

Продвижение luxury брендов в Интернете





Грамотная раскрутка товаров роскоши (они же люкс или премиум) - это сложный процесс. Отдельные законы экономики и рекламные инструменты тут не действуют или же оказывают иное воздействие. Сегодня продвижение брендов в Интернете люкс категории лишь начинает набирать обороты. Не многие агентства интернет-маркетинга умеют с ними правильно работать, так как не уделяют должного внимания специфике такой продукции. Прежде чем думать о продвижении люксовых брендов в глобальной сети, необходимо разобраться с терминологией, понять особенности предлагаемой продукции и услуг, правильно подобрать инструменты коммуникаций и вовлечения пользователя...

Что такое luxury?

Первый важный вопрос перед тем, как продвижение брендов (luxury брендов) начинать - это терминология! Понятие "люксовый товар" - luxury или предмет роскоши - изначально был непосредственно связан с эксклюзивом, продукцией ручной работы, которая была недоступна для массового покупателя. Главная ценность такого изделия сводилась к возможности подчеркнуть статус.

Сейчас многое поменялось и ассортимент премиальной продукции стал намного шире. А основа создания и продвижения бренда (luxury брендов) - это правильное позиционирование, продумать

которое бывает проблематично.



Отличия при интернет-продвижении бренда: luxury бренды против премиум

Немаловажный аспект при продвижении люксовых брендов это четкое понимание особенностей продукции. Так, к примеру, для некоторых интернет-агентств нет разницы между люксовыми и премиальными торговыми марками, поэтому и продвижение брендов категории люкс и премиум

ведется по одной схеме (причем, как правило, не отличающейся от базовых наработок для продукции массового потребления). А это ошибочный подход.

Премиум-класс - это продукция известных компаний, за которую покупатель готов переплатить. Тут есть так называемая наценка за бренд. Такая продукция приближает покупателя к статусу богатых людей, но на самом деле - это лишь улучшенный средний класс.

Очень часто для продвижения бренда премиум класса эффективно работают обычные инструменты с незначительными корректировками, так как нужно учесть специфику целевой аудитории, умело подчеркнуть имидж продукции, который даже тут превышает качества.

Люкс-товары идут на следующем уровне. Вот это уже непосредственный luxury, возможность для покупателя окунуться в мир роскоши и полноценно ощущать себя своим среди богатых, а не гостем, которому посчастливилось получить такое приглашение лишь на один раз.

Продвижение брендов в Интернете люксовой категории уже сильно отличается от раскрутки обычных торговых марок, товаров и услуг. Тут уже работают лишь отдельные инструменты, а специфика изделия, особенности ЦА и другие аспекты меняют алгоритмы работы по популяризации и развитию до неузнаваемости.

Поэтому нужно разграничивать продвижение брендов в премиум сегменте и продвижение брендов класса люкс. А для этого на этапе разработки торговой марки нужно четко определиться с позиционированием своих товаров и услуг. Далее для премиальной продукции нужно использовать базовые принципы работы, а для люксовой - изучать современные особенности раскрутки. Последние не мешают и премиум-сегменту, так как порой могут стать настоящей находкой и конкурентным преимуществом.

Итак, формула для продвижения брендов премиум - инструменты для массовых товаров + некоторые моменты, характерные для люкс категории.

Формула для продвижения бренда через Интернет - luxury брендов - максимальный акцент на специфику, аккуратное использование онлайн-инструментов, анализ результатов + небольшое внимание тем методам, которые работают для раскрутки массовых торговых марок.

Специфика продвижения брендов в Интернете: luxury бренды очень требовательны

Раскрутка люксовых компаний, продуктов и услуг в глобальной паутине имеет свои особенности. Если их не учитывать, то продвижение сайта бренда (имеется в виду luxury брендов) просто не даст результатов. Вот лишь некоторые из них:

1. Основа раскрутки в сети - это поисковое продвижение. Правда, есть ряд нюансов, которые очень отличаются. При раскрутке люксового товара нужно правильно выбирать ключи и делать привязку к образу жизни состоятельного человека, применять узконаправленные ключевые слова, к примеру, "антиквариат", "досуг", "элита"...
2. Повсеместно для продвижения используется баннерная реклама, которая гарантирует рост известности, узнаваемости и авторитета. В то же время в приоритете не навязчивость и ожидание отдачи (клика посетителя), а видимость.
3. Вирусная реклама может оказать помощь в продвижении бренда. Luxury бренды, правда, должны обходиться без провокаций, да и сам вирус в этом сегменте отличается по своей распространенности,

так как ЦА по умолчанию намного меньше;

4. Почти не работает в привычном представлении SMM и SERM. О многих luxury брендах отзывов в Интернете нет вообще. Люди, которые их покупают, просто не будут их писать. В социальных сетях могут искать премиальные бренды, правда, желая приобрести скорее подделку или копию, а не дорогостоящий оригинал. А вот реальная ЦА люксовых товаров и услуг если и есть в соцмедиа, то уж вряд ли подписывается на сообщества и паблики.

5. PR продвижение бренда/luxury брендов может быть самым эффективным инструментом. Но акцент нужно делать на сотрудничестве с авторитетными ресурсами, закрытыми порталами и проектами в сети, которых пока немного в Рунете. А вот роль качества контента остается определяющей, как всегда. Об успешных людях и их образе жизни распространяют лишь копипаст или фотографии, а те кто пытаются создавать уникальный контент, зачастую имеют о лакшери лишь отдаленное представление...

6. Одного Интернета пока что мало, необходим комплексный подход. Без промо-мероприятий оффлайн, прямой рекламы и продаж люксовые бренды пока не раскрутить. Поэтому глобальная паутина может выступать лишь в роли помощника, который при должном подходе станет надежной опорой для бизнеса.

Помощь в продвижении брендов люкс класса от компании Yeella

Найти на просторах русскоязычного Интернета компанию, которая может эффективно развивать премиальный или люксовый бренд очень сложно. Но мы имеем подобный опыт и готовы использовать

его для достижения целей лакшери-бизнеса. Наш "конек" - пиар-раскрутка, грамотная рекламная работа, глубинное понимание возможностей и требований к SEO - все это позволяет как оказать вам помощь в продвижении бренда люксовой или премиальной категории в Интернете, так и гарантировать достижение поставленных задач и целей!
