



ПРЕДОСТАВЛЕНО HUBLOT



ПРЕДОСТАВЛЕНО HUBLOT

футбольный проект принес
моментальные результаты.
продажи в россии во время
чемпионата даже более чем удвоились

Проект Hublot Loves Football, без сомнения, оказался невероятно резонансным. А к тому же — финансово успешным. Подробности о том, как для часового бренда прошел этот год под знаком футбола, с нами поделился генеральный директор компании Рикардо Гвадалупе.

Каковы ваши впечатления от чемпионата FIFA 2018 года?

Чемпионат мира по футболу в России прошел просто прекрасно. Он был отлично организован, не к чему придраться. И не только мне: мы пригласили более тысячи гостей, и все остались довольны. Я сам большой поклонник футбола, кроме Москвы и Петербурга съездил еще в Сочи и Казань, в общей сложности посмотрел 11 игр.

У Hublot в дни чемпионата было невероятное количество эфирных минут.

Более двадцати! На электронных табло арбитров было слово Hublot, судьи носили Hublot, одиннадцать тренеров были в часах нашей марки. У Черчесова была модель Classic Fusion, Дидье Дешам носил синие Big Bang... Мы предлагаем тем тренерам, которые нам нравятся, стать друзьями бренда, а модель часов они могут выбрать себе самостоятельно. В течение месяца мы были одним из самых заметных брендов в мире.

А как этот успех повлиял на продажи?

Что касается продаж, то, как вы понимаете, нельзя оценить результаты сразу. Каких-то надо подождать. Но футбольный проект принес нам и моментальные результаты. Продажи в России во время чемпионата удвоились, даже более чем удвоились. Лимитированная серия в 100 экземпляров, созданная для России, была распродана сразу — я жалел, что мы не сделали 200! Часы для судей (модель Big Bang Referee), которую мы представили к чемпионату и изначально создали по просьбе FIFA для рефери, но потом решили представить еще и коммерческую версию, тоже прекрасно продавались — 2 тыс. экземпляров разошлись за два месяца. И это был новый для нас сегмент — смарт-часы, £5 тыс. за экземпляр. Недорогие для нас, но дорогие для сегмента смарт-часов. И тем не менее запуск стал очень успешным.

Не забывайте о том, что мероприятия, подобные этому, еще и укрепляют партнерские отношения. У нас сейчас порядка одной трети из 92 магазинов по всему миру, которыми бренд управляет напрямую, две трети — это магазины местных партнеров. Мы стремимся изменить эту пропорцию и довести соотношение до 50 на 50. Тем не менее есть партнеры, которые останутся с нами наверняка, и есть страны, где просто необходим сильный партнер со знанием особенностей местного рынка. Так, партнерство с Мегсигу — одно из тех, которые мы совершенно точно сохраним. Но вернемся к футболу: на многие игры чемпионата мы ходили вместе с генеральным менеджером Мегсигу Александром Рибоком. Был даже матч, когда мы болели за разные команды: Испания—Россия. Но неважно, кто за кого болеет, было весело. Мы провели вместе почти две недели, и наши отношения после футбольных матчей сильно укрепились.

Как будет развиваться проект Hublot Loves Football в ближайшем будущем?

В нашем сотрудничестве с футболом нет пауз. Лига чемпионов проходит каждый год. В 2020 году будет чемпионат Европы. Мы выбрали лучшие мероприятия из всех — соревнования FIFA и UEFA.



ПРЕДОСТАВЛЕНО HUBLOT