RUSБРЕНД
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

Adindex MEDIA SCOPE H:P:A

DIGITAL BRAND DAY

КЕЙС E-COM ONLY

ПРОДВИЖЕНИЕ НОВОГО БРЕНДА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ ЧЕРНОГОЛОВКА БЭЙБИ

О ПРОДУКТЕ
ЧЕРНОГОЛОВКА БЭЙБИ - НОВЫЙ БРЕНД ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ, СТАРТОВАВШИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В 2020 ГОДУ

- Натуральные ингредиенты
- Понятный и открытый состав
- Российская марка

«Вкусные пюрешки из фруктов. Удобно брать с собой. Можно выдавливать на ложку или давать так…»

«Вкусное пюре. Состав хороший. Цена хорошая.»

4 sku

3 sku

4 sku

4 sku

7 sku

Продукция представлена в ключевых оффлайн и онлайн ритейлерах

Источник: отзывы Ozon по бренду Черноголовка Бэйби, декабрь 2023

DIGITAL BRAND DAY

КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ, КОТОРЫЕ СТОЯЛИ ПЕРЕД БРЕНДОМ НА 2023 ГОД

Рост рассмотрения к покупке и объема продаж

Увеличение подсказанного знания товаров бренда "Черноголовка Бэйби"

Рассмотрение к покупке окт'22:
17,8%*

Подсказанное знание окт'22:
20,4%*

DIGITAL BRAND DAY

Источник: BrandPulse 2023

ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ КАТЕГОРИИ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

Категория детского питания растет +4% в объеме, +7% в деньгах (2023 vs 2022)

60% объема категории образуют 2 бренда-лидера: ФрутоНяня и Агуша

Нет значительных изменений в дистрибуции брендов

В 2023 кол-во родившихся с 2000 года на min уровне, что в дальнейшем усилит конкуренцию

Детское питание в пюре – самая объемная категория в деньгах

Возможность

В онлайне больше возможности для переключения и влияния на полку при росте eGrocery

Возможность

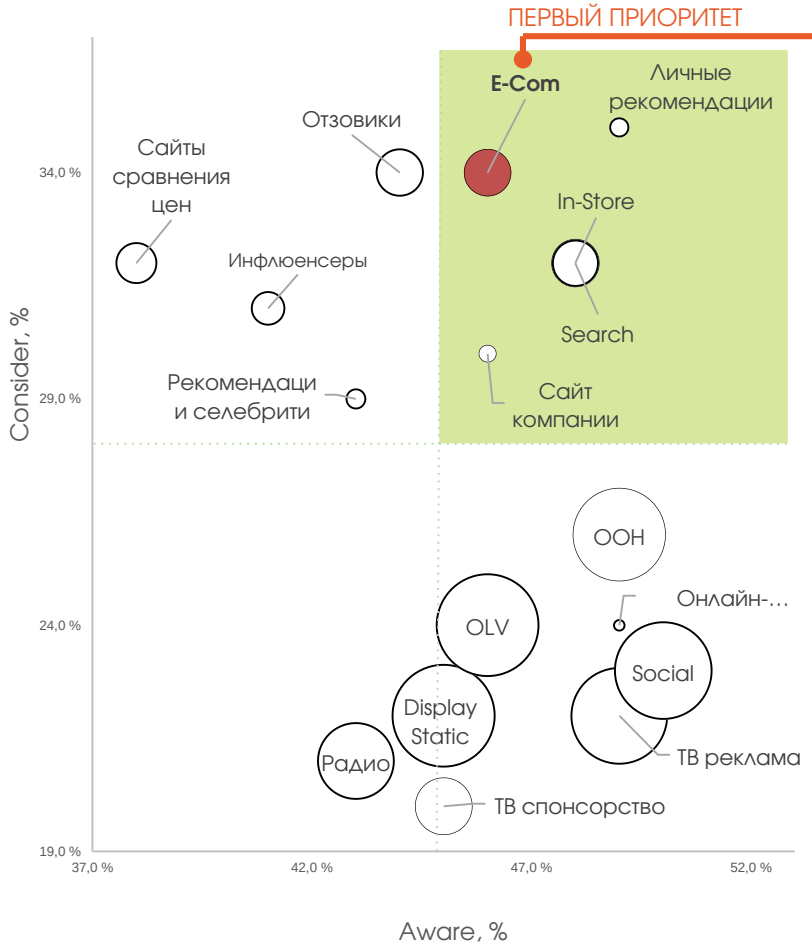
DIGITAL BRAND DAY

Источник: 1. Отчет NielsenIQ // Результаты 2023 года и успешные стратегии на FMCG-рынке // категория детского питания

E-COM - ВАЖНЫЙ КАНАЛ ДЛЯ МАМ, КОТОРЫЙ ПОЗВОЛЯЕТ НЕ ТОЛЬКО БЫСТРО И УДОБНО ПОЛУЧИТЬ ТОВАРЫ, НО И СЛУЖИТ ИНСТРУМЕНТОМ ИЗУЧЕНИЯ ПРОДУКТОВ

КАРТА КАНАЛОВ: ЗНАНИЕ И РАССМОТРЕНИЕ

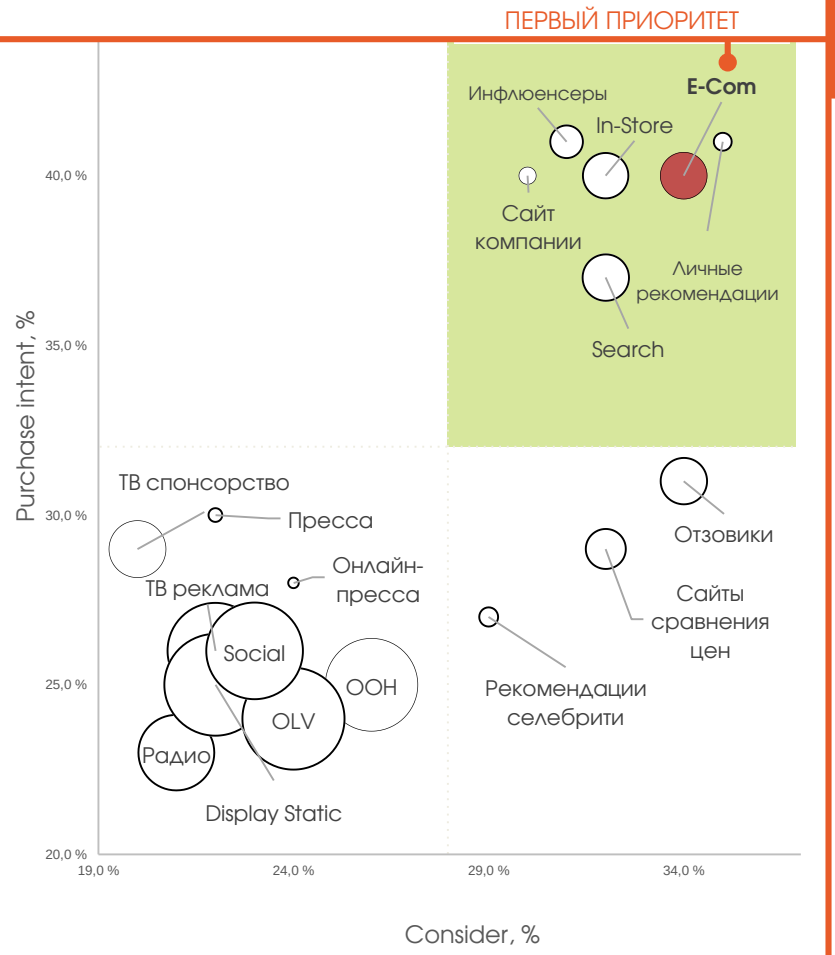
Мамы с детьми 4 мес – 5 лет



Размер круга – объем аудитории канала

КАРТА КАНАЛОВ: РАССМОТРЕНИЕ И ПОКУПКА

Мамы с детьми 4 мес – 5 лет



E-COM

У КАЖДОЙ МАМЫ 2-3 ПОСТОЯННЫХ E-COM ПОМОЩНИКА. КРИТЕРИИ ВЫБОРА:

- Ассортимент
- Цены и акции: мамы следят за скидками
- Скорость доставки

ПОЧЕМУ ВЫБИРАЮТ ДОСТАВКУ? КЛЮЧЕВЫЕ ТРИГГЕРЫ:

- Большой объем закупки, продукты будет тяжело донести самостоятельно - тем более с коляской
- Возможность быстро получить что-то нужное, а также то, что забыли докупить

DIGITAL BRAND DAY

Источник: PACE, 2022, на базе изучения потребительского поведения 2022 года был разработан план поддержки для 2023

ЛОГИКА ПОДДЕРЖКИ ВЫСТРАИВАЛАСЬ ИСХОДЯ ИЗ РАЗНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ МИССИЙ НА ПЛОЩАДКАХ

Виды планирования

Скорость принятия решения
и совершения покупки

СИТУАТИВНОЕ

принятие решения
о покупке в моменте

Высокая частота

КРАТКОСРОЧНОЕ

принятие решения о покупке день
в день или вперед на 1-3 дня

Высокая частота

ДОЛГОСРОЧНОЕ

планирование покупок
на 3 и более дней вперед

Низкая частота

самокат | Яндекс Лавка | OZON fresh | OZON | WB | СБЕР МАРКЕТ

ОДИНОЧНЫЕ СКЮ

СИНГЛПАКИ И БОЛЬШИЕ УПАКОВКИ

БОЛЬШИЕ УПАКОВКИ

DIGITAL BRAND DAY

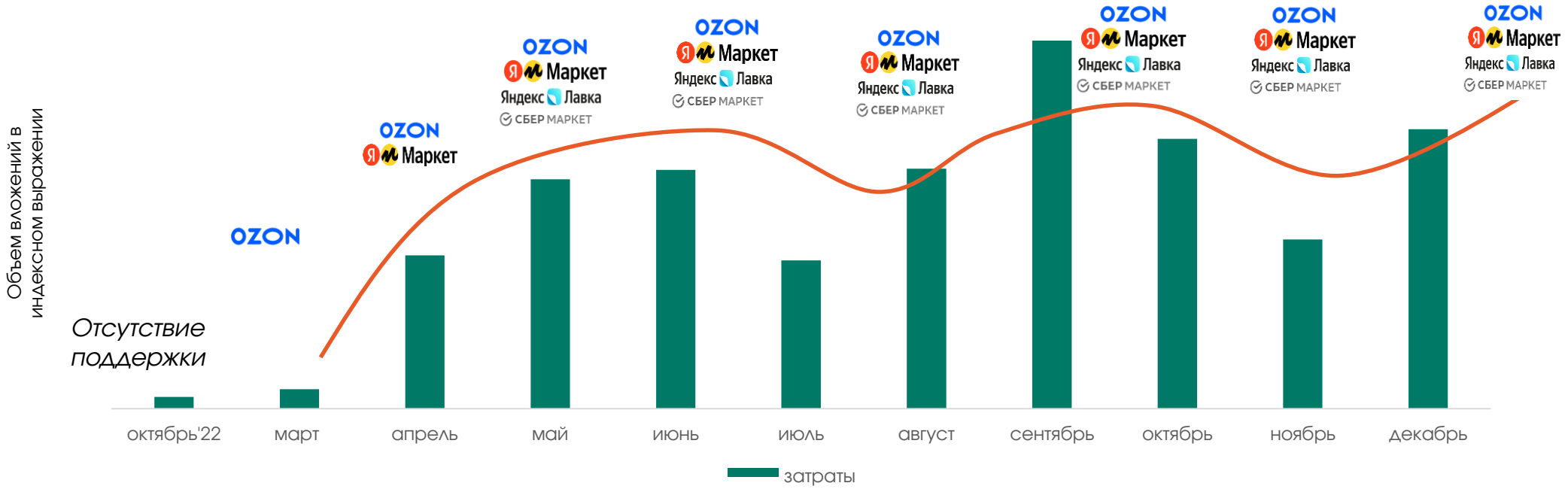
*Исследование 2022 . Как, кто и когда заказывает Доставку – Datainsight
Исследование покупателей FMSG, 2023 ГК Родная Речь

ПОДДЕРЖКА БРЕНДА В E-COM СТАРТОВАЛА В МАРТЕ'23

4 E-COMMERCE ПЛОЩАДКИ

5 ПРОДУКТОВЫХ КАТЕГОРИЙ

54 РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ



Старт поддержки конверсионными форматами на Ozon Запуск отзывов за баллы	Подключение медийных форматов на Ozon и Я.Маркет Старт поддержки на Ozon Fresh	Подключение конверсионной поддержки на Сбермаркете, старт работы с Лавкой	Продолжение логики работы предыдущих периодов	Запуск таргетированных форматов поддержки на Ozon Запуск медийной поддержки на Сбермаркете	Запуск таргетированных форматов поддержки на Ozon Запуск медийной поддержки на Сбермаркете	Продолжение использования конверсионных форматов на Ozon, Я.Маркет, Я.Лавке и Сбермаркете Продолжение медийной поддержки на Сбермаркете	Продолжение использования конверсионных форматов на Ozon, Я.Маркет, Я.Лавке и Сбермаркете Продолжение медийной поддержки на Сбермаркете	

DIGITAL BRAND DAY

РОСТ BRAND HEALTH МЕТРИК 2023 VS 2022

ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ

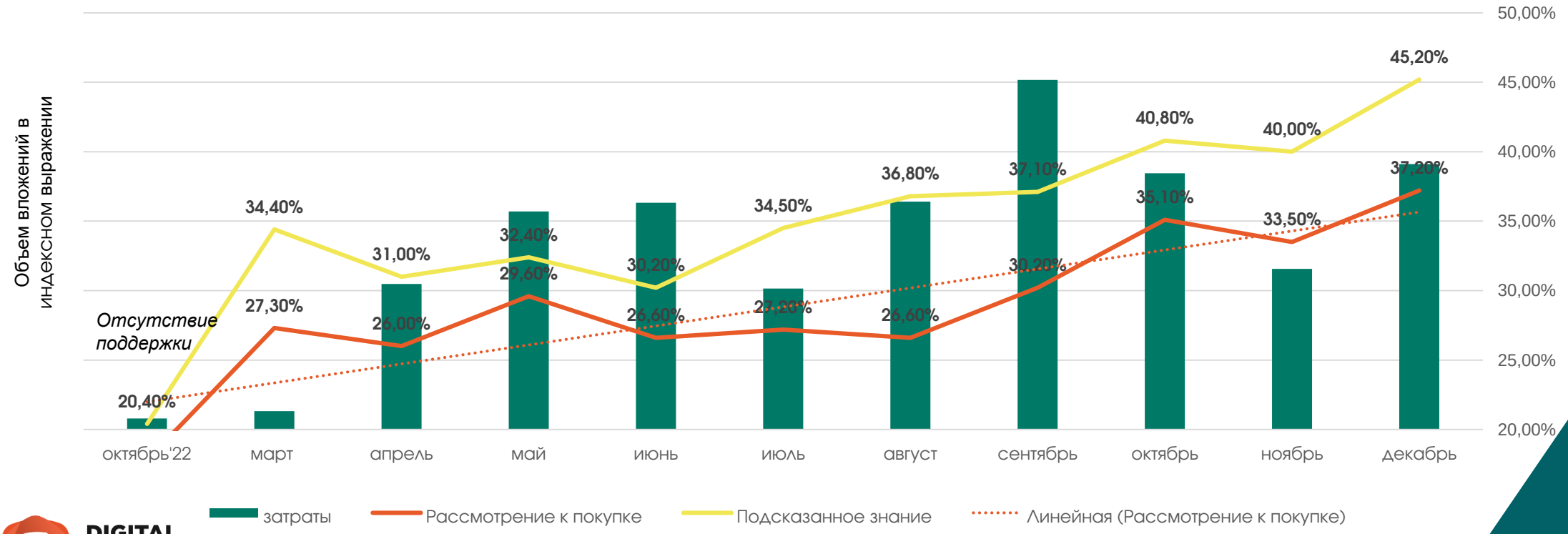
20,4% → **45,2%**

Октябрь'22 vs Декабрь'23

РАССМОТРЕНИЕ К ПОКУПКЕ

17,8% → **37,2%**

Октябрь'22 vs Декабрь'23



DIGITAL BRAND DAY

Источник: Brand Pulse 2023

+ 227%

рост выручки

с рекламного инвентаря Ozon

+ 126%

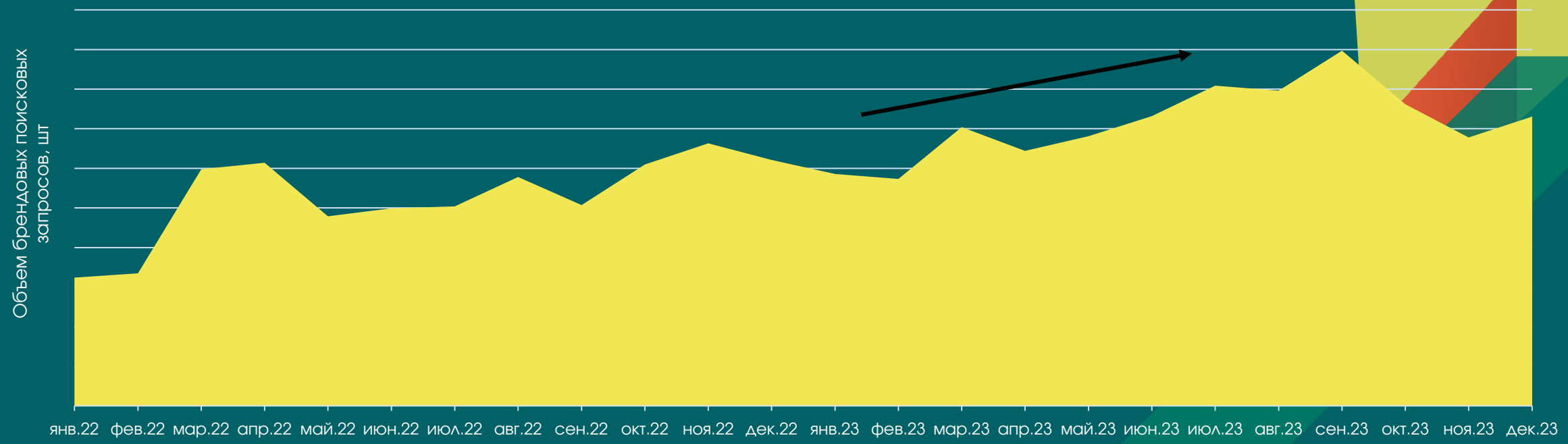
рост поисковых запросов

*дек'23 vs янв'22**

500%

средний ROAS

Конверсионных форматов Ozon и Яндекс



DIGITAL BRAND DAY

Источник: Wordstat, декабрь, 2023

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИЗ НАШЕГО КЕЙСА

E-com – важный канал для мам. Позволяет быстро и удобно получить продукты и служит инструментом изучения продуктов

Рекрутмент новых мам и рост метрик здоровья бренда, Подсказанное знание: 20,4% → 45,2%. Рассмотрение к покупке: 17,8% → 37,2% (2022 vs 2023)

Мамы активно читают отзывы и комментарии по продуктам в E-com

Объем отзывов Черноголовки Бэйби увеличился более чем в 11 раз vs 2022 по всем категориям

Мамы используют поиск продукта для перехода из поисковой строки в E-com

+126% рост поисковых запросов дек'23 vs янв'22*

Быстрота доставки и возможность большого объема покупки помогает активно расти направлению в E-com

+ 227% рост выручки с рекламного инвентаря Ozon

DIGITAL BRAND DAY