker har Minus' No Season styles meget ofte en plads.

Hos den danske modevirksomhed Minus har man succes med et No Season-koncept, der supplerer de almindelige langsigtede kollektioner. [The Danish fashion company Minus' No Season concept, an addition to the traditional long-term collections, is a big hit.](#)

AF HELLE MATHIESEN

Hos Minus definerer indehaverne No Season som beklædning, der ikke er sæson-defineret og derfor har lang levetid. No Season-konceptet består af to dele: Et Never Out of Stock-program med basisstyles i klassiske farver og et Seasonal-program med de samme varer i sæsonens farver. Mens NOOS-varerne altid er på lager, fås Seasonal-produkterne så længe lager haves, typisk i en enkelt sæson.

- Med vores No Season-koncept kan vi tilbyde nogle af de samme fordele som de populære express-brands, for vi sender vores No Season-varer til butikkerne samme dag, som de bestilles. Det betyder, at retaileren får en bedre likviditet, fordi vi tager lagerbindingen og dermed risikoen. Med konceptet tilbyder vi samme service som express-leverandøren, men vi dækker selvfølgelig nogle andre behov i butikken, da vores varer er basis-styles, som butikken har behov for altid at kunne tilbyde forbrugeren, siger Irena Riberholt Jørgensen, der ejer Minus sammen med Charlotte Kjær Bruun. De overtog brandet og virksomheden Minus A/S i 2013. Med lang erfaring fra modebranchen vidste de to kvinder fra begyndelsen, hvad de ville. - Med Minus har vi en ambition om at tilbyde den travle moderne kvinde en gar-

derobe der dækker alle hendes behov. Vi bygger fortsat kollektionerne på vores egne erfaringer med at være kvinde i dag, hvor vi blandt andet ser et stort behov for en funktionel garderobe med stærke basisvarer som et bærende element, siger Irena Riberholt Jørgensen.

## Enkelt style bliver lille familie

No Season-konceptet består af bukser, blazerjakker, nederdele, strik og en lang række forskellige toppe.

- Ofte sker det, at en enkelt af vores bedst sælgende styles udvikler sig til en lille serie af bestsellers. For eksempel har vi vores seamless blondetop - en rigtig sød og anvendelig top med en bred blondkant for oven. Den style har nu udviklet sig til en serie med fem forskellige varianter, der alle tager udgangspunkt i den første top, som vi solgte ekstremt godt på samtlige markeder. De forskellige modeller fås alle i standardfarver i NOOS-programmet og i op til fire modebetonede farver i Seasonal-programmet, forklarer Charlotte Kjær Bruun. Hun tilføjer, at det også sker, at en style "fødes" direkte ind i No Season-programmet, fordi stilen har åbenlyst potentiale til at blive efterspurgt sæson efter sæson. I forhold til konstant at

have et optimalt udvalg, så sparrer Minus med nogle af deres dygtigste kunder.

## Krav til salgsteamet

Salgsteamet hos Minus er sammensat af personer med god retailforståelse.

- For at få No Season-konceptet til at fungere optimalt, kræver det, at sælgeren kan tage en god forretningsmæssig snak med indkøberen eller indehaveren, så de forstår den fordel, konceptet giver dem. Butikken skal helst have alle størrelser til rådighed, og dermed skal der løbende genbestilles - hvilket nemt gøres på vores b-t-b-portal. Men vores sælgere kommer også ofte på besøg i butikken og tilbyder at give en hjælpende hånd med at få suppleret op, så det sikres, at butikken aldrig skal sige nej til det mersalg, vores basisvarer er en nem vej til at gennemføre, forklarer Irena Riberholt Jørgensen.

- Når vi får nye kunder, sørger vi også altid for, at de får startet op med No Season-varer fra første dag. Ellers kommer der til at gå for lang tid, før dialogen med den nye kunde rigtigt kommer i gang. På den her måde etablerer vi straks en kontakt, da de første No Season-varer kommer ind ad døren i butikken, allerede når indkøberen eksempelvis kommer hjem fra messe, si-

ger Charlotte Kjær Bruun. Hun tilføjer, at No Season-konceptet kræver en vis risikovillighed fra Minus' side.

## Risikovillighed nødvendigt

- Vi tog for flere år siden den strategiske beslutning, at vi skal turde stole på vores mavefornemmelse, vores markedsforståelse og vores erfaring, når vi køber ind. No Season-konceptet kræver, at vi tager hele risikoen og tidligt i processen beslutter os for at placere ordrer til flere måneders salg. Den risikovillighed betyder til gengæld rent forretningsmæssigt, at vi kan tilbyde kunderne en række fordele, som de ikke umiddelbart kan få så mange andre steder, siger Irena Riberholt Jørgensen. Det drejer sig om fordele i form af forbedret likviditet, kort leveringstid og at lagerbindingen flyttes fra butikken til Minus' lager - kommercielle fordele, som Minus' sælgere formidler til nye og eksisterende kunder.

Al håndtering af bestillinger, lager og logistik sker fra Ikast, hvor Minus fik nyt domicil for 4 år siden.

Minus er repræsenteret i Skandinavien, Holland og Belgien samt i Tyskland.

Ikke mindst i Holland har butikkerne taget rigtigt godt imod Minus' No Season-koncept, og kunderne her og i de øvrige lande supplerer flittigt på Minus' b-t-b-plattform.

The owners of Minus define No Season as a piece of garment that is unaffected by seasonality, which, as a result, has a long life. The No Season concept consists of two parts: A Never Out of Stock program with basic styles in classic colours as well as a Season program with the same items but in the fresh, new colours of the season. While the NOOS items are always in stock, products in the Seasonal concept are available only while stock lasts, which is typically a single season.

- With our No Season concept, we can offer some of the same benefits as the popular express brands since we provide day-to-day delivery to the stores. This makes for stronger liquidity for stores as they avoid the risk of too much capital tied

up in stock. The concept offers the same service as that of express suppliers, but we offer basic styles, which are always in demand, says Irena Riberholt Jørgensen, who owns Minus together with Charlotte Kjær Bruun. They acquired the brand and the company Minus A/S back in 2013. With many years of experience from the fashion industry, the two women knew from the start where they were going with the company.

- The ambition of Minus is to provide modern and busy women with a wardrobe to suit any occasion. We continue to design the collections based on our own experiences from being a modern woman. There is a strong demand for a functional wardrobe with an extensive collection of basic items, says Irena Riberholt Jørgensen.

## From a single style to a family of products

The No Season concept consists of trousers, blazer jackets, skirts, knits and a wide range of tops.

- Often, one of our best selling styles is developed into a small line of bestsellers. Take our seamless lace top, for example. A cute and functional top with lace edging at the top. This style has been developed into a line of five different styles, all based on the original top, which sold exceptionally well in all markets. The different styles all come in basic colours in the NOOS program and in up to four seasonal shades in the Seasonal program, Charlotte Kjær Bruun explains. She adds that a style is sometimes "born" into the No Season program if the style has a clear potential to be in demand season after season.

To consistently offer the most optimal mix of products, Minus collaborates closely with some of their best customers.

## A skilled sales team

The sales team at Minus is made up of skilled people with extensive retail knowledge.

- To make the No Season concept run smoothly, it requires the sales staff to have a chat with the buyers or owners of

the stores about the concept and the benefits they can gain from it. Ideally, the stores should have all sizes available. This requires continuous replenishment, which is done easily through our B2B portal. Moreover, our sales staff often makes visits to the stores and offers a helping hand with stocking up. This way, the store is always ready to generate additional sales from the extensive range of basic styles we offer, Irena Riberholt Jørgensen explains.

- When we talk to some of our new customers, we make sure to set up the No Season concept from day one and this way lay the foundation for a long-term relationship. Then we can send the first batch of No Season items and have it delivered to the store shortly after the buyer has returned from, say, a trade fair, says Charlotte Kjær Bruun. She adds that the No Season concept involves a certain amount of risk-taking for Minus.

## Risk-taking is necessary

- A couple of years ago, we made the strategic decision to trust our guts, our market knowledge and overall experience when we buy new items. The No Season concept requires us to take on all risk and place orders many months in advance. On the other hand, the risk-taking enables us to offer our customers a long list of advantages it would be hard for them to find elsewhere, says Irena Riberholt Jørgensen. Benefits include stronger liquidity, short delivery times and low inventory levels. All the commercial advantages are communicated to new as well as existing customers.

Order management, warehouse and logistics are handled from Ikast in Denmark at Minus' relatively new headquarters. Especially fashion stores in Holland have embraced Minus' No Season concept and the Dutch retailers - along with retailers from other markets - actively use Minus' B2B platform on a regular basis. Minus is available in Scandinavia, Holland, Belgium and Germany.