Тайна каталога Intimissimi

Автор: Administrator
30.05.2013 10:42 -



Осень - время смены сезонов, время Недель моды и обновления гардеробов. Как это нередко бывает, при подготовке обзорных материалов новых коллекций брендов СМИ (и мы в их числе) обращаются в представительства брендов с просьбой предоставить каталог в электронном виде. Тайны в этом никакой нет: каталоги грядущего и будущего сезонов давно отсняты, линии запущены в производство. И для любой марки интерес со стороны журналистов - это не просто комплимент, а удача! Это возможность коммуникации с будущими потребителями, залог того, что они придут в магазины именно этой марки за покупками, узнав о новинках из статей на информационных ресурсах о моде.

Бренд Intimissimi и Calzedonia были ошарашены просьбой выслать каталог, как будто к ним обратились с требованием коммерческой тайны. Более того, обычная, в случаях недопонимания с секретарем, просьба соединить со специалистом pr или службы маркетинга успехом не увенчалась. Секретарем было предложено отправить на почту информацию о ресурсе (название Мода.Ру само по себе, видимо, мало о чем говорит) и предложение о сотрудничестве.

Это требование, столь нелепое по сути (в данной ситуации), рассмешило меня настолько, что я решила поделиться этой историей. Тратить свое рабочее время на поиски каталога Intimissimi и Calzedonia в сети, на разговоры с секретарем и написание предложений - увольте! Обычно, это короткий телефонный разговор, в котором я диктую свой и-мэйл, а не представитель бренда - свой. Моя работа - освещение модных событий, обзор новых коллекций, аналитика индустрии моды, а не продажа чужих трусов.

Intimissimi и Calzedonia, на этом месте планировался обзор Вашей новой коллекции!