

Mildberry

Challenge the present
to create the future

Компания управляемая детьми

Контекст

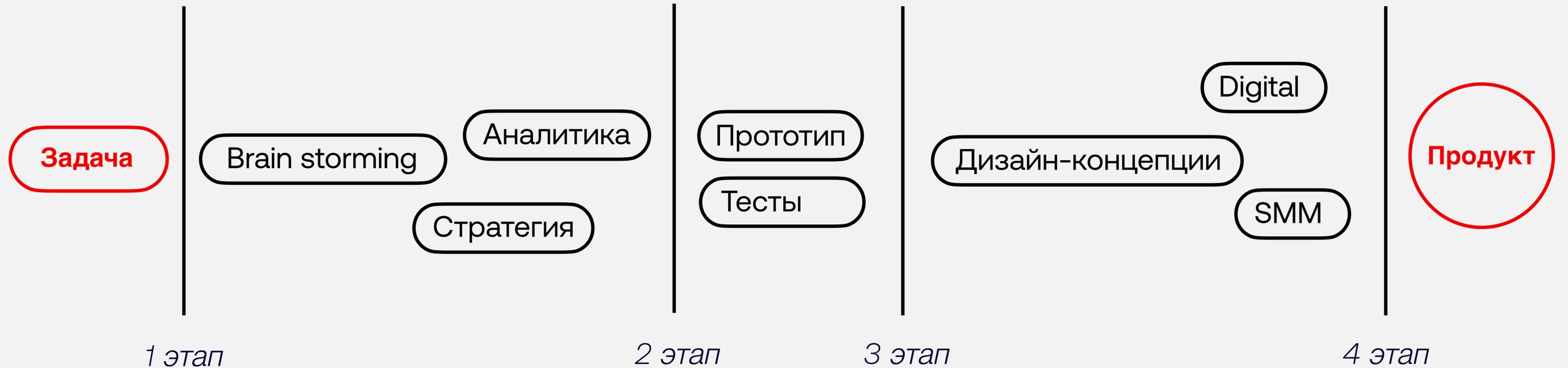
Растет сложность задач, проекты становятся кросс-функциональными и мультиканальными, увеличивается скорость принятия решений, больше неопределённости в планировании, меньше горизонты планирования.

Потребность

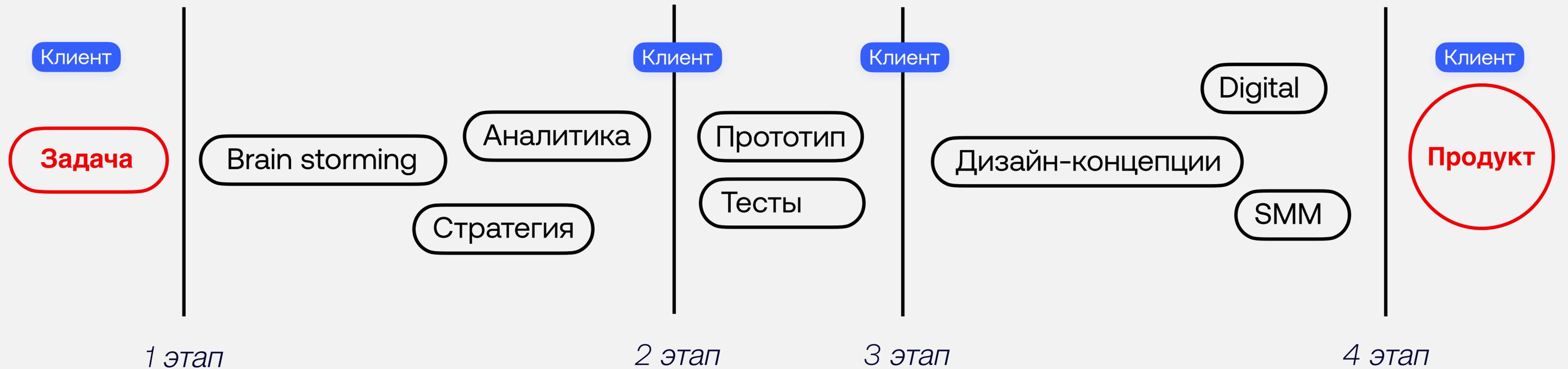
Требуются партнеры, обеспечивающие высокую степень вовлеченности, гибкость и адаптивность.



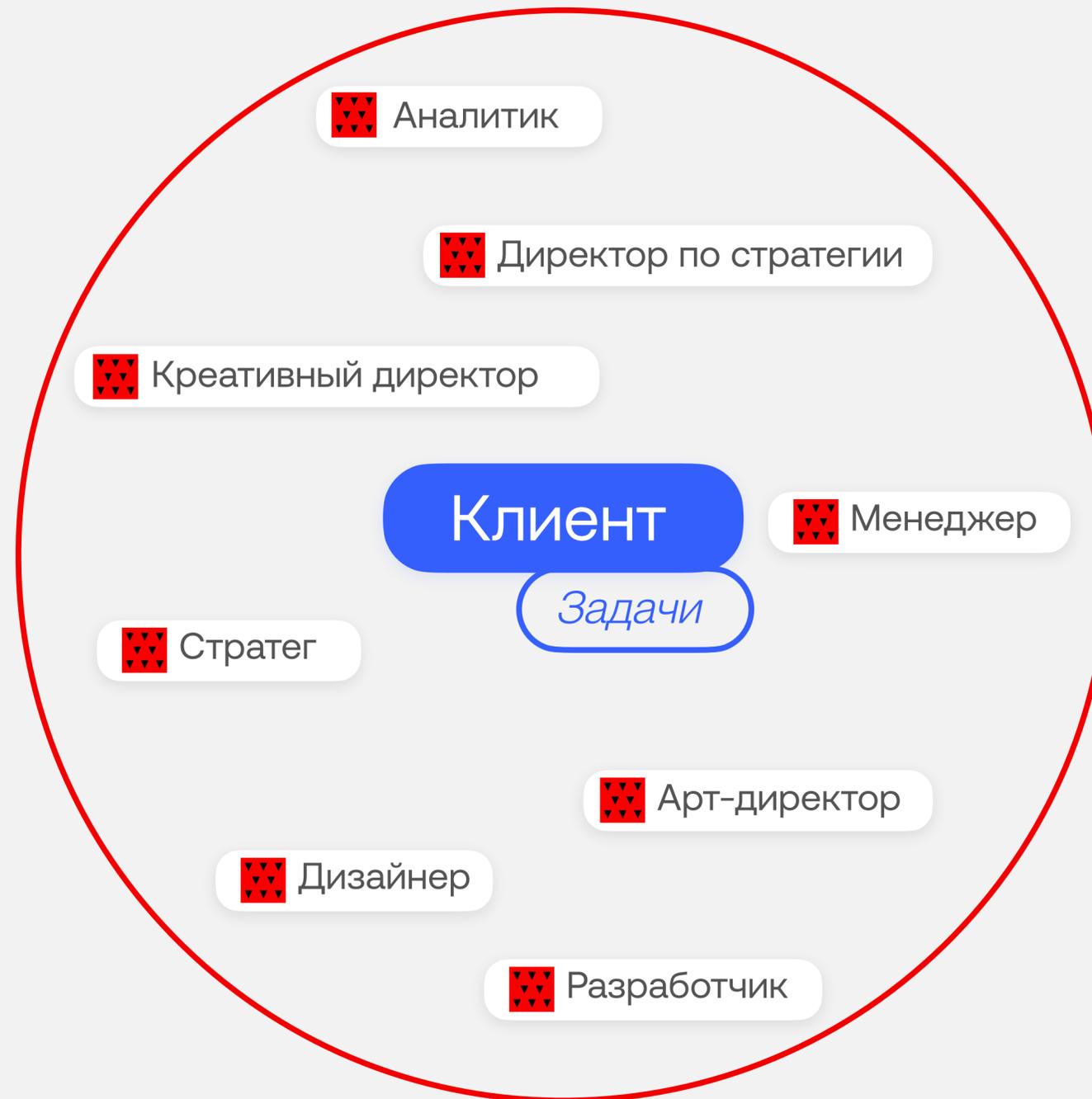
Классическая модель взаимодействия клиента и агентства

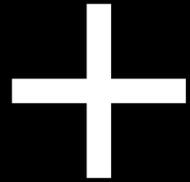


Классическая модель взаимодействия клиента и агентства



Новая модель взаимодействия





Увеличение скорости
и интенсивности всех
разработок

В среднем:

С 5 до 1 недели

Обеспечение
открытого доступа
команд к информации,
планам, знаниям,
задачам, оценкам,
комментариям

Максимальная
вовлеченность дает
быстрый результат
высокого качества

Цена ошибки
уменьшается



Концепция

Yummy United.
The *customer* centric
company.



Возрастной сегмент

Детские бренды - основной фокус на аудитории 0 - 8 лет

Сегмент бренда 8-12



Исторически в этом сегменте не создавались потребительские бренды



Возрастной сегмент

Детские бренды - основной фокус на аудитории 0 - 8 лет

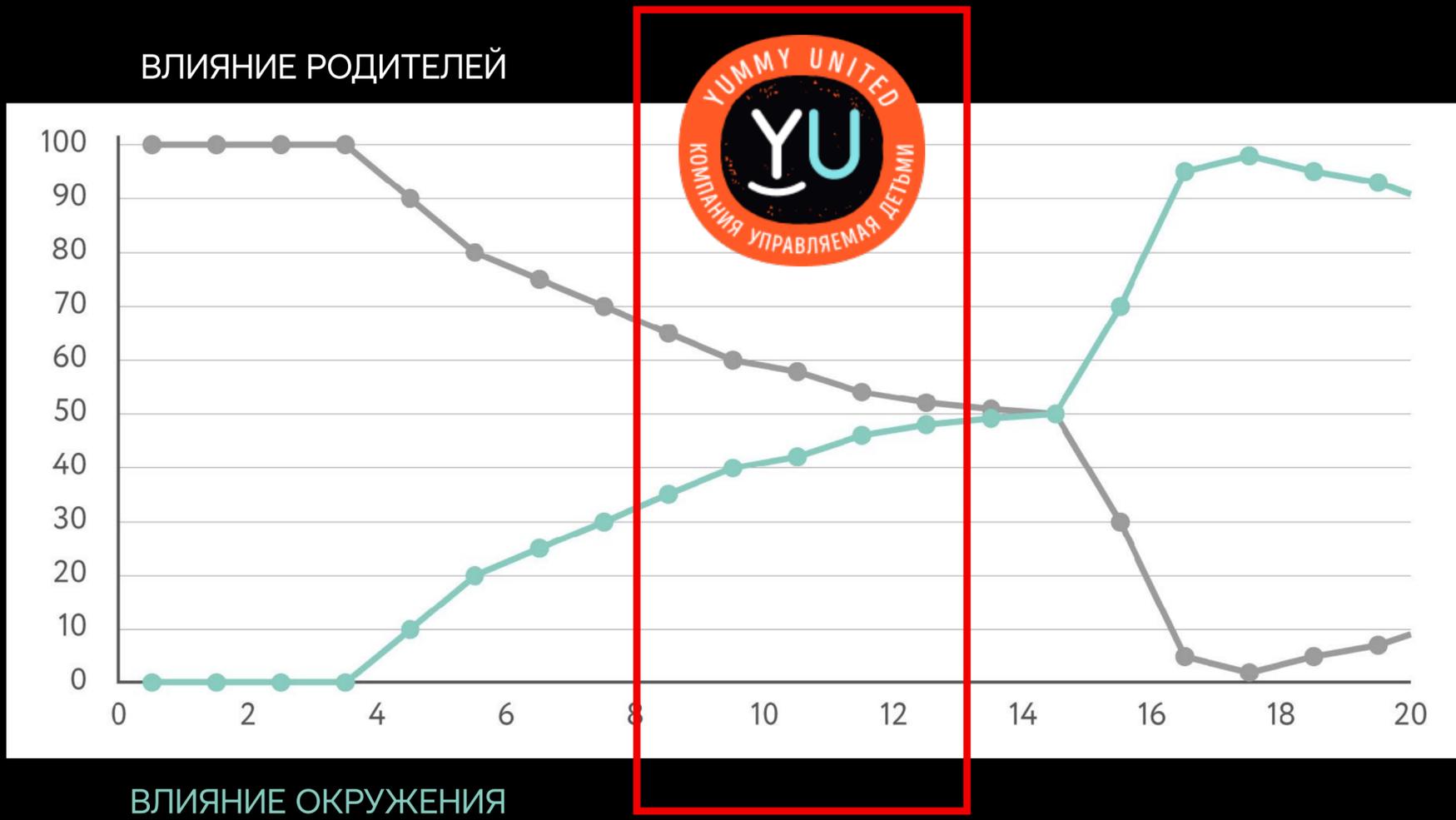
Сегмент бренда 8-12



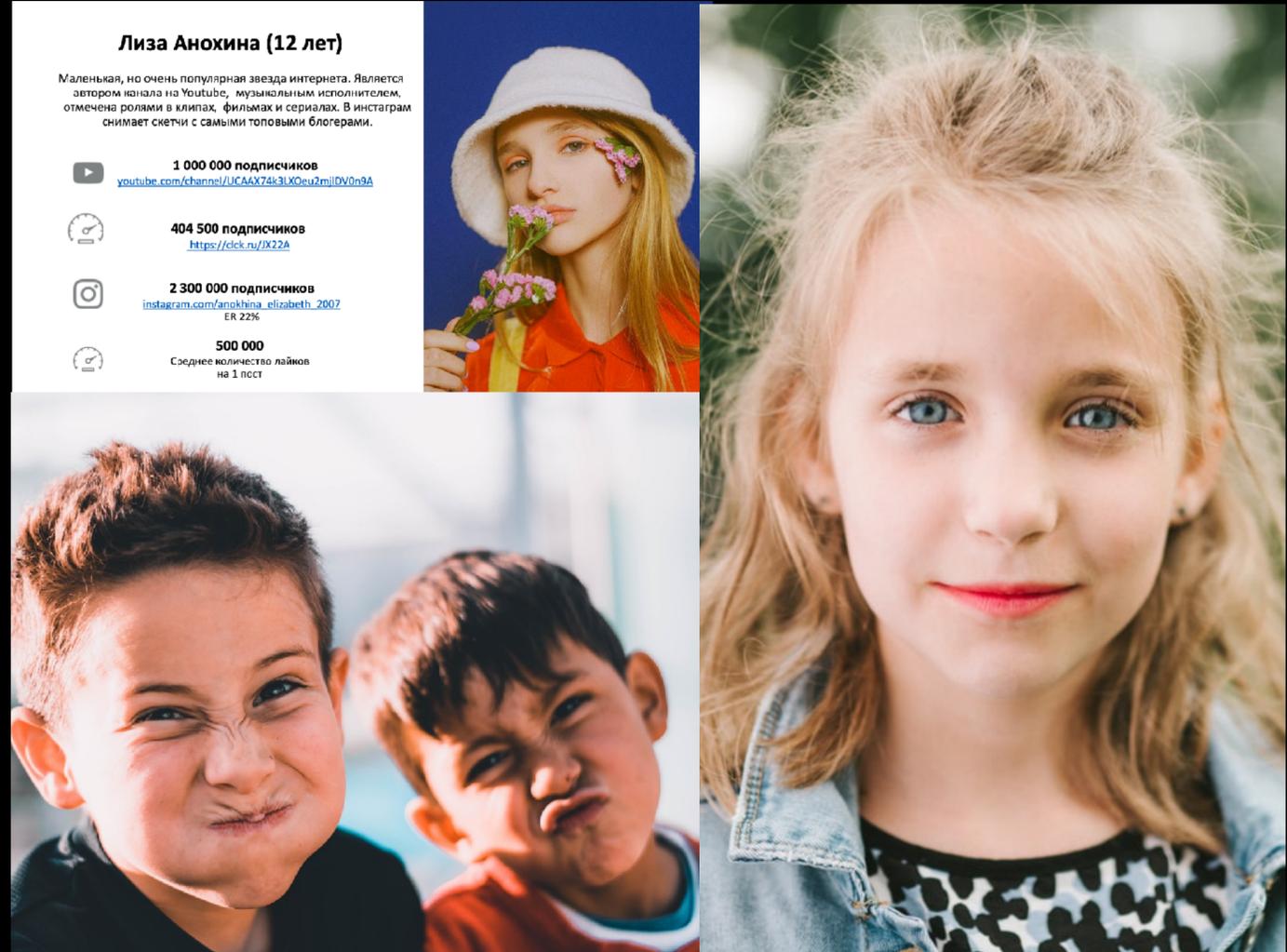
Исторически в этом сегменте не создавались потребительские бренды



Там, где родители теряют контроль



На рынке нет достаточного опыта взаимодействия с этим сегментом и специально разработанных для этого сегмента брендов



Родители теряют влияние, новыми авторитетами становятся друзья, одноклассники и юные инфлюенсеры-блогеры.



Концепция

Yummy United – это международная компания, производящая продукты питания для детей.

Всё, что компания производит — продукты, дизайны, коммуникации — создано при активном участии детей.



Мы хотим, чтобы каждому ребенку действительно нравилась наша продукция, и для этого мы даем детям возможность влиять на то, что мы для них производим.

Yummy United



Как это работает?

Ядро компании — уникальный формат взаимодействия с целевой аудиторией (8-12 лет), его основа — Детский Совет директоров.

Постоянно действующий и регулярно переизбираемый.



Детский Совет Директоров

Играя роли директоров, дети *предлагают* идеи продуктов, вкусов, дизайнов и коммуникаций, оценивают идеи, ведут дискуссии со специалистами, дают рекомендации и *выбирают* те решения, которые компания внедряет в производство.



yummy united —
первая компания,
управляемая
детским советом
директоров.



Запуск

Май 2019



Запуск проекта в Италии, первый детский совет директоров, первые продукты.

Начало продаж
сентябрь 2019

1

Февраль 2020



Запуск проекта в России, формирование первого российского детского совета директоров.
Эксклюзивное партнерство с торговой сетью "Магнит"

Начало продаж в Магнит
июль 2020

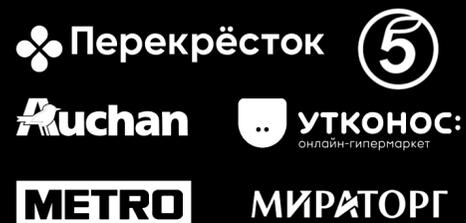
2

Октябрь 2020



Формирование второго детского совета.

Расширение дистрибуции



3

Февраль 2021

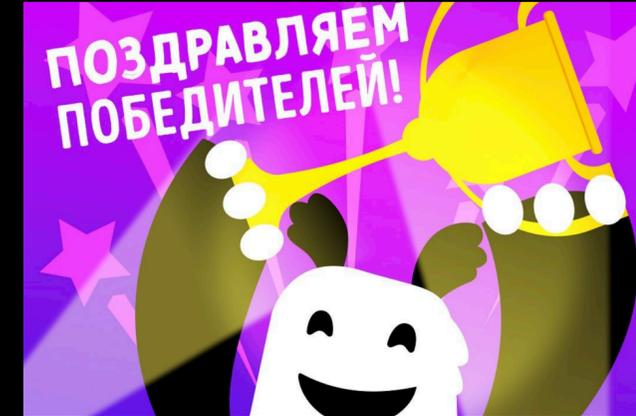


Формирование третьего детского совета.

Россия
28 городов

4

Июнь 2021



Формирование четвертого детского совета.

Начало разработки зож-портфеля





Запуск в рамках выставки

TuttoFood/19



Запуск творожных
сырков,
уникального для
рынка продукта



Подход к разработке продуктов в России

Выбор ребенка «Я ХОЧУ».

**Ребенок инициирует покупку, может
купить сам на карманные деньги.**

- Баланс больших категорий и ярких нишевых решений
- Качество лидеров
- Ценовой сегмент средний / средний плюс



Детский Совет Директоров

5 Созывов детского совета директоров по **40** директоров

2000 Победителей конкурсов и участников проектов Yummy United

1200 Получили приглашение в отборы детского совета директоров

По идеям Детского Совета Директоров было создано:

33 SKU в **6** категориях







1 и 2 совет





1 совет

2 совет





1 и 2 совет







3 совет





Подход к коммуникациям

Интегрированные коммуникации и *омниканальный* маркетинг

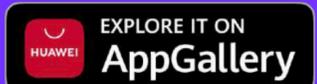
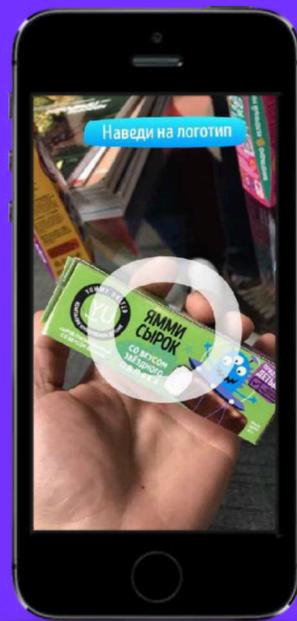
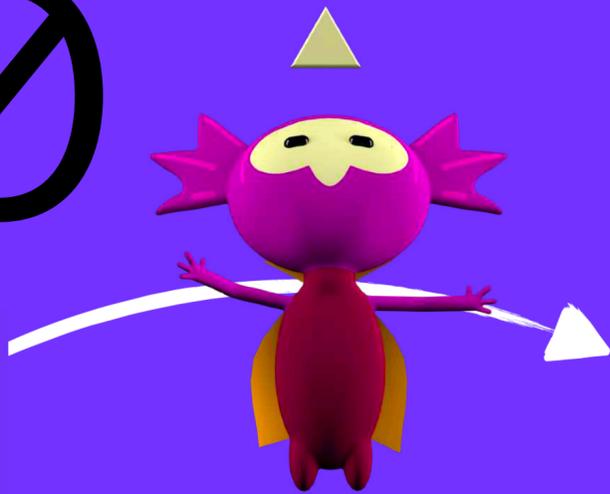
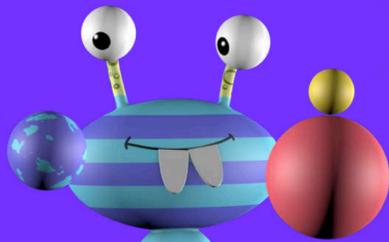
Упаковка — лишь точка входа во взаимодействие: уникальные QR коды на каждом продукте связывают с двумя мобильными приложениями. К этому добавляются собственный YouTube-канал и все социальные медиа, в которых дети играют активную роль, специальные программы с торговыми сетями и маркетинговые партнерские проекты.





40000

скачиваний

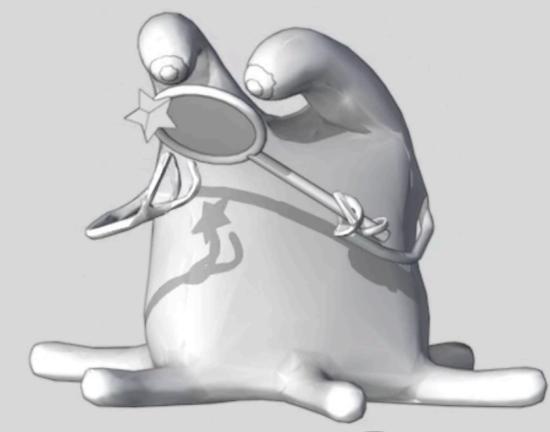
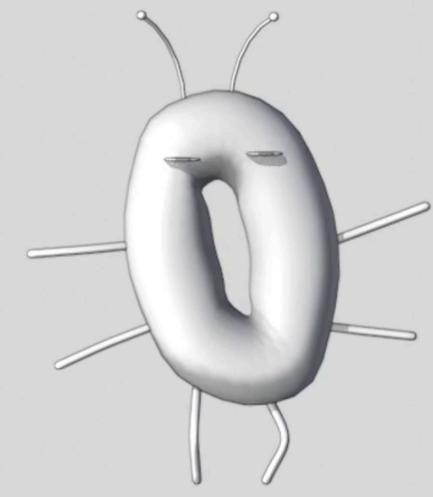
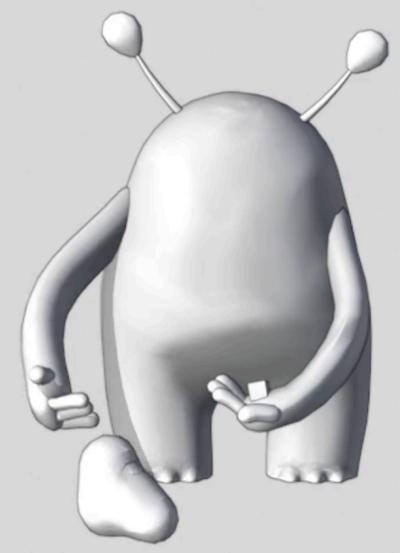
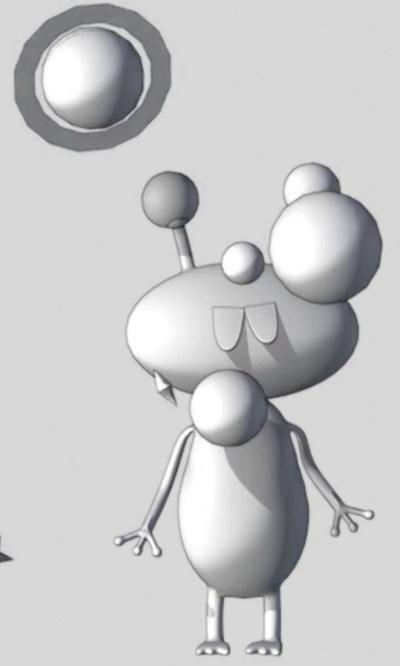
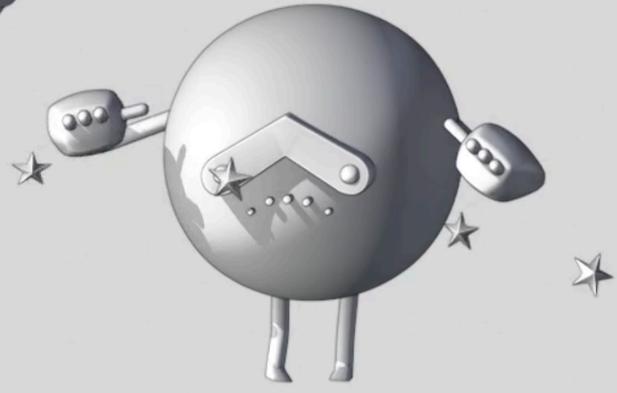
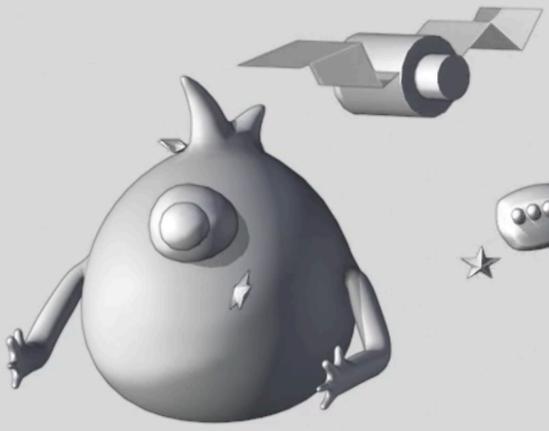
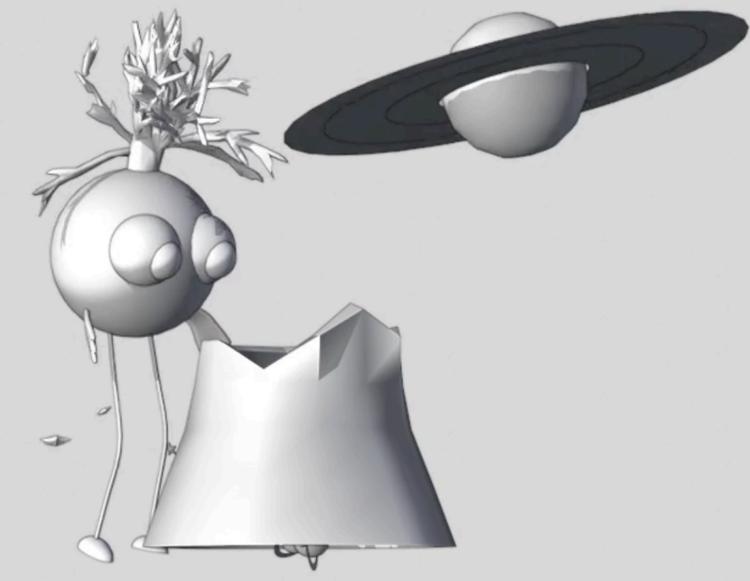
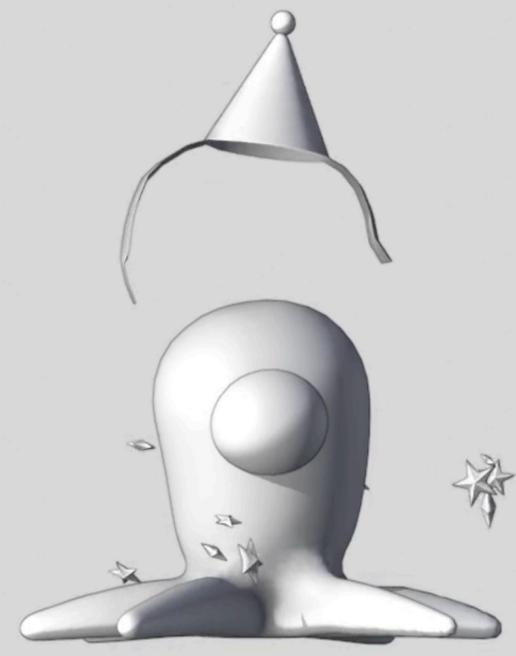
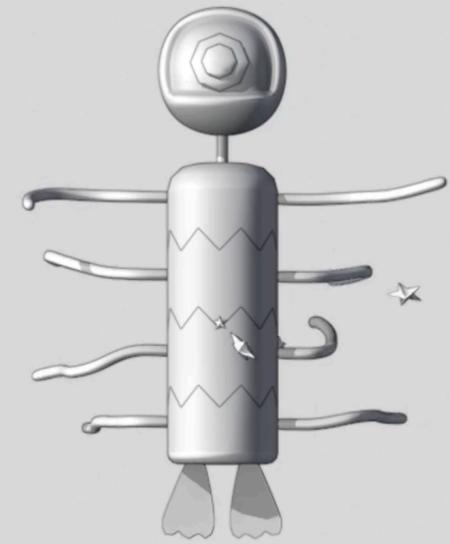
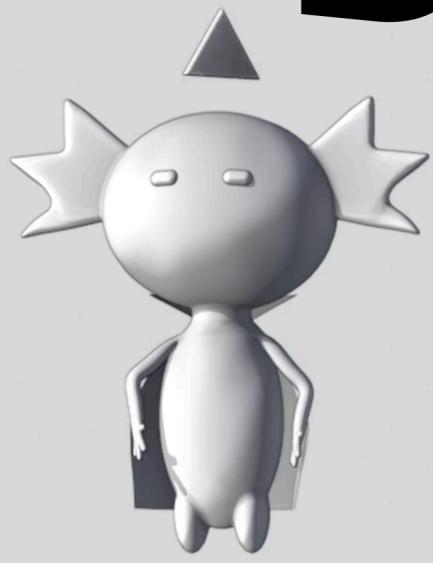




3d персонажей

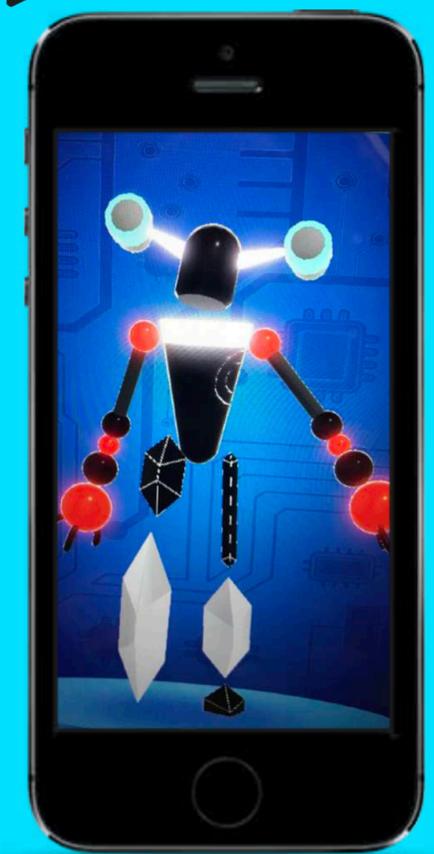
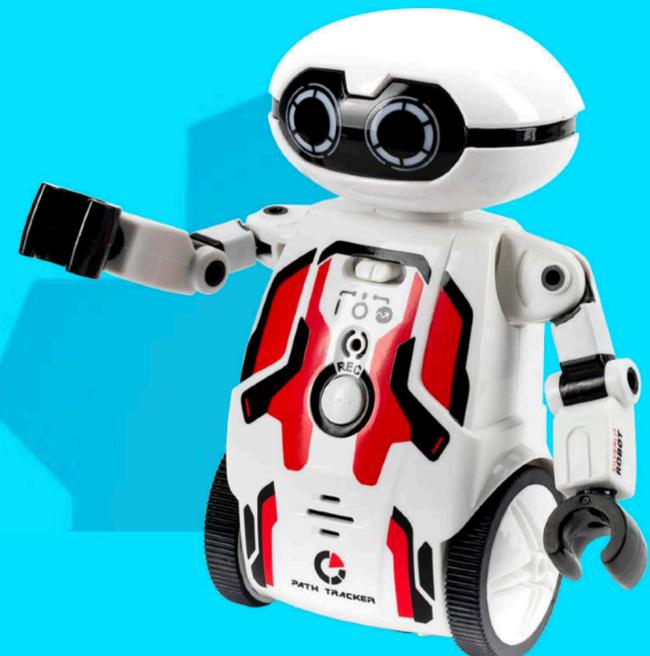
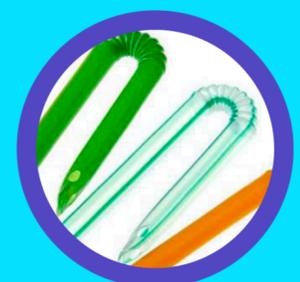
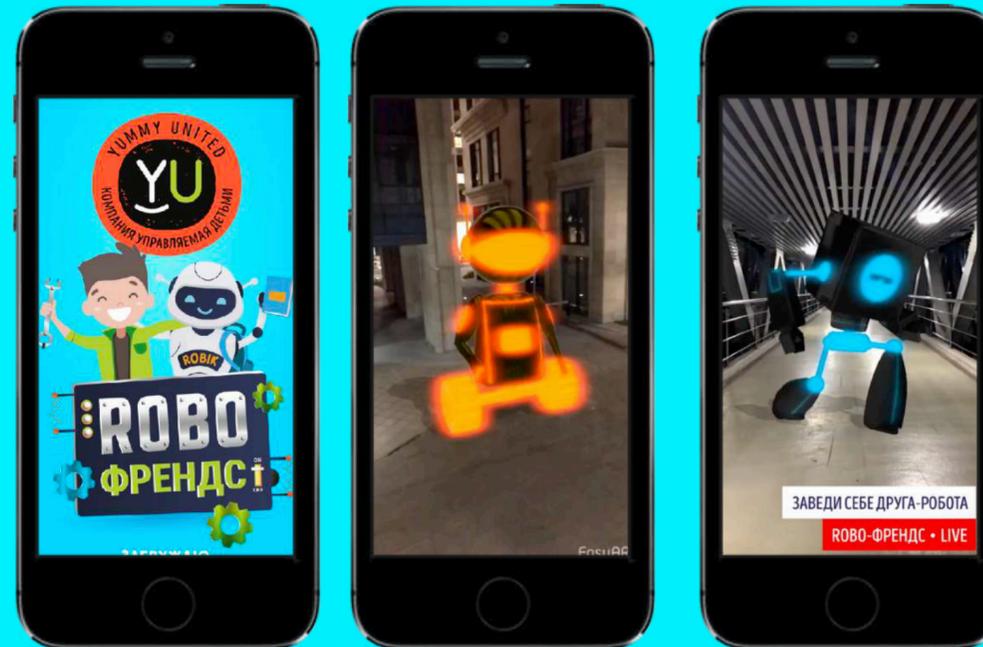
Brand day 21

Yummy United



26 000

скачиваний





300

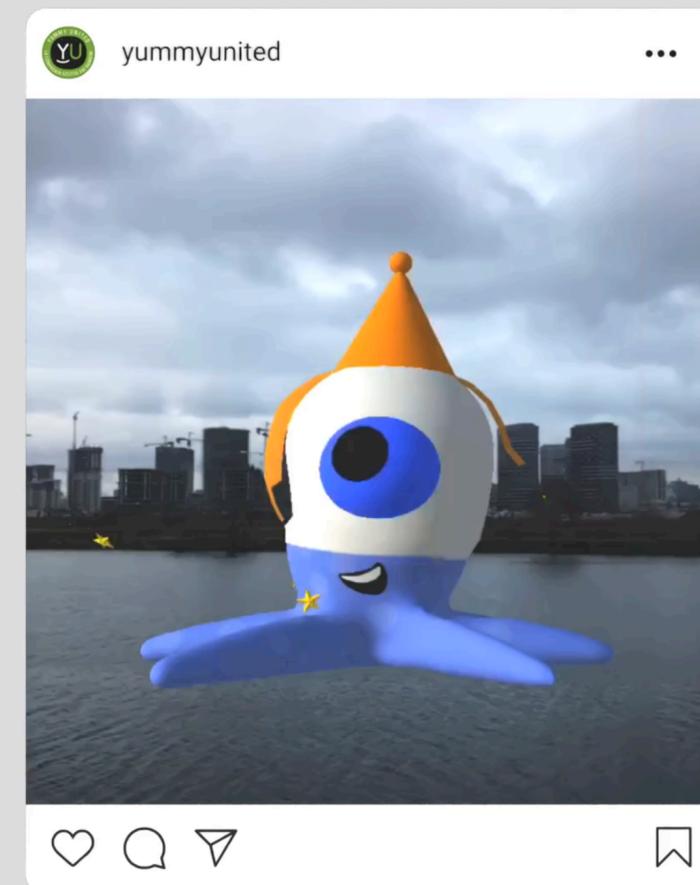
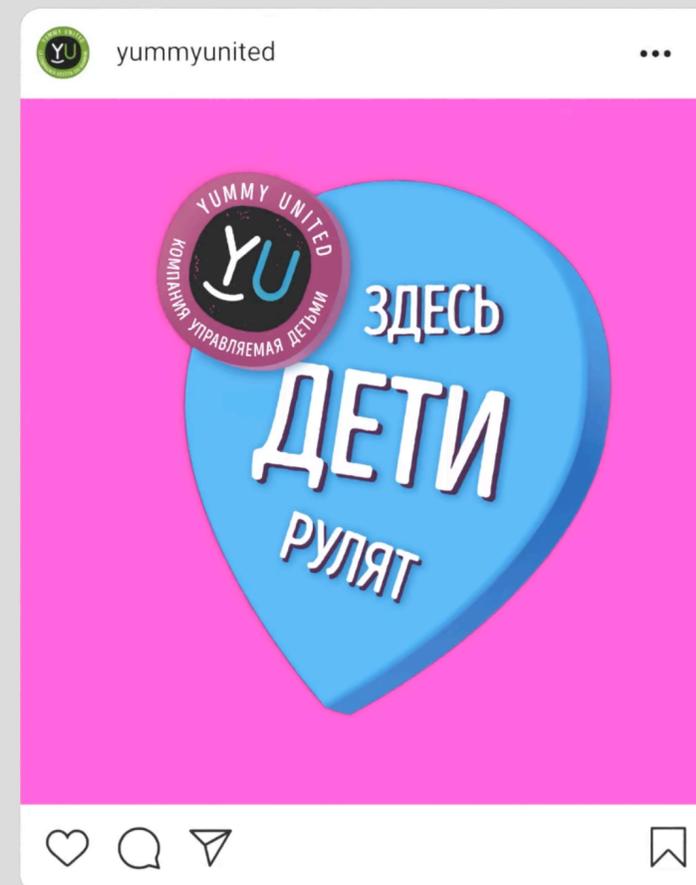
МИЛЛИОНОВ
ОХВАТ В SMM

112

ТЫСЯЧ
ПОДПИСЧИКОВ

Brand day 21

Yummy United



mildberry.ru



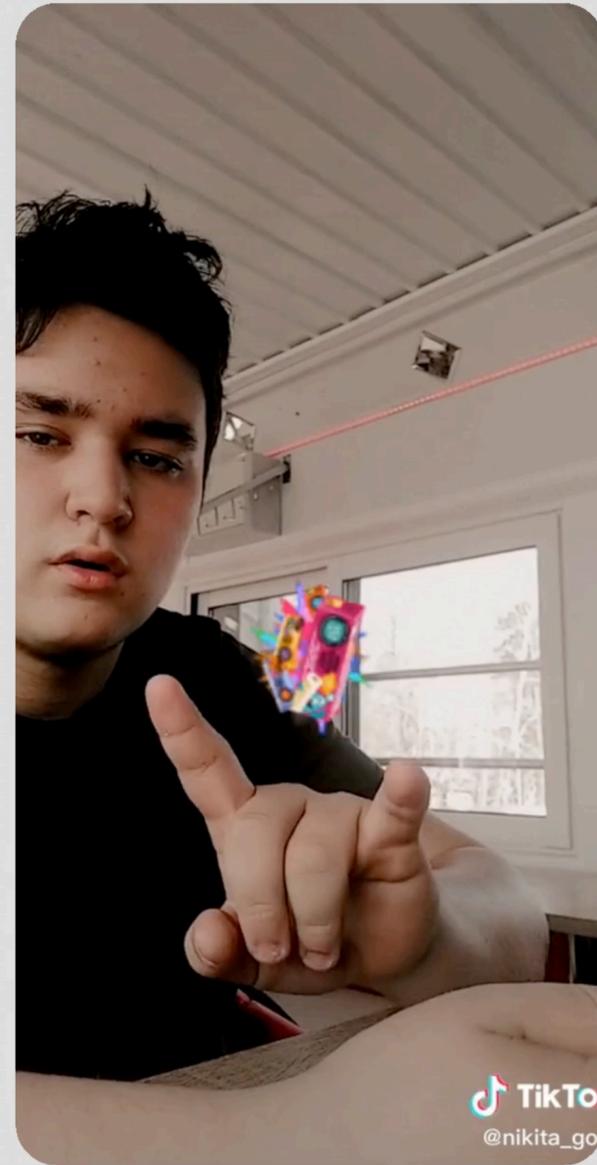
2,5

миллиардов
просмотров

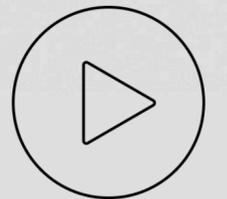


Brand day 21

Yummy United



mildberry.ru



10

МИЛЛИОНОВ
ПРОСМОТРОВ

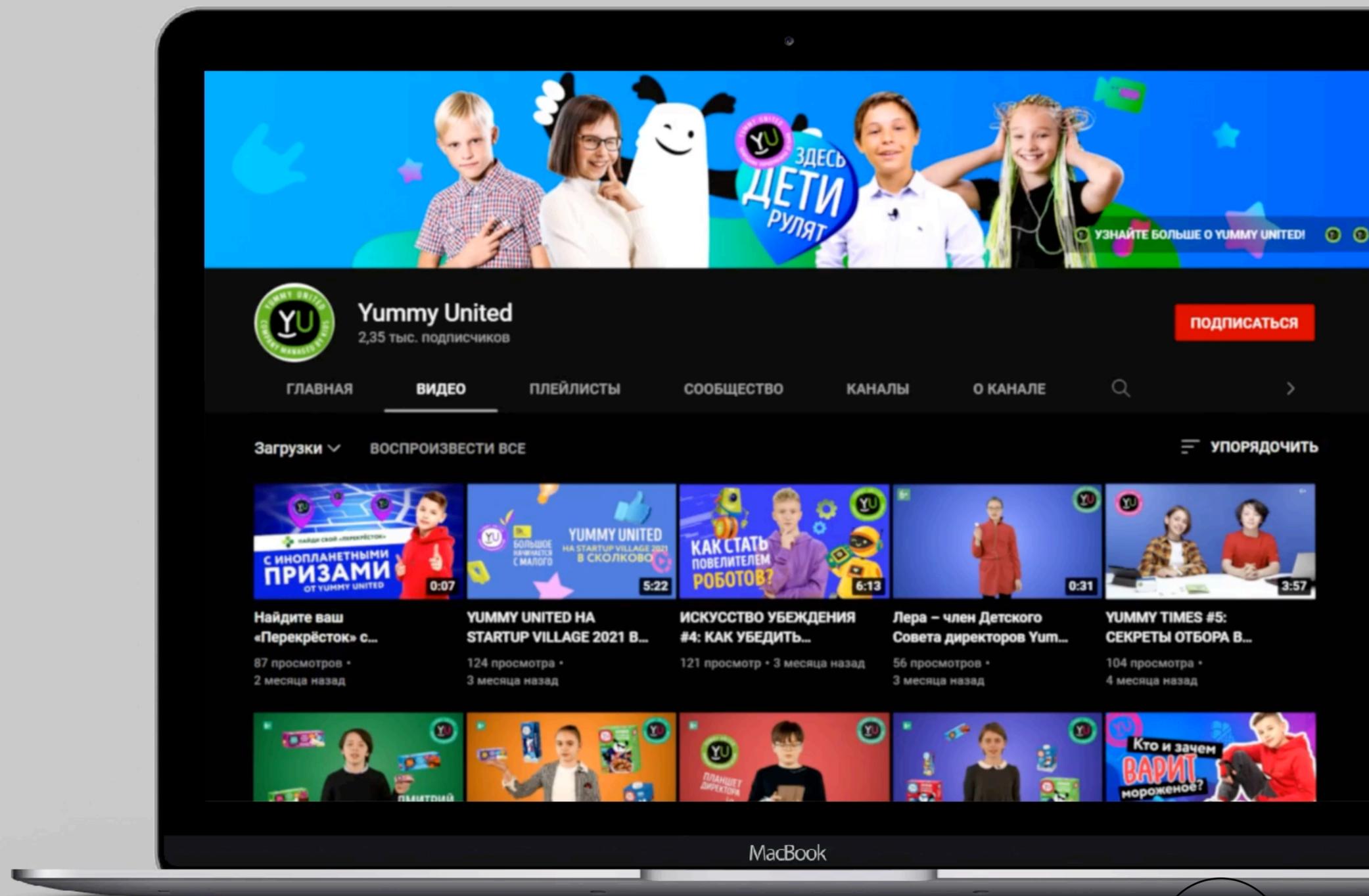
105

ВЫПУСКОВ



Brand day 21

Yummy United



MacBook



mildberry.ru

Партнерские программы

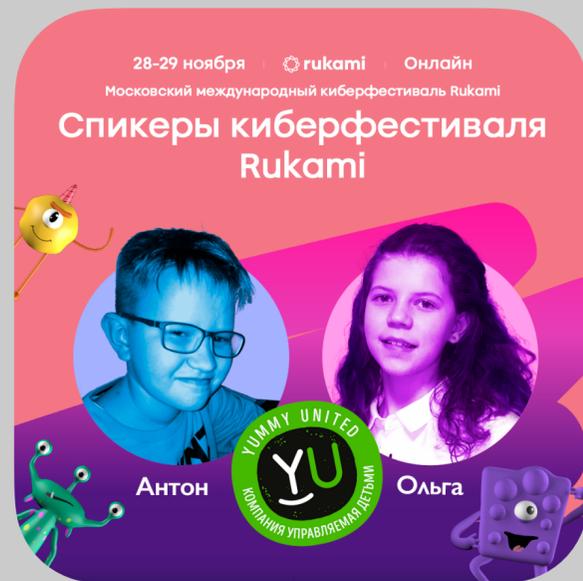


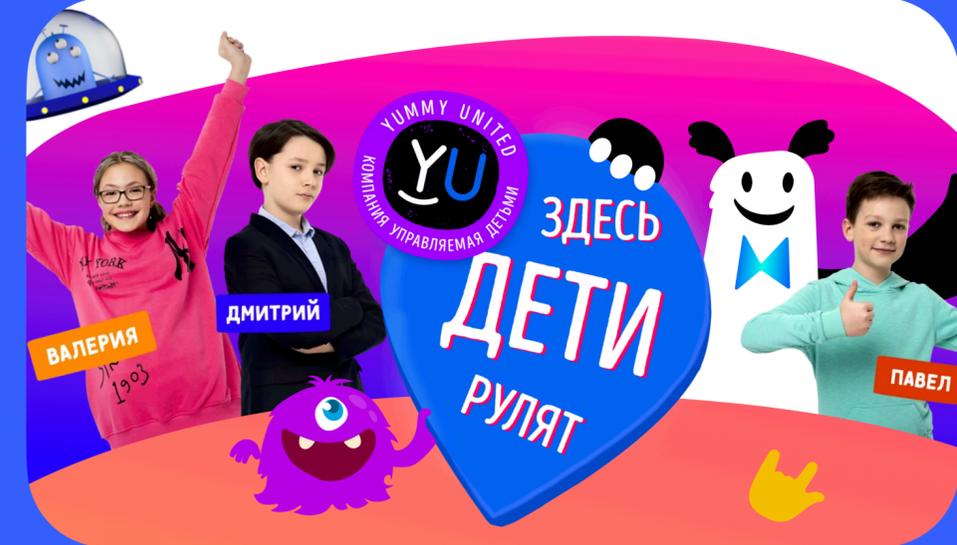
Brand day 21



БОЛЬШОЕ НАЧИНАЕТСЯ С МАЛОГО

Конкурс детских стартапов
совместно с Фондом «Сколково»





Миссия Yummy United

В каждом ребенке спрятана сильная, творческая *ЛИЧНОСТЬ*. Помочь ребенку проявить её, выразить себя, научить воплощать свои идеи в жизнь и верить в то, что он может *МЕНЯТЬ МИР К ЛУЧШЕМУ*.





Спасибо

