

# БРОННИЦКИЙ ЮВЕЛИР

«Бронницкий ювелир» — один из лидеров российского рынка украшений, которому в этом году исполняется 95 лет. Это не просто старейший ювелирный завод страны, но и бренд с узнаваемой ДНК — цепями самых разных плетений, которые носят уже несколько поколений клиентов. Несмотря на солидный возраст предприятия, в команде дизайнеров трудятся молодые талантливые художники и ювелиры, которые задают вектор развития ювелирной моды в России, разрабатывая дизайн уникальных коллекций. Также последнее время команда Бронницкого ювелира не боится создавать модные рекламные кампании с участием самых красивых московских лиц и моделей. Поэтому изменение фирменного стиля — логичное развитие марки.

И вот в 2019 году ювелирный бренд с почти вековой историей делает смелый шаг навстречу будущему и с помощью креативного агентства Gorbunof во главе с дизайнером Никитой Горбуновым проводит всесторонний ребрендинг.

Новым символом компании неслучайно становится буква О — она напоминает кольцо с бриллиантом и максимально лаконично отражает суть работы ювелирного завода. Но ребрендинг Бронницкого ювелира коснулся не только айдентики марки — затронул пространство салонов. Лаунж- и селфи зона, яркие неоновые акценты и грубые бетонные текстуры создают правильный контраст с гламурными стеклянными витринами!

Огромные кадры из рекламной кампании, снятой в петербургском Доме Архитектора фотографом Денисом Бычковским, создают арт-пространство салона. Этот новый для ювелиров концепт подчеркивает фэшн стилистику бренда и создает атмосферу для знакомства с украшениями.

«В таком дизайне наши салоны больше похожи



на дизайнерские бутики. Надеемся, что покупатель получит новый опыт взаимодействия не только с украшениями, но и с маркой,» — отмечает директор по маркетингу Наталья Шумилина.

Новый взгляд на законы ювелирной моды, по признанию команды Бронницкого, коснулся и презентации украшений. В принципиально новом ювелирном арт-пространстве внедрили концепцию 14 дизайнерских коллекций.

Такая революционная смена имиджа «Бронницкого ювелира» уже себя оправдала: посетительский трафик в первый салон, открывшийся в начале лета в Санкт-Петербурге, увеличился на 52% по отношению к аналогичным показателям прошлого года. Также оборачиваемость товара снизилась от 18 до 10 месяцев, а выручка салона в месяц с 2 млн руб. возросла до 3,5 млн руб.

Получить больше информации вы можете по телефону: +7 (495) 363-00-15 (отдел франчайзинга).

Ищите бутик в ТРК Сити Молл на 1 этаже в галерее Сити Авеню!

