



ПРАВИЛА ПРОДВИЖЕНИЯ

Мода может измениться не только сама, но и полностью изменить нашу жизнь в сторону абсолютного успеха.

И мы готовы рассказать, как это работает.

Текст: Екатерина Лавровская

Сегодня успех бренда или продукта зачастую определяется не столько его качествами, сколько грамотным маркетингом. С математической точностью специалисты просчитывают рычаги влияния и способы привлечения внимания. Точно такие же технологии работают и в представлении общественной или политической фигуры. Своеобразный личный маркетинг, который порой творит чудеса, буквально поворачивая людей к успеху. Одна их важных составляющих успешного человека – имидж. А для успеха имидж может быть только актуальным и, соответственно, модным. Вот и получается, что мода – один из главных инструментов личного маркетинга.

За последние 10–15 лет появились герои, которые устанавливают новый диктат стиля. Не понятно, кто сегодня более успешен – знаменитая актриса, запустившая свою линию одежды, главный редактор глянцевого издания или блогер-любитель? Крики «А король-то голый!» особенно современно и действительно звучат в устах младенцев-блогеров, за последнее время заполонивших первые ряды модных дефиле. Сначала они, стоя у зеркала, примеряют мамины шляпки, туфли и кружева. Затем все это фотографируют, выдают

в веб-пространство и «вуаля» – становятся звездами! Весь секрет в том, что они в нужное время оказались в нужном месте, то есть грамотно взрастили свой авторитет на подготовленной последним десятилетием интернет-почве. Мода избирательна и капризна, и чтобы быть признанным, надо играть по ее жестким правилам, без конца совершенствовать искусство оболъщения, идти против и одновременно по курсу мейнстрима. Все популярнее становится профессия персонального стилиста. Американские дивы и видные политические деятели уже давно из дома не выходят без одобрения своего модного консультанта. Самым знаменитым стилистом наших дней – с точки зрения успеха ее подопечных – считается Рэйчел Зое. В числе ее клиентов есть такие актрисы, как Энн Хэтуэй (чем не икона стиля?), Ева Мендес, Кэмерон Диас, Линдси Лохан, Миша Бартон, Деми Мур, Кэйт Бекинсейл. Однако настоящую популярность Рэйчел обеспечило создание совершенно нового образа Николь Ричи. Из звания подружки Пэрис Хилтон малышка Ричи выросла в законодательницу «нового» стиля хиппи и стала почетной гостьей модных дефиле в Европе. Многие осуждают Рэйчел за банальное копирование тенденций 70-х в создании образа Николь, но факт остается фактом – девушка стала той самой it-girl, стиль



**МОДА ПОСТЕПЕННО
ПЕРЕПЛЕТАЕТСЯ С МИРОМ
ПОЛИТИКИ, СОЗДАВАЯ ВСЕ
БОЛЬШЕ И БОЛЬШЕ КУМИРОВ
НА ГЛАВНЫХ ПОЗИЦИЯХ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ СЦЕНЫ**

которой стали копировать в журналах мод. Но самое поразительное в истории Рэйчел Зое состоит в том, что создавая имидж другим, она создала его и себе, постепенно превратившись в it-girl первой величины в Америке, да и в Европе тоже. Подбирая наряды в соответствии с дресс-кодом того или иного мероприятия, она неизменно попадает под пристальный обстрел фоторепортеров не меньше своих подопечных. Нисколько не скрывая своего звездного статуса, Рэйчел спокойно ведет беседы с журналистами, позирует на фото с известными дизайнерами и, главное, продолжает свою работу на светских мероприятиях, где она сама презентует себя в лучшем виде. На последней неделе моды в Милане ее пригласили Стефано Дольче и Доменико Габбана, Джорджио Армани и Роберто Кавалли. Рэйчел Зое сама по себе стала товарно-денежным знаком, а также персоной, с которой мечтают вести дружбу богатые и знаменитые.

Есть еще один факт в пользу успешного личного маркетинга Рэйчел и ее коллеги Патриши Филд, стилиста сериала «Секс в большом городе». Он состоит в том, что в Лос-Анджелесе существует целый штат стилистов, подбирающих платья тем или иным звездам. И чаще всего их усилия сводятся лишь к тому, чтобы показать «товар лицом»: низкий

лиф, активное мини. Таких специалистов держат на уровне гардероба и называют «одевальщиками». Нет нужды говорить, что мир не скоро узнает их имена.

Стилисты уже вторглись и в политическое пространство. Так, последние сообщения поступают из самого Вашингтона. Как известно, слухи рождаются только вокруг самых актуальных событий и персонажей. Говорят, что известный стилист американского Vogue создал по крупницам образ одной великой дамы. Художника по костюмам зовут Андре Леон Тэлли, а первую леди – Мишель Обама, и вместе они изменили лицо Америки навсегда. И даже если за безупречным стилем Мишель и стоит кто-то другой, рука сильного стилиста в ее образе чувствуется несомненно. Мало того что супруга первого темнокожего президента Америки удостоилась почетного сравнения с иконой стиля Джекки Кеннеди, она пошла дальше, одеваясь ярче, смелее, женственнее, чем многие из ее предшественниц.

Так мода постепенно переплетается с миром политики, создавая все больше и больше кумиров на главных позициях политической сцены. Самой известной из «модниц», естественно, считается Первая леди Франции, в прошлом весьма успешная модель, а в настоящем – предмет бесконечных разговоров и пересудов – Карла Бруни. Чем не пример успешной карьеры в мире моды? До Николя Саркози ни одному

политику и в голову бы не пришло «урегулировать» свои отношения с манекенщицей. Не рок-звезда же в самом деле! Кстати, Жан-Поль Готье так определил ее стиль: «Она не имеет права быть модной, она должна выглядеть скромно и респектабельно». Об этом знают и более серьезные иконы стиля. Их называют

настоящими powerfull women: королева Иордании Рания, а также супруга президента Азербайджана, Мехрибан Алиева. Обе головокружительные красавицы смогли доказать всему миру, что при всей тонкости вопроса, Восток нисколько не закрепощает современную женщину, а, наоборот, дает возможность самореализации в общественно-культурной и социальной жизни своей страны.

К слову, появление таких powerfull women повлияло и на моду. Вся прошлая зима pret-a-porte в Европе прошла под влиянием основной тенденции – образа сильной независимой женщины. Твидовые костюмы-тройки от Max Mara, кожаные платья от Bottega Veneta и city-котелки от Hermes – это все новое, «силовое» влияние слабого пола на общее настроение в мире.

И все же вернемся в мир глянца. Достаточно открыть первую страничку style.com, чтобы понять, кто становится иконой стиля и абсолютным трендсеттером эпохи. В Европе предлагают попытаться скопировать образ Карин Ротфильд, в Америке – поместить Анну Винтур на обложку Industry Magazine, Брайан Бой выложил в блоге фотографии своего кумира Алены Долецкой. И это не удивительно. Просто они не только знакомы с правилами модного маркетинга, они их в некотором смысле создают.

Выходит, что мода, такая на первый взгляд непредсказуемая и капризная, на самом деле – инструмент в твоих руках. Главное – отнестись к ней с должным уважением.