

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Кременчук А.В.

студент,

Запорізький національний університет

РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ БРЕНДА CHANEL

Володіння рекламними технологіями стає професійно важливою якістю фахівця, зайнятого у сфері бізнесу. Останніми роками рекламні технології застосовуються в усіх галузях, у тому числі й у fashion industry. Fashion industry – це створення модного продукту в найширшому сенсі цього слова. Кордони індустрії моди вміщують усіх, хто залучений у «народженні» нових колекцій одягу, взуття, аксесуарів. Fashion – це талант дизайнера укупі з професіоналізмом виробника, планування бюджету на просування і грамотна рекламна кампанія.

Chanel – один з найвідоміших Будинків моди у світі. У 2019 році посів друге місце серед найдорожчих брендів класу люкс у рейтингу BrandZ, який щорічно складається рекламним холдингом WPP і дослідницькою компанією Kantar Millward [3].

На сьогодні у науковому дискурсі були спроби схарактеризувати Будинок моди Chanel та його структуру М. Надеждин, К. Karbo, D. Wheeler, К. Garelick, J. Thurman, J. Picardie та ін., проте системного дослідження рекламно-комунікаційних технологій бренда немає, що і зумовило актуальність дослідження.

Мета: дослідити рекламно-комунікаційні технології бренда Chanel після 90-х років ХХ століття.

Chanel – французька компанія з виробництва одягу і предметів розкоші, заснована модельєром Коко Шанель у Парижі на початку ХХ століття [1].

Будинок Chanel став одним з перших, хто почав залучати до просування своєї продукції знаменитостей. Товари бренда рекламували зірки шоу-бізнесу та відомі Топ-моделі: Катрін Денёв, Кароль Буке, Клаудія Шиффер, Мілла Йовович, Ванесса Параді, Кіра Найтлі, Ніколь Кідман, Одрі Тоту, Мерилін Монро, Бред Пітт, Гаспар Ульель, Лілі-Роуз Депп, Еліс Деллал, Пенелопа Крус, Жизель Бундхен та ін., багато хто з них на довгі роки ставали амбасадорами бренда.

Для створення реклами своїх товарів Будинок мод Chanel співпрацював з рекламними агенціями “Doyle Dane Bernbach” та “Arnell Group”. Зі світовими режисерами, такими як: Баз Лурман, Рідлі Скотт, Жан-Поль Гуд, Люк Бессон, Жан-П’єр Жене, Джо Райт, Йохан Ренк, Брюс Вебер, Мартін Скорсезе, Джемс Грей, Кетрін Бігелу, Джейкоб Саттон, а також режисером деяких рекламних роликів виступав дизайнер бренда Карл Лагерфельд. Авторами кампаній також були відомі фотографи: Пауль Хорста, Хельмут Ньютон, Річард Аведон, Ірвінг Пенн, Патрік Демаршельє, Маріо Тестіно, Пітер Ліндберг, Карім Седлі та Домінік Іссерман [2].

Chanel у своїй практиці скористався відмінним маркетинговим ходом, з метою розширення цільової аудиторії, прийняв рішення використовувати кінотеатри як рекламні майданчики. Першою рекламою Chanel у кінотеатрі була реклама “Chanel № 5” з Естеллою Воррен перед початком фільму «Нотінг Хілл» у 1999 році, яка у результаті підняла загальну рекламну поінформованість про бренд серед кіноглядачів до 77% [4].

Chanel виділяє дві великі цільові аудиторії – заможні люди, які обслуговуються по найвищому класу в фірмових бутиках, і люди з доходом «середній / вище середнього», які купують косметику, парфумерію і засоби по догляду під брендом Chanel через спеціалізовані магазини косметики.

Основними каналами комунікації з цільовою аудиторією для бренда Chanel є: бутики, товарна політика, рекламна політика, подієвий маркетинг і PR. У комунікативній політиці бренд намагається передати основні риси ідеї свого бренда, він підлаштовується під свого споживача, зберігаючи традиції.

Для зв’язків з цільовою аудиторією модний Дім використовує такі види рекламних носіїв: друковані ЗМІ, телевізійну рекламу, інтернет-просування, рекламу в бутиках.

У маркетинговій політиці Chanel зроблена ставка на знаменитих амбасадорів – метод створення легенд і міфів. Компанія для реклами вибирає не просто популярні особи, а особистостей, які втілюють ідею й емоції тієї чи іншої колекції.

Для просування бренда Chanel широко використовують нетрадиційні та інноваційні способи й інструменти.

Основні заходи:

- ambient media;
- показ сезонних колекцій, нестандартні fashion-шоу;
- День народження Коко Шанель;
- виставки;
- презентації нових продуктів і проєктів.

Найбільшого поширення мають два основні канали – подієвий маркетинг, PR і Ambient media. Ключовими є покази і fashion-шоу. Ідея бренда Chanel добре укладається в нетрадиційні види реклами – реклама на нестандартних носіях або створення масштабних рекламних інсталяцій.

Інноваційні аспекти бренда представлені у нових способах просування на ринку – інтернет-маркетинг. Серед інструментів використовуються офіційний сайт, інтернет-магазини, соціальні мережі, YouTube-канал, відео платформа, мобільні додатки та ін.

Отже, сьогодні Chanel – це компанія, яка спеціалізується на виробництві й торгівлі предметами розкоші: одягом, косметикою і парфумерією, годинниками, сонцезахисними окулярами та ювелірними виробами. Будинку належить 147 бутиків, які відкриті в десятках країнах світу, від Європи до Азії.

Усі рекламні кампанії Chanel не схожі одна на одну, у кожній з неї увага аудиторії акцентується на постаті «обличчя бренда». За більш ніж вікову історію існування модного Будинку Chanel, амбасадорами бренда ставали багато знаменитостей, але їх усіх об'єднувало одне – неповторний стиль і власний погляд на світ.

Останнім часом бренд став спрямовувати свої рекламні кампанії на покоління Z. Chanel один із перших Будинків моди, який почав регулярно залучати до співпраці зовсім юних амбасадорів: Віллоу Каміль Сміт, Лілі-Роуз Депп, Кайю Гербер, Луну Бійль та ін. Які активно ведуть свої сторінки у соціальних мережах та мають велику кількість шанувальників. Юні моделі у своїх акаунтах демонструють колекції бренду, таким чином, притягуючи молодше покоління стати поціновувачами Будинку мод.

Для цільової аудиторії бренда Chanel важлива ексклюзивність, концептуальна сталість, постійна комунікація, які компанія підтримує шляхом особливої товарної політики, легенд, реклами, іміджу.

Список використаних джерел:

1. Воплощение элегантности: история бренда Chanel. URL: <https://liza.ua/fashion/trends/voploshhenie-elegantnosti-istoriya-brenda-chanel/>
2. Офіційний сайт Будинку мод Chanel. URL: https://www.chanel.com/ru_RU/
3. Рейтинг оцінки брендів BrandZ. URL: <https://brandz.com/>
4. Рекламные кампании Chanel № 5. URL: <https://parfum-piter.ru/duhi-shanel/reklama-duhov-shanel.html>