

asket

т
о
л
б
о
в

ON

low,
so high.
non,
impassion.
impulse
need in
ight,
more,
with less,
garments to disposables,
so valuable.

hion. Join the pursuit of less.

A S K
E T

ASKET.COM

МОДА БУДУЩЕГО

К чему
нам готовиться?

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

ТРЕНДЫ МИРА МОДЫ: ЧТО ЖДЁТ НАС ВПЕРЕДИ?

- + 9 основных направлений, по которым будет развиваться мода:**
- + Тренд на экологичность**
- + Высокотехнологичность**
- + Агендерность**
- + Эйдж-френдли и тотальный бодипозитив**
- + Массовая цифровизация**
- + Локальность: от большего к меньшему**
- + Искусственный интеллект на службе у моды**
- + Совместное потребление**
- + «Умные» вещи**

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Экологичность

“Суровая правда заключается в том, что мода создается из ресурсов природы, но ее производство использует при этом ошеломляющее количество воды, химикатов и испорченного топлива, нанося непоправимый вред Земле и выбрасывая 1,9 миллиарда тонн отходов в год.” (с) Дилис Уильямс, директор Центра устойчивой моды, профессор кафедры дизайна моды и устойчивого развития Лондонского колледжа моды.

“Пугающие цифры заставляют инсайдеров индустрии все серьезнее задумываться о будущем. Экоориентированность, или sustainability, стала в последние несколько лет невероятно мощным трендом. И речь не только об отказе от натуральных меха и кожи. Стелла Маккартни сняла рекламную кампанию FW 2017/18 на свалке, на фоне гор мусора. Так она попыталась привлечь внимание к проблеме перепроизводства и загрязнения окружающей среды. Самые прогрессивные и любимые миллениалами и поколением Z марки вроде Levi's, Adidas и New Balance делают ставку либо на натуральные ткани, которые разлагаются в земле, а не остаются в ней веками, либо



на вещи из переработанных материалов. К процессу подключились звезды – они давно не стесняются выходить на красные дорожки в платьях «из мусора». Самый яркий пример – наряд Эммы Уотсон от Calvin Klein, созданный из переработанных пластиковых бутылок. В нем актриса появилась на Met Gala в 2015 году.” Экологичные элементы также были добавлены в два костюма, подготовленных Калвином Кляйном для других актрис – участниц бала: в нефритовое блестящее платье афро-мексиканской актрисы Лупиты Нионго (Lupita Nyong'o) и элегантный монохромный наряд австралийки Марго Робби (Margot Robbie)”

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

Состав

Полиэстер 100%

Наружный Материал: Хлопок 81%, Вискоза 12%,
Бумага 4%, Нейлон 3%

Распродажа Новинки Актуально Дизайнеры Одежда Обувь Сумки Аксессуары Украшения



микроорганизмы и окунают в этот раствор ткань. После теплового воздействия микроорганизмы прочно сцепляются с полотном — почти без использования воды.

Шведские и британские дизайнеры создают одежду из древесной целлюлозы, натуральных красителей и других биоматериалов. Проще говоря — из плотной бумаги. Создание и утилизация бумажных вещей наносит меньший урон природе, чем текстильная промышленность, уверяют разработчики.”

Высокотехнологичность

Еще один тренд во имя сохранения природы. Несмотря на общий sustainable курс в индустрии моды, требования к ресурсам Земли всё равно продолжают расти.

Поэтому учёные проводят инновационные исследования, направленные на снижение экологического следа. Мода становится высокотехнологичной — в частности, благодаря синтетической биологии и использованию корневых структур в качестве потенциальных волокон.

“Специалисты компании Bolt Threads использовали генетически модифицированные дрожжи, сахар, воду и соль, чтобы создать волокно, имитирующее паутинный шелк. В производстве нового материала не применяются загрязняющие вещества из нефтепродуктов или пестициды, которыми обрабатывают обычные волокна.

В компании Colorifix создают новый метод окрашивания с минимальными затратами воды. В краситель добавляют специальные

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



3

Агендерность

Уже в 00-х случился перекос модной индустрии от нарочитой сексуальности к тотальному унисексу, нормируя и оверсайз. И сегодня границы гендеров продолжают стираться. Так что "мужские" элементы в женском гардеробе уже никак не отрицают женственность – скорее, наоборот придают образу особый шарм.

"Мода, как всегда, четко реагирует на настроения в обществе. Уже сейчас существует целая плеяды брендов, выступающих за отмену деления одежды «по половому признаку». Например, канадский дизайнер иорданского происхождения Рад Хурани пропагандирует идеи всеобщего равенства и шьет для своей именной марки пальто, жакеты, удлиненные жилеты и платья с геометрическим краем, предназначенные как для парней, так и для девушки."

Американский streetwear-бренд FLAVNT выпускает свитшоты и футболки с надписями вроде *Gender Roles are Dead*, на показах Gucci юбки носят модели обоих полов."

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Dazed & Confused и Stylist. Шведка Ингмари Лами (73 года) рекламировала коллекцию Lanvin x H&M (за этими вещами выстраивались в очередь милиениалы). В сезоне FW 2017/18 модели в возрасте выходили на показах Vetements, Antonio Marras, Simone Rocha и др.”

Эйдж френдли и тотальный бодипозитив

Главное утверждения – мода доступна для ВСЕХ, вне зависимости от возраста, веса, цвета кожи и других признаков. Индустрия уже давно держит курс на бодипозитив – об этом говорит популярность моделей с “особенностями” (н-р Винни Харлоу – канадская супермодель и активистка с витилиго) во внешности и моделей plus size. Последние в основном женщины, но журнал The Face прогнозирует, что в ближайшем будущем в мире моды появятся и плюс-сайз парни. Например, Рианна и ее бренд белья Savage x Fenty уже вовсю снимают мужчин размера 2 XL, а так же ASOS и Jacamo.

“Плюс население Земли стремительно стареет. По данным ВОЗ, к 2050 году каждому четвертому жителю планеты будет больше 60 лет. Уже сейчас отношение к возрасту постепенно меняется, а пожилые люди перестают быть невидимыми для мира моды. Звездами рекламных кампаний становятся не только 20–30-летние модели. Айрис Апфель, которой в этом году исполнилось ни много ни мало 99 лет – звезда обложек

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Массовая цифровизация и виртуальность

В Instagram уже появляются так называемые виртуальные инфлюенсеры – персонажи, созданные с помощью компьютерной графики.

“Первые цифровые «звезды» появились более 20 лет назад: виртуальная группа Gorillaz, чьи альбомы несколько раз становились платиновыми, существует с 1998 года. Хацуна Мику – виртуальная певица из Японии – с 2007 года. Ее самый большой концерт, который посетило 25 тыс. человек, состоялся в 2009 году. У новых же героев свои характеры, истории, взгляды и стиль ведения социальных сетей. Они, как и живые lifestyle-блогеры, рассказывают о своих буднях.

Таких инфлюенсеров создают креативные агентства. Они продумывают их внешность и историю, набирают подписчиков и привлекают внимание брендов.

Популярные виртуальные инфлюенсеры так же, как и реальные, продают рекламу в своих аккаунтах, участвуют в творческих проектах и снимают сториз”

Например: Лил Микела с 2,8 млн подписчиков в Instagram, Шуду Грэм – первая виртуальная супермодель, Алиона Пол – самый популярный российский виртуальный инфлюенсер.

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



ЦИФРОВАЯ ОДЕЖДА

Это платья, костюмы, куртки, юбки и другие предметы гардероба, представленные в трехмерном, объемном, а иногда еще и анимированном виде и созданные при помощи специальных цифровых программ (например CLO 3D или Marvelous Designer).

Такие вещи доступны не только для цифровых образов, но и для реальных людей! Для этого художнику понадобится ваша фотография в обтягивающей одежде, поверх которой будет наложена дизайнерская. Этот процесс схож с созданием нарядов для кукол и с игрой «Sims».

ЗАЧЕМ ЭТО НУЖНО?

“По результатам опроса банка Barclays, проведенного в 2018 году, каждый десятый покупатель приобретает вещи исключительно для создания контента. После этого новинка в лучшем случае возвращается обратно в магазин, в худшем – захламляет гардероб или отправляется на свалку. На этом фоне виртуальная одежда приобретает не

только развлекательный, но и экологический аспект: она обходится дешевле, появляется быстрее, существует в более ограниченном количестве и не наносит вред окружающей среде. Более того, цифровой образ может быть выполнен с применением форм и текстур, которые нереально воплотить и сложно носить в реальной жизни. Например, с переливающейся голограммой, дорогостоящей кожей крокодила или громоздкими конструкциями, как в коллекциях Craig Green.”

Здесь мы снова видим пересечение с тенденцией на осознанное потребление и экологичность. В России купить цифровую одежду можно в @replicant.fashion, у брендов Алёна Ахмадуллина, Александр Терехов.

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Локальность: от большего к меньшему

«Fuck Fast Fashion» – надпись, которая появилась на одном из зданий Стокгольма. Гигантский плакат сопровождается обвинительным манифестом в адрес индустрии быстрой моды и призывом жить в «погоне за меньшим».

На самом деле, это реклама шведской марки мужской одежды Asket. Она не выпускает сезонных коллекций – только маленькие партии высококачественных вещей вне временного дизайна и культуры бережного отношения к гардеробу. «Сегодня, чтобы выжить и остаться в рамках легитимной деятельности, компаниям придётся в рекордно короткие сроки поменять абсолютно все базовые бизнес-настройки, переосмыслить технологии и организацию производства, найти новые каналы сбыта и заново придумать маркетинговую политику в соответствии со стандартами новой этики. И скорее всего, смириться с потерей сверхприбылей. Таким образом зеленый

свет получают локальные бренды с меньшими оборотами, они уже выходят на мировой рынок не имея точек сбыта и сопутствующей инфраструктуры.”

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Платье Lila x Neural Fashion

создано искусственным интеллектом

1 499 р.

Искусственный интеллект на службе у моды

Верите в то, что скоро одежду будут создавать не дизайнеры, а роботы? “В обозримом будущем на смену дизайнёру придет искусственный интеллект. Такая участь вряд ли ждёт большие дома с историей, но для поточных, демократичных и понятных брендов такая перспектива выглядит вполне реальной. Например, одна из таких попыток — проект в рамках сотрудничества Google и немецкой фэшн-платформы Zalando под названием Project Muze направленный на создание экспериментальных цифровых коллекций на основе собранных в Сети данных о модных предпочтениях разных групп населения.”

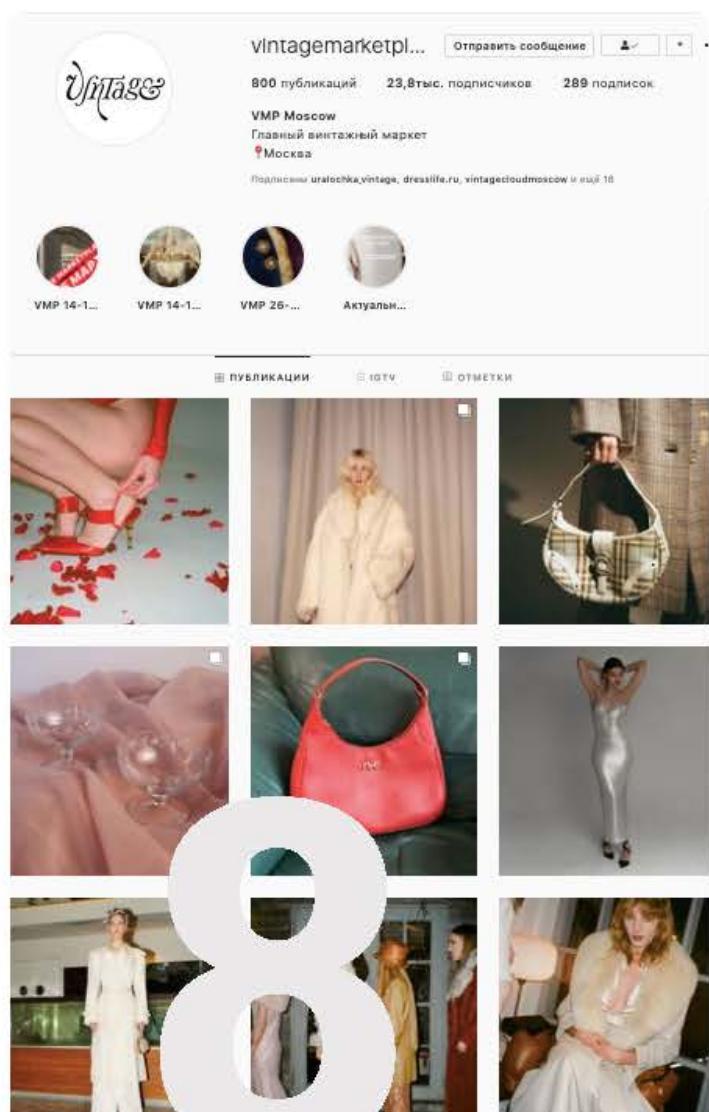
Искусственный интеллект будет еще и оценивать потребности аудитории — такой подход позволит точнее таргетировать товар, создавать его строго под нужды потребителей и избегать перепроизводства.

“Такие проекты, как True Fit и Virtusize,

специализирующиеся на сборе данных о размерах и предпочтаемых тканях и силуэтах, дают компаниям возможность более точно рассчитывать количество производимого товара и уменьшать нераспродаваемые остатки. Персонализированный подход на основе искусственного интеллекта, внедрённый в рутинном формате такими брендами, как The North Face и Uniqlo, помогает клиентам выбирать товар и тем самым снижать риск возврата.”

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



8

Совместное потребление

Тренд, который тоже затрагивает экологичность и усиливает позиции сэконд-хэндов – теперь это не безысходность и дешевизна, а мода, качество и осознанность.

“Стратегия «clothing-as-a-service», при которой одежда подаётся как услуга, а не товар, занимает всё более уверенные позиции на рынке и обрастает смежными фэшн-бизнесами нового типа.

Так, компания Castle, чей рекламный слоган гласит «A new economy for apparel», предоставляет полный цикл сервисного обслуживания для тех, кто решил построить дело по аренде модных вещей.

Очевидно быстрое развитие винтажного сегмента: дизайнерский секонд-хенд продаётся на популярных торговых ресурсах matchesfashion.com и farfetch.com, а также в инстаграм-магазинчиках. Идут разговоры об интегрировании винтажной индустрии и культуры свопов в программы модных недель.”

В Москве каждые 2-3 месяца проводится Vintage Market Place – выставка продажа винтажной одежды и аксессуаров со всей России.

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



«Умные» вещи

“Ученым удалось создать одежду, которая будет заботиться о своем хозяине. Первыми в своем роде стали кроссовки Google Talking Shoes. Уникальная обувь разработана Заком Либерманом при совместном сотрудничестве компаний Google и adidas. Необычные кроссовки призваны мотивировать людей заниматься спортом. Говорящая обувь имеет встроенный акселерометр, гироскоп, шагомер и возможность подключения к смартфону посредством Bluetooth. Они также умеют писать забавные или подбадривающие комментарии и воспроизводить их в звуковом режиме.”

“А дизайнер Дженифер Даймур создал специальную одежду Move, которая помогает телу правильно двигаться и следить за осанкой. В одежду вшиваются специальные датчики, которые сравнивают движения и положение тела с правильно заданными позициями и отправляют легкие «толчки» к нуждающимся в корректировке участкам.”



ПОСТКОВИДНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

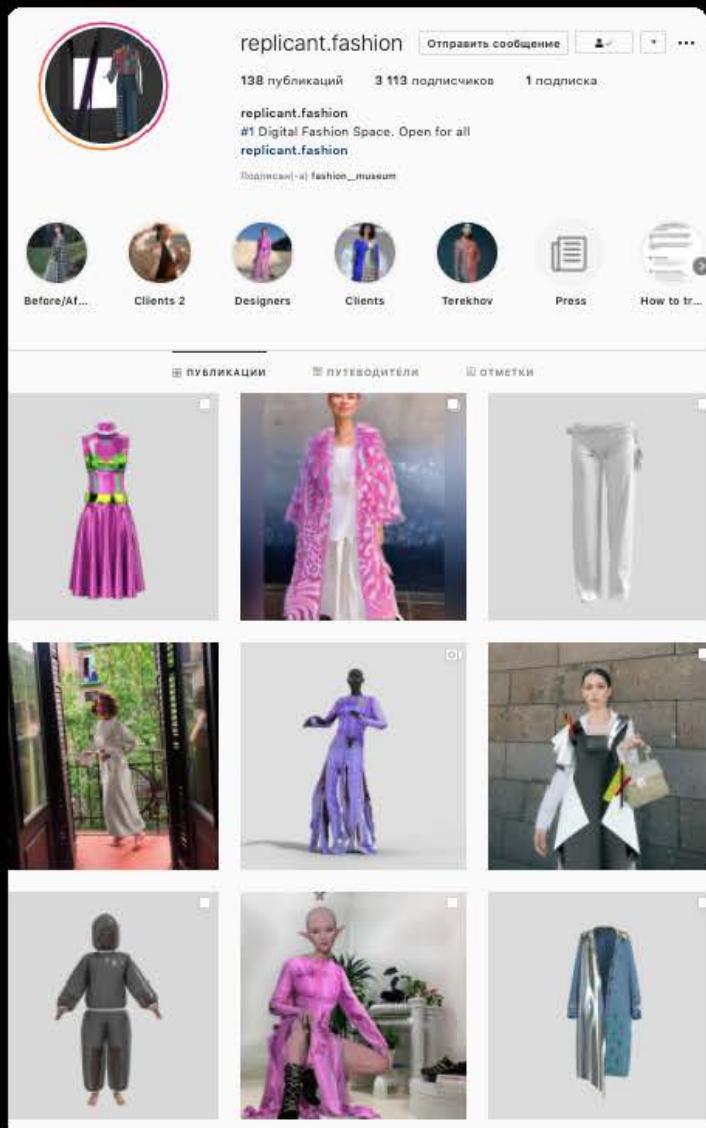
Последствия
и прогнозы

A S K
E T

ASKET.COM

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



ПОСТКОВИДНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Говоря о будущем, нельзя не упомянуть и локдаун, который кардинально повлиял на весь мир – в том числе и на индустрию моды.

В Москве прошел форум *Fashion Futurum* на тему «Будущее независимых брендов в постковидной реальности: культурные коды и бизнес-возможности». На нем собрались 74 спикера из 24 стран. Среди них были: Пьер Ружье – основатель агентства PR Consulting; Микаэла Эрлангер – звездный стилист Мерил Стрип, Дианы Крюгер и другие эксперты..

ПО ИТОГАМ ФОРУМА МОЖНО ВЫДЕЛИТЬ ГЛАВНЫЕ ТЕЗИСЫ:

- офлайн не изживет себя, но будет неразрывно связан с онлайн-форматом
- возрастет конкуренция между дизайнерами и другими креативными деятелями, которые работают в digital-пространстве

- выиграют честные и искренние бренд-стратегии – такой подход поможет заполучить и внимание селебрити-стилистов
- многие локальные компании благодаря диджитал-формату, трансформируются в международные
- тренд на взаимодействие креативных представителей мегаполисов с развивающимися странами. Мода станет двигателем не только культурной, но и экономической составляющей
- люди больше не покупают новые сумки, люди покупают личную связь.

СКУ

ГЛАВНЫЙ АКЦЕНТ ДЛЯ ВИЗУАЛИЗАТОРОВ БРЕНДА –

визуальный контент продукта
важнее, чем сам продукт.

Рынок уже давно продает
не продукт, а настроение,
идею, атмосферу.

А это значит, что мы уже
живем в реальности Будущего!

ASKET

ASKET.COM

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Новая реальность принесла нам и моду на домашний контент. В период изоляции бренды активно проводили съёмки по скайпу в квартирах моделей. Люди вынуждены были работать, не выходя из дома и проводя конференции онлайн, на что сразу же отреагировала модная индустрия. К примеру, бренд Balenciaga предложил нам пижамные штаны с шубой и объемное пальто с домашними тапочками в сезоне весна-лето 2020.

МНОГИЕ ПЕРЕОСМЫСЛИЛИ СВОЙ БЫТ И МЕСТО ПРОЖИВАНИЯ

Люди стали смотреть на свои дома в том числе и как на локацию для создания контента – кто-то даже перекрашивал стены и менял мебель.

А некоторые бренды “переехали” из магазинных пространств в шоурумы квартирного типа. Так марка My812 открылась в квартире старого дома с интерьером: белые стены, старый паркет и трехметровые потолки.



Источник: <https://t.me/theblueprintru>



ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

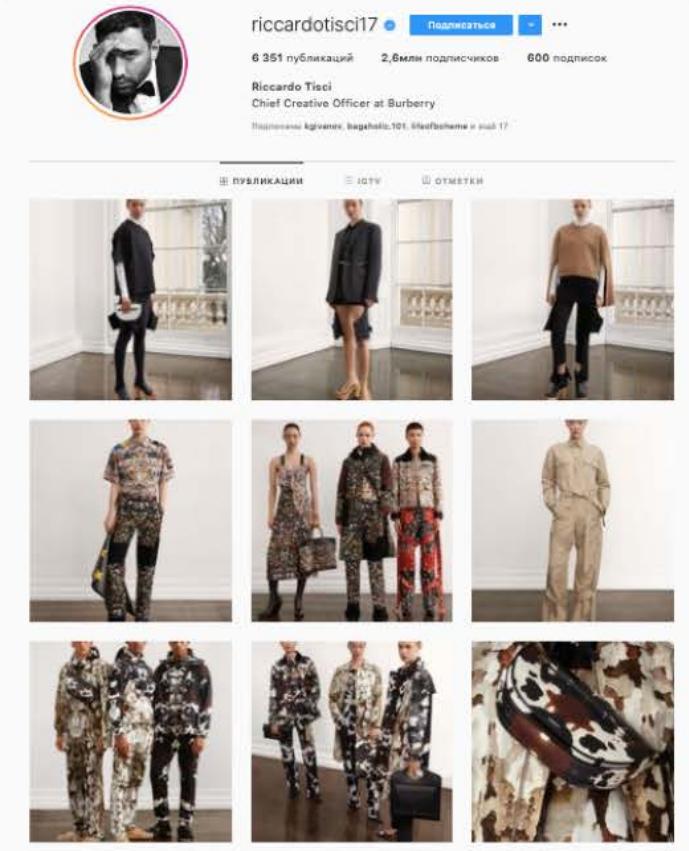
Что говорят креативные
директора брендов
и тренд-аналитики
о моде будущего?

А S K
E T

ASKET.COM

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Рикардо Тиши, креативный директор Burberry

Он утверждает, что несмотря на активный рост онлайн-коммерции, физический контакт с вещами в процессе шопинга по-прежнему важен.

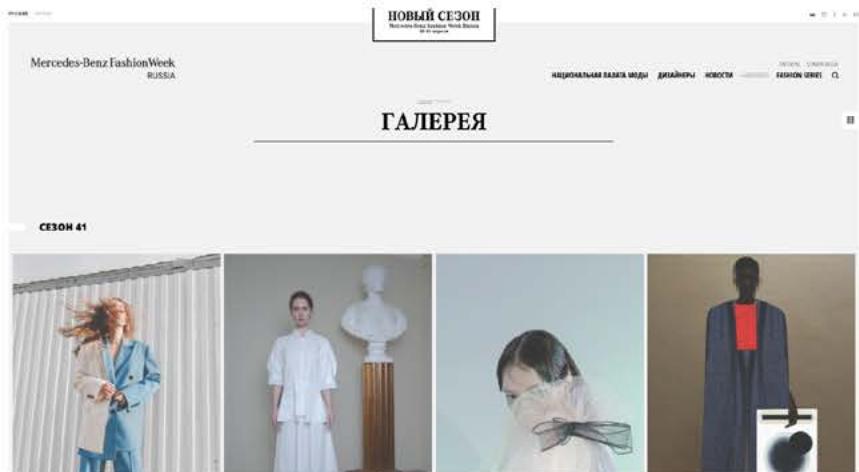
“Если говорить о моде в частности, то покупателю нужно иметь возможность увидеть вещь, понять ее текстуру и то, как она выглядит в движении. Необходимо ощущение чего-то реального и осозаемого, я верю, что офлайн-магазины никуда не исчезнут — это место, куда покупатели могут прийти и почувствовать себя в самом сердце бренда. Они нужны, чтобы формировать и подпитывать эмоциональную связь.”

Но отрицать глобальную дигитализацию модной индустрии нельзя — поэтому Burberry откроет «социальный магазин» в китайском Шэньчжэне, который станет полноценной интерактивной ритейл-площадкой. Суть в том, чтобы объединить мир социальных медиа с «физическими» шопингом, предоставляя покупателям возможность погрузиться в дизайнерский процесс команды Burberry через их смартфоны.

Источник: <https://www.vogue.ru/>

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



**Александр
Шумский, Президент
Mercedes-Benz
Fashion Week Russia и
Национальной палаты
моды**

“Меняется структура потребления – и это, на самом деле, может привести к действительно революционным изменениям. Социальные сети, стрит-стайл, интернет смешили акцент с коллекций на отдельные вещи. Коллекции будут всегда (хотя бы для маркетинга), как и сезонность в большинстве стран мира. Да и ничего лучше показов для продвижения одежды не придумали. Но total look сегодня – это архаичность. Люди ищут свой стиль, а он складывается из отдельных вещей разных брендов. Возможно, мир моды ждет то же, что произошло с музыкой. Сейчас львиная доля современной музыки покупается через отдельные песни, хотя альбомы и продолжают играть важную роль в процессе. Сегодня для выхода на международные рынки не надо быть большим богатым брендом. Даже ездить никуда не надо. Никогда в мире моды не было так легко и просто начать собственный бизнес. Руководители крупнейших мировых школ моды все как один подтверждают: выпускники дизайнерских факультетов хотят делать собственный бизнес, а не работать на большой бренд.”

Источник: <https://www.sostav.ru/>

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

КОЛЛЕКЦИЯ



Смотрите 1



Смотрите 2



Смотрите 3



Смотрите 4



Смотрите 5



Смотрите 6

Вивьен Вествуд

Еще три года назад она отказалась от гендера в делении вещей своего бренда.

А в этом году (Vivienne Westwood Spring-Summer 2021) Вивьен приняла решение выпускать по одной коллекции в год, в которой будет представлена одежда разных сезонов. Видите, насколько четко Вивьен стремится соответствовать тенденциям будущего?

«Покупайте меньше, одевайтесь реже, меняйтесь одеждой» – призывает она, – «Одевайтесь по времени дня или не одевайтесь по времени дня – наденьте вечернюю одежду в офис, если вы вернетесь на работу, смешивайте сезоны.»

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?



Стелла Маккартни

“Люди наконец-то стали обращать внимание на то, что они едят, как заботятся о здоровье. Но в том, что касается моды, изменения происходят очень медленно. Только один процент вещей идет в переработку, остальное сжигают или закапывают. То есть каждую секунду уничтожается грузовик одежды.

И наша задача — сделать так, чтобы покупателям не приходилось идти на компромисс, выбирая между дизайном и заботой об экологии. Никто ведь не догадается, что это экокожа или переработанный кашемир, к тому же мне важно делать вещи, которые ты сможешь носить всегда.” — говорит Стелла Маккартни.

Сегодня дизайнер уже представила линию одежды на основе биоинженерной ткани. Например — сумка Stella McCartney Falabella сделана из материала под названием Mylo от Bolt Threads, который представляет собой кожевенный материал из мицелия или корней гриба. Одна из особенностей материала — в том, что на его формирование требуется всего несколько дней, в отличие от кожи животных, на которую уходят годы. Что касается отделки — этот уникальный материал можно окрасить обычным чаем.



Источник: <https://www.trendhunter.com/>,
<https://www.vogue.ru/>

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

ЗАЧЕМ НАМ ЭТО ЗНАТЬ, И КАК ВИЗУАЛИЗАТОРУ ПРИМЕНЯТЬ ТRENДЫ БУДУЩЕГО УЖЕ СЕГОДНЯ?

- + Мы должны быть в курсе всего, что происходит в мире, чтобы из всего многообразия предложить клиенту одно и попасть в точку**
- + Мы стремимся быть новаторами, и для этого необходимо быть в курсе модных тенденций, которые еще даже не пришли на рынок**
- + Мы изучаем тренды будущего, чтобы адаптировать их и “спустить” в массы**
- + Если мы будем “на шаг впереди” – мы сможем быстро и умело адаптироваться под возможные изменения в мире, включая кризисные моменты.**

asket

ЕЩЕ НЕМНОГО ОЦЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ МОДЫ БУДУЩЕГО

Эксклюзивность контента

Например, уже сейчас мы можем сделать себе грид только с цифровой одеждой, или предложить такую съёмку клиенту.

Психологическая поддержка

На основании знаний о трендах будущего, мы помогаем клиенту принять себя и свои несовершенства, грамотно аргументируя это тем, что границы 90x60x90 сходят на “нет” – и полностью идеальным образом, без единого изъяна сейчас никого не впечатлить.

Визуализаторы УЖЕ смогли обернуть тотальный локдаун, потрясший весь мир, в свою пользу – доказывая клиентам, как важен цифровой контент и цифровое тело. И это только начало.

ASKET

ASKET.COM

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

БОНУС: МОДА БУДУЩЕГО В НАУЧНО-ФАНТАСТИЧЕСКИХ ФИЛЬМАХ

- + «Барбарелла» (1968)
- + «Пятый элемент» (1997)
- + «Назад в будущее-2» (1989)
- + «Бегущий по лезвию» (2001)
- + «Бегущий по лезвию 2049» (2017)
- + «Космическая одиссея» (1968)
- + «Метрополис» (1927)

СКИ

т
о
л
з
и
он
elate
low,
so high.
non-
impassion.
impulse
need in
ight,
more,
with less.
garments to disposables,
so valuable.

hion. Join the pursuit of less.

A S K
E T

ASKET.COM

В ЗАКЛЮЧЕНИИ –

мнение автора о моде будущего:

Форматы меняются и будут меняться, но суть останется той же.

Мы, как биосоциальные существа всегда хотим быть частью чего-то большого, но при этом нам необходимо выделяться и транслировать свою индивидуальность. А закрывает эти две совершенно противоположные потребности ни что иное, как мода.

И пока наши потребности не изменятся, мода (виртуальная и физически ощутимая) всегда будет неотъемлемой частью нашей жизни. А я с огромным удовольствием, и даже жаждой, буду наблюдать за очередными витками модной индустрии, открывая и поддерживая новые её форматы.

Команда СКИ club

Тренер, Визуализатор Бренда Ася Бажан

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

Пока вы читали гайд, начался набор в новый поток курса «Визуализатор бренда». Оставьте заявку сейчас и успейте получить место по специальной цене!

Выбирайте тариф и получите

- 01.** **Первые заработки в новой профессии уже в марте-апреле этого года.** Вы получаете знания, которые конвертируются в прибыль, инструкции для привлечения клиентов и продажи им своих услуг. Уже в первые месяцы работы большинство наших учениц окупает курс. И продолжает получать прибыль, занимаясь тем, что нравится.
- 02.** **Короткие уроки и готовые конспекты к каждому занятию.** Максимальная польза из каждой минуты вашего времени, затраченного на обучение. И «шпаргалки», которыми удобно пользоваться в дальнейшем процессе работы.
- 03.** **Разборы и обратная связь.** За три месяца вы не только легко осваиваете весь объём знаний, но и приобретаете профессиональные навыки, за качество которых мы отвечаем своей репутацией. И контролируем посредством обратной связи, разборов и онлайн-занятий с тренерами в группах. К моменту получения сертификата вы становитесь специалистом высокого уровня.

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

04.

Сформированные портфолио и кейсы. Во время обучения вы проводите фотосессии для своих первых клиентов и оформляете свои работы в портфолио. Формируете кейсы «до/после», на основе которых получаете платежеспособных клиентов и достойную оплату своих услуг.

Аккаунт до



Аккаунт после



A S K
E T

ASKET.COM

МОДА БУДУЩЕГО

К чему нам готовиться?

05.

Алгоритмы поиска клиентов, продажи услуг и увеличения дохода. Вы действуете, как предприниматель, с готовыми инструментами и проверенными стратегиями. И легко воплощаете в жизнь любые свои финансовые цели.

06.

Основы грамотного взаимодействия с заказчиками. Во время обучения вы узнаёте обо всех «подводных камнях» работы, юридических моментах и правилах безопасности.

ДОСТУП К ЗАПИСЯМ УРОКОВ СОХРАНЯЕТСЯ ЗА ВАМИ НА ЦЕЛЫЙ ГОД

Всё этого намного ближе, чем тебе кажется. От этой мечты тебя отделяет всего один шаг. Мы пройдем этот путь с тобой вместе.

Займи место на курсе «Визуализатор Бренда» и преобрази свою жизнь

**РАЗРЕШИ СЕБЕ БЫТЬ САМОЙ ЛУЧШЕЙ!
ТЫ ЭТОГО ДОСТОЙНА.
ДО ВСТРЕЧИ НА ПЕРВОМ УРОКЕ.**

