

**"Молодежная мода в эпоху цифровизации: роль и эффективность использования платформы TikTok в маркетинговых стратегиях брендов моды"**

***Avramenko Shukhrat Andreyevich***

*Студент (бакалавр)*

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан

*E-mail: thepluxury21@gmail.com*

В современном мире молодежная мода и социальные сети становятся очень важными компонентами в нашей социальной жизни. С появлением таких платформ как Тик-ток, бренды связанные с модой сталкиваются с необходимостью интегрировать в свои маркетинговые кампании социальные сети и учитывать потребности их пользователей. В данной работе рассматривается роль и эффективное использование социальной сети Тик-ток в маркетинговых кампаниях брендов связанных с модой.

Для начала рассмотрим тенденции молодежной моды на сегодняшний день и влияние социальных сетей. Молодые люди играют основную роль в создании и поддержании модных тенденций, а сейчас, когда мы живем в век цифровых технологий, молодые люди представляют собой основную часть пользователей социальных сетей. Популяризация таких медиа-платформ как Инстаграм, Фейсбук и Тик-ток, создает возможности для представителей модных брендов использовать их как мощный инструмент для привлечения целевой аудитории, с помощью вирусных роликов и таким образом продвигать свои товары и услуги.

В данном исследовании мы выделим одну платформу для дальнейшего изучения, т.е. Тик-ток. У платформы Тик-ток на 2024 год имеется более 1,21 миллиарда активных пользователей. Она стала так популярна из-за своего формата коротких видео, с продолжительностью не более минуты и направленные в основном на развлекательный контент. Что в свою очередь позволяет, авторам быстро и легко доносить свой месседж своей целевой аудитории и взаимодействовать с ними. Также рассмотрим инструменты Тик-тока, для создания и продвижения контента.

Следом будут рассмотрены успешные и неуспешные кейсы продвижения молодежной моды в Тик-ток. Далее на примерах успешных практиках использования социальных сетей составляется рекомендации для успешного продвижения маркетинговой кампании в сфере моды, а также на неудачных практиках выявляем основные ошибки и неудачи, для выявления более эффективной стратегии продвижения.

В заключение будут созданы рекомендации для брендов в сфере молодежной моды, для дальнейшего развития маркетинговых кампаний в социальной сети Тик-ток. Также выявлены основные методы и эффективные стратегии, с помощью которых бренды смогут привлекать еще больше новой аудитории и увеличить узнаваемость бренда. А также будут упомянуты методы отображения статистики аккаунта на платформе, чтобы понять, работают ли вообще маркетинговые кампании бренда и отслеживание аналитики, для лучшего использования маркетинговых стратегий. Следовательно данная работа позволит больше понимать ценность социальной сети Тик-ток для брендов специализирующихся на молодежной моде и предложить им эффективные маркетинговые стратегии для продвижения в Тик-ток.

### Источники и литература

- 1) Статистика Тик-ток на 2024г. // [Электронный ресурс] URL: <https://tridenstechnology.com/ru/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9-tiktok/>