



Модный дом Burberry продолжает развитие и продвижение своего бренда на основе тенденций цифрового маркетинга. В рамках Недели Моды в Лондоне, британский бренд в сотрудничестве с популярной сетью Twitter представили первое шоу в режиме реального времени, которое получило название "Tweetwalk".

Благодаря новому проекту 500,000 последователей аккаунта Burberry в Twitter смогли первыми увидеть и оценить фрагменты новой коллекции сезона весна-лето 2012. Через сервис Twitpics, позволяющий размещать фотографии в Twitter, бренд выкладывал снимки с бэкстейджа до выхода моделей на подиум.

Для того, чтобы увеличить онлайн аудиторию была организована трансляция показа в режиме реального времени. На сайте www.burberry.com и на официальной странице бренда в facebook у каждого пользователя была возможность увидеть подготовку к шоу за кулисами и красную ковровую дорожку с гостями в Гайд-парке. Помимо этого, трансляция была отформатирована для просмотра в китайских социальных сетях Sina Weibo и Youku, для большинства платформ планшетов и смартфонов.

В течении одной недели после показа, вещи и аксессуары из весенней коллекции, представленные на Неделе Моды, станут доступны на официальном сайте Burberry.com. Также бренд проведет мероприятие "Retail theatre" в более чем 45 своих локациях по всему миру, таким образом, обеспечив своих поклонников новинками за несколько месяцев до официального поступления коллекции в продажу.

"Burberry был одним из первых брендов который поверил в возможности Twitter и сосредоточил всех своих поклонников на одной странице. Благодаря их креативности и использованию современных интернет-технологий, любители моды со всего мира смогли увидеть новую коллекцию бренда, даже раньше тех, кто сидел в первом ряду", - заявил представитель Twitter Тони Вонг (Tony Wang).