



« КОГДА ПРОДУКТ СТАНОВИТСЯ
МЕДИА»

Глобальный тренд в потребительском паттерне, который «заставляет» нас коллабиться:

МАРКЕТИНГ + ПСИХОЛОГИЯ = FOMO



Что мы видим в современном мире потребителя?
Какие основные сценарии отыгрываются?



Персонализация
«Бренд для меня!»

Причастность
«Я настоящий brand-lovers!»

Страх упущенного
«Мне надо успеть купить это! »

“

Зачем бренду лимитированные коллекции?

”

Привлечение новой аудитории за счет нового подхода в бренде (форм-фактор для более молодой аудитории, трендовый вкус для классического продукта)

Создание инфо-повода, когда ты на время исчерпал себя

Увеличение оборота

Возможность поднять маржинальность – лимитки всегда дороже (пример старбакса – там вообще нет понимания цены на тумблеры и они все всегда разной цены)



“ Антипод скидкам ”

Лимитированная коллекция/ Коллаборация

это противоположность скидкам. Вы продаете не дешевле, а эксклюзивнее. Бренд, который часто участвует в скидках, обесценивает себя.



Дополнительный профит:

Повышение чека через коллекционирование. Люди покупают не помаду, они покупают «№7 из коллекции «Осень 26»». Вы формируете привычку собирать — это LTV на годы вперед.



“Полигон для инноваций”

Запустить безумную текстуру, вкус или кислотный оттенок в основной линейке — **рискованно.**

Лимит/ Коллаба — это безопасный тест-драйв без обязательств.

Продалось хорошо?
Делаем бестселлер.



“ ЧТО? ГДЕ? КОГДА? ”

Учсть главное, если хотите отработать тренд в лимитках:

Ваши сроки NPD

Жизненный цикл тренда

Конкуренты

Понимание каналов сбыта

Самое важное!!!

Лимитированный продукт не продают — его распределяют. Ваша главная проблема — не продать 1000 штук, а рассчитать количество так, чтобы остатки не пришлось сжигать. Перепроизводство лимитированной коллекции (и последующая распродажа, например, -40%) убивает репутацию жестче, чем любой негативный отзыв.



“Где смотрим тренды?”

Mintel 2026 Глобальная аналитика
Стратегия, доказательство трендов на уровне цифр

Syren 2026 Отраслевой русскоязычный Ароматические профили и тренд
на эмоциональную функциональность

Syren 2026 Ритейл-данные Реальные цифры продаж — что действительно
покупают

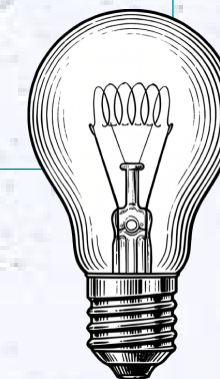
NielsenIQ / Beauty Trends — квартальные отчёты по
динамике категорий, но они платные. Можно следить за их
пресс-релизами.

WGSN 2026 Креативный футурологический Поиск идей для
необычных форматов и эстетики лимитов

BURO. Beauty Edit Российский экспертный Адаптация под локальный
рынок, хит-лист продуктов

InterCharm / Дычева-Смирнова Поведенческий (РФ) Как говорить с
российским потребителем в 2026 году

BeautyMatter (международный медиа-ресурс) — бесплатные
еженедельные подборки трендов и кейсов, без воды.



“ От гастрономии до косметики ”

ДЕСЕРТНЫЙ РЕТРО-ВКУС: ВОСПОМИНАНИЯ О БЫЛОМ

АЗИАТСКИЕ ДЕСЕРТНЫЕ ВКУСЫ

ФРУКТЫ/ ЯГОДЫ: ПЕРСИК, ВИШНЯ, АНАНАС, ГРАНАТ

НАПИТКИ: СЛАДКИЕ И НЕ ОЧЕНЬ (МАТЧА, ЛАТТЕ...)

МОСТАЙЛ: НЕ ПЬЮТ, НО ЛЮБЯТ И ПОМНЯТ ВКУС



Направление
LIMITED EDITION

CHERRY GLOSSY WHITENING



EXCLUSIVE РИВ ГОШ

“ЦИФРЫ...”

”

+33

Spent **44 259 руб**

TOTAL value **3 781 210 руб**

ROMI **3,47**

Вывод:

- есть потенциал роста цены на полке в рамках лимитированных дропов
- покупательская способность не колеблется, в рамках стандартной линейки



“ ЧТО ДАЛЬШЕ? ”

Лимитированная коллекция посвященная ДНЮ РОЖДЕНИЯ сети ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО совместно с порталом SUPER.RU



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Сугацкая Светлана

Директор по маркетингу

Глобал Дент

@sugatskaya_svetlana

+79261620221