

Особенности продвижения бренда Лоэве в социальных сетях

Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна

Жангирбаева Мадина Абдулла кизи

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: madinazangirbaeva@gmail.com

В условиях стагнации глобального рынка личных люксовых товаров, объём которого составил €358 млрд при нулевом росте по итогам 2024 года, вопрос эффективного цифрового продвижения премиум-брендов приобретает особую актуальность [n2]. Присутствие в социальных медиа перестало быть опциональным: бренды, которые научились говорить на языке платформ, укрепляют позиции и завоёвывают новую аудиторию, не теряя при этом престижа.

В этом контексте испанский модный бренд Лоэве, основанный в 1846 году, является наиболее показательным примером, превратившийся под руководством Джонатана Андерсона (2013–2025) в один из наиболее обсуждаемых люксовых брендов в цифровом пространстве [n6].

Особенностью стратегии Лоэве является платформо-ориентированный подход к контенту: каждый канал коммуникации функционирует по собственной логике, при этом все каналы в совокупности формируют единую и узнаваемую бренд-идентичность. Инстаграм(социальная сеть, запрещённая на территории РФ) выступает для пространством визуального нарратива и трансляции ремесленной философии и идентичности бренда. Более 6,7 млн подписчиков на начало 2026 года обеспечивают платформе статус крупнейшего по охвату канала коммуникации данного бренда [n4]. Иную логику реализует ТикТок-стратегия бренда. При аудитории порядка 2,3 млн подписчиков и 55 млн лайков Лоэве удерживает лидирующие позиции по вовлечённости среди люксовых домов согласно ТикТок Фешн Индекс [n3]. Характерной чертой является намеренное снижение эстетики: съёмки на смартфон, сдержанный юмор и деконструкция люксовой визуальности через апроприацию мем-культуры. Частота выхода вирусного контента — 6–7 единиц в месяц — свидетельствует о системном характере избранной стратегии [n3]. Ютуб выполняет функцию архива культурного капитала бренда, аккумулируя полные записи показов, документальный цикл «Крафтовый Мир» и материалы о «ЛОЭВЕ Крафтовый Приз» — ежегодной премии в поддержку мастеров прикладного искусства, учреждённой в 2016 году [n5].

Для освоения перспективного китайского рынка Лоэве задействует экосистему ВиЧат с ежемесячной аудиторией свыше 1,3 млрд пользователей [n7]: официальный аккаунт и встроенная мини-программа обеспечивают полный цикл взаимодействия с потребителем — от контентного потребления до совершения покупки, — при этом коммуникация адаптируется под запрос китайской аудитории на нарративы об эксклюзивности и культурном статусе продукта.

Объединяющим элементом коммуникации на всех платформах служит единый код: сочетание самоиронии и юмора при безусловном уважении к ремесленной традиции. Бренд не предлагает прямых продаж в социальных сетях, предпочитая создавать культурный диалог с аудиторией. Данная стратегия подтверждает актуальность концепции «бренда-медиа», при которой компания самостоятельно производит контент, представляющий самостоятельную культурную ценность, а не просто рекламное сообщение [n1].

Таким образом, стратегия Лоэве демонстрирует, что эффективное продвижение в люксовом сегменте в современном мире определяется не столько масштабом охвата, сколько точным соответствием контентной механики каждой платформы при сохранении целостной бренд-идентичности.

Источники и литература

- 1) Kapferer. J.-N., & Bastien. V. The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands. 3rd ed. London, UK: Kogan Page, 2020.
- 2) Bain & Company. Luxury is Ready for a New Era After Stabilizing in 2025 // Bain & Company. – 2025. – URL: <https://www.bain.com/insights/luxury-is-ready-for-a-new-era-after-stabilizing-in-2025-snap-chart>
- 3) Fashionunited.com: <https://ru.fashionunited.com/novostee/moda/loewe-pervoprohodectiktok-menyayushchiy-predstavlenie-o-lyukse-v-socialnyh-setyah/2025070836548>
- 4) Instagram <https://www.instagram.com/loewe?igsh=MXd3bmk5YnNqM2sxcw==>
- 5) LOEWE Craft Prize. Official Website // Loewe Foundation. URL: <https://craftprize.loewe.com/en/craftprize2026>
- 6) Mcmag.ru: <https://mcmag.ru/loewe-istoriya-brenda/?ysclid=mm7uzkan41740315410>
- 7) Soax Research. How many users does WeChat have? // soax.com. 2025. URL: <https://soax.com/research/wechat-monthly-active-users>