



Как «Вкусно - и точка» отстраивает лидерство бренда: от идеи до реализации



«Вкусно – и точка»: наше право на лидерство

- Восстановление бизнеса на уровне Макдоналдс и сила бренда — это разные вещи. И лидерство в одном не подразумевает лидерство во втором
- И если со стороны бизнеса у нас была сильная база, то силу нового бренда нужно было построить

Как мы это делали?



через запуск легендарных
iconic продуктов



через масштабные
партнерства



через использование в коммуникации
сильных локальных инсайтов

Кейс #1

Возвращение легенды



Биг Мак был уникальным бургером – он сам был брендом и влиял на бизнес всего Макдоналдс



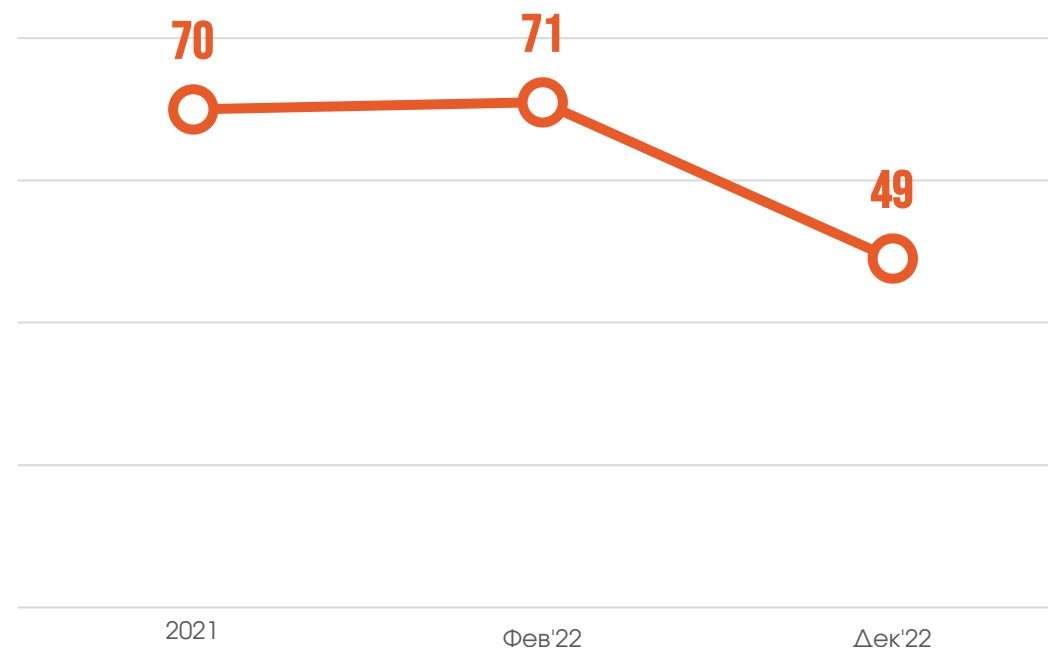
Уход Биг Мака с российского рынка был большой потерей для бизнеса «Вкусно – и точка»

Доля продаж Биг Мака равнялась продажам всех остальных бургеров Макдоналдс



Имиджевые метрики упали

«Предлагает вкусные бургеры»



Но все, что с ним связано, использовать было нельзя



Название



Билд



Соус



Все должны были узнать **новый бургер с первого взгляда**



Кроме того, было важно выстроить такую же сильную эмоциональную связь с продуктом, какая была у предшественника



Решение: с самого начала позиционировать продукт как ХИТ



Громкое название



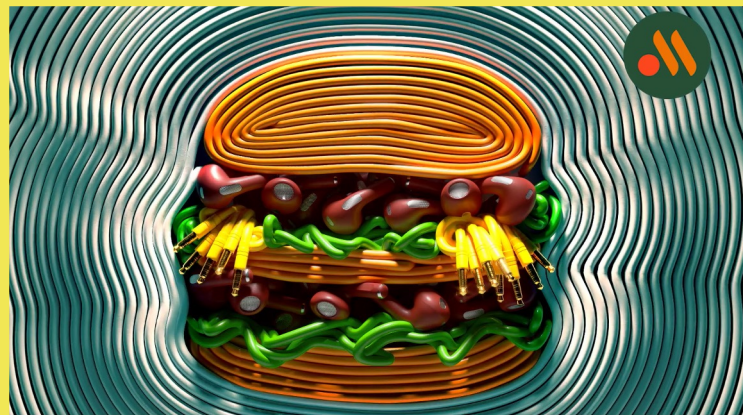
Новый соус, но знакомый продукт



Создать джингл на замену



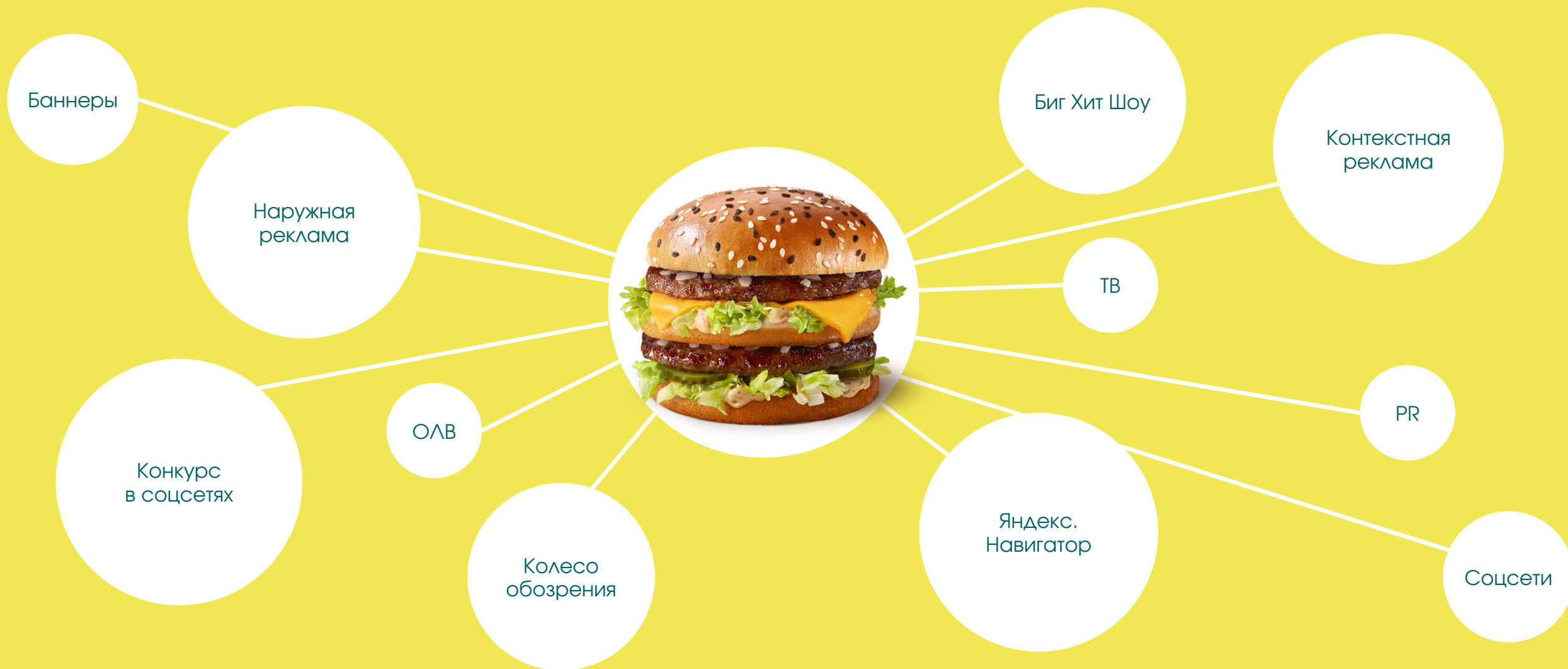
В ТВ-коммуникации мы сделали упор на узнаваемый билд и запоминающийся бит



Уникальное цветовое сочетание легко узнавалось во всех элементах коммуникации



Ни один из наших бургеров не удостоивался такой масштабной поддержки: мы охватили **98%** нашей целевой аудитории (все 16-45)



Результаты кампании

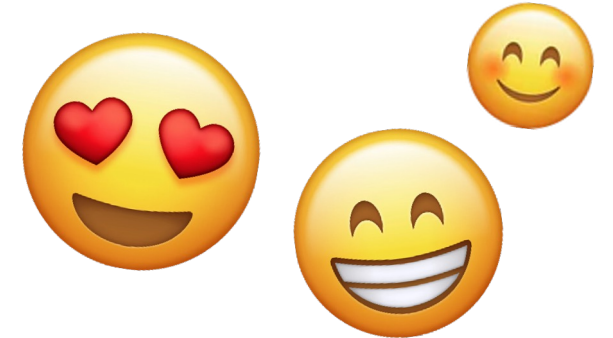
Важнейшим драйвером успеха стали инвестиции в локальный продукт, который не обманул ожидания потребителей — мы перевыполнили продажи Биг Мака с самого начала кампании

>3,6 млн

бургеров Биг Хит было продано за первые 10 дней

Wow-эффект от коммуникации, которая не была похожа ни на что из того, что мы делали раньше, и масштабная поддержка продрайвили имиджевые метрики в категории бургеров:

+7 п.п.



Биг Хит Шоу было прекрасно воспринято аудиторией и отлично отработало на ключевые имиджевые метрики

По сравнению с прямой рекламой

В рекламируемом заведении предлагают вкусные бургеры

+25%

Бургер по легендарному рецепту

+13%

Биг Хит – хит среди бургеров

+18%



Кейс #2

Звездное Комбо



«Комбо знаменитости» было успешной платформой, которая усиливала эмоциональное лидерство Макдоналдс



Макдоналдс реализовывал в России платформу «Комбо знаменитости», в основе которой лежала правда о том, что даже у звезд есть любимые наборы.

С уходом Макдоналдс «Вкусно – и точка» смогла пересобрать эту платформу, которая доказывает и поддерживает определенный лидерский статус.



Мы пересобрали платформу и привнесли в нее новые элементы



- Нужны были не просто новые герои, а те, кто будет вызывать положительные эмоции у наших гостей
- Нужно было очень аккуратно запускать это промо, так как период все еще был очень чувствительным



Под наши цели идеально подходил фильм «Вызов»



Так родилась платформа «Звездное Комбо», в рамках которой мы запустили два комбо — Юлии Пересильд и Милоша Биковича, любимые обеды актеров самого громкого российского фильма того года



Этапы рекламной кампании

До премьеры мы анонсировали фильм «Вызов» на собственных ресурсах и направляли к покупке билетов, а прокатчики фильма поддержали нас в промоатериалах фильма — наружной рекламе, рекламе в кинотеатрах, соцсетях и на сайтах партнеров

**ПЕРВЫЙ ФИЛЬМ,
СНЯТЫЙ В КОСМОСЕ**

YELLOW, BLACK AND WHITE START 007 TVCINEMA ОК ФОНД КИНО РОСКОСМОС ГЛАВКОСМОС 1

В КИНО С 20 АПРЕЛЯ

ВЫЗОВ

199₽

Космическое трио
Только в приложении

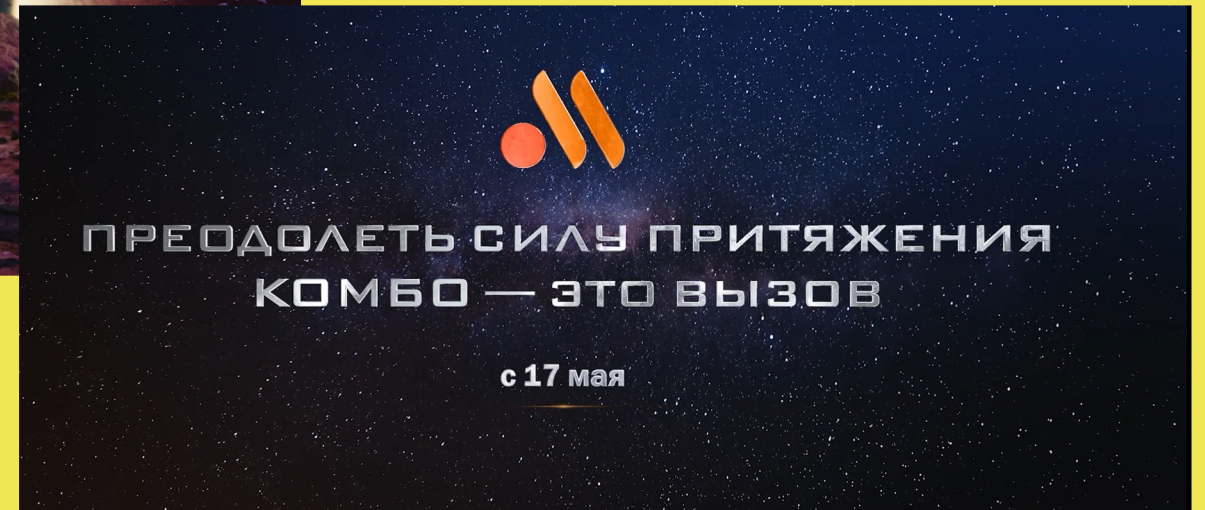
Нажми, чтобы узнать подробности

ДЛЯ ЗРИТЕЛЕЙ СТАРШЕ ШЕСТИ ЛЕТ

6+

Запуск «Звездного Комбо»

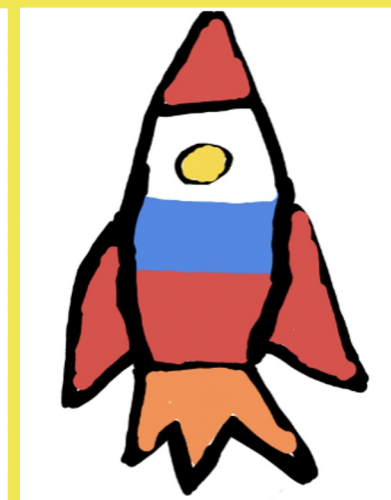
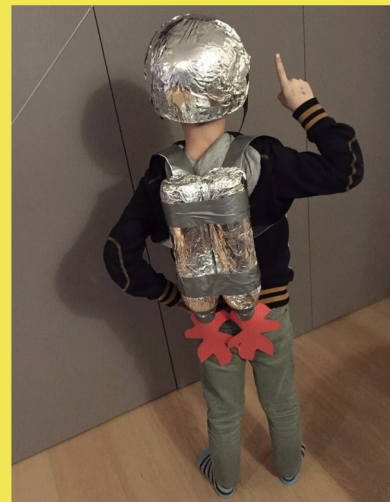
Космическая тематика стала сквозной нитью во всех наших активностях. Ролики для ТВ снимал тот же режиссер, что и сам фильм «Вызов», и в них вошли те самые космические кадры, снятые на борту МКС




При поддержке партнера фильма - Роскосмоса - мы запустили конкурс «Прими космический вызов»


Участники готовились к космическому приключению, проходя испытания настоящих космонавтов и выполняя специальные задания: подготовка космического костюма, создание космического корабля, расшифровка посланий из космоса и т.д.


Победитель отправлялся наблюдать за запуском ракеты на космодром Байконур!



**Прими вызов
и получи шанс
выиграть
призы!**

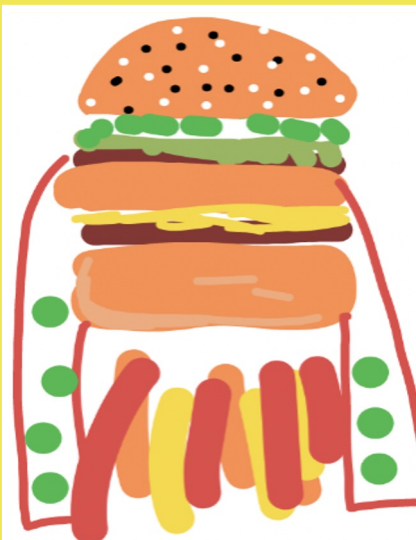
 космический мерч

 поездка на Байконур

 промокод на Биг Хит за 1Р

Реклама. Рекламодатель ООО «Система ПБО», Москва, ул. Валовая, д.26, ОГРН 1027700251754, vkusnoitochka.ru

Мы получили более 3 тысяч работ



Среди участников конкурса мы разыграли космический мерч



Спецпроект поддержали известные блогеры

АНДРЕЙ ГЛАЗУНОВ



ЭМИЛЬ



НАСТЯ ТИТОВА



МАША И РОБЕРТ



«Вызов» на Пушкине



И чтобы те, кому понравились фильм и комбо, могли выразить свои эмоции в переписке с другими, мы подготовили брендированные стикеры в TG

Не
накручивай



Полетели



До луны



и обратно



У нас своя



стратосфера

Ты с Марса



Я с Венеры



Совместно с партнерами фильма мы развернули масштабную рекламную кампанию

апрель

май

июнь

Промокампания к выходу фильма «Вызов»

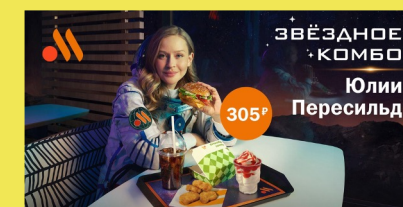


Анонсы фильма в ресторанах сети и на собственных диджитал-ресурсах «Вкусно – и точка»

Конкурс в ВК с розыгрышем билетов на премьеру

PR-поддержка и интеграция в закрытый предпремьерный показ

Рекламная кампания «Звездное Комбо»



Федеральная ТВ-реклама

Наружная реклама

Реклама в интернете – видео, баннеры, соцсети, поисковая реклама, навигатор

Спецпроект «Прими космический вызов» с поддержкой инфлюенсеров

Репортаж на Первом канале в программе «Доброе утро»

Реклама в кинотеатрах и наружная реклама

PR-поддержка коллаборации на ресурсах партнеров

Общие результаты кампании

+4 п.п.

усиление восприятия метрики «Бренд-лидер»

+17% к плану

продажи «Звездных Комбо»

89%

Суммарный охват кампании (ЦА: все 16-45)



Спецпроект «Прими космический вызов» перевыполнил все поставленные KPIs

18,8 млн

ОХВАТ

41 000

СОЦИАЛЬНЫХ ДЕЙСТВИЙ

2 247

УЧАСТНИКОВ

3 082

РАБОТЫ



**Мы быстро нарастили базу
и уже занимаем первое место
по многим показателям, но
продолжаем работать на
абсолютное лидерство**

ИТОГИ 2023

№1 ДОЛЯ РЫНКА

+12 п.п. **№1**

бренд-лидер

+11 п.п.

вызывает у меня доверие

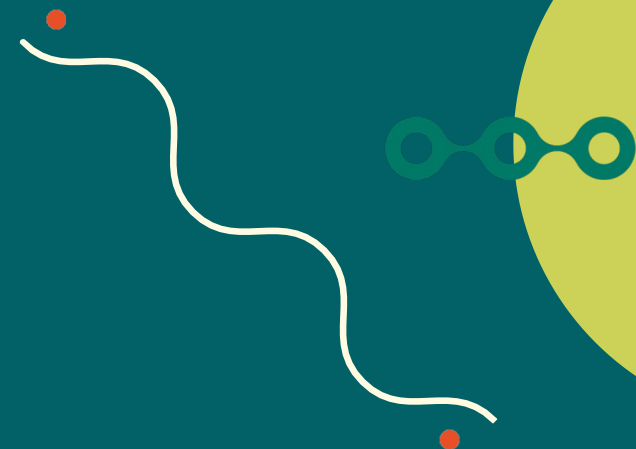
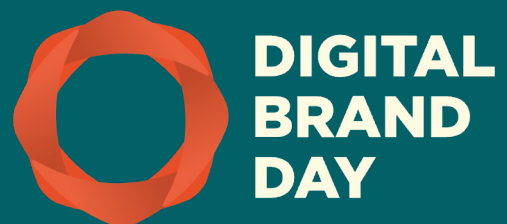
+10 п.п. **№1**

бренд для таких, как я

+10 п.п.

предлагает вкусные бургеры





Спасибо!

