

История успеха бренда «Tom Ford»

Научный руководитель – Гурнак Александра Владимировна

Алёхина Анастасия Евгеньевна

E-mail: lakilaiki07@yahoo.com

На современном рынке товаров и услуг существует огромное количество брендов. Однако, существует сегмент, который мы всегда выделяем среди остальных - это товары класса люкс. Они занимают особую нишу на современном рынке и имеют ряд отличий от товаров широкого потребления. В последние годы на данной нише появляется все больше новых брендов, рынок товаров люкс, а так же его потребители, активно развиваются.

У данного сегмента есть свои инструменты продвижения. они отличаются от инструментов, которые используют бренды, производящие товары широкого потребления. Одним из важнейших является история создания. История создания дает свой вклад в то, как общественность воспринимает бренд, а следовательно и в то, как он развивается.

Рассматривая крупные бренды luxury-сегмента, мы можем сделать вывод о том, что все они основываются на некоторых семьях и являются «династиями». Тем не менее, мы имеем право опровергнуть данную гипотезу. Весомым опровержением является история бренда Tom Ford, ведь он был основан только одним человеком - Томасом Карлайлом Фордом.

Наиболее часто встречается следующее определение понятия товаров категории люкс - это товары, потребление которых удовлетворяет одновременно функциональные и психологические потребности. Это указывает на то, что современному потребителю требуется, не условный самый модный продукт, будь то платье или брюки, а вещь, у которой есть дополнительная ценность и потенциал. В первую очередь, это нацеленность на создание уникального продукта для уникальных людей; для тех, кто готов отдавать крупные суммы за одежду, аксессуары и т.д. Креативный директор мужской линии Dior Ким Джонс говорил: «Роскошь для меня — это нечто вневременное и лучшее из возможного. Мне нравится понятие личной роскоши и вещи, которые люди делают своими руками» в книге The New Luxury, которую издательский дом Gestalten выпустил в 2022 году.

Становление бренда Tom Ford является не только интересным объектом для изучения со стороны продуктов, но и с точки зрения того, как Томас Форд смог поменять люксовый сегмент рынка.

Приведенный пример можно считать уникальным, так как “Tom Ford” занял видное, влиятельное место на мировой арене всего лишь за 18 лет. Этот срок является одним из самых коротких для развития столь успешного лейбла.

Источники и литература

- 1) Журнал Blue Print «Tom Ford после Форда» // Настя Сотни, архив пресс-службы
- 2) Журнал «Marie Claire»; Ксения Аксенова // «Король секса»: 5 скандальных изобретений Тома Форда в моде
- 3) Журнал «Русские Эмираты» #94 November-December 2019 ст. 89-85; Игорь Шевкун // «Ноктюрн Тома Форда»
- 4) Редакция «Правил жизни» - «Идея роскоши индивидуальна для каждого» / отрывок книги The new Luxury: Defining the Aspirational in the Age of Hype
- 5) Wikipedia «Tom Ford»

- 6) Tom Ford/ Том Форд: интервью журналу GQ Россия, октябрь 2011 // Ксения Соколова