

EBiTDA
marketing

КОМПЛЕКС
ВЕЛИКОДЕРЖАВНОГО
МАРКЕТИНГА

Андрей Рукавишников

11.02.2015

www.MarketingOne.ru



- ★ индекс потребительской уверенности Росстата в IV квартале 2014 г. рухнул более чем вдвое — до пятилетнего минимума



- ★ На первый план для населения снова выходят вопросы выживания, как в 1990-х — начале 2000-х гг.



- ★ резкое смещение ценностных ориентиров большинства населения РФ: вместо модернизации и развития - возврат к старым традициям и привычкам





- ★ Патриотизм и «возрождение великой державы» представляют собой ценности верхнего уровня по отношению к проблемам текущего потребления
- ★ Девальвация стала столь же значимым событием, как присоединение Крыма, только с отрицательным эффектом
- ★ Привычка выживать возрождает в массовом сознании традиционалистские ценности
- ★ Ощущение опасности проявилось в появлении «внешнего врага» — менее чем за год доля негативно относящихся к США возросла с 20 до 82%.

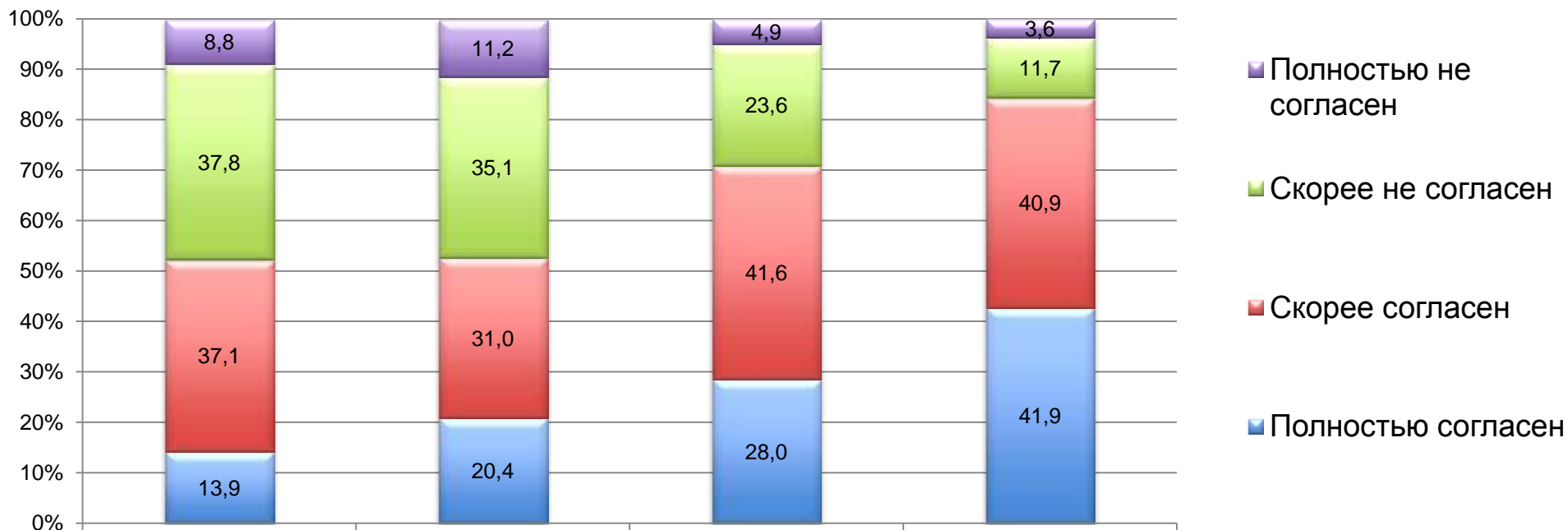


★ Возрождение имперских трендов: как на этом заработать?





- ★ патриотическая повестка дня влияет на текущий потребительский выбор
- ★ смещение предпочтений покупателей в сторону отечественных брендов с духом державности



Если иностранная марка сделана в России, я отношусь к ней с подозрением

Россия должна запретить ввоз большинства импортных продуктов и товаров

Я считаю, что россияне должны покупать отечественные товары, чтобы дать возможность российской промышленности развиваться

Я верю, что Россия может производить очень хорошие и качественные товары

Источник: TNS M'Index 2014, 2 полугодие - Россия



★ Целеполагание

★ Позиционирование

★ Сегментирование

★ Целевой рынок

★ Ценностное предложение

★ Продукт

★ Услуга

★ Бренд

★ Цена

★ Продвижение

★ Дистрибьюция

★ Организация и структура

★ Бизнес-процессы

★ Внедрение





★ "Когда социологи начали фиксировать рост президентского рейтинга, патриотизм полез из всех щелей и в потребительских предпочтениях россиян: люмпенизированное большинство захотело хохломы, гжели и позументов» - Алексей Андреев, Depot WPF



Bosco SPORT







ЛОГОТИП И ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

- ★ «Добрый» является российским брендом-лидером в средней ценовой категории, знание марки достигает 99%
- ★ В дизайн упаковки добавлен растительный орнамент по мотивам золотой хохломы, символизирующей богатство и теплоту русской души.





- ★ В оформлении упаковки креаторы соединили различные русские стили росписи: гжель, хохлому, жостовскую, городецкую и петриковскую росписи, а также вологодское кружево.



★ Креаторы уверены, что благодаря цветовой гамме и пропорциональности узоров, упаковки образуют единый орнамент и создают на полке пространство русской культуры и традиционного качества.



БАЛТИКА



ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПИВНЫХ БРЕНДОВ



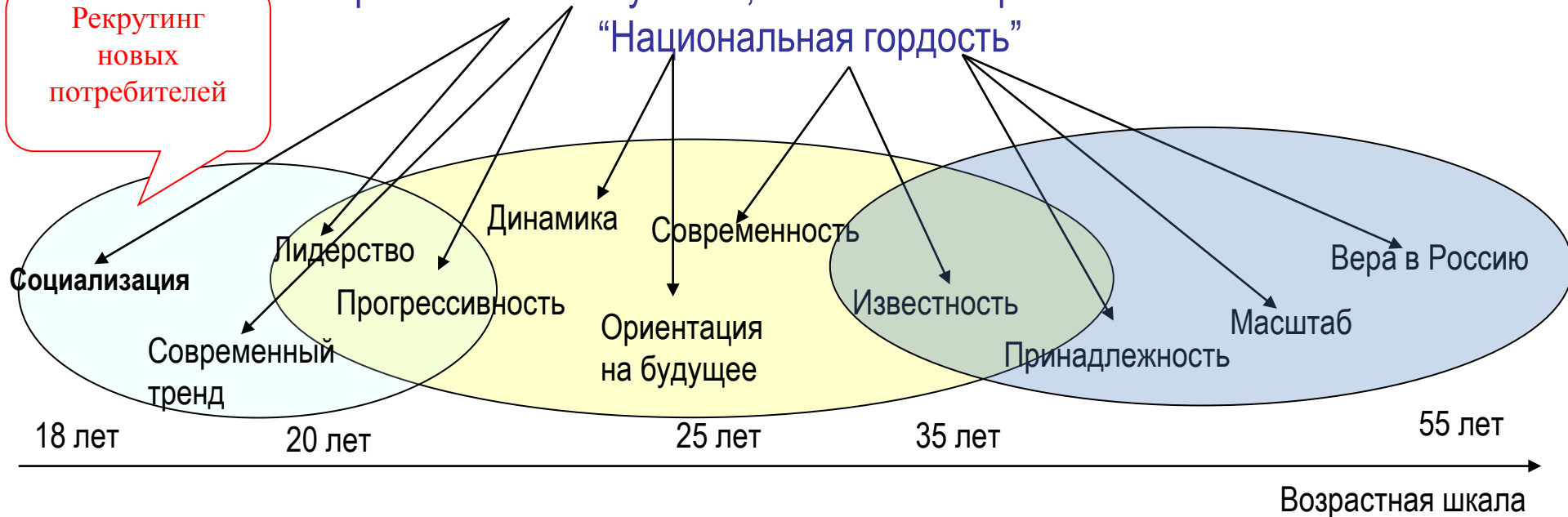
ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА НАНОСИТ ВРЕД ЗДОРОВЬЮ

© 2007 ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

Балтика зонт, основная идея:
Отражение всего лучшего, что есть в современной России.

“Национальная гордость”

Рекрутинг
НОВЫХ
потребителей



Балтика КУЛЕР
“Удовлетворение от признания и того, что принят”

Балтика №7
“Гордость за достижения”

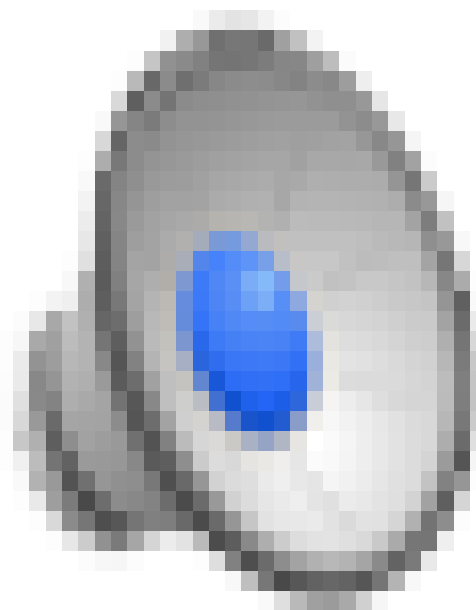
Балтика №3
“Удовлетворение от принадлежности”

★ Зато, мы делаем ракеты, и перекрыли Енисей,
А также в области балета - мы впереди планеты
всей...

Юрий Визбор









РЫНОК НЕ БЫЛ ПУСТЫМ...





И ПРЕМИАЛЬНАЯ ВОДКА БЫЛА







- ★ СООТВЕТСТВУЕТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЮ
 - РУССКОЕ
 - ЧУВСТВО НАЦИОНАЛЬНОЙ ГОРДОСТИ
 - СТАНДАРТ КАЧЕСТВА
- ★ ОРИГИНАЛЬНОЕ
- ★ ТРАНСЛИТЕРАЦИЯ НА АНГЛИЙСКИЙ
- ★ ЛЕГКО ЗАПОМИНАЕТСЯ
- ★ АББРЕВИАТУРА «РУСТ»

ЦАРЬ КОЛОКОЛ... ЦАРЬ ВОДКА





И КОНЕЧНО РАБОТА С ТРЕНД СЕТТЕРАМИ





ЗОЛОТЫЕ ТРАДИЦИИ РУССКОГО ЧАЯПТИЯ

www.MarketingOne.ru

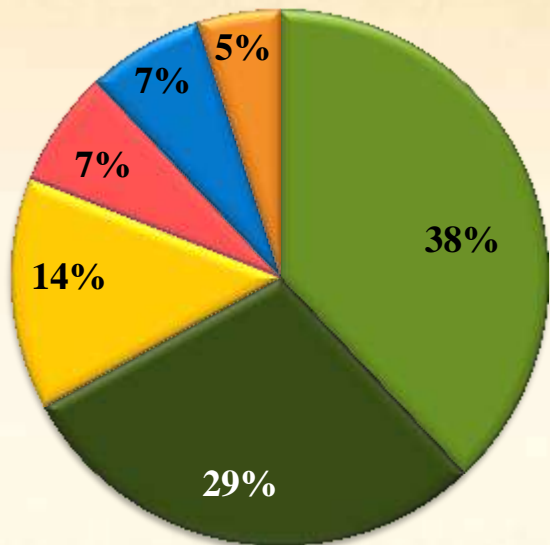


Повышение воспринимаемого качества за счет внедрения элементов, символизирующих российское дворянство, роскошь, качество



Рынок чая в сашетах высоко сконцентрирован

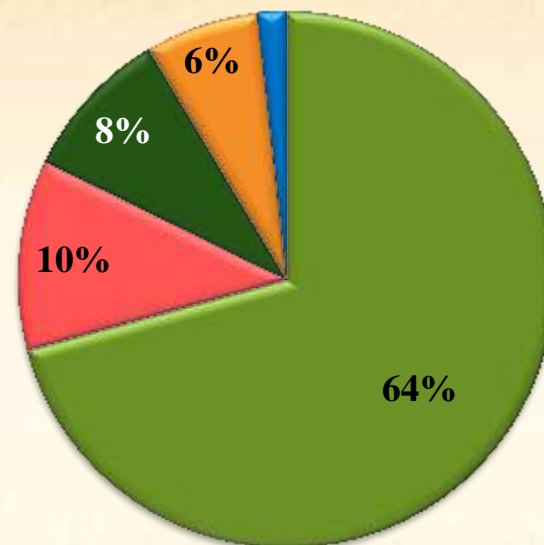
Доли ТОП 6 брендов
в премиум сегменте, %



2012

Доли ТОП 5 брендов
в премиум сашетах, %

- Greenfield
- Ahmad
- Lipton
- Tess
- Riston
- Akbar



2012

Источники роста: Greenfield, который доминирует в премиум сегменте в сашетах, а также Ahmad, который занимает 2 место в премиум сегменте

Концепция новой линейки

Уникальное предложение:

Коллекция роскошных вкусов в премиальном формате упаковки. Эксклюзивные бленды черного чая и традиционно-русские вкусы ароматизированного черного чая

Целевой сегмент:

Высококачественный чай в премиальном сегменте

Целевая аудитория:

Женщины, мужчины 30-45 лет, образование среднее и высшее, доход средний, традиционалисты, ценят качество и надежность, не отрицают российские марки

www.MarketingOne.ru



Преимущества для потребителя:

Роскошная золотая упаковка, уникальные купажи чая высшего качества и фольгированные сашеты

Удовлетворение потребности:

Оригинальные вкусы на каждый день и непревзойденное российское качество чая

Соотношение цена/качество:

высшее качество и премиальный имидж по доступной цене



Традиционные русские вкусы в новой линейке черного чая «Майский»



www.MarketingOne.ru



Майский Медовый Пряник



www.MarketingOne.ru

- ❖ Неожиданное сочетание вкуса цейлонского черного чая и ароматного медового пряника покорит Ваше сердце!
- ❖ Любимый в России аромат меда и выпечки!
- ❖ Уникальный профиль бленда – на рынке нет даже приблизительных аналогов!



Майский Душистый Чабрец



- ✦ Необыкновенное сочетание терпкого насыщенного вкуса чая и летнего пряного аромата чабреца
- ✦ Намерение покупки новинки на 43% выше, чем у известных марок-конкурентов¹
- ✦ Превосходит конкурентов по натуральности вкуса на 20%¹



Майский Липовый Мед



- ❖ Особенный черный чай с богатым вкусом и ароматом липового меда
- ❖ Мед из липового цвета – самый популярный в России!

www.MarketingOne.ru



Майский Смородина с Мятой



- ❖ Уникальное сочетание насыщенного черного чая со вкусом сочной спелой смородины и свежим ароматом мяты
- ❖ Уровень намерения покупки новинки 78% при сравнительном тестировании¹
- ❖ Превосходит конкурентов по привлекательности аромата¹
- ❖ Более 50% респондентов отметили уникальность бленда относительно конкурентов!¹

Источник: 1- внутренние потребительские тестирования компании «МАЙ»



Майский Чернослив с Медом



- ❖ Традиционно-русское сочетание нежного аромата чернослива с теплыми медовыми нотками
- ❖ Уровень намерения покупки 82% на сравнительном тестировании¹
- ❖ Уникальный / необычный вкус отметили 86% потребителей¹



Майский Пряный Восток



- ✦ Необыкновенно-насыщенный вкус чая с пряными нотками кардамона и согревающим ароматом корицы
- ✦ Высшая оценка вкуса у 67% потребителей¹
- ✦ Особо отмечены оригинальность бленда и приятные нотки специй во вкусе и аромате¹
- ✦ Уникальный профиль бленда

Майский Ежевика и Малина



- ❖ Благородный насыщенный вкус чая со сладким волнующим ароматом лесных ягод
- ❖ Уровень намерения покупки 81%¹
- ❖ Уникальный / необычный вкус отметили 76% потребителей!¹

Источник: 1- внутренние потребительские тестирования компании «МАЙ»



Преимущества новой линейки

- ✦ Эксклюзивные бленды классического черного чая и традиционно-русские вкусы ароматизированного черного чая
- ✦ Высшее качество и разнообразие вкусов
- ✦ Уникальная на рынке золотая упаковка – нет аналогов!



www.MarketingOne.ru

Ценовое позиционирование (2013 г.)



DENKER

150 руб.



25 сашетов



63 руб.



25 сашетов

АНМAD

61 руб.



20 сашетов

GREENFIELD

59 руб.



25 сашетов



Рекламные материалы

Плакат



Гофролента



Ценник



Шелфтокер



Коммуникация «Возрождение золотых традиций чаепития России»

- Основная идея коммуникации: «Майский чай» возрождает лучшие, аристократические традиции российского чаепития
- Символы: «Золотой век», аристократия, балы, роскошь



НАМ ЕСТЬ, ЧЕМ ГОРДИТЬСЯ



www.MarketingOne.ru



Запуск элитной линейки :

- ✦ Запуск элитной линейки в растущем премиальном сегменте увеличил рыночную долю Компании «Май»
- ✦ Яркая **золотая** упаковка, не имеющая аналогов на рынке чая, привлекла внимание покупателей к полке и увеличила продажи
- ✦ Формат сашетов и роскошная упаковка премиализировали имидж бренда Майский и коммуницировали концепцию элитной линейки
- ✦ Купажи черного чая соответствуют высшим требованиям к качеству
- ✦ Купажи ароматизированного чая уникальны и не имеют аналогов



Результаты тестов вкусов и упаковки



УПАКОВКА¹

Запоминаемость СКЮ на полке

4.1

6,0

Первый выбор на полке

4.0

4,7

ВКУСЫ¹

Выбор после пробы

18,0

55,7

Намерение покупки

82

¹ - среднее на 1 SKU

² - внешние потребительские тесты Компании Май



НЕТ КОЛАНИЗАЦИИ!

НИКОЛА

КВАС – ЗДОРОВЬЕ НАЦИИ!

КВАС - НЕ КОЛА,

НИКОЛА

КВАС
ЖИВОГО
БРОЖЕНИЯ

ПЕЙ НИКОЛУ!

- ★ Несмотря на кризис, рынок кваса рос и по объему превысил рынок колы, такой сегмент пропустить компания PepsiCo не могла.

- ★ За 4 месяца в 2010 г., PepsiCo успешно запустила квас «Русский Дар», который вошел в тройку лидеров и превысил в первый год прогнозы продаж на 36%.
- ★ Рекламная поддержка на запуск бренда была достаточно скромной, так как время было после кризисное и проект показал высокую прибыльность в первый год продаж.
- ★ Успех бренда привел к решению компании не инвестировать в покупку существующего лидера, а вместо этого инвестировать в собственное производство и органический рост.
- ★ Как PBG удалось этого добиться?

«Русский стандарт кваса»



СТАНДАРТНЫЙ ПРОЦЕСС

- ★ 9-12 месяцев подготовка
- ★ Бренд менеджер в штате с массой проектов
- ★ Вовлеченность большого количества одобряющих
- ★ 3-4 раунда исследований
- ★ Последовательность шагов
- ★ Расходы на подготовку запуска более \$500,000

ПРОЕКТ «РУССКИЙ ДАР»

- ★ 4 месячный «экспресс» план
- ★ Опытный менеджер на аутсорсинге на 4 месяца
- ★ Компактная команда принимающих решения
- ★ Экспресс тестирование
- ★ Параллельные процессы
- ★ Расходы на подготовку запуска около \$150,000



- ★ Часто эффективнее ездить на работу на представительском такси, чем содержать Форд с водителем







Спасибо за внимание!

www.MarketingOne.ru