

Abstrakt

Bakalářská práce Komunikační strategie módní značky Everlane se zaměřuje na komunikační strategii amerického globálně působícího brandu Everlane, který funguje prostřednictvím e-shopu a nabízí minimalistickou moderní módu. Značka si zakládá na etických, ekologických a morálních hodnotách a její filosofie je postavena na 100% transparentnosti. Everlane je v tomto odvětví unikátní firmou, která si dokázala v poměrně krátkém čase vybudovat pozici a respekt na módním trhu. Cílem této práce je analýza komunikačních prostředků, které Everlane využívá pro komunikaci se svými klienty a komunitou. Součástí je i představení několika kampaní, které Everlane vytvořila, a které byly úspěšné. Nedílnou součástí práce je i stručný úvod do módního průmyslu, jeho vývoj v poslední letech a prolnutí s fenoménem udržitelnosti. V teoretické části se autorka zabývá fenoménem e-commerce z historického a teoretického hlediska. Následně se soustředí na způsob, jakým se e-commerce a móda propojují a komunikační prostředky, které využívá.