

Особенности и средства продвижения испанского дома моды Balenciaga

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Захарова Арина Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: zaxarova.arina@gmail.com

Balenciaga - один из самых влиятельных и новаторских домов моды, чьё имя стало синонимом экспериментов, провокации и переосмысления классических канонов стиля. Основанный в 1917 году испанским дизайнером Кристобалем Баленсиагой, бренд претерпел множество трансформаций, оставаясь актуальным и востребованным на протяжении более чем века. Сегодня Balenciaga под руководством Демны, задаёт тренды, стирает границы между высокой модой и уличной культурой, а также использует передовые маркетинговые стратегии для продвижения своих коллекций.

Испанский модный дом Balenciaga известен своими провокационными маркетинговыми кампаниями и нестандартными подходами к продвижению, что делает его одним из самых обсуждаемых брендов в индустрии моды. Одним из ключевых аспектов стратегии Balenciaga является использование эпатажа и мем-маркетинга, что позволяет компании вызывать бурную реакцию аудитории и обеспечивать повсеместное распространение контента [4].

Демна Гвасалия, креативный директор Balenciaga, неоднократно подчёркивал, что его цель – сделать бренд современным и актуальным, в том числе через провокационные рекламные кампании [3]. Однако некоторые из рекламных ходов компании нередко вызывают общественную критику. Например, кампания с участием детей, за которую бренд подвергся жёсткой критике в 2022 году. Сам Гвасалия заявил, что его намерения были далеки от провокации в данном контексте, но общественный резонанс вынудил модный дом реагировать и пересматривать коммуникационную политику.

Balenciaga также использует глобальные проблемы и культурные феномены в своих рекламных кампаниях. Например, в пандемийный период бренд выпустил коллекции с футуристической эстетикой и слоганами, отсылающими к экологическим и социальным проблемам общества, что способствовало сближению с аудиторией [2].

Помимо эпатажных и мемных стратегий, важную роль играет событийный маркетинг. Бренд активно участвует в модных показах, сотрудничает с инфлюенсерами и создаёт эксклюзивные коллекции, что способствует принципам luxury-маркетинга [6].

Финансовая сторона продвижения Balenciaga также заслуживает отдельного внимания. Бренд активно инвестирует в свою рекламную деятельность [5]. Высокий уровень инвестиций в маркетинг и медиа помогает бренду оставаться в центре внимания и поддерживать имидж новатора в мире моды.

Таким образом, стратегия продвижения Balenciaga строится на смелом сочетании эпатажа, мем-маркетинга, актуальных социальных тенденций, а также грамотном управлении брендов. Однако использование эпатажных стратегий сопряжено с репутационными рисками. В частности, фотосессии с участием детей, привели к негативной реакции общества [1].

Тем не менее, такой подход не только делает Balenciaga одним из самых обсуждаемых и влиятельных брендов в индустрии моды, но и позволяет выстраивать прочную эмоциональную связь с аудиторией, формируя лояльное сообщество поклонников по всему миру.

Источники и литература

- 1) Balenciaga заигралась в эпатаж // Коммерсантъ – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5694610>
- 2) Глухова, О. В. концептуальный анализ смены ценностных ориентаций бренда в условиях пандемии / О. В. Глухова, А. О. Горбань // Балтийский гуманитарный журнал. – 2021
- 3) Демна Гвасалия объяснил, как появилась скандальная реклама с участием детей // Mainstyle – URL: <https://mainstyles.ru/news/demna-gvasaliia-obiasnil-kak-poiavilas-skandalnaia-reklama-s-uchastiem-detei/show/>
- 4) Как мем-маркетинг сделал Balenciaga иконой в мире моды? // UXI – URL: <https://uxi.run/blog/kak-mem-marketing-sdelal-balenciaga-ikonoy-v-mire-mody/>
- 5) Петухова, А. С., ИИ-маркетинг : учебное пособие / А. С. Петухова. — Москва : Русайнс, 2024. — 150 с
- 6) Шуклина, З. Н. Направления событийного маркетинга в сфере модной индустрии / З. Н. Шуклина // Костюмология. – 2018