

## **ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ НОВЫХ КОЛЛЕКЦИЙ ОДЕЖДЫ И ТКАНИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

*Рассмотрены новые возможности проектирования одежды с использованием инновационных технологий, как «Ассоль-Дизайн», «Онлайн-Шоурум», описываются новые направления и продвижения рекламы ассортимента модели с использованием всемирной сети Интернет.*

Развитие Интернета и рост услуг, осуществляемых с его помощью, в странах Западной Европы и США резко возросли. Всего два года назад многие компании, производящие ткани, одежду и фурнитуру, все еще сомневались в потенциале электронной коммерции. Около года назад сомнения были отброшены и большинство компаний, от небольших фирм по выпуску одежды до крупнейших производственных и коммерческих компаний и домов моды, имеющих всемирно известные торговые марки, открыли свои сайты в Интернете. Множество оптимистичных прогнозов убедили производителей и продавцов одежды в гигантском потенциале Интернета.

По прогнозам Thomas Weisel Parthers, только в США 80 млн. человек будут тратить 35 трлн. долл., делая покупки через Интернет.

В необъятном количестве материалов легко потеряться в поисках нужной информации, а ее на сегодняшний день для специалиста в области моды достаточно много. Сайты, имеющие отношение к индустрии одежды, условно можно разделить на три типа: информационные, потребительские и промышленные. К информационным относятся многочисленные электронные журналы мод; сайты, содержащие электронные версии периодических изданий, телевизионных программ, а также рекламные странички компаний, демонстрирующие свою продукцию и предлагающие услуги в той или иной области дизайна. Много полезных материалов по моде и стилю можно найти во французско-американском журнале *Lumière*, который доступен только через Интернет. Среди информационных сайтов немалое количество занимают авторские странички известных кутюрье, художников и дизайнеров, представляющих свои работы.

Для специалистов индустрии моды полезно заходить на сайт *Fashionfile*.

Здесь легко получить информацию о топ-моделях, фотографах, иллюстраторах, дизайнерах, стилистах причесок и макияжа. Создатели старались собрать здесь все, что необходимо знать специалисту в области моды. Однако если вы не нашли того, что искали, то вам любезно пришлют интересующую вас информацию по запросу электронной почтой.

К числу потребительских относятся большинство сайтов, имеющих отношение к моде. Через них осуществляется продажа товаров и предоставление различных услуг. Многочисленные споры о преимуществах и недостатках электронного бизнеса, возможно, будут продолжаться еще длительное время. Однако факт остается фактом – появился удобный и быстрый способ продажи и покупки товаров, который оказался выгоден и продавцам, и потребителям. Относительно других отраслей, которые уже прочно обосновались в электронной коммерции, мода еще делает только первые шаги в этой области.

Известная торговая марка *boo.com* является также и популярным потребительским сайтом. Это скорее торговый портал, нежели магазин «онлайн». Идея состоит в продаже обычной спортивной одежды. Посетители сайта могут вести поиск нужных им товаров по цветам, марке, виду спорта, цене и стилю. Трехмерная технология позволяет рассматривать понравившееся изделие с разных сторон на экране, в то время как путеводителем и спутницей в путешествии по страницам сайта будет очаровательная Мисс Бу. Этот интерактивный персонаж даст нужный совет и расскажет об истории той

или иной марки.

Несмотря на это, среди огромного числа электронных магазинов существует большая конкуренция. Для того, чтобы успешно развивался и приносил прибыль электронный бизнес, сайт должен отвечать ряду требований. Неубедительный сайт может легко испортить имидж и авторитет торговой марки. Ведь пользователю достаточно несколько секунд, чтобы переключиться на другой аналогичный сайт.

На витринах многих магазинов появились их адреса в системе Интернет.

Электронные киоски, установленные во многих крупных магазинах, знакомят покупателей с их Интернет-сервисом. Клиентов проинформируют о фирме и дадут советы в выборе стиля.

Хотя индустрия моды все еще заметно отстает от других сфер бизнеса в использовании Интернета для коммерческих целей, но она уже готова к следующим решительным и координальным шагам. Координальные перемены в текстильной и швейной индустрии внесут промышленные сайты, так называемые «виртуальные посредники», фокусирующиеся на улучшении эффективности и автоматизации процесса производства. С целью объединить и стандартизировать все ресурсы и процесс поиска поставщиков тканей через Интернет был создан сайт Textile Solutions. Девиз компании гласит: «Никогда еще не было так легко покупать и продавать ткани». Его идея возникла в процессе разработки информационной системы, позволяющей упростить решение складских и снабженческих проблем. Автоматизировать процесс поиска заказчиков.

Все больше потенциальных покупателей одежды перед тем как совершить покупку, просматривают Интернет-сайты производителей. Привлечь их на торговые площадки поможет новое решение-Интернет-сервис «Онлайн-Шоурум». Программы линейки «Ассоль-Дизайн» просто и элегантно решают задачу представления вашей новой коллекции на сайте во всем разнообразии предлагаемых цветовых решений. А для производителей ткани предоставляется возможность демонстрации новых тканей на самых последних моделях производителей одежды.

Программы Ассоль-Дизайн имеют около 400 пользователей в России и СНГ. Среди них практически все поставщики и производители обивочной ткани для мебели и крупные производители мягкой мебели. Около 15 профессиональных рекламных дизайн студий и типографий создают рекламные буклеты на основе виртуальных коллекций, подготовленных в Ассоль-Дизайн.

Линейка Ассоль-Дизайн включает на сегодняшний день следующие программы. AC Design Basic - базовая программа-инструмент дизайнера на производстве. Программа для быстрого «переодевания» одежды, мебели, интерьеров и других изделий в различные материалы по фотографии. Сохраняет полную иллюзию реального фото. На основе введенной базы фотографий моделей и материалов позволяет генерировать произвольные цветовые решения и сохранять полученное изображение в стандартном формате.

«AC Desing PRO» - специальная расширенная версия, позволяющая автоматически создавать демонстрационные каталоги колористических решений вместе с текстовыми описаниями, тканями и исходными изображениями. Их затем можно свободно распространять в качестве рекламных материалов или передавать потенциальным клиентам.

CD- каталог позволяет выбрать модель и, щелкая по изображениям тканей, просмотреть варианты ее «переодевания», снабженные текстовыми описаниями. Количество тканей и материалов, использованных в одном варианте, неограниченно.

«AC Desing LT-Шоурум» – инструмент работы с клиентом в салоне. Используется для индивидуальной работы с покупателем в салонах с профессиональными дизайнерами. Предназначен для салонов продажи мягкой мебели и штор. Позволяет на основе базы моделей и материалов генерировать произвольные цветовые решения моделей, сохранять и печатать полученное изображение, а также самостоятельно вводить в базу новые ткани.

*Интернет-сервис «Онлайн-Шоурум»* обеспечивает новый уровень рекламы в сети – дает покупателю инструмент для «примерки» тканей к понравившейся модели. Пусть потенциальный покупатель сам «переодевает» Ваши модели на Вашем сайте в те ткани, в которых вы производите коллекцию.

Даже если у фирмы еще нет собственного веб-сайта, она может использовать подключение к «Онлайн-Шоурум» в качестве своей первой «витрины» в Интернете.

*Подготовка моделей и тканей для Интернет-сервиса «Онлайн-Шоурум».*

Общепринятый способ ввода тканей в компьютер - через сканер или цифровой фотоаппарат:

Через сканер: для того чтобы ввести ткань в компьютер, кусок ткани (или ее фотографию из печатного каталога) сканируют при помощи сканера. Ткани с крупным рисунком могут быть отсканированы по частям и затем совмещены в графическом редакторе по раппорту.

Через фотоаппарат: для ткани с крупным рисунком, не помещающимся в рабочей области сканера, удобнее воспользоваться цифровым фотоаппаратом.

Программы Ассоль-Дизайн используют стандартные форматы данных для работы. Поэтому ткани могут быть получены непосредственно с сайтов производителей или взяты с их электронных каталогов.

Фотореалистичность наложения тканей на модель достигается, если изображение ткани на экране компьютера незначительно отличается от реальной ткани. Даже если ткани отличаются по визуальным свойствам, например блеск, матовость и т.п., то это может быть учтено программой.

*Формирование библиотеки моделей.* Модель изготавливается в однотонной ткани. Цифровым фотоаппаратом делается качественная фотография и переписывается на компьютер. В программе фотография подготавливается к переодеванию. Сначала на модели при помощи мыши выделяются отдельные области замкнутой ломаной (например, полочка, воротник, юбка). Затем для каждой области создается объемная сетка (рисуются основные горизонтальные и вертикальные направляющие, по ним автоматически создается сеточный каркас трехмерной формы).

После этого настраиваются параметры теней. Вносятся необходимые поправки в порядок следования областей, масштаб и поворот рисунка ткани, формируются группы областей и т. п. Затем построения сохраняются для дальнейшего использования. Вся процедура занимает 5-15 минут. После этого модель готова к размещению в «Онлайн-Шоурум» для переодевания.

*Скорость обучения.* Одно из важнейших достоинств, предлагаемых программ – овладеть ими очень легко. Любой, даже незнакомый с компьютером сотрудник, может за 2 часа обучиться готовить модель в программе «AC Desing Basic».

За 20 минут в базу данных может быть внесена любая фотография модели одежды. После подготовки можно за считанные секунды менять ткани, оттенки всей модели или отдельных ее частей, добавлять новые элементы. И все результаты будут смотреться как настоящие фотографии. Даже самый искушенный специалист вряд ли сможет заметить отличие. Подготовленные модели помещаются в базу данных «Онлайн-Шоурум» и переодеваются посетителями вашего сайта.

В промышленно развитых странах Европы и США процент продаж одежды через Интернет очень быстро растет. Множество людей совершают покупку одежды в Интернет-магазинах. Процент таких покупателей и в нашей стране. Это те покупатели, которых поможет привлечь технология продаж Интернет-сервис «Онлайн-Шоурум».

Эксперты называют ее инновационной технологией продаж будущего, которая способна принести максимальную прибыль на каждый вложенный рубль.

Итак, что же получает производитель от новой Интернет технологии?

Он получает очень много плюсов:

- снижение затрат на рекламу продукции, повышение привлекательности сайта для

покупателя;

- возможность быстро представить самые последние новинки коллекции тканей и моделей;

- возможность проведения маркетинговых исследований;

- повышение эффективности рекламных компаний;

А, кроме того, «Онлайн–Шоурум» добавляет Вашему сайту «изюминку», которая, несомненно, найдет отклик в сердцах Ваших потенциальных покупателей.

#### **Литература:**

1. Научно-технический и производственный журнал «Швейная промышленность». - № 1. 2001.

2. Журнал «Швейная промышленность». -№ 2. 2001.

3. Журнал «Швейная промышленность». -№ 3. 2008.

4. Мурыгин В.Е. Основы функционирования технологических процессов швейного производства. –М., 2003.