



SOLMAR

УКРАЇНСЬКИЙ БРЕНД, ЯКИЙ ЗАВОЙОВУЄ
СЕРЦЯ ТА РИНКИ



Чорна Віталіна

Алексійчук Дарія



СКЛАД КОМАНДИ



Кондратюк Альона

Паюк Діана



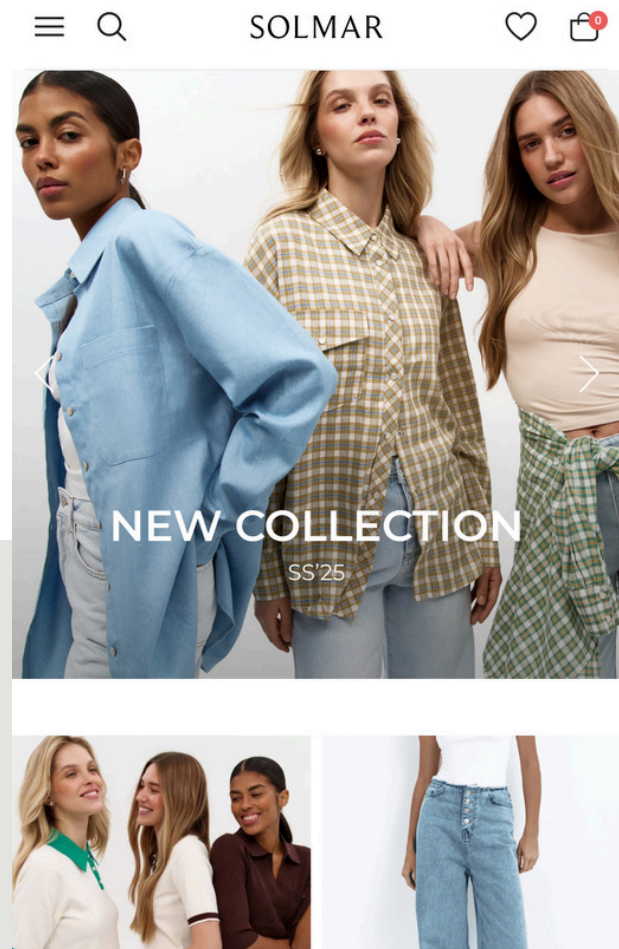
ЯК СТВОРЮЄТЬСЯ УСПІХ

Solmar — український бренд, заснований у 2018 році Ольгою та Сергієм Костецькими. Почався як перепродаж одягу на OLX, а згодом переріс у мережу з 17 магазинів в Україні та 2 в Польщі. Також бренд присутній на ринку США через онлайн-продажі.



АКТУАЛЬНІСТЬ БРЕНДУ НА РИНКУ

- **Репутація:** Надійний бренд з якісним сервісом, понад 1 млн підписників в Instagram.
- **Лояльність клієнтів:** Високий рівень повторних покупок і позитивних відгуків.
- **Унікальність:** Мінімалістичний стиль, широкий асортимент і кольори, підтримка українського виробництва.
- **Розвиток:** Активне розширення за кордоном та вдосконалення онлайн-сервісів.





ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ- ЇЇ ВПОДОБАННЯ

Основна аудиторія Solmar — сучасні жінки та дівчата, які цінують комфорт, універсальність і естетику у щоденному одязі. Бренд пропонує базові речі у широкій палітрі кольорів (до 20 відтінків в одній моделі), що дозволяє кожній клієнтці виразити себе через гардероб.

Кампанії Solmar акцентують увагу на прийнятті себе, емоційній свободі та впевненості жінок у будь-якому стані.

ВИКОРИСТАННЯ ШІ В МАРКЕТИНГУ



Компанія **Solmar** активно використовує сучасні інструменти цифрового маркетингу, включаючи автоматизовані рекламні кампанії, які можуть базуватися на алгоритмах штучного інтелекту (ШІ). Зокрема, у співпраці з агентством Promodo, Solmar реалізує рекламні кампанії в Україні та Польщі, використовуючи такі інструменти, як Google Ads, Performance Max та Demand Gen, які дозволяють ефективно керувати рекламними стратегіями та оптимізувати результати.



Одним із прикладів є гігантська коробка **SOLMAR**, що зависла над вулицями Нью-Йорка — це не просто візуальна метафора масштабу бренду, а й прояв сміливого та сучасного підходу до комунікації.

У такий спосіб **Solmar** підкреслює свою відкритість до технологій, впроваджуючи прогресивні інструменти для реалізації бізнес-стратегії.



АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Які платформи використовують:

- Facebook — 21 тис. підписників
- Instagram — 1 млн підписників
- TikTok — 190 тис. підписників
- Власний сайт — solmar.com.ua

ЧОМУ САМЕ ЦІ СОЦМЕРЕЖІ?

FACEBOOK: ДЛЯ СТАРШОЇ АУДИТОРІЇ ТА ПОБУДОВИ ДОВІРИ. АКТИВНЕ ІНФОРМУВАННЯ ПРО АКЦІЇ, НОВИНКИ, ПУБЛІКАЦІЇ СТАТЕЙ.

INSTAGRAM: ОСНОВНИЙ КАНАЛ ДЛЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З МОЛОДОЮ ТА СЕРЕДНЬОЮ АУДИТОРІЄЮ. ТУТ АКЦЕНТ НА КРАСУ, СТИЛЬ І ТРЕНДИ.

TIKTOK: ОХОПЛЕННЯ МОЛОДОЇ, АКТИВНОЇ АУДИТОРІЇ, ЯКА ШУКАЄ НАТХНЕННЯ І ТРЕНДОВІ ВІДЕО. ТУТ ФОКУС НА ВІДЕОФОРМАТИ І РОЗВАЖАЛЬНИЙ КОНТЕНТ.

САЙТ: СЛУЖИТЬ ЯК КІНЦЕВА ТОЧКА ДЛЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ТА НАДАННЯ ПОВНОЇ ІНФОРМАЦІЇ.

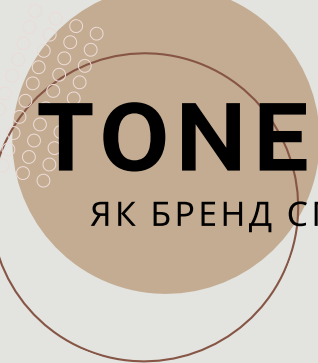




TIKTOK



INSTAGRAM



tone of voice

ЯК БРЕНД СПІЛКУЄТЬСЯ З АУДИТОРІЄЮ:

ТЕПЛИЙ І ДРУЖНІЙ ТОН:

*БРЕНД ЗВЕРТАЄТЬСЯ ДО КЛІЄНТІВ
У ВВІЧЛИВІЙ ФОРМІ,
СТВОРЮЮЧИ ВІДЧУТТЯ ДОВІРИ
ТА ТУРБОТИ.*

НАТХНЕННЯ НА САМОВИРАЖЕННЯ:

*ПОСТИ ТА ОПИС ТОВАРІВ МОТИВУЮТЬ
ЖІНОК БУТИ СТИЛЬНИМИ, ЯСКРАВИМИ
ТА ЕКСПЕРИМЕНТУВАТИ ЗІ СВОЇМ
ОБРАЗОМ.*

ЛЕГКА ЕКСПЕРТНІСТЬ:

*ІНФОРМАЦІЯ ПОДАЄТЬСЯ ДОСТУПНО, З
АКЦЕНТОМ НА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ
ПЕРЕВАГИ ДЛЯ КЛІЄНТІВ.*

ЕМОЦІЙНА ЗАЛУЧЕНІСТЬ:

*ТЕКСТИ ВИКЛИКАЮТЬ ПОЗИТИВНІ
ЕМОЦІЇ, ПІДКРЕСЛЮЮЧИ
ВАЖЛИВІСТЬ КОЖНОЇ ЖІНКИ ТА ЇЇ
УНІКАЛЬНІСТЬ.*

АКТИВНІ ЗАКЛИКИ ДО ДІЇ:

*ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ФРАЗИ, ЩО
СПОНУКАЮТЬ ДО ПОКУПКИ,
НАПРИКЛАД, "ОТРИМАТИ ЗНИЖКУ",
"КУПИТИ ЗАРАЗ", "ПІДПИСАТИСЯ НА
РОЗСИЛКУ".*

ЯКІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ?

1. ФОТОСЕСІЇ ТОВАРІВ

*ЯКІСНІ СТУДІЙНІ ФОТО МОДЕЛЕЙ
В ОДЯЗІ SOLMAR.*



2. ОРІЄНТАЦІЯ НА ЖІНОЧНІСТЬ І ЕЛЕГАНТНІСТЬ

*SOLMAR СВОРЮЄ ОДЯГ, ЯКИЙ ПІДКРЕСЛЮЄ
ПРИРОДНУ КРАСУ ЖІНКИ. БРЕНД ПОЄДНУЄ
НІЖНІСТЬ, ВИТОНЧЕНІСТЬ І СУЧАСНІ ТРЕНДИ.*

3. УКРАЇНСЬКИЙ БРЕНД ІЗ ХАРАКТЕРОМ

*ЦЕ ЛОКАЛЬНИЙ ВИРОБНИК, ЯКИЙ
ПРОСУВАЄ УКРАЇНСЬКЕ, АЛЕ НА
РІВНІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ.*

4. ТРЕНДОВІСТЬ І ДОСТУПНІСТЬ

*КОЛЕКЦІЇ ВІДПОВІДАЮТЬ АКТУАЛЬНИМ
СВІТОВИМ МОДНИМ ТЕНДЕНЦІЯМ, АЛЕ
ЗАЛИШАЮТЬСЯ ДОСТУПНИМИ
ЗА ЦІНОЮ ДЛЯ ШИРОКОЇ АУДИТОРІЇ.*

5. АКТИВНА СПІВПРАЦЯ З БЛОГЕРАМИ ТА СЕЛЕБРІТІ

*ПРАЦЮЄ З ПУБЛІЧНИМИ ОСОБАМИ
(АННА ТРІНЧЕР, БЛОГЕРИ INSTAGRAM/
ТІКТОК), ЩО ПІДСИЛЮЄ ІМІДЖ І ВПІЗНАІАНІСТЬ.*

6. РІЗНОМАНІТТЯ АСОРТИМЕНТУ

*ВІД СУКОНЬ ДО ВЕРХНЬОГО ОДЯГУ -
SOLMAR ПРОПОНУЄ ВАРІАНТИ ДЛЯ ОФІСУ,
ПОВСЯКДЕННОСТІ, СВІТ ТА ПОДОРОЖЕЙ.*

7. ВІЗУАЛЬНО СИЛЬНИЙ СТИЛЬ У СОЦМЕРЕЖАХ

*ФОКУС НА ЕСТЕТИЦІ: ПРОФЕСІЙНА ЗЙОМКА,
РЕТЕЛЬНО ПІДІБРАНІ ОБРАЗИ, КРАСИВІ
ЛОКАЦІЇ - УСЕ ТЕ СТВОРЮЄ СТИЛЬ
“MUST-HAVE”.*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ SOLMAR



Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це стратегія компанії, спрямована на дотримання етичних стандартів і турботу про суспільство та довкілля. Це добровільна діяльність бізнесу, яка виходить за межі законодавчих вимог і включає:

- захист навколишнього середовища,*
- чесні умови праці,*
- підтримку місцевих громад,*
- прозору діяльність та етику в бізнесі.*



СОЦІАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ БРЕНДУ SOLMAR

Кампанія «Подобатися собі будь-якою — це база» (жовтень 2023)

- Перша масштабна кампанія бренду
- Підтримка жіночої самоприйнятності
- Відеоісторії жінок у реальних ситуаціях
- Реклама на білбордах, ТЦ та сітілайтах по Україні



Кампанія «База — це бути собою» з Анною Трінчер (березень 2024)

- Натхнення бути собою попри стереотипи
- Особисті архівні кадри співачки
- Акцент на прийнятті емоцій та станів



БЛАГОДІЙНІСТЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ SOLMAR І ПІДТРИМКА УКРАЇНЦІВ

- Активізація благодійної діяльності після 2022 року
- Регулярні пожертвування одягу
- Фінансова допомога благодійним фондам
- У рамках підтримки ветеранів та військових, Solmar співпрацює з героями війни, зокрема, задіюючи їх як обличчя своєї колекції одягу, наприклад, з Назаром Грабаром, ветераном ЗСУ.

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТА ЛОКАЛЬНА ПІДТРИМКА ПОЄДНАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО

- *Виробництво: Туреччина*
- *Дизайн і контроль якості: Україна*
- *Забезпечення якості й підтримка економіки*
- *Повага до етичних стандартів виробництва*



ОСВІТНІ ІНІЦІАТИВИ ТА ПРОСВІТНИЦТВО

- *Solmar ділиться корисним контентом у соцмережах: психологія, самооцінка, турбота про себе*
- *Публікації з експертками: психологині, стилістки, лідерки думок*
- *Освітній підхід формує усвідомлену аудиторію, що цінує себе й інших*

Знання — теж турбота. Solmar підтримує жінок не лише речами, а й сенсами.



СИЛЬНІ СТОРОНИ (STRENGTHS)

- **Якість і доступність:** Висока якість продукції за розумною ціною.
- **Швидка адаптація:** Оперативний вихід нових колекцій і кольорів.
- **Чітке брендування:** Впізнаваний стиль і візуальна ідентичність.
- **Прозорість і довіра:** Відкрите спілкування з клієнтами і емоційний зв'язок через історію бренду.
- **Гнучкість у сервісі:** Швидка доставка та клієнтоорієнтованість.

СЛАБКІ СТОРОНИ (WEAKNESSES)

- **Конкуренція з міжнародними брендами:** складно конкурувати з великими гравцями, такими як Zara, H&M.
- **Складність адаптації маркетингу для різних країн:** необхідність враховувати культурні та мовні відмінності на нових ринках.
- **Логістичні виклики:** складнощі з масштабуванням на нові ринки.
- **Цінова чутливість:** орієнтація на доступний сегмент створює тиск на маржу.

S

W

O

T

МОЖЛИВОСТІ (OPPORTUNITIES)

- **Розширення онлайн-продажів:** Активне використання соцмереж та маркетплейсів для збільшення охоплення та продажів.
- **Колаборації з інфлюенсерами:** Партнерства з блогерами, артистами чи стилістами для підсилення іміджу бренду.
- **Розвиток сталого виробництва:** Використання етичних матеріалів і прозорого виробництва для приваблення свідомих споживачів.
- **Індивідуалізація продуктів:** Можливість кастомізації або запуск лімітованих колекцій для формування лояльності.

ЗАГРОЗИ (THREATS)

- **Висока конкуренція в сегменті casual та базового одягу.** Як серед локальних брендів, так і серед світових гравців.
- **Інфляція та економічні коливання.** Це може знизити купівельну спроможність основної аудиторії.
- **Швидка зміна трендів.** Якщо бренд не встигатиме адаптуватися, може втратити актуальність.



Solmar — це сучасний український бренд, який поєднує стиль, якість і свідому філософію. Він демонструє, що українська мода може бути конкурентною й самобутньою на світовому рівні.



ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!