

Их носят на руках |

Автор: Надя Мишустина, [Женева](#), 29.07.2010.



Последний писк детской моды

Цветные браслеты Silly Bandz носят мальчишки и девчонки, а также их родители.

Этим летом на руках взрослых и детей появились цветные браслеты Silly Bandz, которые, без преувеличения, стали предметом всеобщего помешательства. В США и Англии Silly Bandz породили эпидемию спроса, как сообщает CNN. Мальчики и девочки сметают браслеты с полок магазинов, коллекционируют их по сериям - животные, спорт, буквы алфавита, рыбки - меняются ими и носят на руке озорной манжеткой, сразу по 20 штук. На детской руке Silly Bandz похожи на яркие резинки, но стоит снять браслет и положить на стол, как он принимает свою первоначальную форму - звездочку, сердце или знак доллара.

«Вот мой самый любимый, - демонстрирует свое запястье 8-летняя Сара Хэррингтон, сидя в женевском Starbucks. - Он светится в темноте». Сара купила браслет в Калифорнии, где отдыхала с родителями. По словам ее мамы Кейт, в Америке дети «заразились Silly Bandz». Детишки сами звонят в магазины, интересуясь, когда придет новая партия браслетов и записываются в списки ожидания, дабы первыми

получить долгожданную новинку.

Мама Кейт – маркетолог, называет феномен Silly Bandz отличным примером вирусного маркетинга. «Если у твоей подружки есть серия «принцесса», то она обязательно должна быть и у тебя». Детей увлекает и то, что браслеты можно коллекционировать и меняться ими друг с другом. Дети склонны к собирательству; каждый из них хочет иметь какую-то свою «фишечку», - говорит Кейт.

Папа Сары тоже одобряет хобби дочери. Он уверен, что увлечение Silly Bandz прививает хорошие привычки: самоконтроль, умение планировать свои расходы и ставить перед собой долгосрочные цели. Цена браслетов (\$4.95 за набор из 24) позволяет детям покупать их на свои карманные деньги, поэтому выбор – купить шоколадку или пополнить коллекцию браслетов становится для ребенка полноценным решением. Сара рассчитала свой каникулярный бюджет (12 франков в неделю) так, чтобы купить 5 упаковок Silly Bandz.

Первые мягкие браслеты появились в 2004 году. Их создала компания Nike совместно с фондом известного велосипедиста Лэнса Армстронга. В 1996 году у Армстронга обнаружили рак, причем метастазы разошлись по всему телу и врачи считали его состояние безнадежным. Спортсмену удалось не только выжить и вернуться в большой спорт, но и стать семикратным победителем «Тур де Франс», одной из самых сложных велогонок в мире. С тех пор Фонд Армстронга продал более 70 миллионов желтых браслетов с надписью Livestrong, ставших символом борьбы с раковыми заболеваниями. Браслеты разных цветов приобрели огромную популярность. Их носят в знак солидарности или причастности к общественному движению, организации или группе. Так, красный браслет символизирует поддержку борьбы со СПИДом; зеленый – защиту окружающей среды. Цветные Silly Bandz носят просто так, для веселья и украшения.

И носят их не только детвора, но и взрослые. Актриса Сара Джессика Паркер подхватила эту моду у своих детей. Феномен Silly Bandz можно сравнить с кубиком-рубиком, Гарри Поттером, тамагочи, играми wii или музыкой певца MIKA – рассчитанные на детвору, они нашли фанатов и среди их родителей. Эпидемия спроса принесла Роберту Кроаку и его компании BCP 100 миллионов долларов. При этом, идентичные цветные браслеты начали выпускать и конкуренты – появились Logo Bandz, Zany Bandz и Crazybands. Эксперты оценивают объем рынка «веселых» браслетов в \$200 миллионов в год, а в будущем он может составить и \$1 миллиард. Интересно, что Кроак решил не тратить деньги на прямую рекламу. Стратегия раскрутки SillyBandz включает вебсайт, страничку Facebook, которая сегодня насчитывает 303 510 друзей, и канал на youtube, на который фанаты SillyBandz могут загрузить свои видео. Этим видео набралось уже больше 4 тысяч. 47-летний Роберт Кроак основал компанию Brain Child Products (BCP Imports) в 1990 году. Она выпускает промопродукцию под заказ: футболки, брелки, ручки, кружки и силиконовые браслеты. Последние годы их бизнес был не в лучшем положении. Чтобы раскрутить Silly Bandz, Кроак работал по 17 часов в сутки. Будучи холостяком, он даже продал собственный дом, обустроив под квартиру один из офисов в здании компании, которая находится в Толедо, штат Огайо – факт, которым особенно гордится Кроак. «Мы по-прежнему остаемся маленькими ребятами, которые сумели дать фору корпоративным гигантам детского рынка».

Однако нет гарантий, что Silly Bandz – это «долгоиграющий» игрок рынка, комментирует в The Wall Street Journal Венди Либманн, сотрудница маркетинговой

фирмы WSL Marketing Inc. «Детские интересы меняются каждые шесть месяцев. Чтобы поддерживать интерес ребенка, производители игрушек должны постоянно развивать и обновлять свою продукцию». В противном случае Silly Bandz постигнет участь телепузиков – они станут одноразовым хитом. В пику скептикам Кроак, кажется, нашел рецепт успеха. В компании быстро и налажено работает система связи с покупателями – через email, facebook и Twitter. Более того, дети сами участвуют в дизайне браслетов. Они могут присылать свои идеи и рисунки, а самые перспективные дизайны отсылают в Китай, где и расположено основное производство. Компания получает сотни детских дизайнов и писем в неделю. «В эпоху сложных, электронных игрушек, простые Silly Bandz веселят детей, а это очень важно», - считает Кроак. Последнее обстоятельство вызвало немало беспокойства у американских учителей. В штатах Нью-Йорк, Техас, Флорида и Массачусетс детям запретили приносить Silly Bandz в школы. В школе должно быть не до баловства.

К сожалению, в швейцарские магазины забавные браслетики пока не поступили, но их можно заказать в Интернете из любой точки мира через [сайт компании](#).

[Женева](#)

Source URL: <https://nashagazeta.ch/news/10218>