

## Время обновляться. Lamoda Group начинает ребрендинг

- Впервые за последние семь лет компания меняет логотип
- Ребрендинг распространится на интернет-магазин, промо-коммуникации, все оффлайн-направления, включая службу доставки LM Express.



25 марта 2019 года. Интернет. Lamoda Group обновляет визуальный язык и позиционирование бренда. Изменения призваны сделать коммуникации компании более эмоциональными, консистентными и узнаваемыми, а также подчеркнуть её экспертизу и опыт на рынке электронной торговли одеждой, обувью и аксессуарами.

В рекламной кампании Lamoda, которая начинается 25 марта на федеральных каналах, используется уже новый логотип. С командой Lamoda над ребрендингом работало дизайн-бюро «Щука».

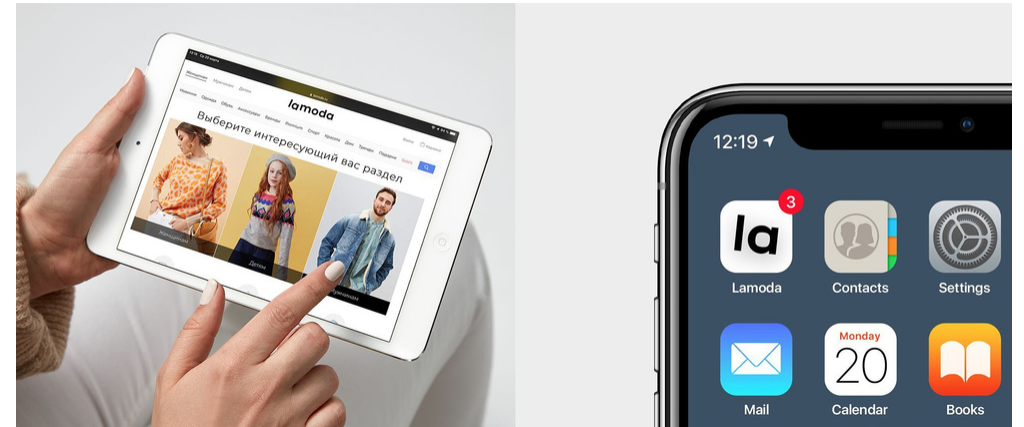
**Юлия Никитина,**  
управляющий директор по цифровому маркетингу и продукту Lamoda Group:

«Lamoda всегда стремилась не только продавать одежду как функцию, но и задавать стандарты того, как должен выглядеть игрок на fashion-рынке. Новый визуальный язык призван сохранить ДНК компании, подчеркивая её связь с модным миром. Например, он отсылает к наследию текстильной промышленности: известным во всём мире принтам для тканей — шотландской клетке, леопарду, горошку, гусиной лапке. Через новые образы мы хотим рассказывать, что Lamoda сосредоточена на том, чтобы помогать человеку принимать ежедневные решения, связанные с модой и стилем».

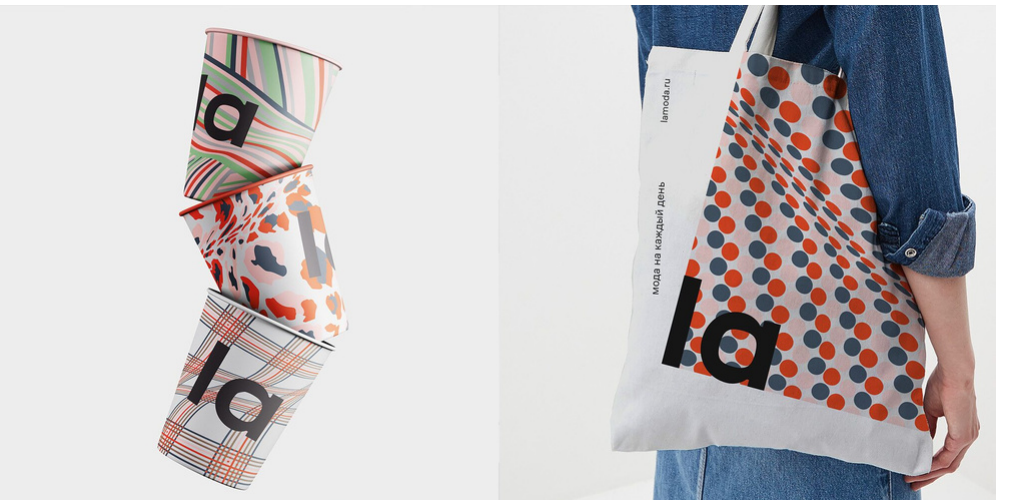


**Иван Васин,**  
партнер и креативный директор дизайн-бюро «Щука»:

«Глобальные модные бренды сегодня чуть ли не через один стремятся сделать свой стиль универсальным. Посмотрите новые логотипы Burberry и Yves Saint Laurent — их почти не отличить. Это называется blanding branding — главный прошлогодний «тренд», который одни называют безликим, другие видят в нем фокус на омоложение аудитории fashion-брендов. Мы же наделили логотип Lamoda характером, он стал более fashion, в то же время не стал противоречить универсальности диджитал сервиса — это все еще функциональное черно-белое начертание. Курсивное строчное la — наследие бренда, преувеличенный наклон — основа идеи: la не как артикль, а как напев, восклицание,



Кроме логотипа, цветов и шрифта изменения затронут оформление автомобилей компании, пунктов выдачи заказов, сувенирной продукции, формы сотрудников, упаковочных материалов. Постепенно все они будут обновлены.



На данный момент уже несколько автомобилей торговых представителей Lamoda Group перекрашены в красный цвет. Впервые будет обновлён брендинг логистической структуры холдинга — LM Express. В оформлении иконок приложений компания отказалась от полного наименования и сохранила только узнаваемое пользователями La. Подробнее о концепции можно узнать [здесь](#) (ссылка на кейс).

Lamoda – технологическая ритейл-платформа и магазин одежды и предметов стиля. Задача компании – обеспечивать людей подлинными и качественными товарами и сервисами, независимо от их достатка и места жительства, а также делать модные тенденции понятными и применимыми к любым жизненным ситуациям всех своих покупателей.

Lamoda была основана как интернет-магазин в 2011 году. С тех пор компания внедрила в продукты технологии машинного обучения, создала собственную логистическую структуру LM Express, предоставила брендам возможность подключиться к сервисам компании по принципу маркетплейса и воспользоваться её услугами для фулфилмента.

- В ноябре 2018 года Lamoda провела первую рекламную кампанию, где появился её новый слоган «Мода на каждый день». Режиссёром ролика стал молодой бразилец Кайхан Озмен, работавший до этого с Budweiser, Google, Apple и Absolut.
- Помимо основного бизнеса, компания также оказывает брендам услуги по фулфилменту и предоставляет возможность подключаться к её сервисам по модели маркетплейса.
- Доля маркетплейса в выручке компании в 2018 году составила 13,1% против 2,7% в 2017 году.
- Объём заказов, отгруженных в 2018 году для B2B-категории клиентов (в том числе фулфилмент-услуги) достиг почти 2 млн против 350 000 годом ранее.
- В 2018 году компания продемонстрировала рост показателя рентабельности, который составил 38.7% (рост на 1,3 процентных пункта по сравнению с 2017 годом).

Пресс-служба Lamoda Group  
Залина Богозова  
+7 916 560 85 84  
Email: [pr@lamoda.ru](mailto:pr@lamoda.ru)