

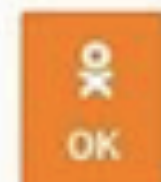
Дарья Мудрова: "Я люблю принимать разные челленджи от жизни"

Международный бьюти-эксперт Дарья Мудрова расскажет о том, как она основала компанию My Beauty Box, о сотрудничестве с Sephora, Shiseido, Calvin Klein и L'Oreal, о блогерстве, фото и видео съёмках, об участии в конкурсе красоты в Нью-Йорке и о последних веяниях в бьюти и фэшн индустриях, о том, как пройти такой сложный путь, добиться успеха и остаться собой.



Cosmo Online
редакция Cosmo.ru



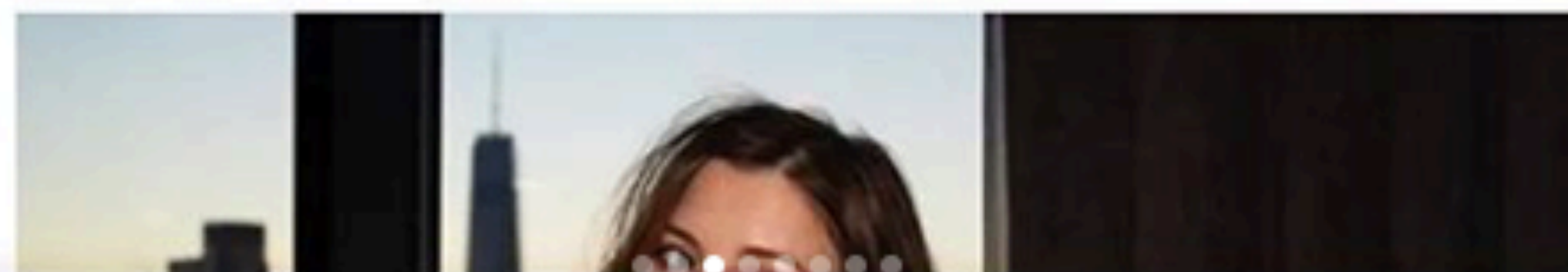


Расскажи, пожалуйста, о том как возникла идея создать My Beauty Box?

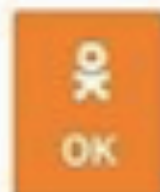
Возникла идея запустить сервис по подписке на «коробочки красоты» в России в 2015 году. Причина простая: бьюти-маркет сегодня перенасыщен, девушки заняты и работают так много, что не успевают ходить по магазинам. My Beauty Box – это сервис по подписке на «коробочки красоты» решал эту проблему. Идея заключалась в том, чтобы каждый месяц отправлять индивидуально подобранные образцы косметических средств, систематизировать всю информацию о бьюти-новинках и упростить онлайн-шопинг. Также мы обучали, как именно пользоваться косметикой и предоставляли на сайте линейку полноразмерных продуктов на нашем вебсайте.

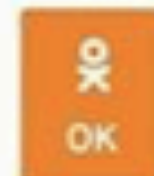
Расскажи подробнее о процессе запуска и брендах, с которыми ты сотрудничала.

Мы запустились в сентябре 2015, и дебютная коробочка была одной из самых сложных- мы начали сотрудничество с L'Occitane, Caudalie, Benefit и Sephora. Через некоторое время подключились L'Oreal, Shiseido, Calvin Klein, Make Up Forever, Guerlain (LVMH) и многие другие. Через полтора года я продала компанию. My Beauty Box для них стал эффективным маркетинговым инструментом, мы предоставляли аналитику и фидбек об их продуктах, а бренды высылали нам бесплатные семплы, а порой и полноразмерные продукты. Также у нас было много кросс-маркетинговых коллабораций. Раурал делал рассылку по своей базе данных во главе с My Beauty Box, мы получили позитивный фидбек и огромный трафик, помню, что в первый день от огромного наплыва людей наш сайт рухнул, но мы быстро восстановились. Также мы были партнерами модного показа Estet Fashion Week, Hyundai, KupiVipi др.



Box для них стал эффективным маркетинговым инструментом, мы предоставляли аналитику и фидбек об их продуктах, а бренды высылали нам бесплатные семплы, а порой и полноразмерные продукты. Также у нас было много кросс-маркетинговых коллабораций. Раурал делал рассылку по своей базе данных во главе с My Beauty Box, мы получили позитивный фидбек и огромный трафик, помню, что в первый день от огромного наплыва людей наш сайт рухнул, но мы быстро восстановились. Также мы были партнерами модного показа Estet Fashion Week, Hyundai, KupiVipi др.





Ты являешься амбассадором бренда Vassa & Co, также продолжаешь сотрудничать с бьюти-брендами. Расскажи, пожалуйста, об этом подробнее.

Я развиваю свой блог и сотрудничаю с бьюти и фэшн брендами. Бренды высылают мне продукты, я тестирую и пишу об этом ревью, в основном это уходовые линейки продуктов. Одни из моих любимых - L'Oreal, Caudalie, Erborian. Я стараюсь быть максимально объективна и выбираю сотрудничество с лучшими. Одновременно являюсь бренд-амбассадором Vassa&Co, я их большой фанат. Мне очень нравится их подход, и минималистичный стиль в одежде.

Ты представляла Россию на конкурсе красоты в Нью-Йорке, расскажи о своих впечатлениях.

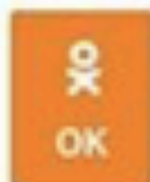
Да, в 2018 году, я участвовала в конкурсе красоты в Нью-Йорке и представляла Россию, среди девушек из двадцати стран заняла третье место. На тот момент у меня уже был опыт моделинга, я ассистировала на New York Fashion Week, периодически снималась в рекламных кампаниях для разных брендов, в каталожных съёмках и видеоклипах, но шагнуть по подиуму мне предложили впервые. Я люблю принимать разные челленджи от жизни, выходить из зоны комфорта и поэтому согласилась. Мне было очень приятно, что меня поддержало комьюнити "Русской молодежи Америки" в Нью-Йорке. Кстати, именно с этими ребятами мы устраивали нашествие Дедов Морозов и Снегурочек накануне Нового года на Таймс Сквер, получился некий аналог американского Санта Кон. Так что конкурс красоты придал мне уверенности и подарил новые знакомства, и была рада познакомить американцев с русской культурой.

Ты упомянула о том, что снималась для рекламных кампаний и видеоклипов, расскажи подробнее.

Да, периодически мне предлагают фото и видеосъемку, имиджевые кампании для брендов и творческие - для артистов. Один из моих самых любимых проектов - съёмки



Ты упомянула о том, что снималась для рекламных кампаний и видеоклипов, расскажи подробнее.



Да, периодически мне предлагают фото и видеосъемку, имиджевые кампании для брендов и творческие - для артистов. Один из моих самых любимых проектов - съемки в клипах группы "Ногу Свело" Макса Покровского в г. Нью-Йорке: "Ватрушки" и "Самолеты, поезд". Огромное удовольствие работать в такой команде! Периодически проходят съемки для ювелирных и фэшн брендов, спа-салонов, лайфстайл - брендов. Также я с удовольствием рассказываю о быюти, фэшн и нью-йоркских трендах на радио-эфирах Страны Fm, видеоблогах на Пятнице ТВ.

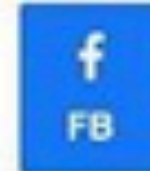


РЕКЛАМА – ПРОДОЛЖЕНИЕ НИЖЕ

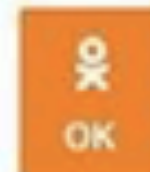




<https://www.cosmo.ru/lifestyle/stil-zhizni/darya-mudrova-/>



Расскажи о главных бьюти и фэшн тенденциях, на чем ты делаешь акцент в своих последних статьях?



Девиз 2020 года – осознанность и инклюзивность. Под этими словами я понимаю бережное отношение к окружающей среде и себе, принятие своей индивидуальности. Сегодня бренды активнее проявляют социальную позицию и бережнее относятся к своим клиентам, демонстрируя свою одежду на обычных женщинах реальных размеров. Отличный пример тому - линия нижнего белья Skims Ким Кардашьян; утягивающее белье для любой фигуры переживает бум в отличие от компании Victoria's Secrets, которая не захотела вовремя ответить социальным и феминистическим запросам. С последствиями локдауна мы видим, что из моды начинает уходить сезонность; примером тому послужили Gucci, которые первыми объявили об отказе участия на неделе моды два раза в год. Появляется все больше виртуальных моделей в социальных сетях и виртуальных шоурумов для примерки одежды посредством 3D моделей. Бьюти-бренды захватывают новое диджитал пространство - умные зеркала, приложения, девайсы обеспечивают бесконтактный персонализированный уход.

Какие профессиональные рекомендации можете дать тем, кто хотел бы повторить твой путь?

Главное не бояться, как шутит моя мама. Я бы посоветовала в первую очередь начать делать, пробовать, ошибаться, искать то, что вам действительно нравится. Быть смелым, не ждать, когда вам предложат сотрудничество, а писать первой. Стараться как можно больше общаться с людьми, у которых такие же интересы: нетворкинг - наше все! Вкладывать душу в свое дело, тогда рано или поздно всё обязательно получится. Также все время учиться, повышать квалификацию и совершенствовать свои знания. Сейчас много обучающих онлайн - проектов, и кстати я подумываю о запуске своего, но это уже совсем другая история, для другого интервью!