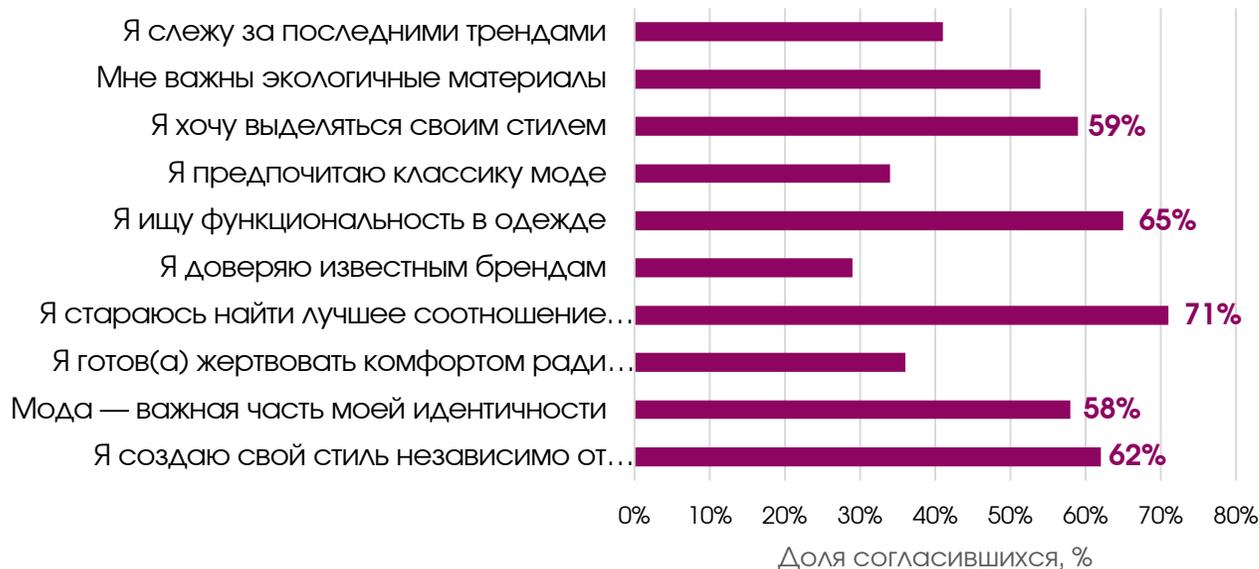


**От тренда к личности:  
как фэшн-коммуникация отвечает на  
запрос женщин быть собой, а не  
“вписываться”**

# Мода перестала быть навигацией по трендам — она стала пространством самовыражения

## Модные установки, жен 16-30 лет



Когда потребители находят уникальную одежду, **69%** заявили, что они **ценят ее больше и носят ее чаще**

Фокус на зрелость и уважение

Кастом



Vibe-стилистика



Value-based fashion





## Тихая роскошь и ценность времени

Стиль вне времени:  
вневременные силуэты,  
нейтральная палитра и отказ от  
трендов в пользу внутренней  
целостности

Этика и тишина:  
малые производства, ручная  
работа, никаких скидок и шума —  
только уважение к вещи и женщинам

Минимум шума, максимум смысла:  
показы без камер и суеты, сайт без  
навязчивости — мода как личное  
пространство, а не витрина



## Источник вдохновения

Персонализация, VR-технологии,  
улучшение user-experience

TikTok Challenge #AySauce  
Стимулирование UGC-контента,  
общение на языке аудитории,  
подключение лидеров мнений и  
креаторов = 1,4 млрд просмотров и  
+25% рост знания в США, +10%  
ассоциации «модный»

COLLUSION от ASOS в 2025 выпустил  
коллекцию посвященную реальным  
людям, уличной эстетике,  
многообразию и самовыражению.



## Сознательная роскошь

Лоро Пиана основал в Перу  
природный заповедник площадью  
2,000 гектаров для сохранения  
викуньи

Инвестиции в технологии:  
использования солнечной энергии  
на заводах сократили выбросы CO2  
на 1,500 тонн в год, но увеличили  
себестоимость производства

Строгие стандарты и проверки  
благополучия животных, включая  
запрет на ощипывание коз вживую

# familia в Телеграм: как мы создали community амбассадоров бренда

## Проблема:

Низкая лояльность к формату офф-прайс, недостаточное знание  
Стереотипы: «остатки», «секонд-хенд», «неоригинальные товары».  
Недоверие потребителя к выгоде и качеству  
Непонимание ценности и крутости формата «поиска сокровищ»  
Падающий NPS 😞

## Решение:

Создать собственное сообщество на базе мессенджера  
Ввести политику открытой обратной связи и реагирования  
Собирать и анализировать обратную связь на уровне бизнеса  
Запустить систему мотивации и поощрения активности  
Коммуницировать на уровне ценностного предложения, выгоды и многообразия  
Поддерживать локальные тренды, кастомные мемы, болталки и создавать атмосферу

**299 000**

подписчиков канала

**11 700**

участников чата

**3 000+**

сообщений/день

**70%**

про бренд, товар



25

Familia

## Стильная перезагрузка с Familia

Звездный стилист, четыре истории,  
восемь уникальных образов  
и незабываемые эмоции



## 4 героини

36-53 лет

Уфа, Казань, Липецк, Ульяновск

## 8 образов

Про раскрытие индивидуальности, а не про «перекроить»

## 97%

ПОЗИТИВНЫХ РЕАКЦИЙ

## 1%

ER, Telegram, Vk

Все выпуски  
спецпроекта



*Быть собой — это и есть новая роскошь,  
а маркетинг сегодня — не про воздействие, а про отражение* 💜



**Ксения Капустина**  
Head of Digital Marketing  
**familia**

