

سر آغاز یک تحول لوکس



خود در برنامه‌هایی مانند اینستاگرام، فیسبوک، توئیتر و یوتیوب ارتباط برقرار کند و جدیدترین محصولات، اتفاقات پشت صحنه و همکاری‌هایی که با سایر برندها داشته را با کاربران به اشتراک بگذارد.

همچنین کمپین‌های جذابی را به راه انداخت و نمایش‌هایی را در قالب تئاتر اجرا کرد که بیشتر مردم برای دیدن آن لحظه شماری می‌کردند.

یکی از استراتژی‌های خاص این بود که در این رویدادها افراد مشهور طبق قراردادی که با دولچه و گابانا داشتند با مردم عادی عکس می‌گرفتند و امضا می‌دادند.

عکس‌ها به سرعت در فضای مجازی پخش می‌شد و هر لحظه تعداد بیشتری را مجذوب این برند می‌کرد. به علاوه دولچه و گابانا اهمیت جوامع بومی را در میزان اعتبار برندش درک می‌کند.

این برند نمایش‌های خیابانی را در شهرهای مختلف نیز برگزار می‌کند و به مردم محلی هر منطقه نشان می‌دهد که برای رسم و رسوم و فرهنگ آنها ارزش قائل است. این استراتژی باعث شد به طور گسترده با مخاطبان ارتباط برقرار کند و برای همیشه در قلب آنها ماندگار شود.

لوگوی این برند ترکیبی از سفید، مشکی و طلایی است. رنگ سفید نمادی از کمال و طلایی نمایانگر دستاوردها و لوکس بودن برند است. مشکی هم برای ایجاد حس کنجکاوی استفاده می‌شود.

دولچه و گابانا سال‌هاست با وفادار ماندن به ارزش‌هایش، جایگاه خود را به عنوان یک برند لوکس پیش‌تاز تثبیت کرده است به طوری که امروزه علاقه‌مندان به مد، آرزوی داشتن محصولاتش را دارند.

باهوش و تیم طراحی را تشکیل داده‌اند و دولچه و گابانا را به یک برند بی‌رقیب در دنیای مد و فشن تبدیل کرده‌اند.

* حضور در فرش قرمز

در طول سال‌ها، دولچه و گابانا محصولات خود را به لباس محدود نکرد و زیورآلات، عطر، عینک و لوازم آرایشی را نیز به بازار عرضه کرد.

عطرهای این برند با جذابیت و کیفیت خود سر و صدای زیادی به پا کردند و طرفداران وفاداری را در سراسر جهان به دست آوردند.

اگر دقیق‌تر نگاه کنیم، تأثیر دولچه و گابانا فراتر از حوزه مد است و به دلیل این که هنرمندان و فیلمسازان در رویدادهای بزرگ، لباس‌هایش را به تن کرده‌اند، تأثیر بسیار چشمگیری بر فرهنگ مردم داشته است. همچنین همکاری با افراد مشهور و وبلاگ نویس‌ها باعث شده روز به روز به محبوبیت این برند افزوده شود.

در واقع فرقی ندارد که شما یک ستاره نوظهور هستید یا یک بازیگر مشهور بین‌المللی، در هر صورت دولچه و گابانا از حضورتان برای تبلیغ برند خود استقبال می‌کند.

* جهانی شدن

استراتژی‌های بازاریابی خلاقانه همیشه این قابلیت را دارند که تفاوت چشمگیری در موفقیت کسب و کار شما ایجاد کنند.

تیم دولچه و گابانا از همان اوایل به قدرت بازاریابی آنلاین پی برد و از پیش‌تازان در رسانه‌های اجتماعی بود. این برند همیشه سعی داشت به طور فعال با مخاطبان

به احتمال زیاد وقتی افراد ثروتمند می‌خواهند لباس یا اکسسوری بخرند یکی از اولین برندهایی که به ذهنشان می‌رسد دولچه و گابانا است.

دومینیکو دولچه و استفانو گابانا در سال ۱۹۸۵ این برند را تاسیس و از همان زمان تا به امروز دنیای مد را با زرق و برق ایتالیایی و طراحی خلاقانه دگرگون کردند. اما چگونه بین‌المللی شدند؟

شاهکار هنری دولچه و گابانا از همان اول طراحی منحصر به فردی داشت. این برند از فرهنگ ایتالیایی الهام می‌گیرد و الگوهای پیچیده، رنگ‌های زنده و روشن و تزیینات لوکس را در مجموعه خود استفاده می‌کند.

ترکیب همین عناصر باعث شده طراحی‌ها همیشه پرطرفدار باشند. دولچه و گابانا به غنی بودن فرهنگش افتخار می‌کند و یک هویت برای خود ساخته که در اعتماد مشتریان بسیار تأثیر گذار بوده است.

این رویکرد روایت محور باعث می‌شود مخاطبان احساس نزدیکی بیشتری داشته باشند و ارتباط عمیق‌تری با برند برقرار کنند.

می‌توان با یک نگاه اجمالی به کارهای این برند فهمید که چرا به عنوان یکی از نمادین‌ترین و موفق‌ترین برندها در صنعت مد شناخته می‌شود، طراحی محصولاتش بی‌نهایت ظریف و با جزئیات‌اند از انتخاب پارچه‌های لوکس گرفته تا تکنیک‌های پیچیده گلدوزی همه و همه توجه بزرگان صنعت مد و فشن را به خود جلب کرده است به طوری که هر محصول را به عنوان یک اثر هنری می‌شناسند.

البته دور از انتظار هم نیست چرا که جمعی از افراد