



PURE LINE | ЧИСТАЯ ЛИНИЯ

ИДЕАЛЬНАЯ
КОЖА

BUSINESS CASE



ИНСТРУКЦ

ИЯ Кейс решается в командах по 3-4 человек:

- Необходимо придумать название команды и записать **имя и фамилию** каждого члена команды в листе участников
- **Распределение времени:**
 - На прочтение, решение задачи и подготовку презентации на флипчартах команде дается 25 минут.
 - На решение задачи командам дается по 5 минут
 - 3 минуты на выступление
- **Команду победителей определяет жюри Unilever**

ВНИМАНИЕ! Все данные были придуманы специально для бизнес-кейса и не соответствуют действительности



ИСТОРИЯ БРЕНДА



Unilever

с 1996



22 ГОДА
В РОССИИ

ЧИСТАЯ
ЛИНИЯ

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ — ЭТО



10 600 000

лояльных потребителей
шампуней



9 500 000

лояльных потребителей
в средствах по уходу за
лицом



**5 продуктов Чистой
Линии**

продаются к каждой женщине в мире



Каждая 4ая женщина в России

использует шампуни «Чистая Линия»
использует средства по уходу за лицом Чистая Линия



ЧИСТАЯ ЛИНИЯ — ЭТО



#1 по внедрению продуктов на рынок
в средствах по уходу за лицом и
шампунями



«ИДЕАЛЬНАЯ КОЖА»

В России запущена новая линейка «Идеальная кожа» для молодой целевой аудитории



Unilever



- Идеальная кожа – мечта каждой девушки! Поэтому специалисты бренда ЧИСТАЯ ЛИНИЯ создали серию средств Идеальная кожа для разных типов кожи, чтобы помочь девушкам достичь совершенства.
- В основе косметики **100%** натуральная основа.
- В состав очищающих средств и кремов ЧИСТАЯ ЛИНИЯ Идеальная кожа вошли природные экстракты таких растений, как: мята, ромашка, чайное дерево, эвкалипт, зеленый чай, морошка, гранат, а также цинк, глина, вулканические минералы и многое другое.
- Благодаря полезным свойствам этих компонентов, Ваша кожа становится идеально ровной, матовой и бархатистой. Все компоненты средств серии Идеальная кожа тщательно подобраны и сбалансированы между собой так, чтобы обеспечивать уход за кожей.
- В серию кремов Идеальная кожа вошел также ВВ-крем, который подстраивается под индивидуальный тон кожи, матирует, увлажняет и выводит токсины из кожи.



ИДЕАЛЬНАЯ КОЖА



Unilever

Топ продукты

~245 rub



~149 rub



~91 rub



~103 rub



~176 rub



~181 rub



~175 rub



~71 rub



Dry Normal

Problem skin

ЧИСТАЯ
ЛИНИЯ

МИССИЯ ЛИНЕЙКИ «ИДЕАЛЬНАЯ КОЖА»



Unilever

Чтобы сохранить свою красоту в будущем,
необходимо **ЕЖЕДНЕВНО** ухаживать за
кожей лица уже сейчас



ЗАДАЧА КЕЙСА



РАЗРАБОТАТЬ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ И ДОВЕРИЯ БРЕНДА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ С ПОМОЩЬЮ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ. ДОНЕСТИ МИССИЮ ЛИНЕЙКИ ДО МОЛОДЫХ ДЕВУШЕК.

В СВОЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ ВЫ ДОЛЖНЫ ОТРАЗИТЬ:

- 1) Конкурентов линейки в молодежном сегменте ухода за лицом в схожем ценовом сегменте (3-5 брендов)
- 2) Портрет целевой аудитории
- 3) Предложить новые продукты в рамках такой линейки(исходя из информации о конкурентах, трендах, текущих продуктов и т.д.)? Как они будут выглядеть? Какая будет упаковка? Какие броские фразы вы на них напишете? Нарисуйте или опишите их(1-3 продукта).
- 4) Продвижение миссии линейки через каналы коммуникации. Придумайте слоганы. Опишите подробно(Ответ «через VK, Instagram, youtube и т.д. не принимается)

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Инновационность и креативность

Реализуемость

Фокус на потребителя и клиента

Качество анализа

Презентационные навыки

Презентационные навыки



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

МИЛЛЕНИАЛЫ ПОКОЛЕНИЕ Z



Unilever



ЧИСТАЯ
ЛИНИЯ

ФАКТЫ О

МИЛЛЕНИАЛАХ

Всегда на бегу
и с гаджетом

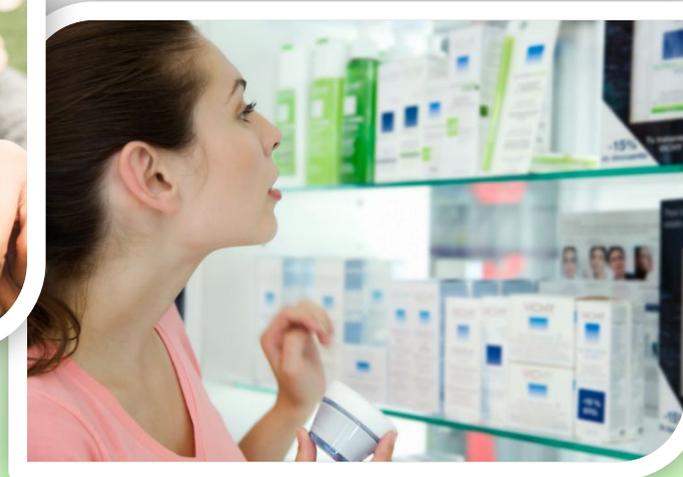
Покупают в небольших
количествах, локально,
чаще и онлайн

Легко привлечь уникальностью и
оригинальностью продукта

50% миллениалов
используют свои мобильные
телефоны для просмотра
отзывов о продуктах



Unilever



ЧИСТАЯ
ЛИНИЯ

ФАКТЫ О ПОКОЛЕНИИ Z

Внимание
удерживается 8 секунд

Смотрят и снимают
блоги/влоги

Любят пробовать что-то новое
из продуктов. Возможно по
рекомендации подруг/
блогеров

Любят помогать
миру



Unilever

Толерантны. Уважают
другие нации и
сексуальные
предпочтения



ЧИСТАЯ
ЛИНИЯ

ИНСАЙТ

«У меня в друзьях есть люди, которых я не видел вживую, но слежу за ними через ленту новостей. Я также смотрю то, что они лайкают и о чем пишут, и интересуюсь теми же брендами и страницами»

«Жизнь в конкурентной борьбе в мире безграничной онлайн-информации требует от меня обеспечения того, чтобы я сделал самый разумный выбор во всем, что я делаю. Там мне нужно связаться с экспертами в онлайн-мире, чтобы взять только лучшие решения, когда и где бы это было мне необходимо».

«Мир, в котором я живу сегодня, тяжелый - мы должны соревноваться за хорошие ресурсы и возможности в жизни. Чем быстрее я смогу улучшить свой внешний вид, тем быстрее появятся возможности. В наши дни мой мир красоты, мгновение - это новая валюта»



Y И Z ВСЕ ЕЩЕ ЧИТАЮТ ТЕКСТЫ

КАК

ПРЕДСТАВЛЯТЬ

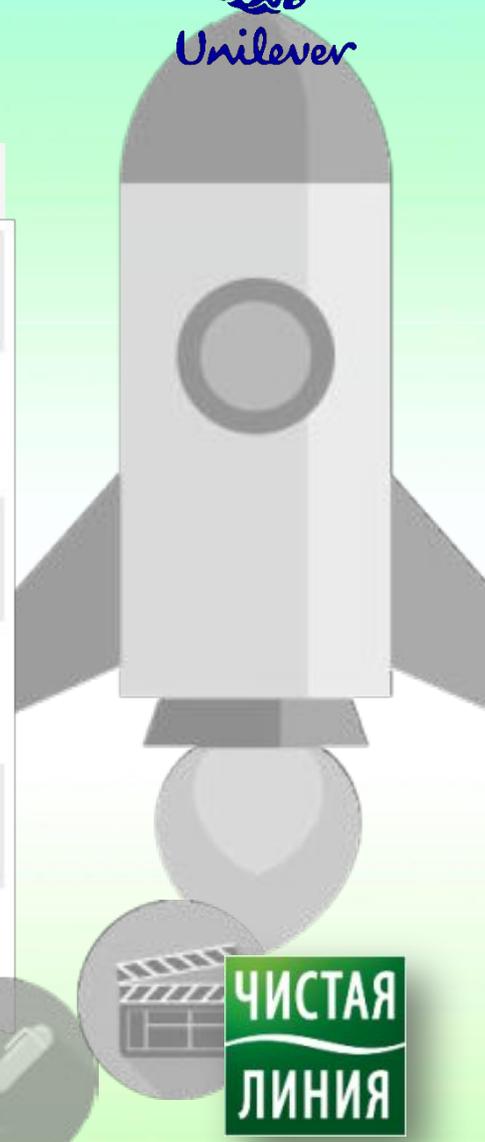
ИНФОРМАЦИЮ



ПОКОЛЕНИЕ

ПОКОЛЕНИЕ

	Запоминающийся текст (статья)	59%	51%
	Яркие фото/картинки/схемы	47%	49%
	Видео с участием известных людей	37%	34%
	Любительское видео с обычными людьми	25%	23%
	Смешное содержание информации	24%	25%
	Подкаст (аудиоматериал)	11%	16%



ТРЕНДЫ РЫНКА



Unilever



Корейская красота



УРАВИТЕЛЬСТВО



МАКСИМАЛЬНЫЙ ФОРМАТ

ЧИСТАЯ
ЛИНИЯ

ПРОДВИЖЕНИЕ



КРАСОТА НАЧИНАЕТСЯ
С ИДЕАЛЬНОЙ КОЖИ



АНАЛИЗ РЫНКА



Unilever

Спреи, аэрозоли сейчас растут.

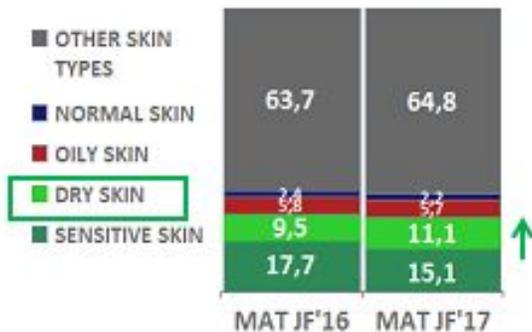
Сегмент «нормальная кожа» растет

Сегмент «для чувствительной кожи» занимает 2 позицию по возрастанию

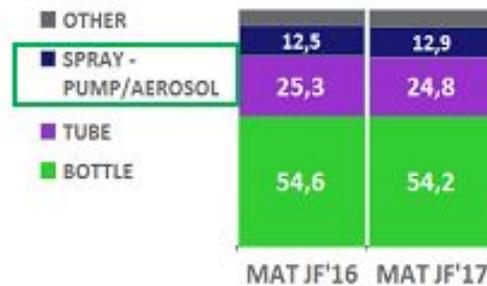
Лосьоны и тоники растут

	VS of segments 2017	VS of segment DELTA	PL share in 2017	PL share DELTA	WSD market delta	WSD PL delta	Off-take s market delta	Off-take s PL delta
LOTIONS/TONICS	40%	1,3	16%	3	0,3	128,9	-0,6	55
MILKS/EMULSIONS	12%	-0,5	9%	0,2	0,2	32,2	-1,0	-0,6
OIL CLEANSING	0%	0,02			1,4		-0,1	
OTHER CLEANSING	3%	-0,4			0,9		-3,4	
WATER CLEANSING	24%	-0,7	10%	0,3	-0,1	10,9	-1,2	-3

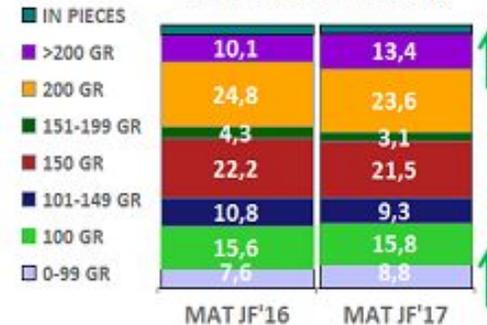
VALUE SHARE - National



VALUE SHARE - National



VALUE SHARE - National





Unilever

Информация, предоставленная в кейсе предназначена для развития профессиональных качеств и не является действительной

Далее доп.информация

БОЛЬШЕ ГАДЖЕТОВ?!



смартфон



планшет



ноутбук



компьютер

ПОКОЛЕНИЕ Y



94%

32%

59%

41%

ПОКОЛЕНИЕ Z



82%

21%

41%

32%

КАК ОБЩАЮТСЯ С ДРУЗЬЯМИ?



ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z



В социальных сетях

74%

По телефону

63%

Через мессенджеры

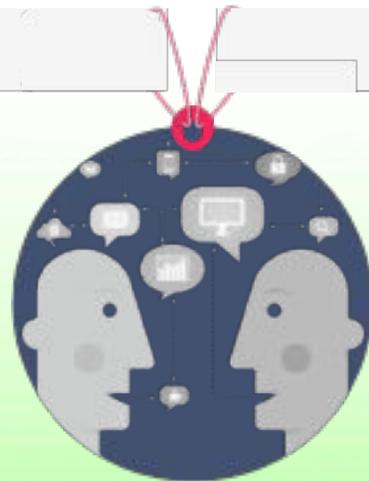
55%

Встречаюсь с друзьями лично

41%

По СМС

12%



В социальных сетях

78%

Встречаюсь с друзьями лично

66%

По телефону

40%

Через мессенджеры

19%

По СМС

10%

Y И Z ВЫБИРАЕТ VK И INSTAGRAM



Unilever



ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

99%



100 %

67%



61 %

41%



28%

31%



17%

24%



24%

21%



11%



74%

ПРОВОДЯТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
НЕСКОЛЬКО ЧАСОВ В ДЕНЬ



ЧТО ДЕЛАЮТ В СОЦСЕТЯХ?

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Листаю ленту новостей

79%

75%

Общаюсь с друзьями

71%

75%

Слушаю музыку

70%

76%

Сажу в группах

67%

68%

Смотрю видео

44%

37%

Пишу посты

37%

20%

Лайкаю чужие посты

30%

20%

Играю

12%

15%

Комментирую чужие посты

8%

7%

ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ В INSTAGRAM



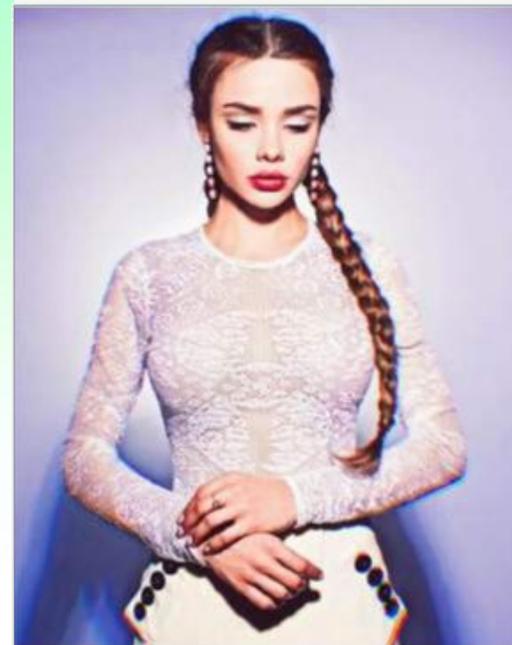
ПОКОЛЕНИЕ Y



Настасья Самбурская
Оксана Самойлова
Дмитрий Медведев
Сергей Шнуров

Тимати
Павел Воля
Иван Ургант
Ольга Медынич

ПОКОЛЕНИЕ Z



Маша Вэй
Катя Клэп
Ирина Блан
Данила Поперечный

ТЕМЫ, КАНАЛЫ И СПИКЕРЫ



РАЗВЛЕЧЕНИЯ И ЮМОР

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации

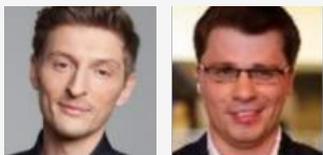


78% 49% 18%



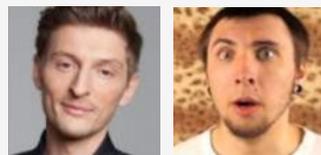
81% 55% 21%

Лидеры мнений



ПАВЕЛ ГАРИК
ВОЛЯ ХАРЛАМОВ

Руслан Белый
Стас Давыдов
Юрий Хованский



ПАВЕЛ МАКС
ВОЛЯ +100500

Данила Поперечный
Big Russian Boss
КликКлак



МУЗЫКА

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации

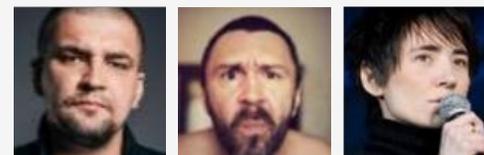


77% 41% 19%



80% 43% 18%

Лидеры мнений



БАСТА СЕРГЕЙ ЗЕМФИРА
ШНУРОВ

СПЛИН
Metallica



ЕГОР БАСТА ТИМАТИ
КРИД

МОТ
Охххумирон
Юрий Хованский

ТЕМЫ, КАНАЛЫ И СПИКЕРЫ



СПОРТ, ФИТНЕС И ЗОЖ

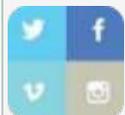


ГАДЖЕТЫ И ТЕХНОЛОГИИ

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации



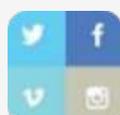
73%



33%



26%



71%



40%



18%

Лидеры мнений



АЛЕКСАНДР ОВЕЧКИН

Денис Семинихин
Денис Борисов
Екатерина Усманов
личный тренер



АЛЕКСАНДР ОВЕЧКИН



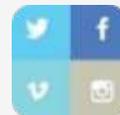
ЮЛИЯ СМОЛЬНАЯ

Лионель Месси
Криштиану Роналду
Наталья Водянова

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации



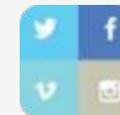
58%



45%



25%



78%



70%



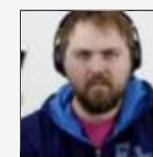
16%

Лидеры мнений



MOBILE REVIEW

TechZone
Борис Веденский



WYLSA.COM

TechZone

ТЕМЫ, КАНАЛЫ И СПИКЕРЫ



ЕДА, КУЛИНАРИЯ

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации



75% 28% 18%

72% 48% 20%

Лидеры мнений



ЮЛИЯ
ВЫСОЦКАЯ

Константин Ивлев
Oblomoff
Гордон Рамзи
Джейми Оливер



ЮЛИЯ
ВЫСОЦКАЯ ПОНЕДЕЛЬНИК

Обломов
Настя Рубик
Ника Белоцерковская

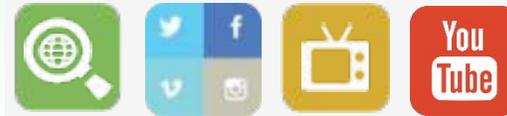


ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации



56% 45% 45% 26%

69% 46% 31% 30%

Лидеры мнений



Коммерсант



Gazeta.ru

ТЕМЫ, КАНАЛЫ И СПИКЕРЫ



МОДА, СТИЛЬ И КРАСОТА

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации



81% 24% 17%



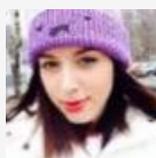
75% 29% 25%

Лидеры мнений



**КСЕНИЯ
БОРОДИНА**

Эвелина Хромченко
Ольга Бузова
Александр Рогов



**КАТЯ
КЛЭП**

Соня Есьман
Елена Шейдлина
Лиза Onair



СВЕТСКАЯ ЖИЗНЬ

ПОКОЛЕНИЕ Y

ПОКОЛЕНИЕ Z

Каналы коммуникации



76% 27% 23% 20%



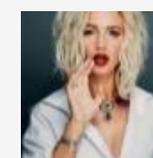
77% 35%

Лидеры мнений



**ОЛЬГА
БУЗОВА**

Ксения Бородина
Ксения Собчак
Андрей Малахов



**ОЛЬГА
БУЗОВА**

Ксения Бородина
Данила Козловский