

Замороженные овощи - **не только Гавайская смесь**. Как Bonduelle показал кухни мира и **удвоил долю рынка**

Как бренду #5 в категории создать уникальное предложение, позволяющее привлечь новых потребителей к категории в целом и удвоить долю рынка бренда



МИССИЯ КОМПАНИИ BONDUELLE

“

Вдохновляем людей
расширять рацион
РАСТИТЕЛЬНОМ
ПИТАНИЕМ

”



Bonduelle #1
La nature, notre futur

**В КАТЕГОРИИ
КОНСЕРВИРОВАННЫХ
ОВОЩЕЙ**



ПОБЕДИТЕЛЬ В НОМИНАЦИИ
«ЛУЧШИЙ
ПРОДУКТОВЫЙ
БРЕНД»



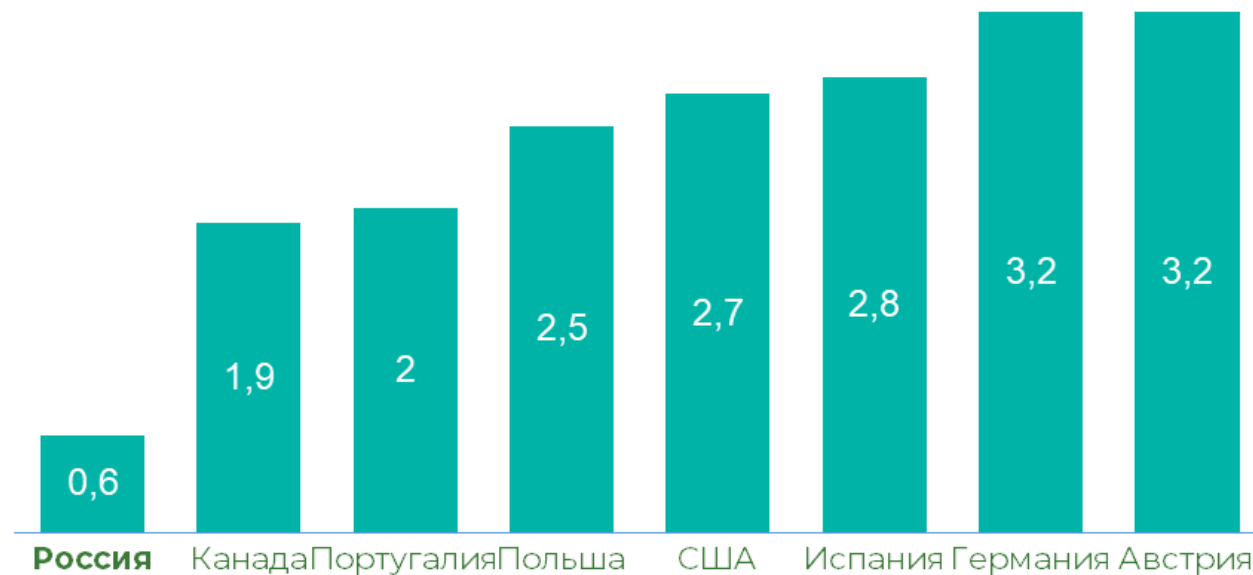
ПОТЕНЦИАЛ ЗАМОРОЖЕННЫХ ОВОЩЕЙ

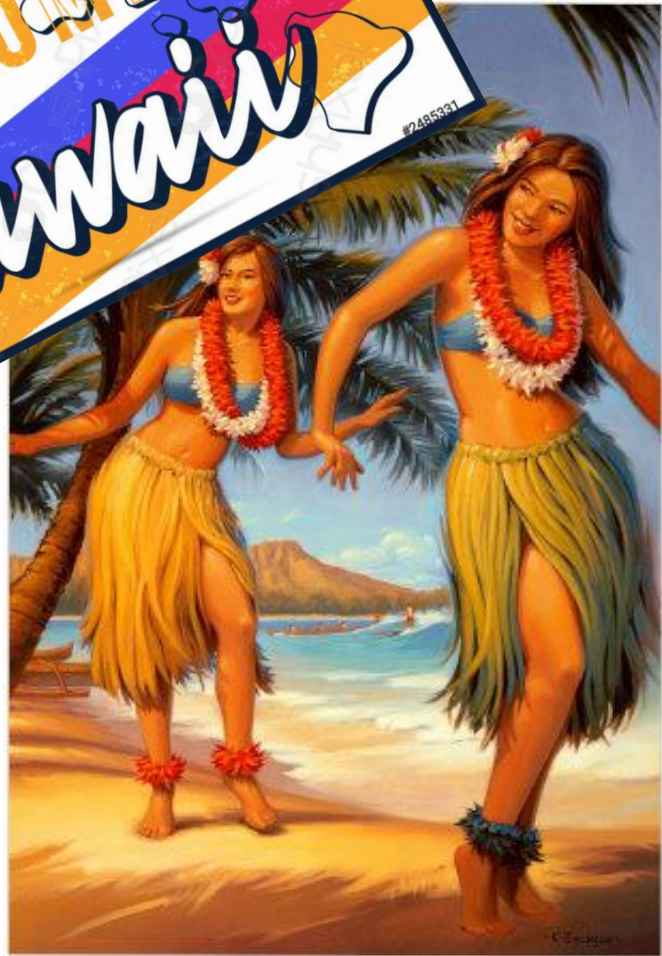


ОБЪЕМ ПОКУПОК В РАМКАХ СИТУАЦИЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ, МЛРД. РУБ

	2020 год	2019 год	
Начало дня	457 млрд Р	462 млрд Р	
Время с семьей	454 млрд Р	484 млрд Р	
Здоровое питание / диета	361 млрд Р	318 млрд Р	+14%
Обычный перекус	360 млрд Р	393 млрд Р	
Для потребления вне дома	123 млрд Р	141 млрд Р	
Для ребенка	227 млрд Р	214 млрд Р	
Приятные моменты	614 млрд Р	539 млрд Р	
Досуг / общение	330 млрд Р	348 млрд Р	
Подарок	43 млрд Р	41 млрд Р	
Особый случай / праздник	385 млрд Р	389 млрд Р	
Покупки БЕЗ ситуации (STOCK-UP)	2307 млрд Р	1923 млрд Р	

ПОТРЕБЛЕНИЕ ЗАМОРОЖЕННЫХ ОВОЩЕЙ НА 1 ЧЕЛОВЕКА, КГ






А КАК ЖЕ ГАВАЙСКАЯ?!!!



Bonduelle
La nature, notre futur

Челлендж для
Bonduelle x Initiative



**Запуск нового продукта в
сформированной категории
при ограниченной
дистрибуции**

ГОТОВЬТЕ
НА ВСЕХ
ЯЗЫКАХ!



STREET FOOD

Новая линейка
овощных смесей
Bonduelle





- **Новые блюда**

Попробуй разнообразить рацион новыми ингредиентами

- **Быстро и вкусно**

Уже готовые специи внутри

- **Сбалансированный рацион**

Овощи богаты витаминами, клетчаткой и немного ккал

- **Идеальный ужин**

Рекомендации по сочетаниям, идеи сервировки и подобранный контент



ПОДХОД К ПРОДВИЖЕНИЮ

Инвестировать только
в те точки контакта,
которые с наибольшей
вероятностью дадут
incremental результат





ПЛАН ЗАХВАТА КАТЕГОРИИ



Потребитель vs соцдем в классических медиа

Подход, идущий от потребителей категории в регионах, где сформирована дистрибуция. Не идем от соцдема

Фокус на e-com

Доля екома в категории 11%. Покупатель здесь больше готов к изменению своего потребительского поведения vs офлайн

Продуманные партнерства



Идеальный партнер для продвижения нового продукта, обучения в covid times. Trial + интеграция в повседневное меню

Почему мы решили, что нужны именно потребители категории



Средний рейтинг

Каталог Regional TV+Web

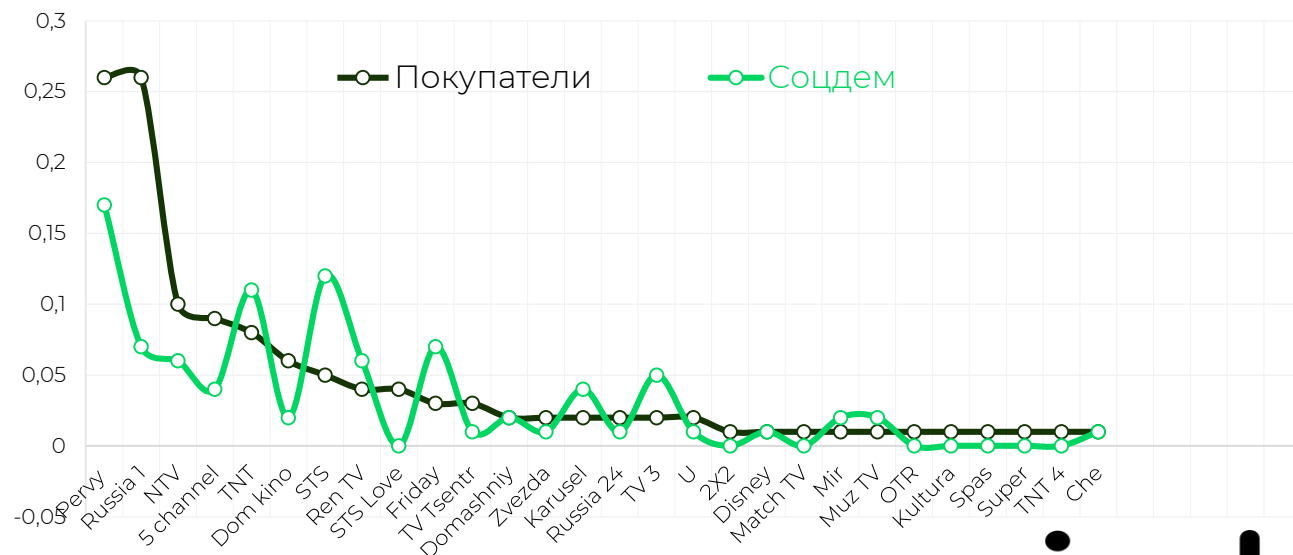
Новое исследование

Редактировать таблицу

Экспорт таблицы

Тип: Line Метрики: В строках График 1: Average TVR График 2: Нет графика Группировать: Таблица График

Текущая позиция: 1 - 30 / 33 Показать записей: 30

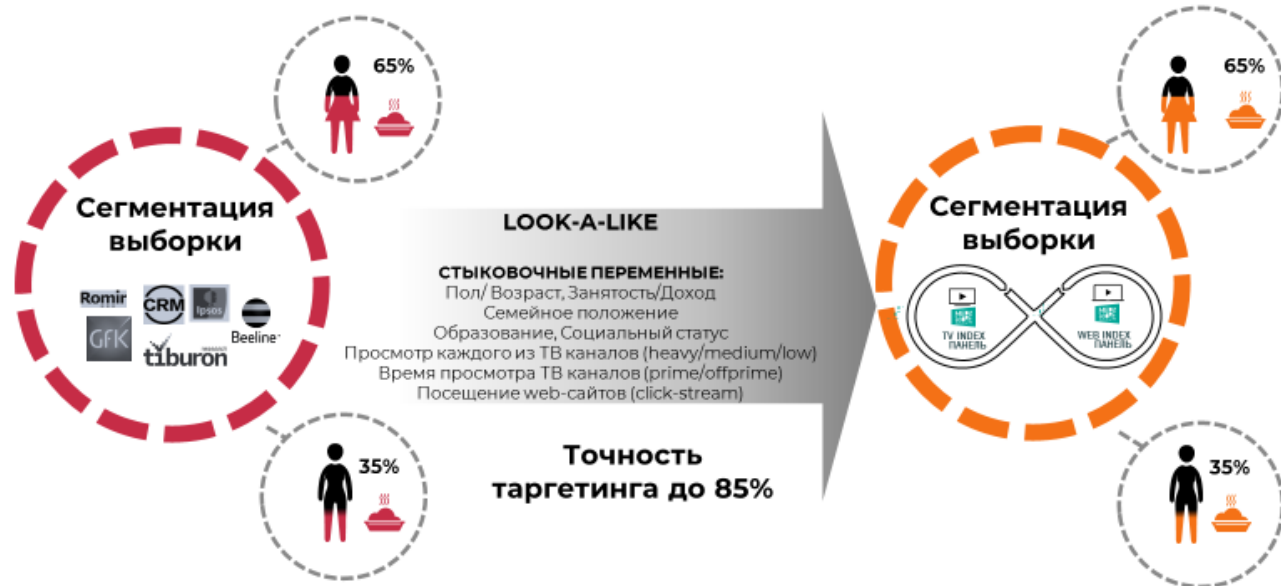


aizek



**Медиа-
потребление
этих двух
аудиторий
заметно
различается**

СХЕМА ПЕРЕНОСА АУДИТОРИИ ДЛЯ ТАРГЕТИНГА НА ПОКУПАТЕЛЕЙ В ТВ **aizek**

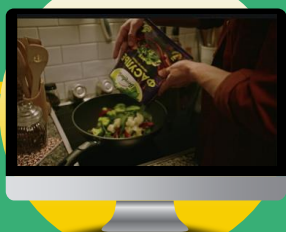


Мы
сформирова
ли сегмент
покупателей
и нашли их в
ТВ



Но не ограничились только ТВ...

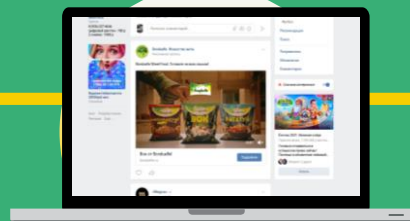
ТВ



ОНЛАЙН
ВИДЕО



СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ



БАННЕРЫ



ПАРТНЕРСТВА



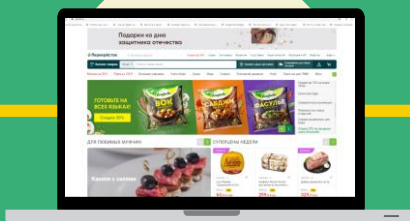
БЛОГЕРЫ



НЕСТАНДАРТНЫЕ
ПРОЕКТЫ



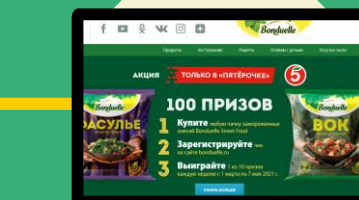
E-COM



НАРУЖНАЯ
РЕКЛАМА

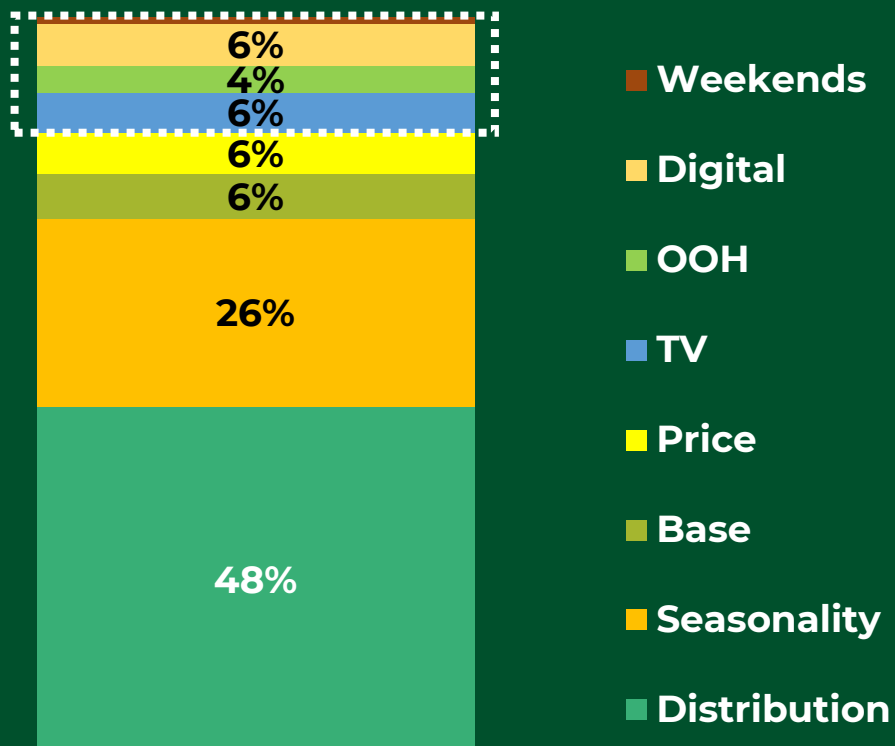


СО-
САМРАЙН



Эконометрика позволила оценить эффективность такого подхода

Вклад различных факторов в продажи



17%

Влияние медиа на продажи

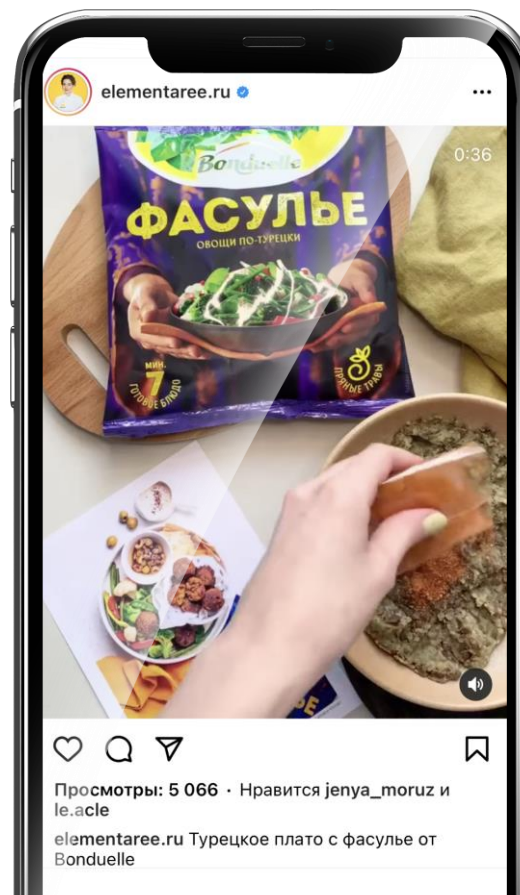
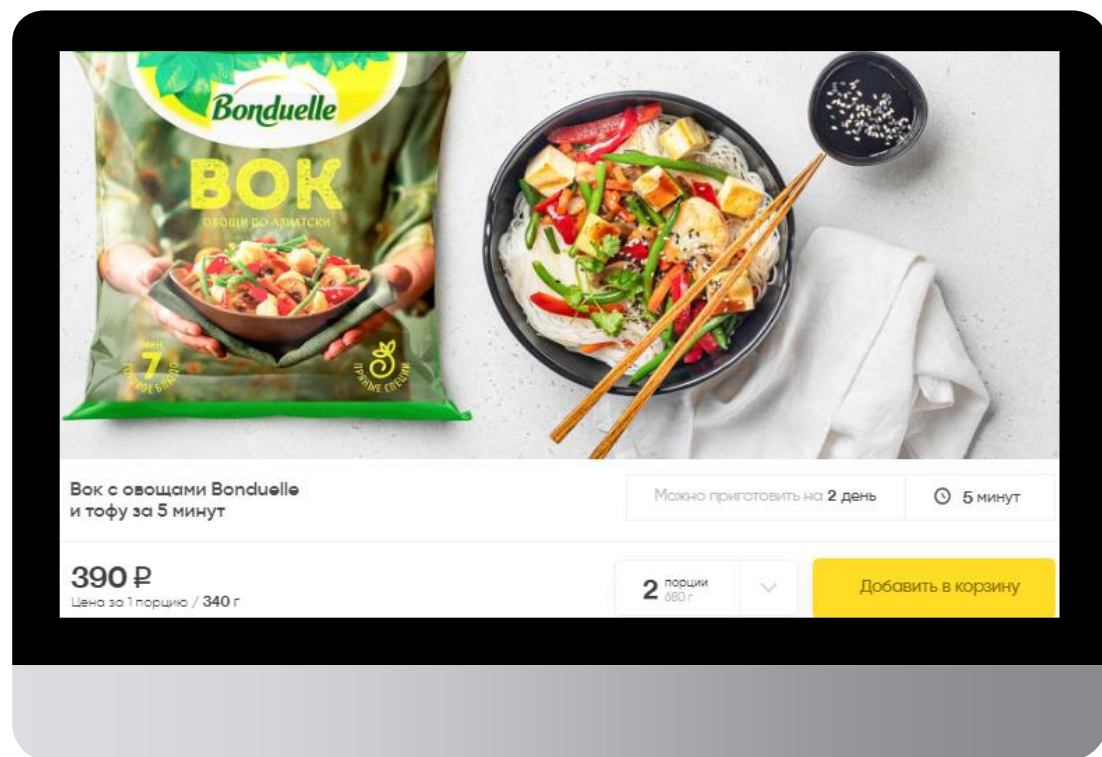
6%

Влияние ТВ на продажи

+5%

Доп вклад за счет оптимизации сплита на покупателей через Aizek

100 тыс. чел смогли попробовать продукты с наборами для готовки



Bonduelle
La nature, notre futur



Elementaree

Основные бизнес-результаты запуска Street Food

+82%

SOM Bonduelle в
категории

>54%

Продаж стали
дополнительными
для категории

>50%

Вклад линейки
Street Food в рост
sell-in всего
бренда

2 sku

За полгода
продаж вошли в
Топ 10 sku
категории

3.3% ↑ **6.0%**



Благодарим за внимание

