

**Коллаборация как инструмент продвижения на примере бренда одежды
«Стоун Айленд»**

Научный руководитель – Гурнак Александра Владиславовна

Миронов Владимир Сергеевич

Студент (бакалавр)

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

E-mail: vmir04@bk.ru

Сегодня один из самых заметных способов взаимодействия брендов – коллаборация. Как инструмент продвижения он помогает развивать бренд, выводя его на новый уровень. Множество компаний использует коллаборации для привлечения новых потребителей, а при успешном сотрудничестве бренды повышают лояльность целевой аудитории к обеим компаниям.[1]

Коллаборации в сфере моды стимулируют популярность как самого бренда, так и конкретной коллекции, созданной в сотрудничестве. Только в 2023 году в сфере высокой моды было создано около пятидесяти коллабораций, которые оказали значимое влияние на модные тренды в одежде этого года. Примером является итальянский бренд «Стоун Айленд», основанный в 1982 году итальянским модельером Массимо Осси.

За последние 3 года компания организовала около десятка коллабораций со всемирно известными брендами, что, несомненно, повлияло на ее медийность и доходы.[3]

Коллаборация – совместная работа двух или более медийных личностей, проектов, брендов или компаний. Благодаря объединению ресурсов все стороны такого сотрудничества обмениваются аудиторией, знаниями и опытом, создавая уникальные коллекции.

Одной из самых первых ярких коллабораций стало взаимодействие «Стоун Айленд» с «Суприм», что вызвало неоднозначную реакцию старых поклонников бренда, но значительно повысило его узнаваемость. Креативный директор «Суприм» Джеймс Джеббиа рассказал, что ему очень понравился опыт сотрудничества с Карло Риветти.

Далее взрывным инфоповодом стала коллаборация с брендом спортивной одежды «Адидас», в рамках которой были созданы кроссовки, которые были раскуплены менее чем через час от старта продаж.

Одной из последних коллабораций является коллаборация с «Нью Бэланс». Сочетание стиля спорт-шик вкупе с брутальностью «Стоун Айленда» позволило обоим брендам привлечь к себе огромное количество внимания не только взрослой целевой аудитории, но и молодого поколения.

Таким образом, коллаборации – это не только возможность прорекламировать бренд и повысить продажи, но и широкий простор для творчества, креатива и экспериментов компаний. [2] Коллаборация помогает взглянуть на старый бренд по-новому, вдохнуть в него интересные детали или использовать новые инструменты, которые в «базовых» коллекциях применить сложно. [4]

Так, коллаборации позволяют сэкономить ресурсы на продвижении, получить большое количество бесплатных упоминаний в медиа, расширить число потенциальных клиентов обеих компаний, но и позитивно влияют на финансовые показатели. Выручка компании «Стоун Айленд» за 9 месяцев 2023 года составила 310.1 миллионов евро, что аналогично доходу компании в 2021 за целый финансовый год, то есть мы можем наблюдать феноменальный для такой старой и дорогой компании рост более чем на 25%, который в значительной степени обусловлен именно коллаборациями. [5]

Источники и литература

- 1) Корчагина Ю.Г. Коллаборация как метод продвижения современных брендов [Электронный ресурс] // Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес» URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kollaboratsiya-kak-metod-prodvizheniya-sovremennyh-brendov?ysclid=lrcar6n6hy314316700>
- 2) Машкова А.А. Коллаборация как пиар-инструмент [Электронный ресурс] // Журнал Инновации. Наука. Образование. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45842293>
- 3) Моска Ф. Stone Island: продуктовые инновации и позиционирование на рынке как движущие силы создания стоимости [Электронный ресурс] // Бёнхо Джин, Елена Цедрола Инновационные продукты в мировой индустрии моды — URL: <https://link.springer.com/book/10.1057/978-1-137-52349-5>
- 4) Чун Ы. и Ним Л. Стратегии сотрудничества модных компаний и отношение клиентов [Электронный ресурс] // Журнал Глобальной Академии Маркетинговых Наук Том 20, 2010 - Выпуск 1: Исследование моды в условиях турбулентности — URL: <https://www.tandfonline.com/journals/rgam19>
- 5) Annual Report Moncler-Group-2021 [Электронный ресурс] — URL: Moncler-Group-Annual-Report-2021