

**Off trade promo. Brief**  
**Russia**  
**First wave 2016**



**Jägermeister**

*Feb 2016*

# Бренд Jägermeister

- Высококачественный премиальный крепко алкогольный напиток
  - Не входит не в одну стандартную категорию – нет прямых конкурентов
  - Уникальный состав и производство
  - ICE COLD SHOT – уникальный способ потребления, охлажденным до -1

## Уникальное торговое преимущество:

56

12

383

-18

- натуральных ингредиентов: трав, корней, фруктов, цветов
- месяцев выдержки в дубовых бочках
- проверки качества в производственном цикле
- идеальная подача - ice shot

**Ассортимент:** 0.04l, 0.2l, 0.5l, 0.7l, 1.0l



# Потребитель и ситуации потребления

## Потребитель:

**Молодой парень 19-29 лет о средним доходом\***

- Житель крупного города
- Амбициозный
- Социально-активный

## Потребители выбирают Jagermeister, чтобы\*\*:

- Отпраздновать, оторваться с друзьями -> как ром, текила, водка
- Выделиться, удивить друзей -> как виски
- Делать шоты просто -> как текила, водка



**Потребители Ягермайстера = потребители импортного  
алкоголя из категории виски, ром, текила**

**Размещение рядом с категорией рома, текилы, виски**



# Цели и задачи проекта

## Цель:

- повысить узнаваемость бренда
- вывести бренд из «скучной» категории ликеров,
- коммуницировать правильную подачу ЯМ\*
- увеличить продажи

## Задачи:

- Познакомить потребителя с брендом посредством дегустации
- Информировать потребителя о продуктовых особенностях (12, 56, 383) и имиджевых характеристиках бренда (для друзей, для вечеринок)
- Обучить потребителя правильному потреблению/ подачи Jägermeister – в сильно охлажденном виде (до -18°C) – ледяной шот
- Стимулировать покупку

## Целевая аудитория в магазинах:

- Современное/городское население 18 – 40 лет
- Мужчины / женщины: 80% / 20%
- Потребители импортного алкоголя из категории виски, ром, текила.



# Механика: консультация

---

**Персонал:** промоутер

**Расположение:** в алкогольной секции (рядом с категорией виски, рома, текилы)

**Задачи:**

- Идентифицировать ЦА\* (в магазине подходят к категории рома, текилы, виски)
- Предложить попробовать ЯМ
- Проводить к стойке с дегустацией, параллельно выяснить по какому случаю ПП собирается приобрести алкогольный напиток

\*Целевая аудитория



# Механика: дегустация

**Персонал:** бармен

**Расположение:** за стойкой в зале магазина (на входе в секцию с премиальными крепко алкогольными напитками/рядом с категорией рома/текилы/виски)

**Задачи:**

- Привлекать внимание ПП путем барменского трюка/фокуса/флейринга
- Провести дегустацию продукта из тап-машины
- Узнать о случае приобретения алкогольного напитка и, в зависимости от ответа, сделать акцент на сценарии (1) или сценарии (2), подробнее слайд 7:

**Сценарий (1):** Рассказать о ситуациях потребления (в компании друзей, на вечеринке)

**Сценарий (2):** Информировать потребителя об уникальных свойствах Ягермайстера (56, 12, 383)

- Идеальная подача – ice cold shot – заморозить бутылку за 3 часа до потребления
- Добавить свою личную историю, связанную с брендом, выразить свое положительное отношение к продукту, подробнее слайд 8.
- Анонсировать механику «подарок за покупку»

**Дегустация:**

- в чистом виде, в коктейлях (менее 15% - с тоником, для тех кто наотрез отказывается пить крепкий алкоголь в чистом виде)

**Оборудование:**

- Промо стойка, тап-машина и ролл-ап в алкогольном отделе

**!!!Для проведения дегустации необходимо подключение к электричеству!!!**

В ходе промо используется тап-машина (охлаждающий агрегат).

На дегустации используется ТОЛЬКО замороженный продукт.



# Подарок за покупку

## Механика выдачи подарков

**Персонал:** промоутер

**Расположение:** закассовая зона, кроме МЕТРО, где подарки выдает ЦВП

**Задача:**

- вручить подарок за покупку согласно описанной ниже механике.
- Поблагодарить за покупку
- Коммуницировать ледяной способ потребления «Не забудь за 2-3 часа перед употреблением положить бутылку в морозилку»

**Дегустации + ПЗП**

При покупке ЯМ:

0,5 – Шот на цепочке / открывалка на цепочке

0,7 – Набор из 3-х шотов (в коробочке)

1,0 – Фляжка

3 бут. любого литража – толстовка



**ВАЖНО:**

- За покупку в магазине 0.7 в любой ПУ выдача подарка не производится.



# Основные направления развития диалога:

## Промоутер | Бармен



90% Покупатель ЯМ в момент речи



Алгоритм передачи обязательной информации



Алгоритм передачи дополнительной информации



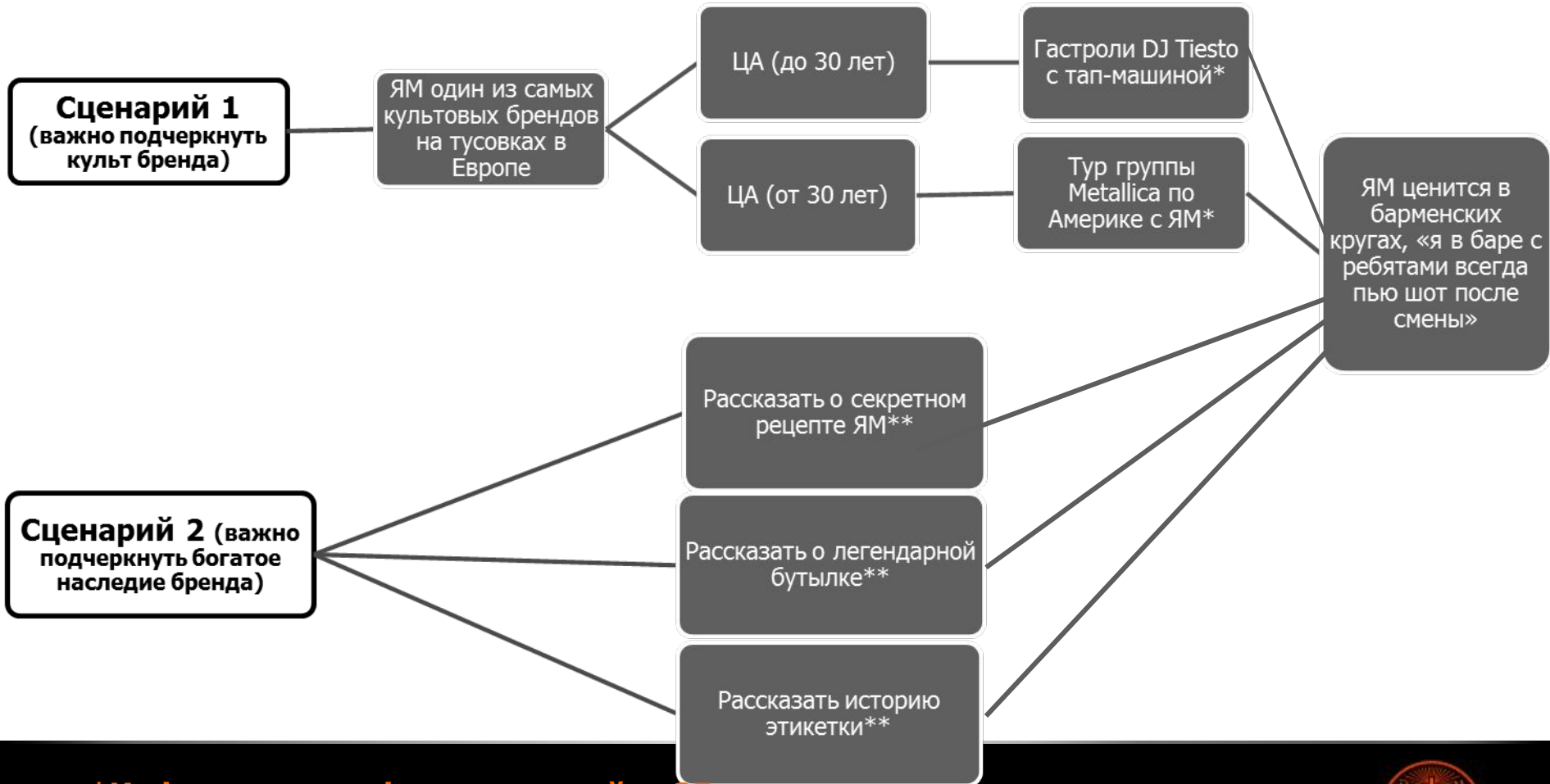
Фокусная информация





# Основные направления развития диалога:

## Бармен



\*Информация по фактам на слайде 35

\*Информация по фактам в видеоролике (слайд 21)



# Речь

**Должна соответствовать позиционированию бренда:  
стиль – неформальный, тон – дружеский (без сленга)**

~~Здравствуйте, меня зовут Мария. Сегодня мы проводим дегустацию бренда Ягермайстер и хотели бы Вас пригласить попробовать...~~

~~Подскажите, пожалуйста, а по какому случаю Вы хотите купить алкогольный напиток сегодня?..~~

~~Подскажите, пожалуйста, а Вы когда-нибудь пробовали Ягермайстер?..~~

Привет, меня зовут Маша. Сегодня в магазине бармен одного из крутых заведений Москвы проводит дегустацию Ягермайстера! Пойдем, попробуешь?...

Судя по тому, что ты выбирал ром/текилу/виски ты собираешься сегодня на тусовку, угадала? Как вовремя мы встретились!...

Не может быть, чтобы ты никогда не пробовал Ягермайстер! Сейчас это самый модный напиток! /  
Неудивительно, что ты пробовал Ягермайстер, сейчас он самый популярный ледяной шот в модных барах города! Надеюсь, ты пил его в ледяном виде?...



# Речь

**ЗАПРЕЩЕНО** во время промо использовать следующие слова и выражения:

- похож на Бехеровку
- пить с чаем
- имеет лечебный эффект
- хорош для пищеварения
- полезен для здоровья
- ЯМ нравится людям «по старше» (любая ссылка на возраст от 40 лет в контексте потребления продукта и его предпочтений «ЯМ можно подарить бабушке/дедушке» и т.п.)
- состоит из трав. (имея в виду только травы)

**ЗАПРЕЩЕНО** называть Ягермайстер бальзамом, биттером, эликсиром, настойкой, дижестивом. Избегать любое определение продукта к категориям, на вопрос «А к какой категории относится данный напиток?» Отвечать – «По продуктовым особенностям ЯМ ближе к категории ликеров, по ситуации потребления – к категории рома, текилы, виски»

**ВАЖНО и НУЖНО: Правильно произносить название бренда Я-Г-Е-Р-М-А-Й-С-Т-Е-Р (ударение на третий слог)**



# Требования к персоналу

## Промоутер (консультант) – это амбассадор!

### Кто это:

посланник, представитель бренда, вовлекающий потребителей в его атмосферу. Это человек, хорошо знающий рынок алкоголя и активно рекомендуемый продукт; основная задача - продвижение и визуализация бренда в головах потребителей.

**Пол:** женский

**Рост:** от 165 см

**Размер одежды:** 42-44

**Фигура:** Стройная

**Внешний вид:** опрятная, аккуратная, ухоженная

**Необходимые качества:** харизматичность, эмоциональность, энергичность, целеустремленность, эрудированность, ответственность.

**Обязательно:** действующая мед.книжка

**Речь:** без акцента, грамотная, без слов-паразитов

**Дополнительно:** правильно выражает мысли, реагирует на вопросы позитивно, спонтанно, идет на контакт, имеет позитивное отношение к жизни



Промо форма  
для промоутера

Промо форма  
бармена: черная  
рубашка + барный  
фартук

**Важно!** KPI's по продажам: 18 бут./промо-день

# Требования к персоналу Бармен

**Бармен** – это эксперт алкогольного рынка, самых значных мест города, самых крутых тусовок, Opinion Leader!

**Пол:** мужской

**Рост:** от 175 см

**Размер одежды:** 42-46

**Фигура:** Стройный

**Внешний вид:** опрятный, аккуратный, ухоженный

**Необходимые качества:** харизматичность, эмоциональность, уверенность в себе, энергичность, эрудированность, БРУТАЛЬНОСТЬ (тату, модные стрижки, борода)

**Обязательно:** действующая мед.книжка

**Речь:** без акцента, грамотная, без слов-паразитов

**Дополнительно:** правильно выражает мысли, реагирует на вопросы позитивно, спонтанно, идет на контакт, имеет позитивное отношение к жизни

**Промо форма:** черная рубашка с закатанными рукавами + барменский фартук

**Из своего приветствуются** кожаные браслеты с металлическими вставками, цепочки, подвязки в таком же стиле.



# Бармен

---

## **График работы:**

Пятница 16:00 – 21:00

Суббота 15:00 – 20:00

## **Промо дни:**

Москва – 48 промо дней (с 4.03 по 18.06)

Санкт-Петербург – 30 промо дней (с 4.03 по 18.06)

Екатеринбург – 24 промо дня (с 4.03 по 21.05)

Ростов-на-Дону – 18 промо дней (с 4.03 по 30.04)

Новосибирск – 12 промо дней (с 1.04 по 07.04)

Казань – 12 промо дней (с 18.03 по 23.04)

## **Заработная плата:**

Москва, Санкт-Петербург – 3 000 р. + 1000 р. (бонус за постоянство работы, выплачивается раз в месяц)

Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Новосибирск, Казань – 2 000 р. + 1000 р.

## **Сети НКА:**

Окей, Метро, Карусель



# Обязанности персонала

## Дисциплина:

- строго соблюдать временные рамки работы
- вести себя надлежащим образом, не вступать в конфликты ни с посетителями, ни с персоналом магазина. В случае возникновения конфликтной ситуации, постараться всеми способами ее избежать и сообщить о случившемся супервайзеру/ менеджеру проекта.

## Коммуникация:

- анонсировать акцию представителям ЦА
- направлять диалог с потребителем согласно механике
- неукоснительно соблюдать речевой регламент, описанный в презентации
- общение должно быть ненавязчивым, дружелюбным
- проводить дегустацию только из тап-машины, охлажденным до -18

## Внешний вид:

- все элементы промо формы должны быть надеты, любые дополнительные предметы одежды (шарфы, платки и т.п.) должны быть исключены на время проведения акции
- не надевать украшения (кроме обручального кольца, крестик и др. религиозные атрибуты должны быть спрятаны под формой). Допускаются только кожаные браслеты с металлическими вставками, аналогичные украшения на шею.
- волосы должны быть чистыми, уложены
- макияж должен быть броским, но не вызывающим
- маникюр однотонный, желателен светлый/телесный тон, из ярких разрешен только оранжевый/черный
- обувь должна быть чистой, черной, однотонной (не балетки, не тапочки, не ботфорты, не высокие сапоги)
- Носки, колготки под обувь должны быть черного цвета



# Мотивационная программа для промо-персонала

## Заработная плата (промоутеры):

- Гарантированная часть – месячный оклад  
Москва – 1745 р./день  
Санкт-Петербург – 1500 р./день  
Др. города – 1375 р./день
  
- Премияльная часть – бонус (ежемесячно)\*  
Москва – 1165 р./день  
Санкт-Петербург – 1000 р./день  
Др. города – 915 р./день

## Заработная плата (бармены):

- Москва – 3 000 р./день
  
- Премияльная часть – 1 000 р./день

\*Премияльная часть выплачивается, исходя из достижения KPI's (продажи - 18 бут./день) при условии постоянной работы (максимум 1 невыход/замена в месяц)  
При исполнении персоналом своих обязанностей, описанных в брифе

Порог выплаты премияльной части установлен с выполнения ежедневного плана продаж не ниже 72% (13 бут.)





# Штрафные санкции

Критерии	Штрафные санкции
∅ Задержка старта акции по вине промоутера от 5 до 15 мин.	∅ 25% от дневной ставки
∅ Задержка старта акции по вине промоутера более 15 мин.	∅ 100% от дневной ставки
∅ Отсутствие на рабочем месте в течении дня более 10 мин (рабочий перерыв). без какой-либо существенной причины	∅ 50% от дневной ставки
∅ Разговор с потребителями / промоутерами /по мобильному телефону на посторонние темы, не связанные с работой	∅ 50% от дневной ставки
∅ Разглашение конфиденциальной информации	Увольнение без выплаты З/П
∅ Покинуть рабочее место ранее запланированного времени без согласия Супервайзера / Менеджера	∅ Первично 50% от дневной ставки ∅ Повторно - 100% от дневной ставки
∅ Не анонсировать акцию, согласно механике	∅ Первично 50% от дневной ставки ∅ Повторно - 100% от дневной ставки
∅ Не следовать структуре контакта	
∅ Не дружелюбно вести диалог с покупателем	
∅ Пропускать ЦА	
∅ Проведение дегустации лицам не ЦА	∅ 50% от дневной ставки
∅ Не выход на работу, предупредив Супервайзера или Менеджера менее, чем за 48 (будних) часов до начала рабочего дня (выходные дни не учитываются)	Увольнение без выплаты З/П
∅ Неаккуратный внешний вид промоутеров (плохо поглаженная или порванная униформа, не соответствие стандарту обуви, неаккуратный/ яркий маникюр, неаккуратный/ яркий макияж, броские любые свои украшения, колготки не телесного цвета, торчащие лямки от бюстгальтера и т.п.)	∅ 50% от дневной ставки
∅ Участие в других промо акциях проходящих в магазине, обмен рекламными материалами, вынос/кража POS-материалов	∅ Увольнение без выплаты оклада и бонуса

# Основные задачи агентства:

## Персонал:

- Предоставить персонал к старту акции (подходящий по всем требованиям, описанным в брифе)
- Проинструктировать персонал по брифу, написать речь для персонала, согласовать ее с заказчиком
- Провести обучение персонала по продукту (в случае отсутствия возможности провести тренинг по продукту у представителя бренда)
- Осуществлять контроль над работой персонала
- Информировать заказчика о любых нарушениях, связанных с деятельностью персонала во время работы, а также накладывать штрафные санкции на персонал в зависимости от нарушения (согласовав предварительно с заказчиком).

## Рекламные материалы:

- Производство рекламных материалов (далее РМ) необходимых для старта акции
- Следить за наличием РМ и сообщать минимум за 5 дней в случае их отсутствия заказчику
- Доставлять РМ в точки заблаговременно до старта акции
- Контролировать целесообразность использования РМ
- Следить за качеством работы тап-машины, проверить ее перед стартом акции
- Своевременно сообщать о повреждениях РМ (стойки, тап-машины).

## Отчетность:

- Присылать отчетность и фотоотчет по проведенным акциям не позднее вторника 15:00 следующей недели (формат согласован)
- Фиксировать все комментарии, предложения, замечания по работе персонала, механике проведения акции



# Презентация по бренду



**Jägermeister**



**56**

**12**

**383**

**-18**

## **Movie: Company & product**

<http://www.youtube.com/watch?v=H2jK2n8w7cs&feature=youtu.be>

# Jägermeister's USP

## Уникальное торговое преимущество

**Ягермайстер – премиальный крепкоалкогольный напиток, высочайшего качества**

**Не входит ни в одну из стандартных алкогольных категорий – нет прямых конкурентов \***

**Уникальный состав и производство**

**ICE COLD SHOT - уникальный способ употребления, охлажденным до  $-18^{\circ}$**

**ICE COLD SHOT для компании настоящих друзей и горячей вечеринки**



# Основные факты: **Компания**



## **Давние традиции**

основана более 130 лет назад, в 1878



## **Семейный бизнес**

находится во владении одной семьи с момента  
основания



## **1 продукт**

фокус исключительно на Jägermeister



# Мировая История

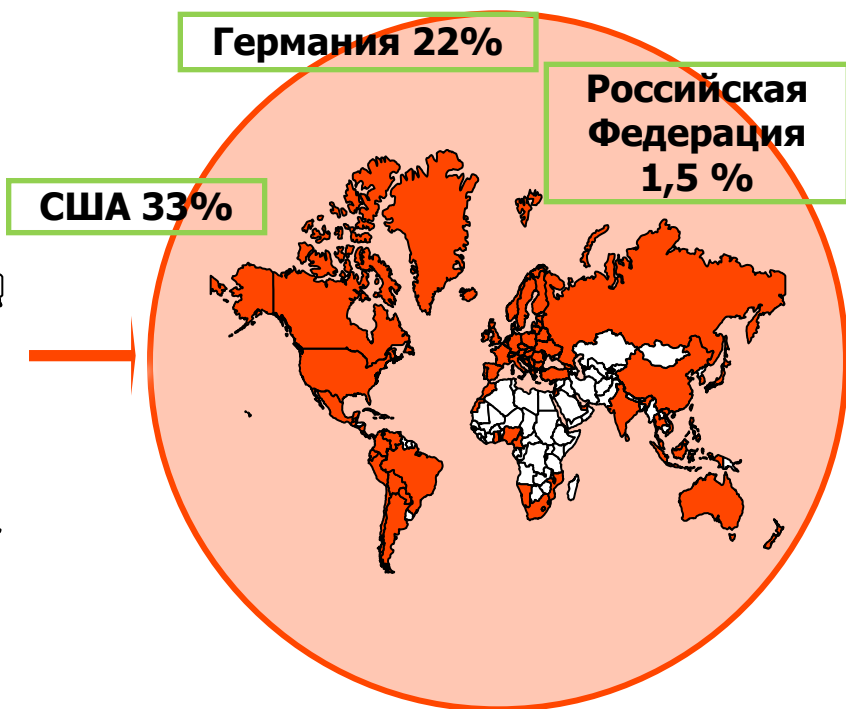
## Из Вольфенбюттеля по всему Миру



1935



1960



2014

**В более, чем 100 странах по всему миру**

- Мировые продажи – около 7 млн . 9л коробов
- Прирост продаж за последние 5 лет – более 100%





# Сколько это?

## Сколько шотов в год ?

9л. короб /год	6.9 млн.
Бути <sup>ОВ</sup> лок (70cl)/год	88,714,286
Шотов /бутылке (70cl)	35
<b>Шотов/год</b>	<b>3.105.000.000</b>

**Сколько секунд в году ? 31.536.000**

**Сколько шотов в секунду ? 98!!!**



# Инновационная бутылка

## Эталон

- Уникальная бутылка, прочность которой воплощает ее содержание: символ аутентичного мастерства.
- Девиз:  
«Честь для охотника защищать и оберегать диких животных, охотиться мужественно, почитать Создателя и его созданий»



# Основные факты: **Продукт**



**56 натуральных компонентов**

уникальный, неповторимый вкус



**12 месяцев**

выдержка в дубовых бочках



**383 проверок на качество**

гарантия мирового качества



# Рецепт

## Уважение к уникальному вкусу



- Вкус Jägermeister очень сложный и слегка пряный
- Jägermeister характерны нотки цитрусовых, имбиря и звездчатого аниса, которые сопровождаются приятным травяным ароматом
- Чистый и натуральный вкус соединен с сильным и твердым характером



# Jägermeister

## Уникальный способ потребления

- ✓ Уникальный способ употребления -  
**ICE COLD SHOT** – охлажденным до **-18°**.

Пьется в чистом виде, в шотах.

Для этой подачи необходимо заранее  
очень сильно охладить бутылку и шот.

- ✓ Бутылку нужно поместить в морозилку на  
3-4 часа.
- ✓ Шоты влажными помещают в морозильную  
камеру.



# Jägermeister

## Тап-Машина

- **более 130 000 Tap-machine** продано за последние 10 лет в мире
- **увеличивает продажи** в баре как минимум в 3-5 раз
- **удобна** в использовании и проста в обслуживании
- **охлаждает** Ягермайстер до нужной температуры, что придает ему уникальный незабываемый вкус
- **экономит время** бармена на обслуживание гостей
- **1000 тап машин** размещено в России



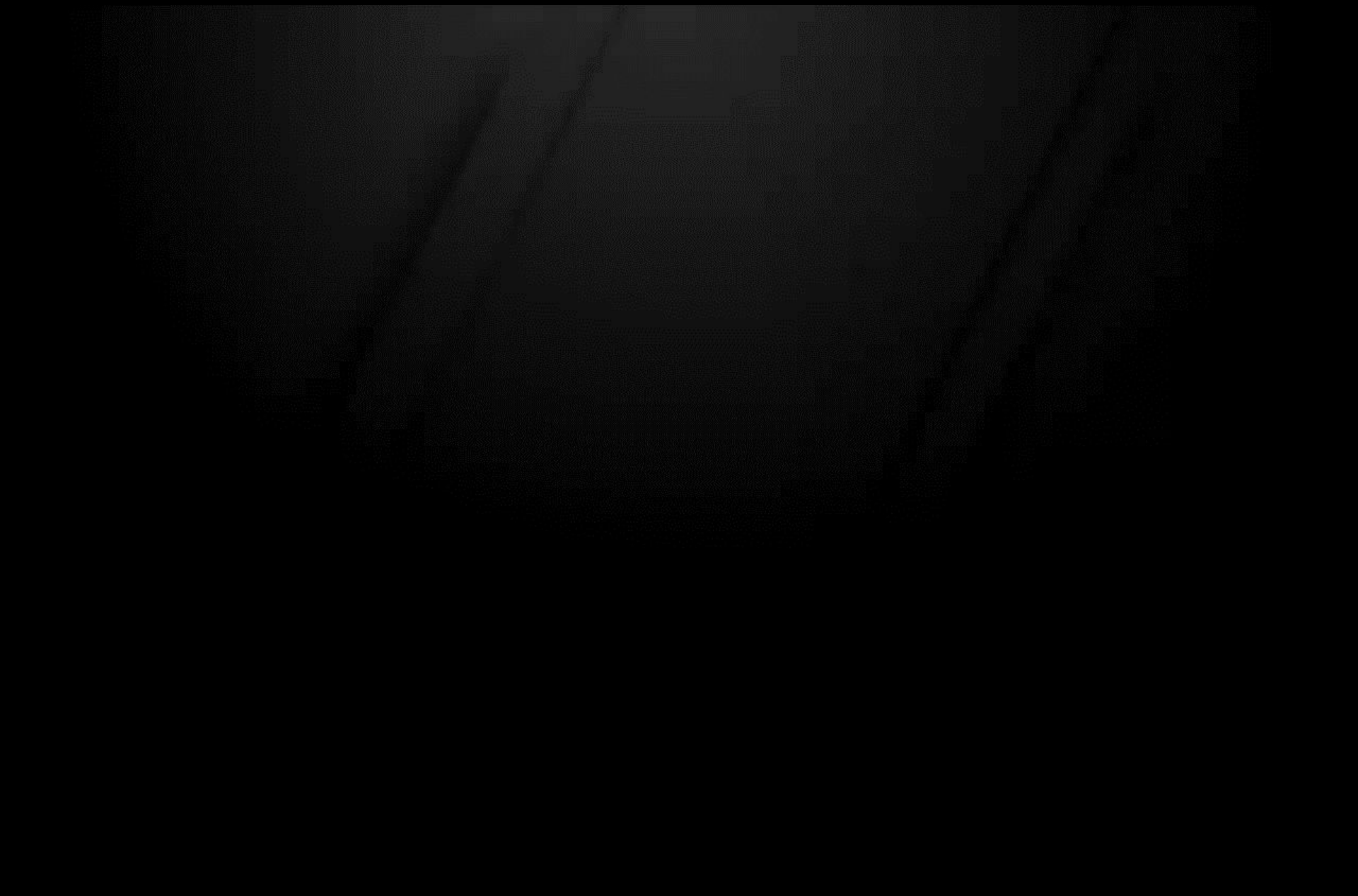
# Jagermeister

## Уникальные концепции продвижения

Ягеретки в клубах и барах всего мира



## Movie: bar storming Russia 2013





**USA TV spot 2013 „Stronger Bond“**

**[http://www.youtube.com/watch?v=1b0oh\\_2L3DE](http://www.youtube.com/watch?v=1b0oh_2L3DE)**



# Jaegermeister в фильмах

## Культовый бренд

**Мальчишник в Вегасе:** <http://www.youtube.com/watch?v=WLqzff1fjJc>

**Сезон убийств:** <http://www.youtube.com/watch?v=pHhAjBqIpbs>



# Jagermeister

## Культовый бренд

**DJ Tiësto совершает концертные туры с тап-машиной:**

<http://www.youtube.com/watch?v=DuT0eMeP1Gk>

**DJ Tiësto & Swedish House Mafia пьют Ягермайстер**

<http://www.youtube.com/watch?v=zn9I7HYQjwc>

**James Hetfeild солист группы Metallica брендирует свою гитару логотипом и обращает за спонсорством их группы продуктом**





**56** **Натуральных  
ингредиентов:**  
трав,  
цветов,  
корений и  
фруктов

**12** **Месяцев  
выдержка в  
дубовых  
бочках**

**383** **Проверки  
качества в  
производст  
венном  
цикле**

**-18** **Идеальная  
подача –  
ледяной шот**

**Спасибо за  
внимание!**



*Feb 2016*

**Jägermeister**

