



PEPSICO

Почему сон и стратегия оказались так важны?

Пример успешной, масштабируемой новинки и мои «выученные уроки»

Елена Стрюкова, директор по маркетингу

2019

PepsiCo Россия является крупнейшим производителем продуктов питания и напитков в России*

НАПИТКИ



СОКИ



СНЕКИ



ДЕТСКОЕ ПИТАНИЕ



МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ



РЕЗУЛЬТАТЫ



\$3,191 млн**
чистая выручка
в 2018 году

БРЕНДЫ



10
сильнейших
брендов

МАСШТАБ



>20
заводов по
всей стране

СОТРУДНИКИ



ОКОЛО
19,000
сотрудников

Что делать, когда кажется, что в портфеле уже все есть?



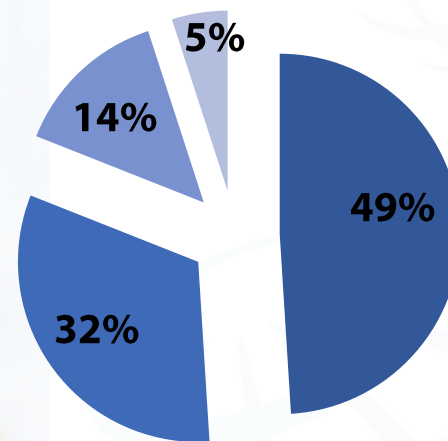
—
Агуша помогает мамам растить счастливых и здоровых детей
—



Легко ли уложить ребенка спать?



**КАЖДЫЙ ДЕНЬ ОДНА ИЗ ДВУХ МАМ,
УКЛАДЫВАЯ РЕБЕНКА СПАТЬ,
ИСПЫТЫВАЕТ СЛОЖНОСТИ**



- Каждый день
- Несколько раз в неделю
- Несколько раз в месяц

Что родители и дети делают перед сном?



ИЩУТ СПОСОБ, КАК УЛОЖИТЬ МАЛЫША И ОБЕСПЕЧИТЬ ХОРОШИЙ СОН

- ритуал?
- колыбельная?
- сказка?
- купание?
- легкий перекус?
-



ИЩУТ СПОСОБ, КАК НЕ ЛОЖИТЬСЯ

Попить, поесть, ...
...поддержать за руку, поцеловать,
обнять, ...
....рассказать сказку....

21%

съеденной малышом еды
приходится на период «перед
сном»

46%

доля молочных продуктов
среди того, что дают ребенку
«перед сном»

23%

доля кашек среди продуктов,
которые дают ребенку «перед
сном»

Вкусная новинка для сладких снов: Агуша «Засыпай-ка»!



Новинки от Агуши помогают мамам создать свой ритуал «перед сном» и быстрее настроить ребенка на здоровый и крепкий сон после насыщенного дня!



Чего хотят родители и какие продукты любят дети?



УДОВЛЕТВОРЯЕТ ПОТРЕБНОСТЬ

- Продукт подходит для употребления перед сном*
- Дизайн продукта разработан с учетом ситуации потребления



ВКУСНЫЙ ПРОДУКТ

- Намерение покупки после дегустации значительно выше, чем до*



ЛЕГКО НАЙТИ В МАГАЗИНЕ



- Заметно на полке
- Хорошая дистрибуция
- Новинку легко отличить от базового ассортимента

ПРАВИЛЬНАЯ ЦЕНА



- Соответствует ожиданиям
- Обеспечивает продукту попадание в промо-слот

Как одновременно будить интерес клиентов и помочь заснуть потребителям?



SELLING STORY ДЛЯ КЛИЕНТОВ

- Зачем клиенту новинка?
- Как поддерживаем?
- Как активируем у клиента?

АГУША
ПРЕДСТАВЛЯЕТ НОВИНКУ:
УНИКАЛЬНУЮ СЕРИЮ
МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ
ДЛЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПЕРЕД СНОМ
«ЗАСЫПАЙ-КА»

СТАРТ ПРОДАЖ 1 ИЮНЯ 2016



Вкусная новинка
для
сладких снов!

СЕМПЛИНГ
ПРЕСС-РЕЛИЗ
РАССЫЛКИ ПРОДУКТОВ
ВСТРЕЧИ АМБАСАДОРОВ

TVC

PR

360

Promo

Digital

ПРОМО ПОДДЕРЖКА
НА ЗАПУСК

POSМ

ОН-ЛАЙН ВИДЕО РЕКЛАМА
БАННЕРЫ
КОНКУРСЫ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

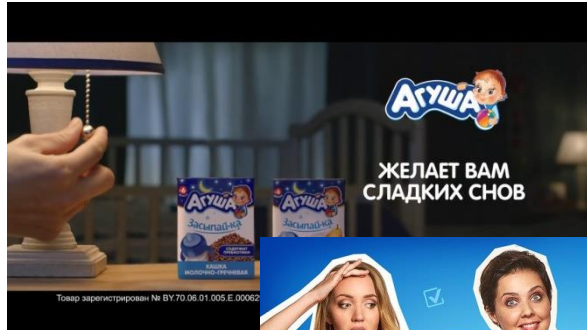
AGULIFE

А КОНТАКТО



SELLING STORY ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



Media, Digital, PR - полностью интегрированная компания




ЖЕЛАЕТ ВАМ
СЛАДКИХ СНОВ

Товар зарегистрирован № BY 70 06 01 005 E 00002


AGULIFE





В




о





AGU MOMS
мамы проверяют
ПРОВЕРКА
№5



Как не проспать?

УВЕЛИЧИВАЕМ ДИСТРИБУЦИЮ



- Новые клиенты
- Дополнительные форматы

РАСШИРЯЕМ АССОРТИМЕНТ

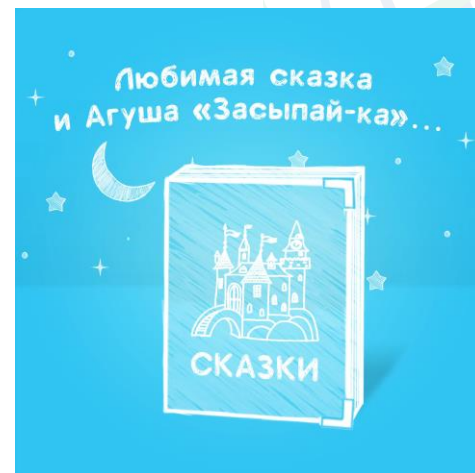


Засыпай-ка 2.0



Засыпай-ка 3.0

ПРОДОЛЖАЕМ ПОДДЕРЖИВАТЬ



Результаты: Почему сон и стратегия оказались так важны?



5.5%

доля рынка среди детских молочных продуктов по итогам первого года продаж¹

TOP

#3 и #4 среди 24 SKU в ферментированных продуктах²

80%

мам сказали, что их детям нравятся продукты из серии «Засыпай-ка»³

...В заключение



Мои «выученные уроки»

**Будьте открыты к
«челленджу» и всегда
ищите возможности**



**Создавайте атмосферу
доверия в команде,
открыто делитесь
информацией,
вдохновляйте**



**Вовлекайте кросс-
функциональную
команду в проект как
можно раньше**



**«Говорят, что время все меняет, но на самом деле это
вы должны все изменить»**

Энди Уорхол, художник

Спасибо за внимание!

Вопросы и ответы