



KOTEX



**КОТЕХ РОМЕ ТЕСН:
ТЕХНОЛОГИЧНОЕ РЕШЕНИЕ
ДЛЯ НЕУЛОВИМЫХ АУДИТОРИЙ**

КАК НАЙТИ НЕУЛОВИМЫХ?

Kotex

Цель:

привлечь новое поколение потребителей (девочек 11-15 лет) в момент их первого выбора средств гигиены, обеспечив рост продаж линейки Kotex Young.

Задачи

Идентифицировать и охватить две узкие аудитории - мам девочек 11-15 лет и самих девочек 11-15

Вырастить знание бренда и линейки Kotex Young среди девочек 11-15

Вырастить знание и рассмотрение Kotex Young у мам для покупки своей дочке 11-15 лет

Снять эмоциональный барьер у мам: помочь начать разговор с дочерью. Девочкам рассказать, что месячные – естественный этап взросления, и с мамой можно говорить открыто.

Почему важно бизнесу?

В категории женской гигиены лояльность начинает формироваться с первой покупки.

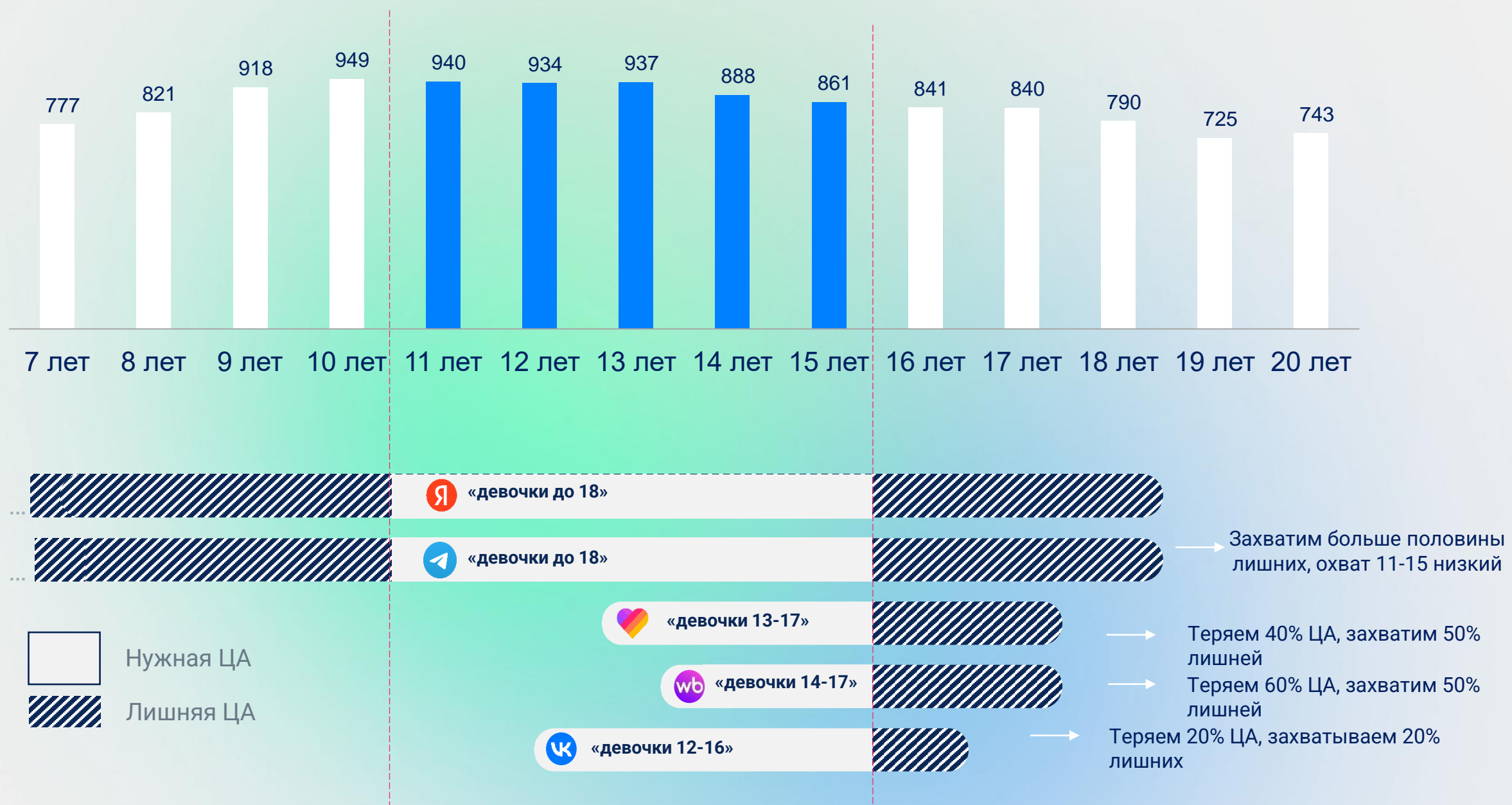
Без точной идентификации любые коммуникационные усилия остаются размытыми или не достигают цели

39%

мам дочерей 11-15, у которых еще не было месячных, вообще не обсуждают эту тему с девочками

Вопрос задавался мамам дочек, у которых ещё нет месячных

НАЙТИ В МЕДИА НАШУ АУДИТОРИЮ НЕПРОСТО



ВОЗМОЖНОСТИ ТАРГЕТИНГОВ ПЛАТФОРМ (ДЕВОЧКИ 11-15 ЛЕТ)

STABLE ID: КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Kotex



**Телеком
провайдеры**



ID Found

Для регистрации в сервисах требуется ID пользователя, связанный с подтвержденными персональными данными: электронная почта(ы), телефон(ы) — этот ID хешируется, хранится и используется компанией.



**Финансовые
сервисы**



ID Tracking

Действия пользователя (просмотры, клики, покупки) могут быть связаны с ID. Один и тот же ID может использоваться на веб-сайте, в приложении, в физическом магазине и т. д.



**Оффлайн/
онлайн
ритейлеры**



Kotex POME Tech

Решение строилось на выявлении связки «родитель — ребенок» с использованием нескольких типов данных

- ✓ данные телеком-операторов T2 AdTech: звонковая и интернет-активность в Mobile/WiFi
- ✓ геопространственное поведение, включая совместные поездки
- ✓ состав домохозяйств StableID
- ✓ транзакционная ОФД-аналитика, например оплата курсов и репетиторов.



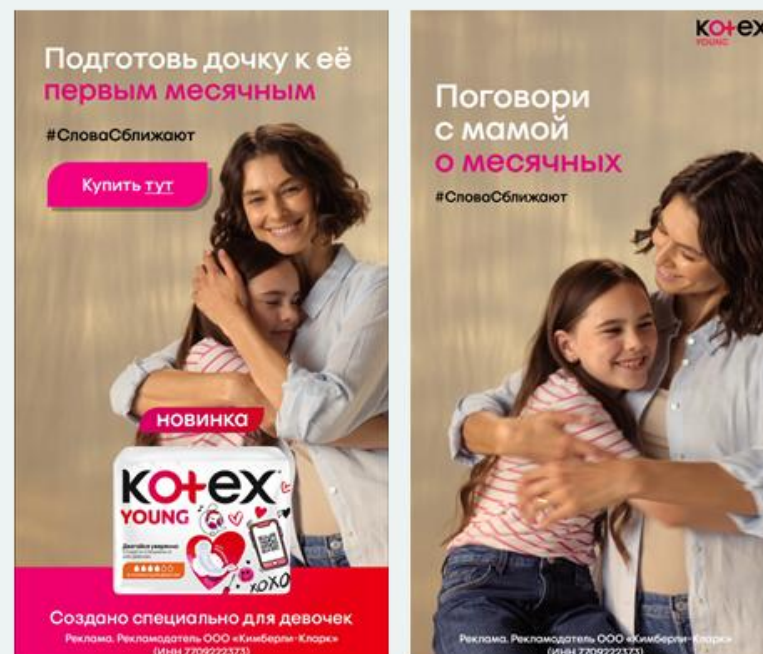
ДВЕ КОММУНИКАЦИИ: **МАМАМ** – ВАЖНОСТЬ ДИАЛОГА О ПЕРВЫХ МЕСЯЧНЫХ, **ДЕВОЧКАМ** – ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ + С МАМОЙ МОЖНО ГОВОРИТЬ ОТКРЫТО

Kotex POME Tech

Рекламная кампания
#СловаСближают

- ✓ Период: 20.10 - 30.11 2025
- ✓ Медиа партнер – Redllama
- ✓ ЦА: мамы 30-55 с дочками 11-15 лет
Девочки 11-15 лет
- ✓ Посадочная: Ozon

Коммуникация



Для мам

Для девочек

Замеры

Verification: Mediascope

Brand Lift:



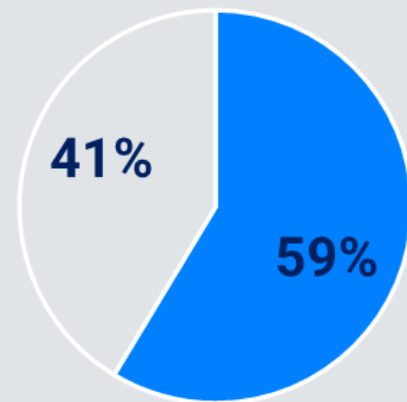
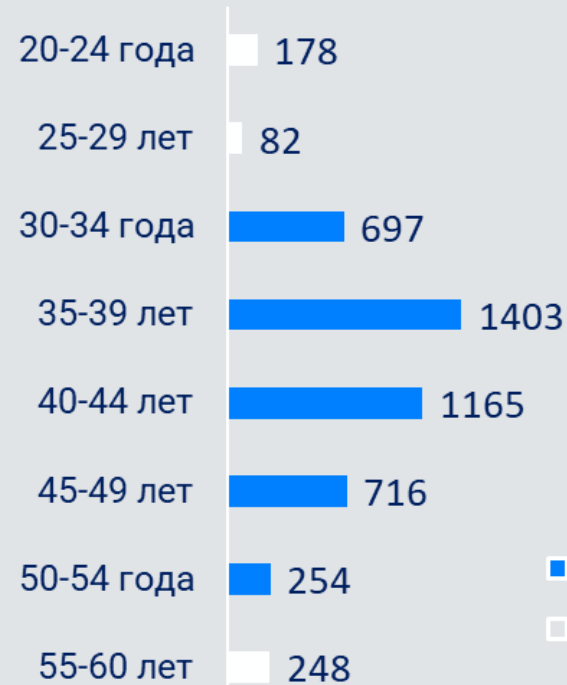
Conversions to Sales:

«КОТЕХ РОМЕ ТЕСН» - МАСШТАБНОЕ РЕШЕНИЕ: ОХВАТИЛИ ~60% МАМ И КАЖДУЮ 6-Ю ДЕВОЧКУ В РОССИИ

Мамы, 30-55 с девочками 11-15 лет

Общая численность населения в России
4 297 136

Охват кампании (верифицировано)
2 520 472

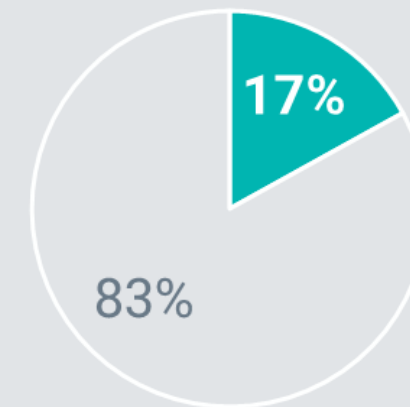
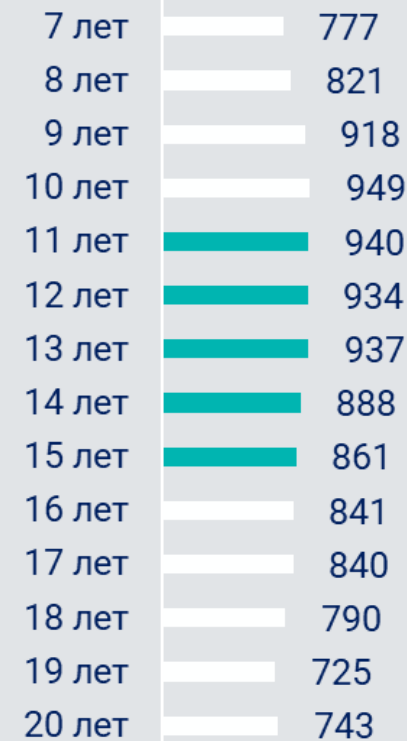


■ Охвачены рекламной кампанией
□ Не охвачены рекламной кампанией

Девочки 11-15 лет

Общая численность населения в России
4 559 705

Охват кампании
773 443

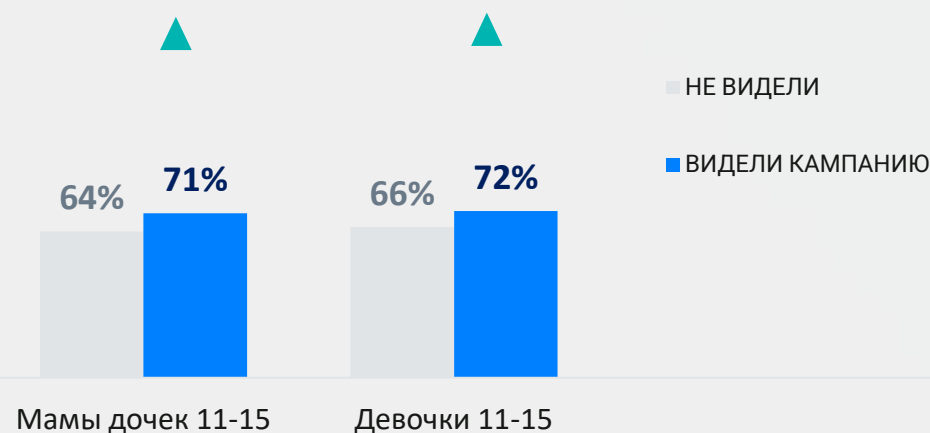


■ Охвачены рекламной кампанией
□ Не охвачены рекламной кампанией

РЕЗУЛЬТАТЫ BRAND LIFT: ЗНАЧИМЫЙ РОСТ ЗНАНИЯ И РАССМОТРЕНИЯ ЛИНЕЙКИ KOTEX YOUNG СРЕДИ МАМ И СРЕДИ САМИХ ДЕВОЧЕК 11-15

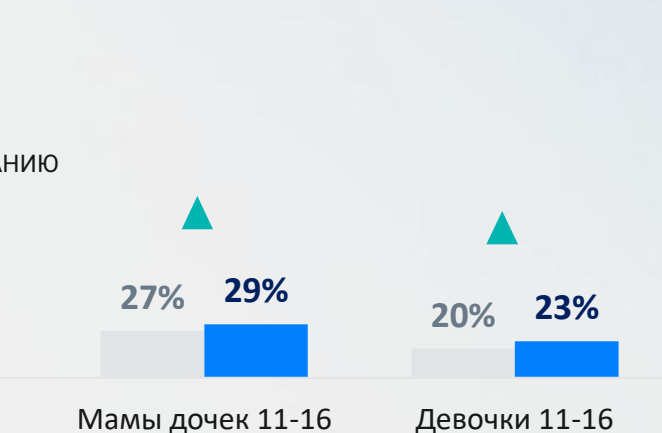
BRAND AWARENESS

Какие марки женских прокладок Вы знаете?



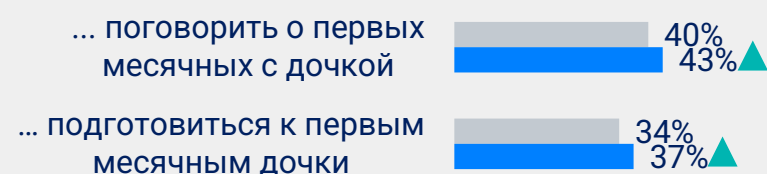
BRAND CONSIDERATION

Женские прокладки каких марок Вы рассматриваете для покупки (девочкам) / для покупки своей дочери (мамам)?

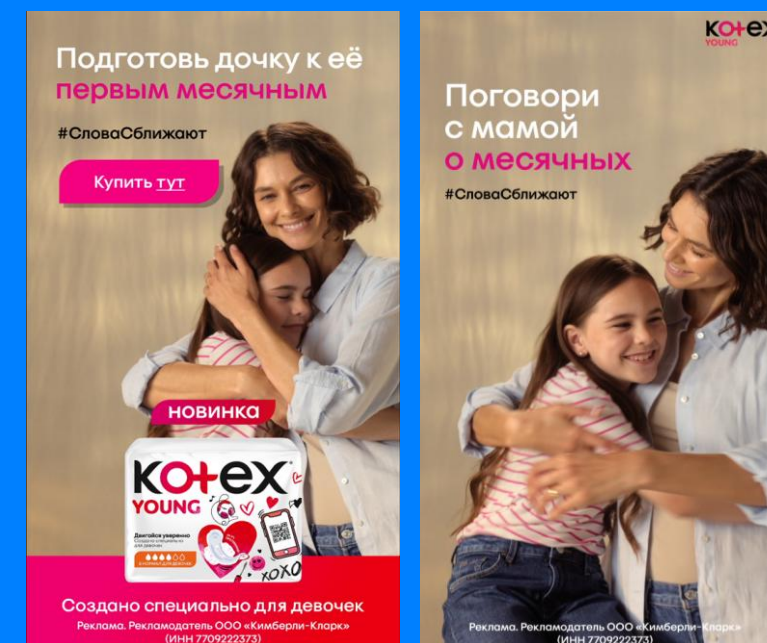
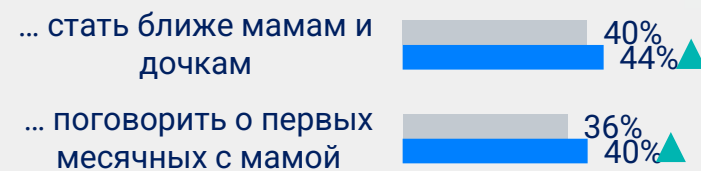


МАМЫ ДЕВОЧЕК 11-15

Выберите утверждения, которые соответствуют Kotex Young: Kotex Young помогает ...



ДЕВОЧКИ 11-15



Ключевые сообщения достигли цели:

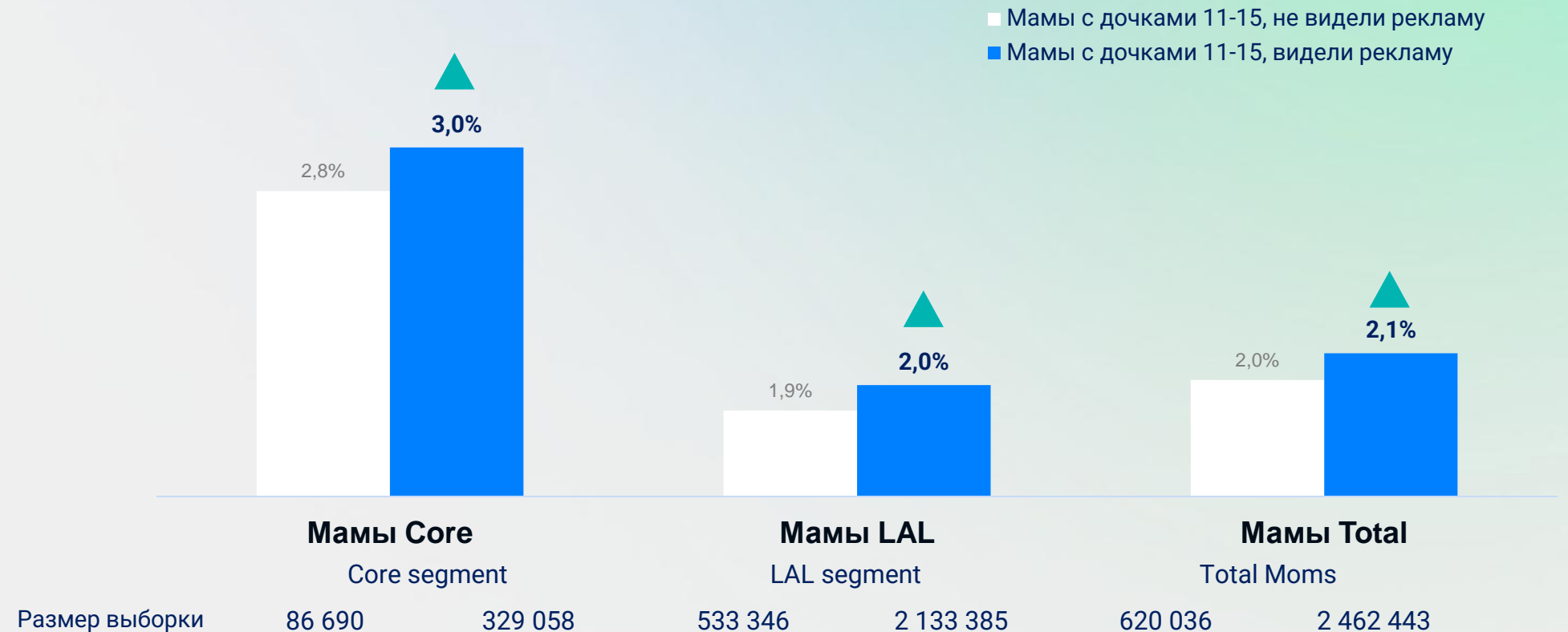
линейка Kotex Young стала ассоциироваться с первыми месячными, а бренд – с помощником в построении диалога между мамами и дочками

РЕЗУЛЬТАТ ПРОДАЖ: РОСТ CONVERSION RATE & ПРОДАЖ КОТЕХ СРЕДИ МАМ, ОХВАЧЕННЫХ РК. ЗНАЧИТ МЫ РАБОТАЛИ С ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫМИ СЕГМЕНТАМИ

Up to*

12.0
ROAS

* Анализ конверсии проводился на основе транзакций, охватывающих 18-20% рынка. Экстраполяция влияния продаж на общий рынок дает ROAS ~12,0.



group4media

**ЕЩЕ БОЛЬШЕ КЕЙСОВ
И АНАЛИТИКИ В
НАШЕМ ТГ-КАНАЛЕ**

