

---

# 4 F O R M S

## PR без инфоповода

### Как создавать поводы внутри бренда



ЦИФРОВОЙ  
**BRAND**  
**DAY 2026**

Креативный директор 4FORMS –  
российский бренд женской одежды  
plus-size



# 4 FORMS

Мы строим медийность не через инфоповоды, а через среду вокруг бренда.

- 500 тыс. подписчиков в соцсетях
- 156 млн охвата контента за год

Главный актив бренда – **не аудитория.**

***А ее вовлечённость.***



# В условиях конкуренции выигрывает не ассортимент, а *среда*

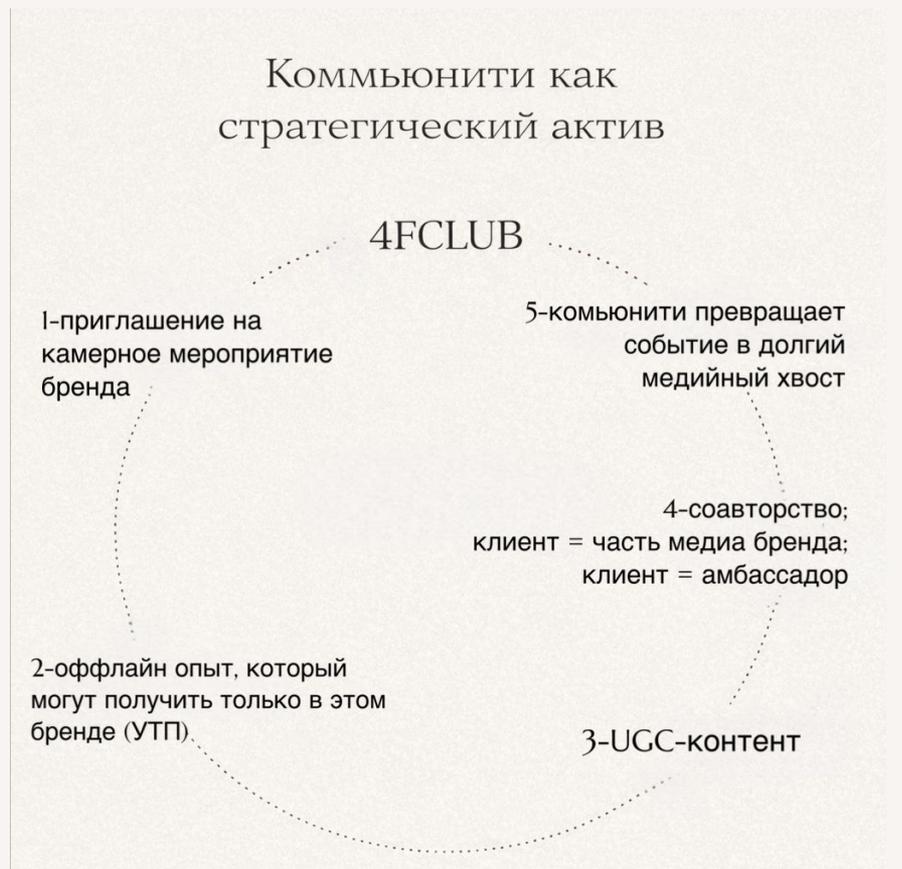
## 4 FORMS

Бренды больше не конкурируют продуктом.

Они конкурируют средой вокруг него.

Сегодня PR – это не новости.

Это система взаимодействия с аудиторией.



# Не ждём инфоповоды — создаём свои

# 4 FORMS

## СТИЛЬ Вещи Для тех, кто ИСК

### Если вы девушка с формами,

вам может понравиться дроп Office Ak бренд 4forms. Лучшей мотивацией вер станет переосмысленная офисная база вещи, но с акцентом на комфорте, выв на ощупь тканях. Советуем присмотре: акцентным поясом-баской, рубашке в сьемным галстуком и базовому лонгсл трендовых цветах (от кэмел до пудр).

4FORMS

Февральский дроп «Абсурд Валентина» — о любви без границ, и счастливого финала. В кадре — пространство праздника, котор В коллекции представлены выразительные силуэты с драпиров: звучит по-новому в сплусе с перьями — как жест театральности, завлечение.



Если вы девушка с формами,

вам может понравиться дроп Office Alone, который выпустил бренд 4f мотивацией вернуться в рабочий ритм: станет переосмысленная база для работы вещи, но с акцентом на комфорте, вверенные крою и сти тканях. Советуем присмотреться к серому костюму с акцентным пояс тонкую полоску со съёмным галстуком и базовому лонгсливу с шерсть трендовых цветах (от кэмел до пудрового).



## 4F CLUB



## Проходки



ЖАКЕТ

В передаче «Модный приговор» Анна невероятно преобразилась в нашем костюме

## История клиентов

## Коллекции



ЦИФРОВОЙ  
BRAND  
DAY 2026

# Медийность через ценности 4 FORMS

## ЦЕННОСТИ

бренд транслирует не продукт, а позицию  
люди узнают в бренде себя

## ПРОСТРАНСТВО

бренд создаёт среду, где аудитория чувствует  
поддержку, принятие и безопасность

## КОМЬЮНИТИ

люди объединяются вокруг общих смыслов  
бренд превращается в точку притяжения

## КОНТЕНТ

каждая встреча, коллекция или обсуждение  
становится поводом для истории



## МЕДИЙНОСТЬ

бренд больше не создаёт инфоповоды  
он сам становится инфоповодом

## ЛОЯЛЬНОСТЬ

люди возвращаются не за одеждой  
а за ощущением принадлежности

## UGC

клиенты начинают говорить о бренде сами  
аудитория становится соавтором медиа

## ИСТОРИИ

в центре контента – не бренд,  
а реальные люди и их опыт

# Личный бренд усиливает доверие

экспертное лицо = мост между брендом и аудиторией

## Контент с личным участием:

- Проходки в новых коллекциях
- Живые примерки в магазине
  - Клиентские дни
  - Камерные мероприятия
- Стилизация гостей в реальном времени
  - Бэкстейджи со съемок
- Обсуждение образов и живые реакции

## Результат:

Бренд перестаёт производить контент в одиночку.  
Контент начинает производить **само комьюнити**.  
Каждый клиент становится:

- героем
- рассказчиком
- соавтором медиа бренда.

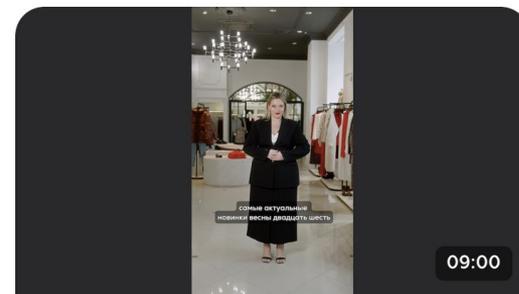


ЦИФРОВОЙ  
BRAND  
DAY 2026

## 4 FORMS



Параметры не 90-60-90? Как выбрать идеальный жакет для plus size | ...



Проходка | Екатерина Коновалова про тренды 2026 и каким будет весенний...

® U S B P E N D  
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ  
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРК



Adindex MEDIA SCOPE H:P:A

# 4 FORMS

4forms.ru

*благодарит вас*

tg 4FORMS



pr@4forms.ru

