

Специфика продвижения Узбекского бренда Саади в инстаграм*

Научный руководитель – Шлейтере Светлана Владимировна

Хакимжанова Мохинур Гофуржон кизи

Выпускник (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: yui19mohinurhakim@gmail.com

В эпоху цифрового ренессанса социальные сети обрели статус мощнейшего инструмента маркетинговых коммуникаций, радикально трансформировав подходы к продвижению брендов и взаимодействию с потребителем. Instagram, как доминирующая визуальная платформа, стал особенно значимым для индустрии моды, открывая перед бизнесом Узбекистана, страны с динамично развивающимся рынком электронной коммерции, беспрецедентные возможности. Активный рост числа пользователей Instagram в Узбекистане делает эту социальную сеть ключевой ареной для установления диалога между брендами и их аудиторией.

Экономические показатели подтверждают потенциал узбекского рынка: по данным Агентства ООО «BUSOFT» по статистике Республики Узбекистан, розничный товарооборот за январь–октябрь 2024 года достиг впечатляющей отметки в 294,1 трлн сумов, демонстрируя прирост в 9,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Локомотивом роста выступает малый бизнес и частное предпринимательство, чей вклад составил 242,2 трлн сумов, увеличившись на 9,6%. Эта динамика, наряду с общим трендом на цифровизацию торговли, создает благоприятную почву для развития онлайн-каналов продаж и продвижения, где Instagram играет ведущую роль. Прогнозируемое усиление онлайн-торговли в 2025 году, с акцентом на цифровизацию и расширение присутствия на маркетплейсах, лишь укрепит позиции социальных сетей как ключевого инструмента маркетинга [6].

Индустрия моды, как одна из наиболее визуально-ориентированных сфер, претерпела кардинальные изменения под влиянием социальных сетей. Instagram стал краеугольным камнем маркетинговых стратегий для большинства модных домов, превратившись из платформы для обмена фотографиями в динамичную экосистему, где бренды формируют свой имидж, демонстрируют коллекции и взаимодействуют с потребителями в режиме реального времени.

В контексте Узбекистана, Instagram открывает уникальные перспективы для продвижения национальных брендов. В данной работе в фокусе внимания – бренд "Saadi Ethno" (далее – Saadi), основанный дизайнером Диёрой Усмановой, чье творчество органично сочетает национальный колорит, вдохновленный искусством сюзане, и современные тенденции моды. Saadi, завоевавший признание как на внутреннем, так и на международном рынках, активно использует Instagram в качестве основной платформы продвижения, демонстрируя эффективность данного инструмента для брендов, ориентированных на сохранение и популяризацию культурного наследия [7]. В сфере моды, Instagram трансформировался в цифровую витрину, где бренды представляют новые коллекции и создают уникальный визуальный контент. Качественные фотографии и видео, демонстрирующие модели в одежде бренда, формируют желаемый образ стиля и идентичности [1]. Saadi мастерски использует этот потенциал, наполняя свой аккаунт яркими и эстетически привлекательными изображениями, подчеркивающими уникальность используемых материалов и высокое мастерство исполнения. Контент-стратегия бренда отличается разнообразием:

от статичных постов и динамичных видео до захватывающих историй, раскрывающих процесс создания изделий, элементы узбекской культуры и философию бренда. Saadi не ограничивается онлайн-пространством, активно участвуя в выставках и конкурсах международного уровня, что также находит отражение в контенте Instagram, усиливая имидж бренда и расширяя его узнаваемость. Продуманная контент-стратегия Saadi включает коллаборации с локальными блогерами и инфлюенсерами, чтократно увеличивает видимость бренда и обеспечивает доступ к новым сегментам целевой аудитории. Партнерства с лидерами мнений, пользующихся доверием у подписчиков, эффективно транслируют ценности бренда, подчеркивая значимость традиционной узбекской одежды в современном мире. Instagram также используется Saadi для освещения культурных событий и туристических инициатив, интегрируя коллекции бренда в более широкий контекст узбекской культуры и традиций. Публикации, насыщенные визуальным контентом и информацией о культурных особенностях Узбекистана, выгодно выделяют Saadi на фоне конкурентов, не только укрепляя бренд, но и способствуя продвижению культурных ценностей и стимулированию продаж и услуг, оснащая бренд уникальным и запоминающимся имиджем [2].

В динамичном мире моды, понимание тенденций и адаптация к изменениям являются ключевыми факторами успеха. Присутствие международных брендов различных сегментов в Узбекистане, работающих по принципу франчайзинга, задает высокие стандарты и ориентиры для локальных игроков, стимулируя развитие индустрии. В Ташкенте формируется профессиональное сообщество, включающее стилистов, фотографов, моделей и дизайнеров, активно участвующих в коллаборациях и международных неделях моды, что свидетельствует о положительной динамике развития модной индустрии Узбекистана [4]. Образовательные инициативы и модные инкубаторы также вносят вклад в профессионализацию и инновационное развитие сектора. Вместе с тем, дальновидные дизайнеры подчеркивают изменение парадигмы в модной индустрии под влиянием социальных сетей. Александр Вэнг еще в 2014 году отметил: «Теперь, создавая коллекцию или показ, я всегда держу в голове, как вещь будет выглядеть на фотографии». Его мнение разделяет Т. Кардини, директор по моде миланского мультибренда La Rinascente, подчеркивая, что мода приобретает "двухмерность", а дизайнеры придают приоритетное значение фотографии одежды [3].

Однако, социальные сети не только диктуют новые правила игры, но и открывают двери для молодых талантов. Многие звезды современной моды обрели известность благодаря социальным платформам. Социальные медиа обеспечили модным домам и дизайнерам прямой и интерактивный канал коммуникации с аудиторией, став мощным инструментом для формирования имиджа и трансляции ценностей бренда [8].

Учитывая непрерывно растущую аудиторию Instagram в Узбекистане, бренды, подобные Saadi, значительно повышают свои шансы на успех, используя платформу не только для привлечения новых клиентов, но и для формирования долгосрочных отношений, что является критически важным в условиях высокой конкуренции. Таким образом, Instagram в Узбекистане превратился из площадки для обмена изображениями в многофункциональный инструмент для бизнеса, позволяющий компаниям выстраивать свою идентичность, эффективно общаться с клиентами и достигать стратегических коммерческих целей [5]. Потенциал платформы для дальнейшего роста и развития остается значительным, и бренды, успешно освоившие Instagram, имеют все шансы занять лидирующие позиции в своей нише на пульсирующем рынке Узбекистана.

Источники и литература

- 1) Алибекова М.И. Научные основы интеллектуального художественного проектирования изделий лёгкой промышленности: спец. 17.00.06 «Техническая эстетика и ди-

зайн»: диссертация на соиск. уч. степ. доктора иск., 2022. – 369 с.

- 2) Аккаунт в Instagram бренда одежды от Saadiethno // Социальная сеть Instagram // URL: https://www.instagram.com/saadi_ethno?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=MzIxNw== (дата обращения: 09.03.2025)
- 3) Глеб Костин: интервью с парнем, который делает штуки // tips.: сайт. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://inserttips.com/glebkostin/>. (дата обращения: 09.03.2025)
- 4) Гройс, Б. Е. Частные случаи. – Москва: Музей современного искусства «Гараж» и ООО «Ад Маргинем Пресс», 2022. – 220 с.
- 5) Малика Эрматова// Fashion в Узбекистане: как культура страны влияет на модную индустрию и куда сейчас стремится мода в Узбекистане// Статья ДЗЕН// URL: [Электронный ресурс]. -<https://dzen.ru/a/ZC7WbJc3Mke2OF25>
- 6) Развитие розничной торговли в Узбекистане: рост, тенденции и перспективы на 2025 год//Статья //URL: [Электронный ресурс]. -<https://rkeeper.uz/stati/post/razvitie-rozничnoj-torgovli-v-uzbekistane-rost-tendencii-i-perspektivy-na-2025-god> (дата обращения: 09.03.2025)
- 7) SAADI x SUZANI: Показ Диоры Усмановой и Мадины Касымбаевой// Статья в MYDAYTV// URL: [Электронный ресурс]. -<https://myday.uz/defile/saadi-x-suzani-collection-pokaz-diyori-usmanovoy-i-madini-kasimbaevoy> (дата обращения: 09.03.2025)
- 8) We Are Social & Hootsuite. Digital 2024: Uzbekistan. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-uzbekistan> (дата обращения: 09.03.2025)