

УДК 339.138

NFT-МАРКЕТИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ КАНАЛ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В FASHION-ИНДУСТРИИ

Чернявская Е. И. (федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

Научный руководитель – Савостин Д. А.

(федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

В данной работе переведено авторское определение NFT-маркетинга, рассмотрены особенности использования технологии NFT как инновационного канала маркетинговых коммуникаций на стратегическом и тактическом уровнях в fashion-индустрии.

Введение. Согласно циклу зрелости технологий Гартнера 2021 года, технология NFT находилась на пике завышенных ожиданий. Однако, данная технология и в 2022 году активно используется мировыми брендами в различных индустриях, позволяет выделиться и завоевать конкурентное преимущество. Особенный интерес представляет fashion-индустрия, отличающаяся высоким уровнем конкуренции и быстро сменяющимися трендами. Так, появился NFT-маркетинг, представляющий собой новый способ коммуникации fashion-брендов с потребителями.

Цель работы — рассмотреть NFT-маркетинг как новый канал маркетинговых коммуникаций, а также разработать различные способы использования NFT на стратегическом и тактическом уровнях, учитывая специфику fashion-рынка.

Основная часть. В работе рассматривается технология NFT как одна из самых популярных технологий прошлого года, которая остаётся актуальной и на данный момент. Многие бренды активно начали использовать NFT-маркетинг в своей стратегии коммуникации. Поэтому, важно рассмотреть возможности использования данного канала коммуникации в модной индустрии — одной из самых быстроразвивающихся и отличающейся высоким уровнем конкуренции.

Были рассмотрены существующие кейсы использования NFT-маркетинга на уровне стратегии и тактики, а также предложены авторские варианты способов внедрения технологии на стратегический и тактический уровни.

Выводы. Таким образом, NFT-маркетинг может стать нестандартным каналом коммуникации бренда с существующими и потенциальными потребителями, позволяя повысить лояльность к бренду, укрепить позиции, а также увеличить число продаж.

Чернявская Е. И. (автор)

Подпись

Савостин Д. А. (научный руководитель)

Подпись