

# Говорящая одежда

Автор: Александр Лёвкин



Представьте такую ситуацию: вас пригласили на светский раут или просто на званый обед в дружеской компании. Организаторы красиво оформили стол, приготовили вкусные блюда, украсили помещение лентами и шарами. Все гости рассаживаются, и тут выходит хозяйка дома или банкетка.... в футболке и кепке-бейсболке. Нет, мы, конечно, люди приличные и замечаний делать не будем, но целостность атмосферы и общего восприятия праздника будет безвозвратно нарушена.

А теперь попробуем перенести ситуацию в плоскость брендинга. Здесь особенно важно сделать так, чтобы каждая деталь, слово, символ как в отдельности, так и в целом, подчеркивали и дополняли друг друга. В комплексе работали на восприятие образа бренда или торговой марки в глазах и сознании потенциального клиента. И если к разработке логотипа и слогана подходят со всей возможной основательностью, то о некоторых других вещах, и не самых мелких, зачастую забывают или не уделяют должного внимания. А тем временем они не только делают характер бренда максимально полным, но и решают более важные задачи в области продвижения конкретной торговой марки.

Постепенно мы подошли к основной теме разговора — корпоративная одежда для промоутеров. Зачастую, при тщательно разработанном механизме промо-акции, дизайне листовок и прочих атрибутах, незаслуженно мало внимания уделяется внешнему виду главных действующих лиц мероприятия — промоутеров. Они должны не только любезно и грамотно рассказать о рекламируемом товаре, но и стилистически соответствовать ему, а значит — транслировать ценности и идеологию бренда. Профессионально спроектированная и качественно выполненная промо-одежда во многом определяет и успех самой промо-акции. К человеку в своеобразной арт-униформе, подчеркивающей деятельность компании и характер торговой марки, испытываешь больше доверия. Более того, она привлекает внимание: хочется получше разглядеть наряд девушки, а заодно попробовать предложенные семплы. И очень часто в будущем именно благодаря одежде промоутера, потребитель вспоминает о товаре: «ага, это ведь те сигареты, которыми меня угощала девушка в такой прикольной шляпе!». Еще один немаловажный момент. Многие группы товаров позиционируются в категории «лайфстайл». Грубо говоря, если журнал, то исключительно для садоводов, кто без лейки и дна прожить не может, а этот напиток — только для немного хулиганистых молодых людей. В этом случае акцент на промо-одежде особенно важен, как наиболее прямой и наглядный способ донести идею рекламной

коммуникации до потенциального покупателя. В этом случае костюм промоутера — единственный способ наглядно продемонстрировать философию марки и заставить человека ассоциировать себя с ней. Она становится не просто промоформой, а самодостаточным рекламным инструментом.

Обратите внимание, что чаще всего с особой тщательностью к разработке фирменной одежды для различных рекламных кампаний прибегают всемирно известные бренды. Именно лидеры рынка больше других осознают важность и качество рекламной коммуникации посредством промо-одежды.

Может и вашей торговой марке пора завоевывать мировые рынки? Тогда в рекламном бюджете обязательно отдельным пунктом надо обозначить фирменную одежду. И перед тем, как заказывать яркий, броский и интересный костюм для промо-акции, посмотрите, может секретарю за стойкой ресепшена тоже не помешает корпоративная униформа. ☒



Наши телефоны: (495) 5803787, (495) 7438748  
105120, Москва, ул. Нижняя Сыромятническая, д.11

website: [www.ko-mod.ru](http://www.ko-mod.ru),  
e-mail: [info@ko-mod.ru](mailto:info@ko-mod.ru),  
[titovskaya@ko-mod.ru](mailto:titovskaya@ko-mod.ru)

Clothes that can speak

What makes a successful promotion action? To be sure, it is competent promoters. At the same time, professionally designed and brilliantly tailored promotional clothes make promoters' activities and promotional actions even more efficient. Unfortunately, only large-scale and world-renowned brands employ professional promotional clothes designers in Russia today.

