



__Послы Bvlgari на громкой премьере во время открытия выставки Baselworld (слева направо): Лора Харриер, Крис Ву, Кэролайн Вриланд, Джон Кортахарена, Жасмин Сандерс



__Посол Bvlgari Бэлла Хадид на красной ковровой дорожке Каннского фестиваля

__Культовая модель Serpenti Tubogas в версии из стали и золота



В случае с базельской премьерой Bvlgari интерес привлекло прежде всего участие блогеров, среди которых лидировал Крис Ву — канадский актер, музыкант, певец и модель китайского происхождения, сверхпопулярный в азиатском и тихоокеанском регионах. Многие из его 5,5 млн поклонников с замиранием сердца ждали базельских новостей в аккаунтах, а некоторые из них даже окружили павильон Bvlgari, неведомо как проникнув на выставку до ее официального открытия.

«Важно выстроить баланс между глобальными и локальными амбассадорами. Скажем, благодаря Крису Ву миллионы молодых людей в Азии узнали не только о часах Bvlgari, но и о самом существовании выставки в Базеле, то есть бренд поработал на будущее всей часовой индустрии, — замечает Эдвард Басс. — Оптимальной сетью для мира моды стал Instagram — как самая визуальная платформа. Многие бренды, однако, переоценивают эффективность своей работы там. Лайки часто свидетельствуют просто о красоте картинки, миллениалы не задаются вопросом, что это за бренд. Не стоит ориентироваться только на охват, даже если это мегазнаменитость. Если среди фолловеров только 10% потенциальные клиенты — плоховато. Знаменитость должна быть близка целевой аудитории».

даже кинопродюсеры и режиссеры признаются, что, когда проводят кастинг, нет-нет да и поглядывают на то, сколько у актрис подписчиков в instagram

Четыре года назад римский ювелирно-часовой дом возглавил Жан-Кристоф Бабен. Ему не откажешь ни в энергичности, ни в чувстве времени. После рекламных кампаний с Карлой Бруни — красивых, эффективных, но все же достаточно классических — Bvlgari подключил и сетевую молодежь. Система коммуникации бренда меняется на глазах. Самая желанная сегодня дива Бэлла Хадид официально представляет аксессуары и ароматы дома Bvlgari и так часто появляется в его украшениях, что прочно ассоциируется с брендом в целом. В рекламе украшений и часов снимается американская модель Лили Олдридж. Любимица традиционных и социальных медиа шведская актриса Алисия Викандер посещает мероприятия и дает