

Анализ бренда «*Chanel*»



Подготовили: студенты 3 курса,
направления культурология
Института философии и
социально-политических наук

Беда Вадим,
Тищенко Алена

Преподаватель: к.э.н.,
Сергиенко Елена Сергеевна

История создания бренда

- *Chanel* – один из самых известных Домов моды во Франции, всемирно признанный бренд дизайнерской продукции класса люкс. Под торговой маркой *Chanel* сегодня выпускается одежда, обувь, сумки, парфюмерия, косметика, часы, ювелирные украшения.
- Коко Шанель, урожденная Габриэль Бонер Шанель, появилась на свет в 1883 году в городке Сомюр в центре Франции.
- В 1909 году в квартире Этьена Бальзана Габриэль Шанель открыла небольшой магазин, ставший начальным шагом к одной из величайших мировых империй моды.
- Тогда первым, что принесло Коко популярность и успех, стали аккуратные шляпки.
- В 1921 году Коко Шанель представила первый женский парфюм – духи *Chanel №5*.
- В 1924 году Шанель представила свою первую линию украшений, состоявшую из двух пар жемчужных сережек: черных и белых.
- В 1925 году под брендом *Chanel* представлен женский кардиган, в 1926 году – маленькое черное платье и твид, вдохновленный поездками в Шотландию.
- В 2003 году *Chanel* презентует аромат *Coco Mademoiselle* и линию



Chanel №5: создание аромата-легенды

- В 1921 году Коко Шанель представила первый женский парфюм – духи *Chanel* №5.
- Композиция аромата состояла из 80 ингредиентов, включая иланг-иланг с Коморских островов, цветок апельсинового дерева, жасмин с полей Грасса, майскую розу, сандаловое дерево, бурбонский ветивер и альдегиды – искусственные компоненты, концентрация которых в духах *Chanel* была рекордной для тех лет.
- *Chanel* №5 и по сей день являются нестареющей классикой, эталоном элегантности и одним из изысканных женских ароматов по мнению парфюмеров.
- Туалетные духи *Chanel* №5 на основе оригинальных были созданы в 1986 году парфюмером Модного Дома Жаком Поппом.



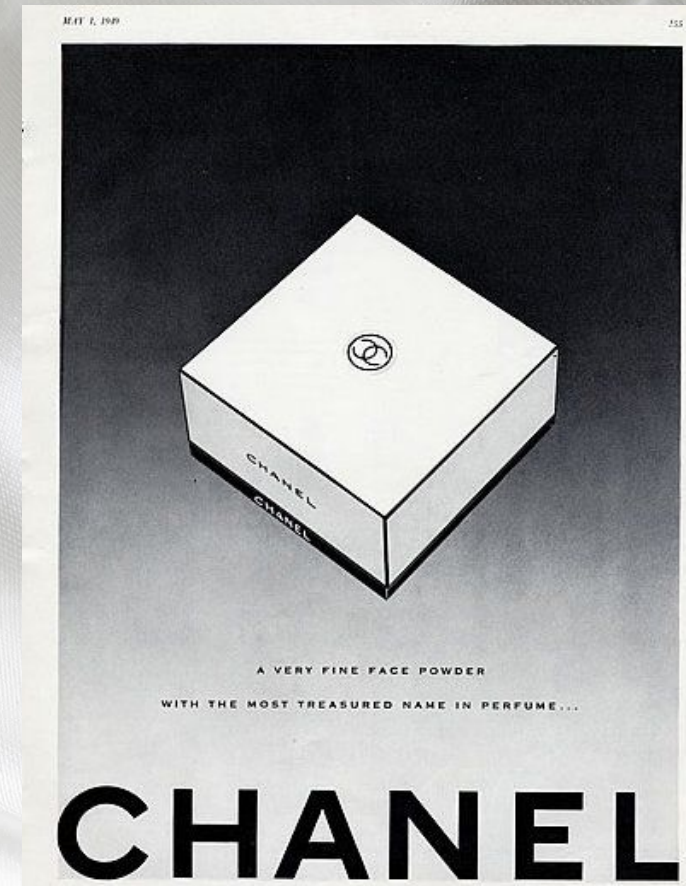
Влияние на мировую моду

- Коко Шанель совершила революцию в мире моды, предложив на смену традиционным корсетам свободные костюмы и длинные прямые платья.. Ее простые линии привели к популярности мальчишеского сложения женского тела, отказу от гламура и излишней роскоши в костюме.
- Коко сделала модной ткань джерси, а ее фирменные твидовые костюмы стали символом моды 20-х и вечной классикой в женском гардеробе.
- Одними из знаковых предметов роскоши от *Chanel* также являются стеганные сумки на длинных



Почему бренд *Chanel* популярен до сих пор?

- Независимость, верность своим принципам
- Широкая известность, малодоступность
- Работа над имиджем
- Постоянное развитие компании



Логотип бренда

- Как известно, логотипом данного модного дома служит две переплетенные между собой буквы «С». В действительности они представляют собой инициалы Коко Шанель, которая когда-то создала самый успешный и процветающий бренд одежды. Она сама нарисовала этот знак, готовясь к открытию своего первого магазина.
- Но в мире есть еще и другая версия. Некоторые люди говорят, что данный символ представляет собой всего лишь две подковы. А они, как известно, приносят счастье и успех.
- Третья версия. Прозаическая. Тут все просто, американская подруга мадмуазель Коко, приобрела замок *Château Cr mat*, в который часто приглашала известного дизайнера. Эмблемой замка были перекрещенные буквы «С»
- Для самого бренда в целом у Шанель нет слогана.
- Но при этом есть множество знаменитых высказываний самой Коко Шанель. Самое знаменитое: «Мода уходит, а стиль остается»



Конкуренты бренда

- Основным конкурентом является *Dior*
- Другим конкурентом Шанель была Эльза Скьяпарелли

Dior

Chiaparelli
PARIS

Преимущества *Chanel*

Преимущества парфюмерии:

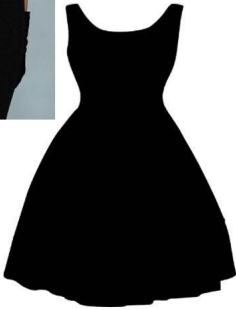
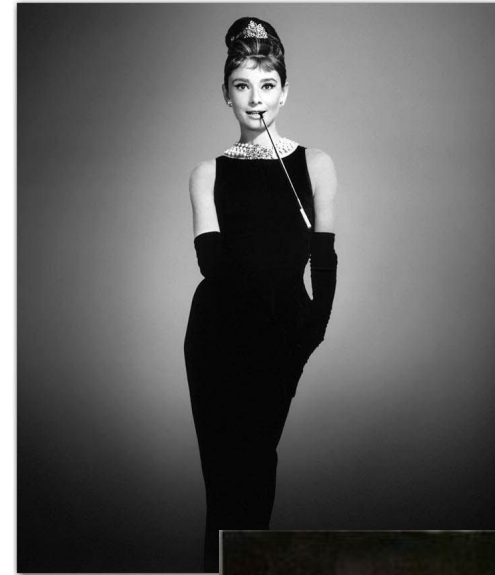
- Неповторимые ароматы. Все ароматы парфюмерии этой линии имеют уникальные ароматы, которые не оставят никого равнодушным;
- Стойкость духов. Настоящие оригинальные духи этого бренда стойкие даже после длительных стирок;
- Натуральный состав. Состав духов основан только на высококачественном сырье;
- Приемлемая стоимость продукции.

Преимущества бренда в целом:

Новое представление о женской моде, актуальное до сих пор;

Шанель первая взяла за основу стиль

A LITTLE BLACK DRESS



Характеристика целевой аудитории и способы коммуникации с клиентами.

Портрет потребителя.

- *Chanel* выделяет две большие целевые аудитории — богатые люди, обслуживаемые по высочайшему классу в фирменных бутиках, и люди с доходом «средний/вышесреднего», которые покупают косметику, парфюмерию и средства по уходу под брендом *Chanel* через специализированные магазины косметики.
- Основные покупатели продукции *Chanel* — женщины 20 —40 лет;
- Мужчины преимущественно покупают парфюм (как для себя, так и в подарок);
- Пользуются спросом услуги консультанта при подборе декоративной косметики и средств по уходу за кожей;
- Сумма средней покупки составляет



Уровень доходов бренда

Компании *The House of Chanel* принадлежит 147 бутиков по всему миру. Модный дом *Chanel* впервые в своей истории опубликовал данные по доходам. В прошлом году чистая прибыль сети составила 1,8 миллиарда долларов. Данный показатель на 19 процентов выше, чем в 2016 году. Общая выручка *Chanel* выросла на 11,5 процентов и



до

CHANEL

**Спасибо за
внимание!**