

**ALFRED NOBEL UNIVERSITY
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING**

Kushch Oleksandr

**MARKETING STRATEGIES OF LUXURY BRANDS: ANALYSIS AND
DEVELOPMENT OF AN EFFECTIVE PROMOTION SYSTEM**

ABSTRACT OF MASTER'S THESIS

Scientific supervisor Strelchenko I.I.

Language consultant

**Dnipro
2025**

CONTENT

INTRODUCTION	6
CHAPTER 1. THEORETICAL FOUNDATIONS OF LUXURY BRAND MARKETING STRATEGIES.....	8
1.1 Origins and evolution of the term luxury.....	8
1.2 The concept of luxury brand marketing and its significance in the global market.....	9
1.3 Key tools for building a strong luxury brand identity and marketing strategy.....	12
CHAPTER 2. ANALYSIS OF LUXURY MARKETING STRATEGIES BASED ON THE CASE OF GUZEMA	19
2.1 General characteristics of luxury brands and Guzema’s market positioning.....	19
2.2 Evaluation of marketing strategies in the luxury goods segment.....	27
2.3 Comprehensive Brand Analysis of Guzema.....	28
2.4 Customer segmentation and positioning strategies of Guzema.....	31
2.5 Marketing Mix analysis of Guzema.....	32
CHAPTER 3. DEVELOPMENT OF EFFECTIVE PROMOTION STRATEGIES FOR LUXURY BRANDS ON THE EXAMPLE OF GUZEMA.....	39
3.1 Benchmarking global marketing strategies in the luxury segment.....	39
3.2 Adaptation of international best practices to the promotion system of Guzema.....	43
3.3 Expected outcomes and effectiveness of proposed marketing measures...51	51
CONCLUSION.....	56
REFERENCES.....	58

ANNOTATION

Kushch O.R. Marketing Strategies of Luxury Brands: Analysis and Development of an Effective Promotion System

This bachelor's thesis explores the theoretical and methodological foundations of marketing strategies in the luxury segment, focusing on the development of an effective promotion system for high-end brands. The research includes a comprehensive analysis of the marketing activities of the Ukrainian brand Guzema Fine Jewelry, using both qualitative and quantitative research methods. In particular, a SWOT and PESTLE analysis was conducted, along with target audience segmentation to identify key influence points for communication and brand positioning. Based on a benchmarking analysis of leading global luxury brands, the thesis offers recommendations for adapting best international practices to the specifics of the Ukrainian market. The proposed solutions include increasing brand awareness, enhancing emotional communication, and integrating corporate social responsibility into the brand's positioning strategy. Practical recommendations are provided for improving Guzema's marketing approach to strengthen its competitiveness in both local and international markets.

Keywords: *luxury marketing, Guzema brand, marketing strategies, brand promotion, emotional branding, competitiveness, marketing research*

АНОТАЦІЯ

Кушч О.Р. Маркетингові стратегії luxury-брендів: аналіз та розробка ефективною системи просування.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методичні основи формування маркетингових стратегій у сегменті luxury-брендів, а також підходи до побудови ефективною системи просування таких брендів. З метою розробки рекомендацій проведено комплексний аналіз маркетинговою діяльності українського бренду Guzema Fine Jewelry із використанням якісних та кількісних методів дослідження. Зокрема, здійснено SWOT- та PESTLE-аналіз бренду, а також сегментацію цільовою аудиторії для виявлення ключових точок впливу. На основі проведеного бенчмаркінгу стратегій провідних світових luxury-компаній було розроблено рекомендації щодо адаптації ефективних міжнародних практик просування до умов українського ринку. Запропоновані заходи включають підвищення впізнаваності бренду, посилення емоційною комунікації з клієнтами та розвиток соціальною відповідальності як елементу позиціонування. Надано практичні рекомендації щодо вдосконалення маркетинговою стратегії Guzema для зміцнення її конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринку.

Ключові слова: *luxury-маркетинг, бренд Guzema, маркетингові стратегії, просування, емоційний брендинг, конкурентоспроможність, маркетингові дослідження*