



РЕКОРД



Как мощно «выстрелить» с новым продуктом, используя силу лицензионного бренда

Татьяна Губина, Москва,
27 ноября 2013

КОHTAKT.



safeLine
HERMANN HOFF ELECTRICAL

РЕКОРД



О компании «РОСЭЛ»



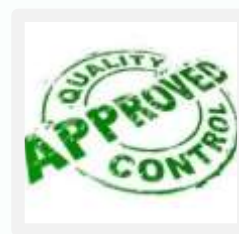
20 лет успешного бизнеса



Мы оказываем
поддержку



Мы развиваем
дистрибьюцию



Мы контролируем
качество производимой
продукции



Мы разрабатываем
новые товары



Мы внедряем
современные технологии

Ситуация на рынке



Новый продукт

Полно-цветное изображение

Диск с 8 кадрами



Содержание - ?

Продвижение - ?



ЛИЦЕНЗИЯ



Россия – один из самых перспективных лицензионных рынков в мире

- Объем российского лицензионного рынка в 2011 году составил 65 млрд рублей*
- К 2020 году его рост составит 315% (до 270 млрд. рублей)*
- Опережающий рост российского лицензионного рынка 24% в год по отношению к мировому 17%**
- 70% российского лицензионного рынка приходится на товары и услуги для детей***

* Данные Euromonitor Research

** Данные Международной Ассоциации участников лицензионной индустрии (LIMA)

*** Данные Ассоциации предприятий индустрии детских товаров

Выбор лицензии

- Поиск лицензии с подходящей целевой аудиторией, высокой привлекательностью для детей и одобряемую родителями
- Выбор типа лицензии
 - Медийные персонажи (Winx, Disney и т.д.)
 - Сериалы
 - Полнометражные фильмы
 - Не медийные (Lego, Angry Birds и т.д.)
- Авторизация производителя
- Финансовые условия

Финансовые условия лицензионного договора

- Роялти составляют от 8 до 16% от оборота (в оптовых ценах)
- Существует так называемая промо-лицензия, роялти за которую в 2 раза меньше
- 2-3% от оборота должны тратиться на маркетинг
- Принцип «0-6-9»
 - «0» – 30-50% роялти выплачивается в момент подписания договора
 - «6-9» – остаток роялти выплачивается в течение 6 – 9 месяцев с момента подписания договора

Почему Смешарики?

- Совпадение целевых аудиторий
- Смешариков любят и мальчики, и девочки, и их родители
- Сериал знают 98% детей вы возрасте 4-14 лет и 99% родителей*
- Входит в ТОП-10 наиболее популярных мультфильмов у детей 4-7 лет*
- Многочисленные герои позволяют разнообразить контент
- В конце 2011 года в прокат вышел полнометражный мультфильм «Смешарики. Начало»
- Привлекательные финансовые условия
- Поддержка на этапе разработки контента



* По данным исследования компании Бизнес Аналитика



Бренд глубоко интегрирован в повседневную детскую жизнь

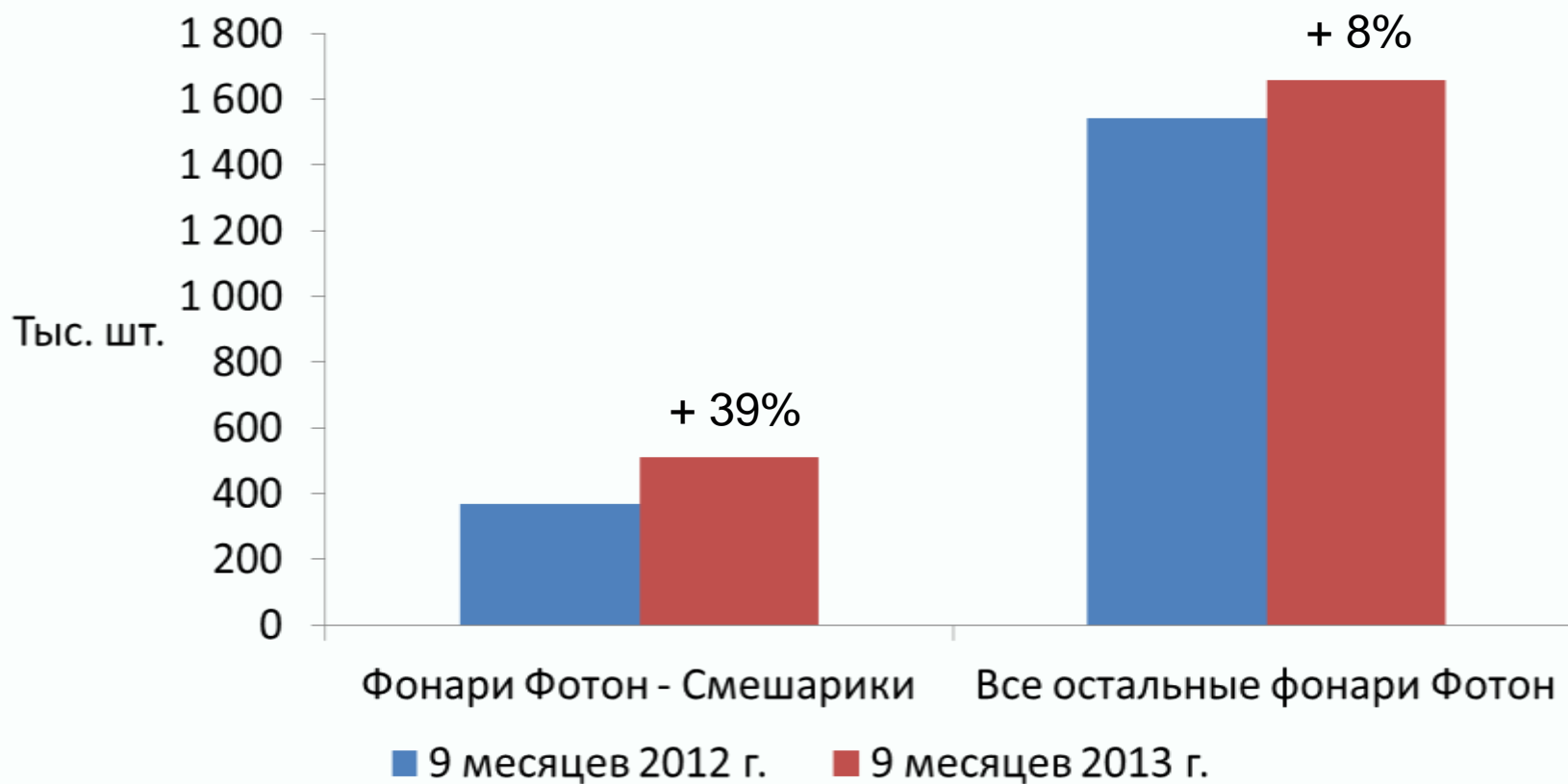
- Мультфильм и телепрограммы на ТВ
- DVD, мобильные приложения, компьютерные игры
- Интернет портал, группы в социальных сетях
- Продукты питания, игры и игрушки, одежда и др. товары
- Детские праздники и театрализованные представления
- Книги и журналы



Продукция Фотон – Смешарики



Результаты запуска



Результаты запуска - продолжение

- Доля лицензионных фонарей в портфеле компании выросла с 24% (первые 9 месяцев 2012 г.) до 30% (первые 9 месяцев 2013 г.)
- Фонарь Фотон – Смешарики «Крош и Ежик» - вошел в ТОП 10 наиболее продаваемых SKU среди всех фонарей*
- Торговая марка Фотон (фонари) по итогам 2012 года занимает вышла на первое место по объему импорта**

*По данным исследования компании GfK

** По данным ФТС

Выводы

- Удачно выбранная лицензия дает дополнительные возможности для продвижения
- Совпадение целевых аудиторий – важный фактор успеха





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

gubina@rosel.ru