

The background is a solid medium-brown color. It features several large, organic, wavy shapes in lighter and darker shades of brown, some with a fine, pebbled texture. A large, clean white rectangle is centered on the page, serving as a backdrop for the text.

ST
BRAND

Анна



Юліана



Над проєктом працювали
студенти 1-го курсу
спеціальності “Маркетинг”:

1. Анна Бегеба
2. Юліана Поліщук
3. Едуард Думік
4. Олександр Ружицький

Олександр



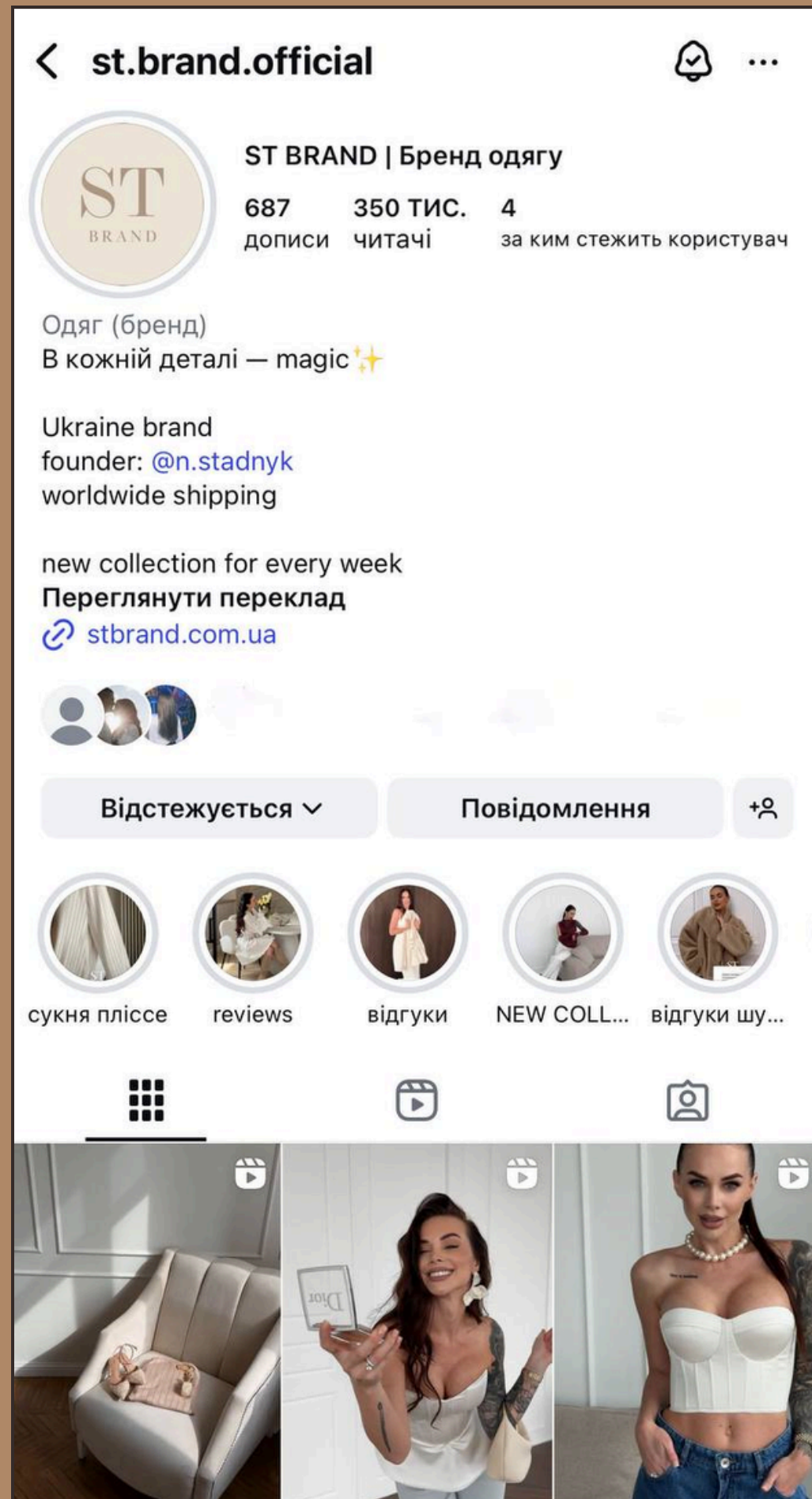
Едуард



Заснування та розвиток



ST BRAND - це український бренд одягу, заснований у 2024 році блогеркою з Хмельницького - Анастасією Стадник.



Шлях до впізнаваності

ST BRAND здобув популярність завдяки активній присутності в Instagram. Бренд має понад 342 тисячі підписників, що свідчить про його значну впізнаваність.

Соціальні мережі та контент



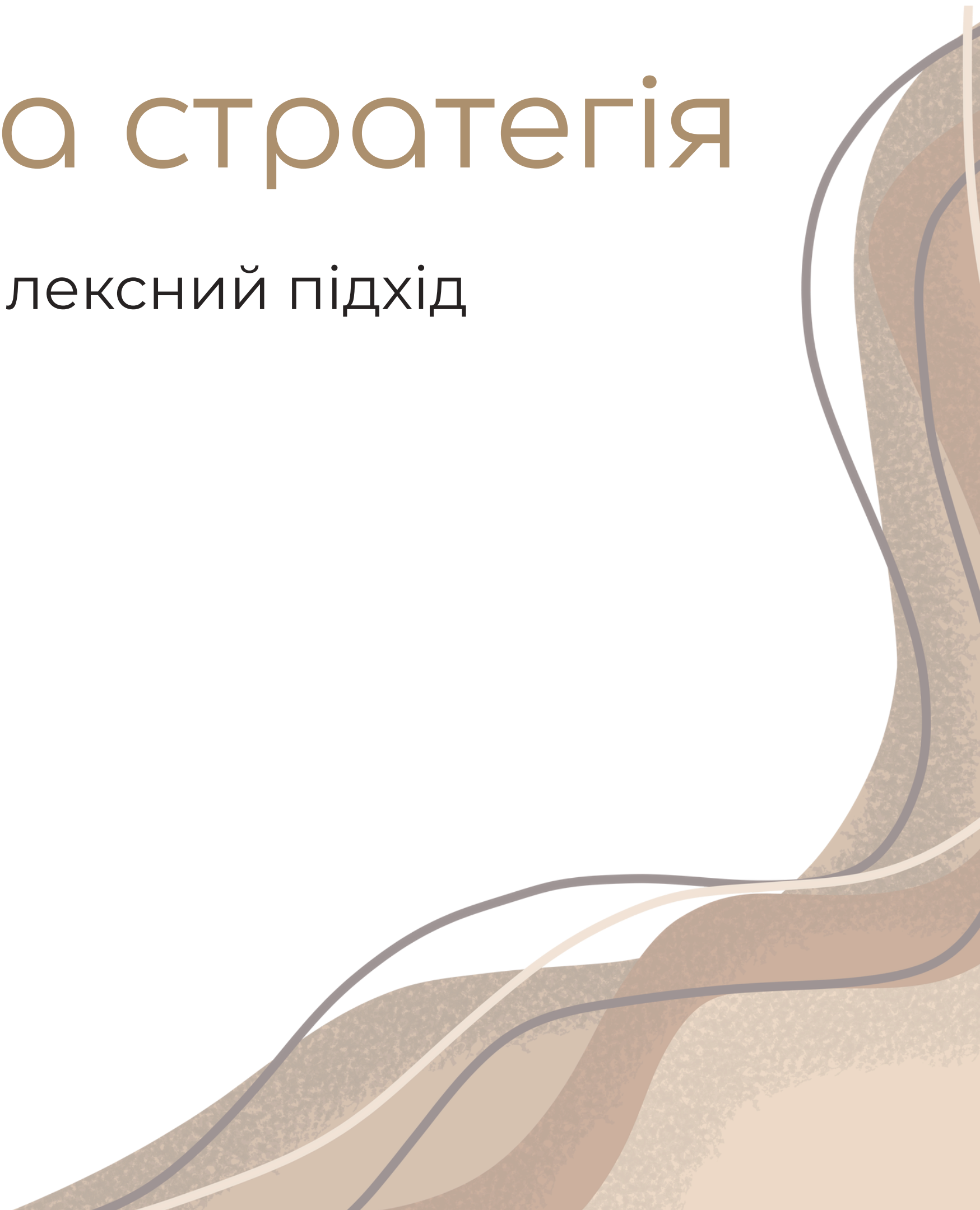
Бренд активно використовує
Instagram Reels для
просування своєї продукції.



Маркетингова стратегія

ST BRAND використовує комплексний підхід до маркетингу в Instagram:

- показ продуктів;
- за лаштунками;
- освітній контент;
- контент від користувачів;
- історії бренду.



Унікальність бренду

ST BRAND вирізняється серед інших брендів завдяки:

- частим оновленням колекцій: нові моделі щотижня;
- активному використанню Reels: залучення аудиторії через короткі відео;
- прозорості: відкритість у комунікації та демонстрація процесів виробництва;
- побудові спільноти: взаємодія з клієнтами та залучення їх до створення контенту.

Аналіз ЦА

Ключові характеристики цільової аудиторії:

- вікова категорія: переважно жінки віком 25-45 років;
- стиль життя: активні жінки, які прагнуть виглядати стильно завжди;
- цінності: якість, комфорт, естетика, самовираження через одяг;
- поведінка покупця: віддають перевагу онлайн-шопінгу, шукають бренди з чіткою ідентичністю та позитивною репутацією.



Репутація на торгових платформах

Написати я в захваті це нічого не написати,
Я так вагалась її замовити, було багато відмовок, не та фігура, не той ріст, не той колір, але я її щойно приміряла і перше враження- вау! Клас! Якість, пошиву та тканина а головне модель, мені пасує!
Моя любов до бренду Стадник почалась, дійсно круто! Натхнення вам, успіху, нових ідей, хай буде мир і перемога!
Щиро щиро дякую! Сукня неймовірна! Проста і водночас вишукана, Настя!



Доброго дня сукня це пожежа 🔥 🔥
Величезне дякую за швидку відправку!!!!
Процвітання Вашому бренду!!!!

До речі ,Ваше пальто то любов 😍 😍
Було мільйон компліментів 😊
Дуже якісне та тепле ,матеріал то взагалі щось нереальне 😍
Дуже вдячна ,що створюєте таку красу ❤️

SWOT-аналіз

S — Сильні сторони

- 350 тис. підписників в Instagram;
- професійний візуал;
- офлайн-магазин;
- українське виробництво;
- відгуки клієнтів та регулярні колекції.

O — Можливості

- активне просування TikTok;
- можливість участі у fashion-заходах або pop-up магазинах у ЄС;
- колаборації з українськими митцями;
- розширення до нових товарних категорій.

W — Слабкі сторони

- слабка присутність у TikTok (лише ~1000 підписників);
- немає англomовної адаптації - потенційне обмеження для виходу на міжнародний ринок.

T — Загрози

- залежність від Instagram;
- висока конкуренція на ринку;
- потенційні проблеми з ланцюгом постачання у зв'язку з війною;
- зміна поведінки споживачів (економія, зниження витрат на одяг).





ST BRAND – це приклад сучасного українського
бренду, який поєднує щирість, стиль і
підприємницький підхід.

