

TOOL BOX - HÅLLBARHET I RELATIONEN MELLAN DESIGNER OCH BUTIK

Vad bryr sig kunden om vid köpbeslut?

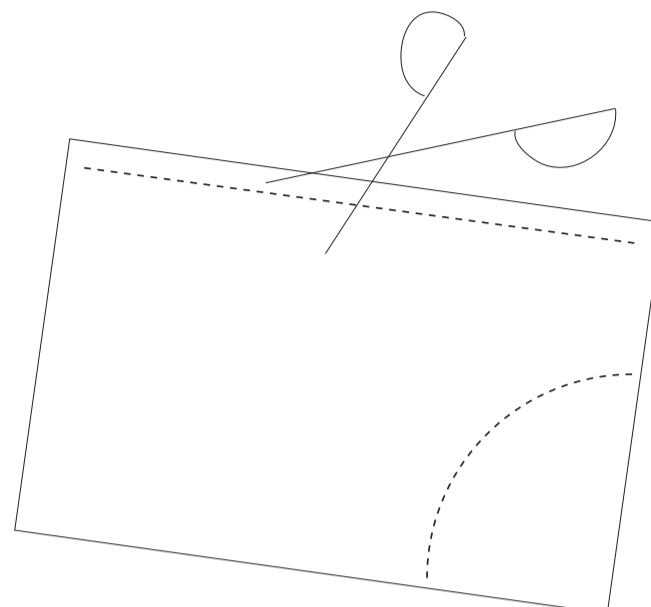
Upplevelsen från många butiker och varumärken är att kunskapen om hållbarhet ser väldigt olika ut hos konsumenten. Svaret på om en viss produkt är hållbar är komplex. Det går ofta inte att svara med ett enkelt ja eller nej. Ibland går det bra att diskutera gråskalor med en kund, så som om ekologisk bomull är bra för miljön, vilket beror på vilken aspekt man tittar närmare på – kemikalier, vattenåtgång, global uppvärmning eller något annat. I andra fall behövs ett mer svart/vitt eller enklare svar som att "ja, det är ett hållbarare val". Öppna gärna samtalet med en fråga till kunden för att ta reda på vad hållbarhet betyder just för denna person. När du har en uppfattning om hur påläst hen är kan du ge ett svar anpassat efter kundens kunskapsnivå och eventuella särskilda intresseområden. Samtalet är också relationsbyggande med kunden.

"Vi ställer krav på leverantören. Som multibrandbutik har vi många val i butik och kan berätta om olika aspekter hos olika plagg. Men då gäller det att vi fått informationen från leverantören. Vi måste ställa högre krav och be om certifikat. Samtidigt handlar det mycket om tillit."

Sagt av butikschef för en multibrandbutikskedja vid den workshop som ligger till grund för denna tool box.

Vad kan designern göra?

Informationen från varumärket och designsidan upplevs som mycket viktig för butikspersonalen. Med fördel kan informationsbärare, så som tvättråd, tags etc., användas för att förmedla viktig information om hållbarhet, hur man ska ta hand om plagget för att det ska hålla länge och var man kan hitta mer information. Butiksledet kommer med ett starkt önskemål och understryker vikten av information från leverantören för att kunna ta hand om och informera kunden på bästa sätt.



I DESIGNPROCESSEN OCH VID PRODUKTION

Råd och frågeställningar som du som designer kan ta med dig och förmedla vidare till dina återförsäljare:

- Se över tvättråden. Skriv på tags om man ska tänka på något speciellt.
- Varför har ni valt ett visst material och fördelar med detta.
- Varför har ni valt en viss typ av produktion?
- Hur tänker ni kring frakt?
- Ha lättillgänglig information för såväl återförsäljarledet som konsument på hemsidan, men tänk på att det kräver mer av kunden att gå in och läsa där.
- Använd tags för att förmedla varumärkets värderingar.
- Besök butiker och håll en nära relation med dina återförsäljare.
- Som varumärke kan ni ta efter de stora bolagen och göra en egen hållbarhetsredovisning. Först vid en kartläggning och uppföljning kan förbättring ske.
- Adoptera ett eller flera av de 17 globala hållbarhetsmålen.

Under Preview Fabrics & Accessories i januari 2018 var Stockholm Fashion District värd för ett samtal om hållbarhet mellan butikspersonal och designers. Dialogen tog avstamp i en inledning av Swedish Fashion Council och berörde ämnen som hur design- och produktionssidan bäst kan överföra sina hållbara ställningstaganden till butiksgolvet och vice versa, hur den viktiga återkopplingen från kunderna inte går förlorad på sin väg tillbaka till design- och produktionsteam. Begreppet hållbarhet omfattar här alla de 17 globala hållbarhetsmålen, med fokus på områden som att avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikhet och orättvisa, främja fred och rättvisa samt lösa klimatkrisen. Samtalet resulterade i många intressanta reflektioner och insikter som här sammanfattats. Dela gärna med dig av feedback och egna erfarenheter till info@stockholmfashiondistrict.se. Detta är version 1, 2018-08 av Stockholm Fashion Districts tool box.



I BUTIK

Nedan frågor är de vanligaste våra referensbutiker får av konsument som du kan förbereda din butikspersonal/ dina återförsäljare att svara på för att säkerställa att de värderingar och servicenivån ni bestämt er för upprätthålls:

Är detta en hållbar produkt?

Är det här ekologisk bomull?

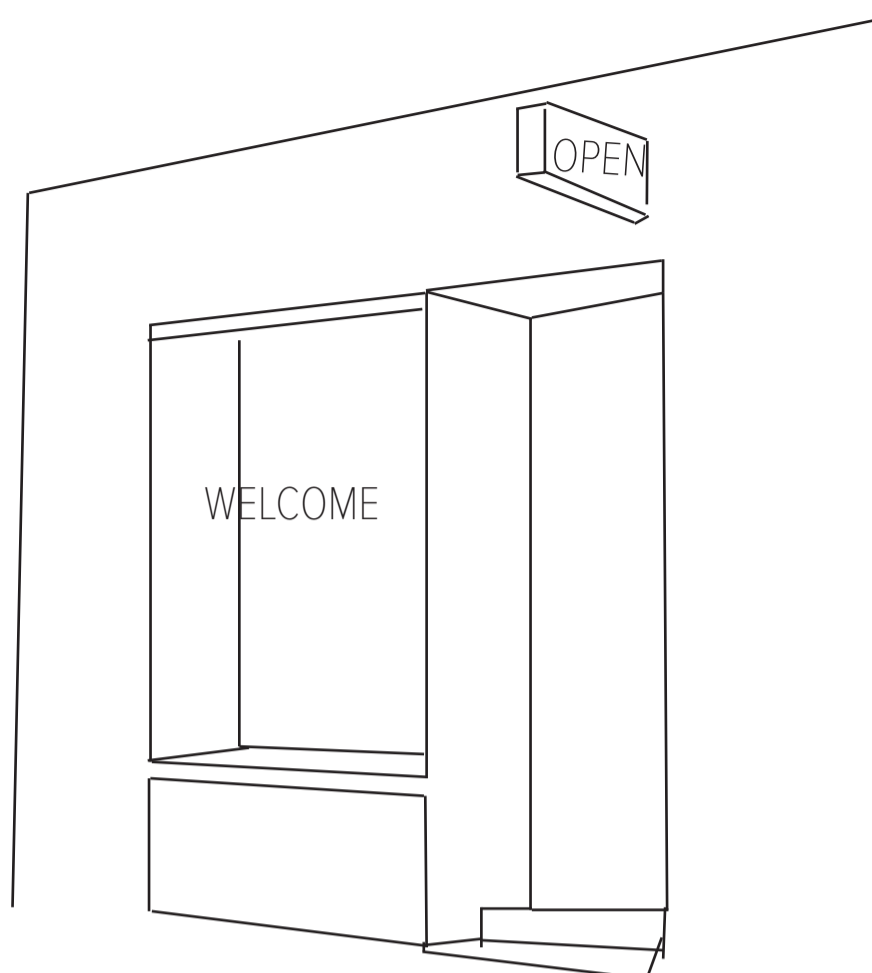
Hur värnar ni om barnens rättigheter?

Hur kan ni säkerställa att inga barn har producerat detta?

Vilket är ert mest miljövänliga plagg?

Hur ska den här produkten användas för att hålla länge?

Vad ska vi använda för tvättmedel, behövs sköljmedel?



FÖRSLAG PÅ FOKUSOMRÅDEN I BUTIK

Områden som du i butik kan fokusera på för att informera dina kunder om hur de kan bli mer hållbara:

-Tvättråden: Ofta har vi ärvt våra tvättvanor från våra föräldrar. Se det som en del av servicen att ha koll på tvättråd och komma med råd. Utbilda din personal och erbjud skötselprodukter som noppare, steamers och annan klädvård.

-Påsar, förpackningar och andra förbrukningsvaror: Ställ frågan: Behöver du verkligen en plastpåse? Enligt lag ska butiker informera om plastpåsens påverkan på miljön till konsument.

-Vad olika miljömärkningar står för som finns på produkter i din butik.

-Kunskap om nya material och fibrer.

-Var kan kunden hitta mer information om de vill läsa och lära sig mer?

-Kom ihåg extrapersonalen.

-Som butik kan ni ta efter de stora bolagen och göra en egen hållbarhetsredovisning. Först vid en kartläggning och uppföljning kan förbättring ske.

-Adoptera ett eller flera av de 17 globala hållbarhetsmålen.

FRÅGOR TILL KONSUMENT

-Vad är hållbarhet för dig? Kunden kan ha bestämt sig för en väg, ex människor i produktionskedjan. Det kan vara omtanke om djur, av hälsoskäl eller att det ska vara giffritt. Är det att produkten ska hålla hela livet?

-Vet du hur du ska ta hand om det här plagget?

-Behöver du verkligen en plastpåse eller kan vi förpacka produkten på annat sätt?

-Känner du till det här varumärket och deras värderingar sedan tidigare?

Under Preview Fabrics & Accessories i januari 2018 var Stockholm Fashion District värd för ett samtal om hållbarhet mellan butikspersonal och designers. Dialogen tog avstamp i en inledning av Swedish Fashion Council och berörde ämnen som hur design- och produktionssidan bäst kan överföra sina hållbara ställningstaganden till butiksgolvet och vice versa, hur den viktiga återkopplingen från kunderna inte går förlorad på sin väg tillbaka till design- och produktionsteamerna. Begreppet hållbarhet omfattar här alla de 17 globala hållbarhetsmålen, med fokus på områden som att avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikhet och orättvisa, främja fred och rättvisa samt lösa klimatkrisen. Samtalet resulterade i många intressanta reflektioner och insikter som här sammanfattats. Dela gärna med dig av feedback och egna erfarenheter till info@stockholmfashiondistrict.se. Detta är version 1, 2018-08 av Stockholm Fashion Districts tool box.

