

- ❑ **Снеки: развитие рынка и конкурентное окружение**
  - ❑ Доли рынка
  - ❑ Дистрибуция
  - ❑ Ротация
- ❑ **Ферреро: планы на 2008-2009 год и источники роста**
- ❑ **Маркетинговая поддержка на 2008-2009 год**
  - ❑ Рост инвестиций
  - ❑ Стратегия поддержки:
    - ❑ Коммуникация с потребителями
    - ❑ Стратегия праздников и мероприятий
    - ❑ Инновации
  - ❑ План Активностей 1 сессии

# **Kinder – бренд N 1 в сознании мам**

**по результатам маркетинговых исследований 2008**



**Kinder**®

## Kinder – бренд N 1 в сознании мам

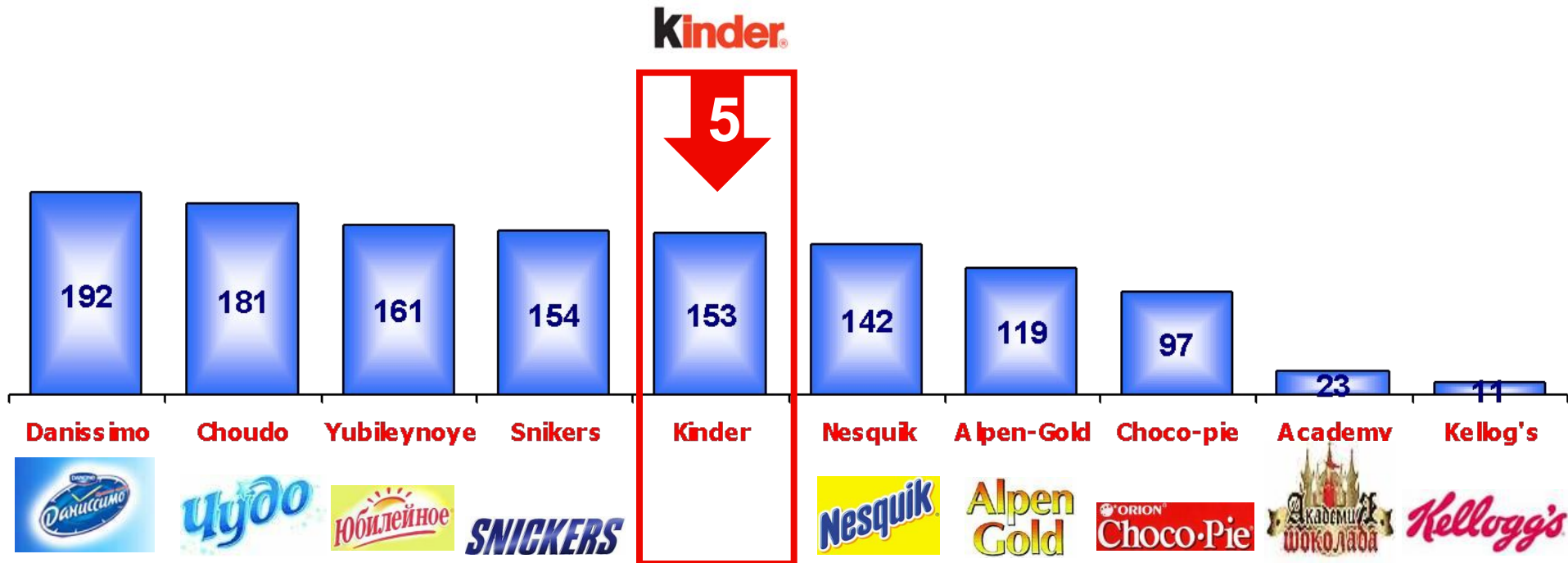
- С 2006 Kinder значительно увеличил ценность торговой марки в сознании мам и занял 1 место по сравнению с 5 местом в 2006 году.

# Kinder® 2008



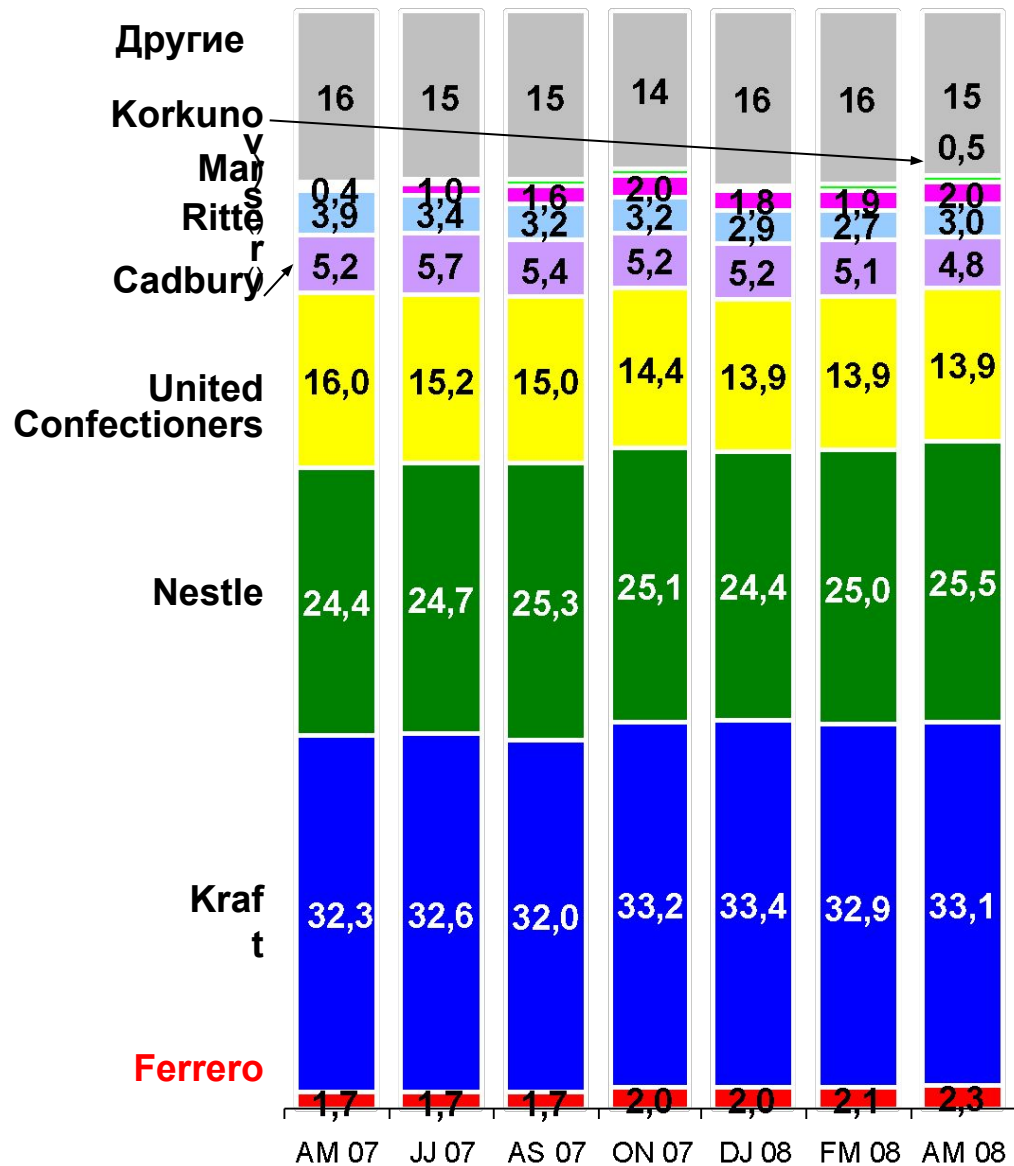
## Kinder – бренд N 5 в сознании мам в 2006 году

В 2006 Kinder был на 5 месте по ценности торговой марки в сознании мам

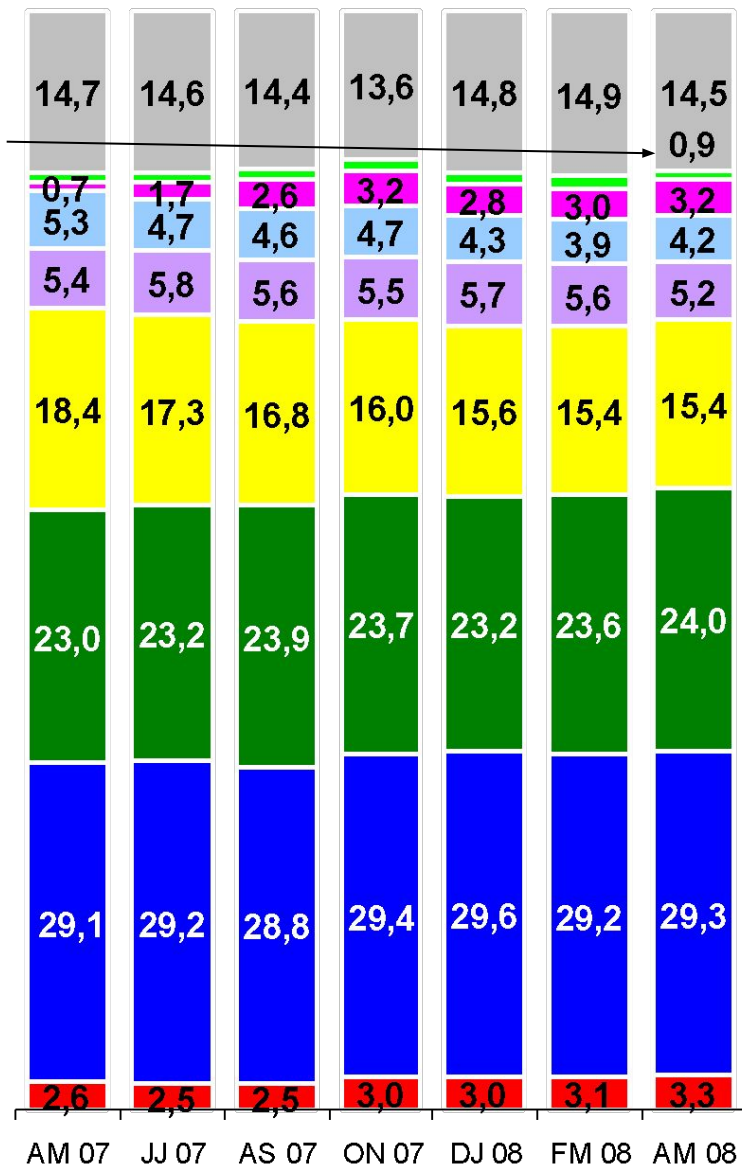


# FERRERO Основные производители шоколадных плиток

## Доля по объему



## Доля по стоимости



## Доля основных марок

Розничная торговля России, **Апрель - Май 2007 / Апрель - Май 2008**

	Доля по объему		Доля по стоимости		Доля по объему	Доля по стоимости
	<u>Апр -Май 2007</u>	<u>Апр-Май 2008</u>	<u>Апр -Май 2007</u>	<u>Апр-Май 2008</u>	<u>Рост с АМ 07</u>	
<b>Alpen Gold</b>	<b>17,9</b>	<b>18,9</b>	<b>14,7</b>	<b>15,7</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>
Vozdushniy	8,1	8,2	6,9	6,8	2%	-1%
Milka	4,5	4,7	5,3	5,4	6%	3%
Nestle Classic	5,3	5,3	5,2	5,3	1%	1%
Babaevskiy	4,4	4,4	5,2	5,1	1%	-2%
<b>Ritter Sport</b>	<b>3,9</b>	<b>3,0</b>	<b>5,3</b>	<b>4,2</b>	<b>-23%</b>	<b>-20%</b>
<b>Alyonka</b>	<b>4,5</b>	<b>4,1</b>	<b>4,8</b>	<b>4,3</b>	<b>-8%</b>	<b>-10%</b>
<b>Rossiyskiy</b>	<b>3,6</b>	<b>4,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,5</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>
<b>Kinder Chocolate</b>	<b>1,7</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>3,3</b>	<b>33%</b>	<b>25%</b>

## Дистрибуция основных марок

Розничная торговля России, **Апрель - Май 2007 / Апрель - Май 2008**

	Нумерическая		Взвешенная		Нумерическая	Взвешенная
	<u>Апр -Май</u> <u>2007</u>	<u>Апр-Май</u> <u>2008</u>	<u>Апр -Май</u> <u>2007</u>	<u>Апр-Май</u> <u>2008</u>	<u>Рост с АМ 07</u>	
Alpen Gold	79	79	93	94	1%	1%
Vozdushniy	66	64	84	84	-3%	0%
Milka	38	40	68	69	4%	2%
Nestle Classic	55	54	77	77	-3%	0%
Babaevskiy	37	36	59	62	0%	6%
<b>Ritter Sport</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>55</b>	<b>48</b>	<b>-21%</b>	<b>-13%</b>
Alyonka	40	42	61	64	4%	5%
Rossiyskiy	54	54	71	74	1%	5%
<b>Kinder Chocolate</b>	<b>30</b>	<b>38</b>	<b>57</b>	<b>68</b>	<b>26%</b>	<b>21%</b>

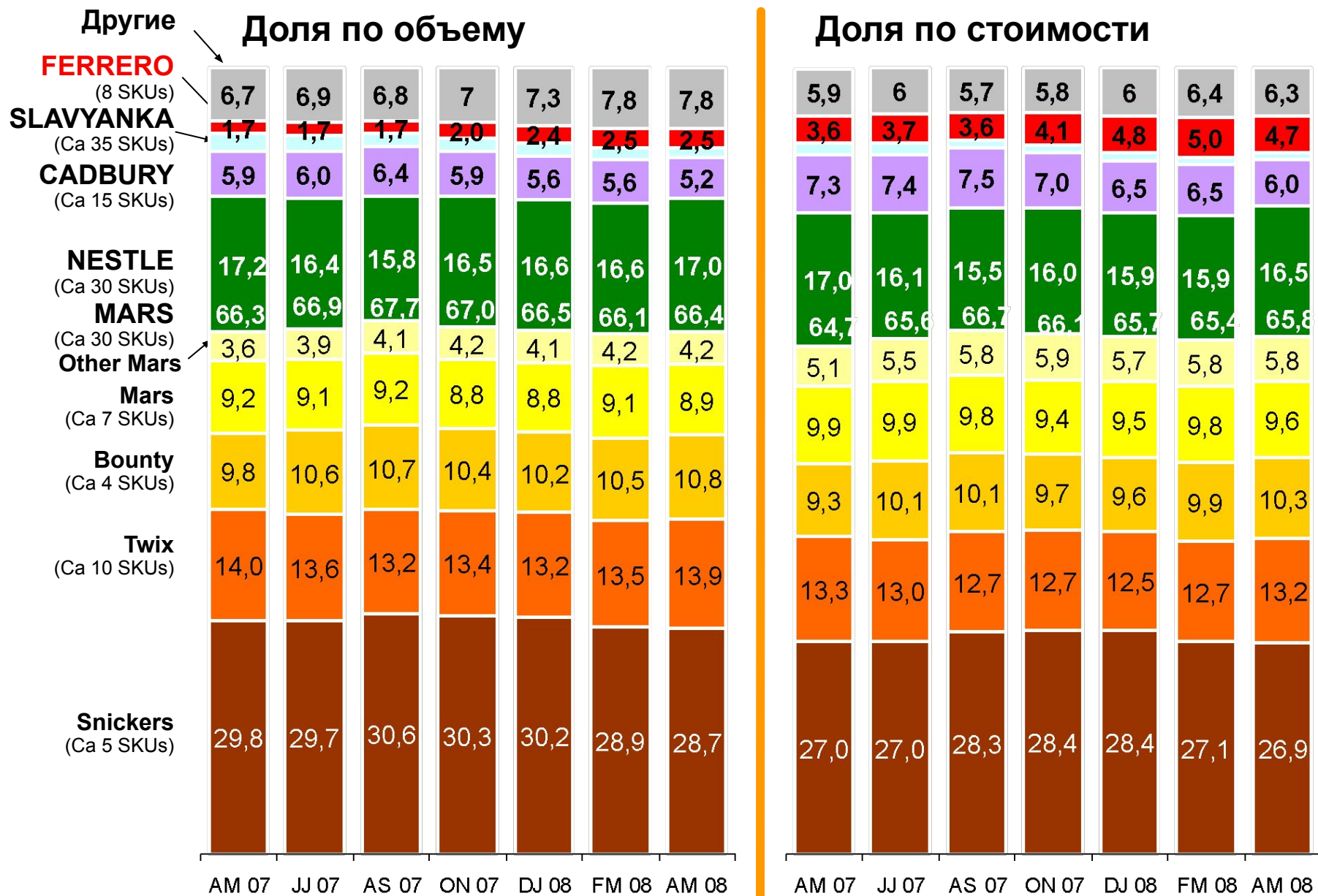
## Ротация основных марок

Розничная торговля России, **Апрель - Май 2007 / Апрель - Май 2008**

	<u>Апр -Май 2007</u>	<u>Апр-Май 2008</u>	<u>Рост с AM 07</u>
<b>Alpen Gold</b>	<b>9,6</b>	<b>11,9</b>	<b>24%</b>
<b>Vozdushniy</b>	<b>5,2</b>	<b>6,4</b>	<b>23%</b>
<b>Milka</b>	<b>5,0</b>	<b>6,0</b>	<b>20%</b>
<b>Nestle Classic</b>	<b>4,1</b>	<b>5,0</b>	<b>22%</b>
<b>Babaevskiy</b>	<b>5,1</b>	<b>6,1</b>	<b>19%</b>
<b>Ritter Sport</b>	<b>5,5</b>	<b>6,2</b>	<b>13%</b>
Alyonka	4,7	4,9	4%
<b>Rossiyskiy</b>	<b>2,8</b>	<b>3,7</b>	<b>30%</b>
<b>Kinder Chocolate</b>	<b>2,4</b>	<b>3,0</b>	<b>24%</b>

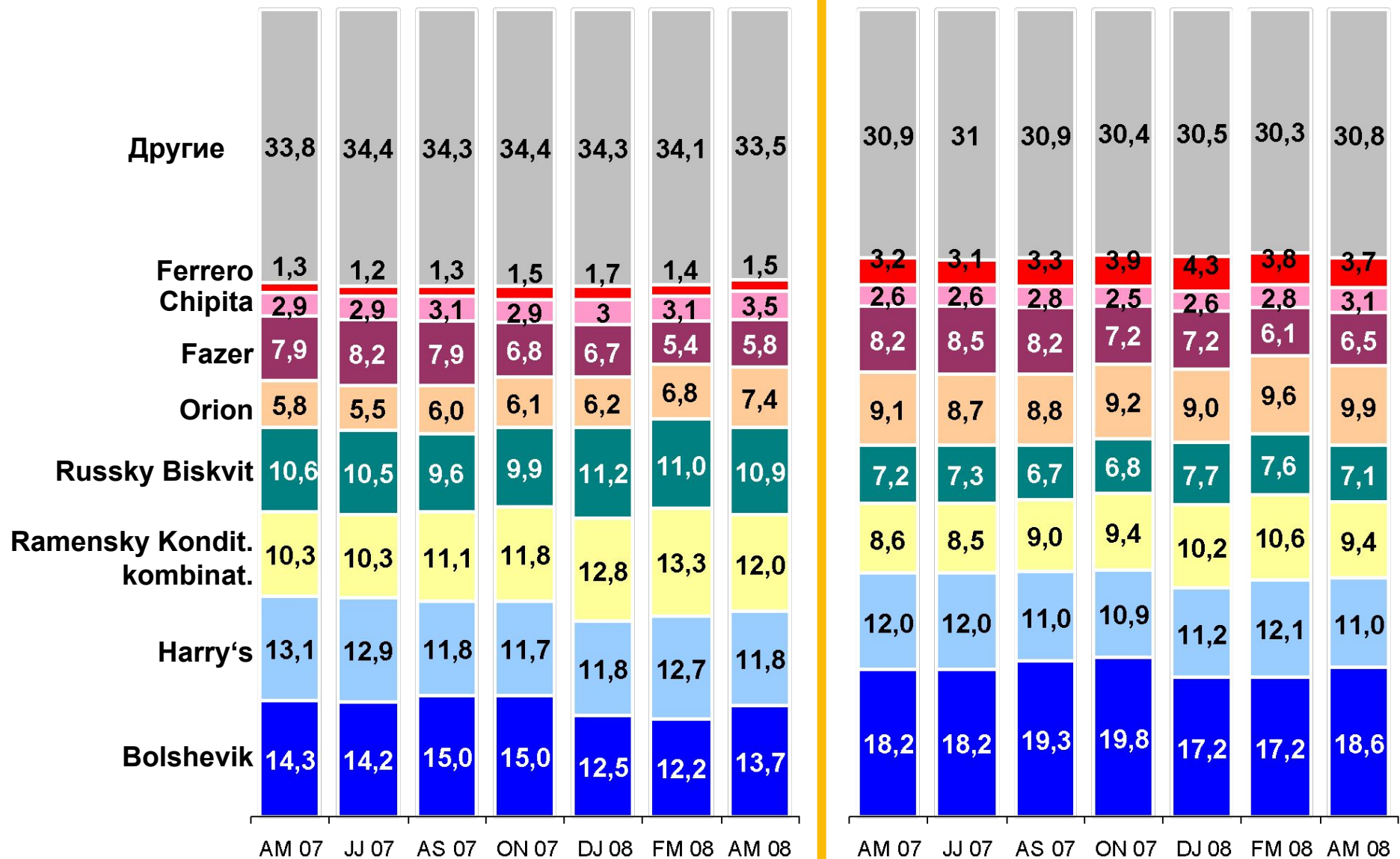
\* Средние продажи в КГза месяц из 1 магазина





### Доля по объему

### Доля по стоимости

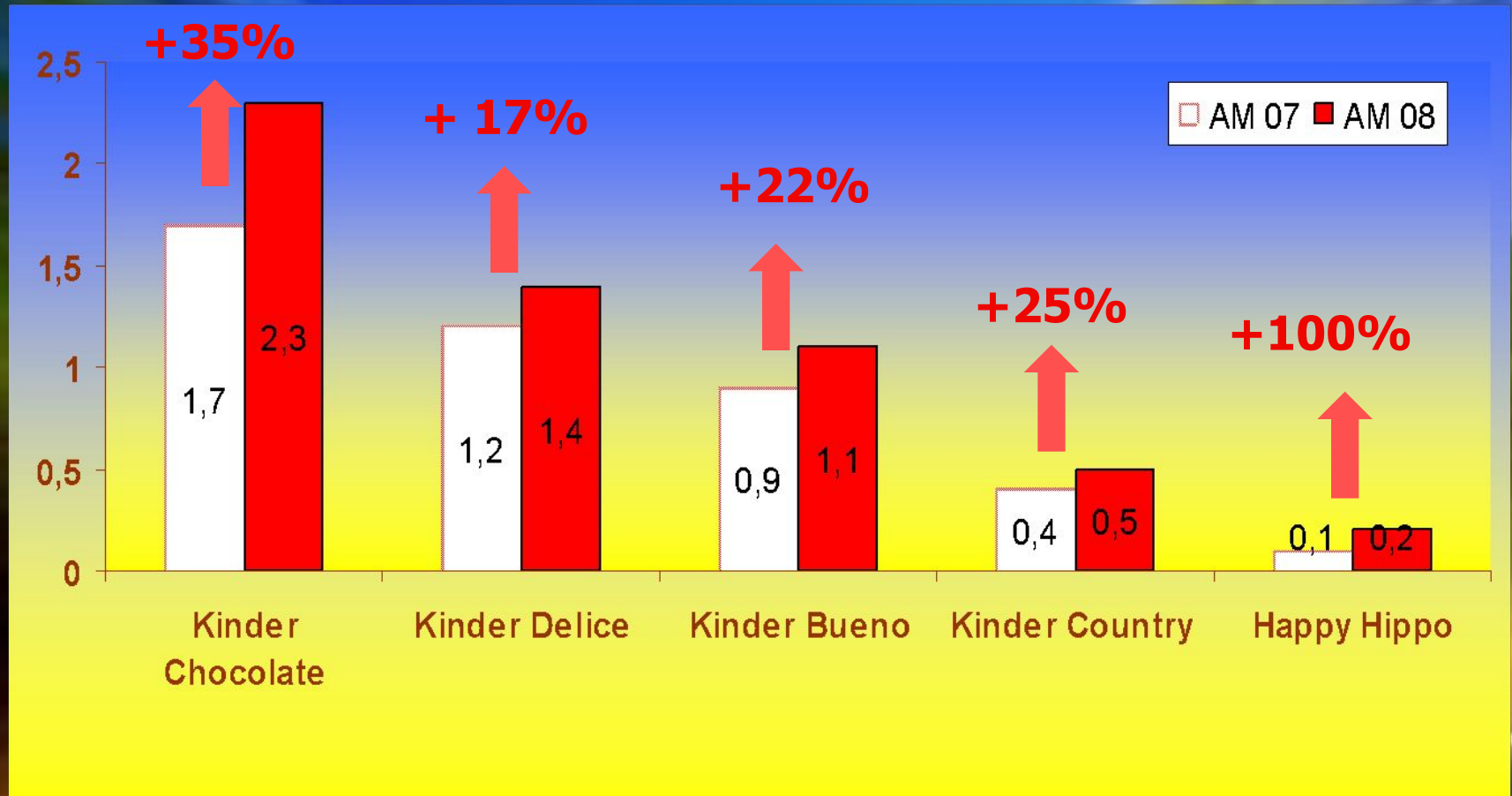


**Рынок и конкурентное окружение: основные выводы**

**Σ Kinder Снэки – самые быстрорастущие брэнды на рынке**



Рост доли рынка по объему апр-май 07 по сравнению с апр-май 08



## Молочный шоколад Аленка



NEW

NEW



Шоколад в стихах: 100 g

Бисквиты: 40 g



Шоколад: 15 g

## Бисквиты Мишки Барни



NEW



NEW

Бисквиты: 150 g

## Молочный шоколад Milka



NEW



NEW

Шоколад: 13,5 g

## Молочный шоколад Nesquik



NEW

Шоколад: 60 g

<b>Kinder Chocolate</b>	2006/7	2007/8	Прирост	2008/9 Планы	Прирост
<b>Объем продаж Kinder Chocolate,</b> (данные Ферреро Q.Li) Sell in	<b>27 425</b>	<b>45 480</b>	<b>+66%</b>	<b>51 825</b>	<b>+14%</b>
<b>Количество магазинов, Нильсен</b>					
Супермаркеты	2 716	4 538	<b>+67%</b>		
<b>Объем продаж за год, Нильсен, 000 кг</b>					
Категория	93 024	99 498	+7%		
<b>Kinder Chocolate</b>	1 212	1 924	<b>+59%</b>		
<b>Дистрибуция, март, %, розничная торговля</b>					
Категория (Нумерическая)	92.6	93.3	+0.8%		
<b>Kinder Chocolate</b> (Нумерическая/ взвешенная)	30,1/56,5	38,0/68,1	<b>+26%/ +21%</b>		
<b>Ротация, март, кг в месяц из магазина, розничная торговля</b>					
Категория	45.9	53.4	+16%		
<b>Kinder Chocolate</b>	2.4	3.0	<b>+25%</b>		

<b>Kinder Delice</b>	<b>2006/7</b>	<b>2007/8</b>	<b>Прирост</b>	<b>2008/9 Планы</b>	<b>Прирост</b>
<b>Объем продаж Kinder Delice,</b> (данные Ферреро Q.Li)	<b>18 038</b>	<b>25 483</b>	<b>+41%</b>	<b>30 000</b>	<b>+18%</b>
<b>Количество магазинов, Нильсен</b>					
Супермаркеты	2 716	4 538	<b>+67%</b>		
<b>Объем продаж за год, Нильсен, 000 кг</b>					
Категория	57 290	59 062	+3%		
<b>Kinder Delice</b>	467,3	787,8	<b>+69%</b>		
<b>Дистрибуция, март, %, розничная торговля</b>					
Категория (Нумерическая)	56,1	55,0	-2%		
<b>Kinder Delice</b> (Нумерическая/ взвешенная)	13,8/43,1	18,0/56,0	<b>+30%/+30%</b>		
<b>Ротация, март, кг в месяц из магазина, розничная торговля</b>					
Категория	7,3	9,8	<b>+34%</b>		
<b>Kinder Delice</b>	2,2	2,2	0%		

<b>KINDER BUENO</b>	2006/7	2007/8	Прирост	2008/9 Планы	Прирост
<b>Объем продаж Kinder Bueno,</b> (данные Ферреро Q.Li)	<b>10453</b>	<b>12885</b>	<b>+23%</b>	<b>12721</b>	<b>- 1%</b>
<b>Количество магазинов, Нильсен</b>					
Супермаркеты	2 716	4 538	<b>+67%</b>		
<b>Объем продаж за год, Нильсен, 000 кг</b>					
Категория	60 929	67 033	+10%		
<b>Kinder Bueno</b>	489,3	687,7	<b>+41%</b>		
<b>Дистрибуция, март, %, розничная торговля</b>					
Категория (Нумерическая)	92,0	92,9	+1%		
<b>Kinder Bueno</b> (Нумерическая/ взвешенная)	13,3/ 34,8	18,4/ 44,3	<b>+38%/ +27%</b>		
<b>Ротация, март, кг в месяц из магазина, розничная торговля</b>					
Категория	31,5	35,4	+12%		
<b>Kinder Bueno</b>	1,8	2,1	<b>+17%</b>		



<b>KINDER COUNTRY</b>	<b>2006/7</b>	<b>2007/8</b>	<b>Прирост</b>	<b>2008/9 Планы</b>	<b>Прирост</b>
<b>Объем продаж Kinder Country, (данные Ферреро Q.Li)</b>	<b>5253</b>	<b>6520</b>	<b>+24%</b>	<b>6619</b>	<b>+ 2%</b>
<b>Количество магазинов, Нильсен</b>					
Супермаркеты	2 716	4 538	<b>+67.1%</b>		
<b>Объем продаж за год, Нильсен, 000 кг</b>					
Категория	60 929	67 033	+10%		
<b>Kinder Country</b>	172,6	317,2	<b>+84 %</b>		
<b>Дистрибуция, март, %, розничная торговля</b>					
Категория (Нумерическая)	92,0	92,9	+1%		
<b>Kinder Country</b> (Нумерическая/ взвешенная)	11,2/ 28,5	19,3/ 41,9	<b>+72%/ 47%</b>		
<b>Ротация, март, кг в месяц из магазина, розничная торговля</b>					
Категория	31,5	35,4	<b>+12%</b>		
<b>Kinder Country</b>	1,0	0,9	-10%		

## Почему мы верим в дальнейший рост Kinder Chocolate:

- Σ **Kinder Chocolate – сильный бренд**  
Самая **быстрорастущая марка** по доле рынка, дистрибуции и ротации среди конкурентов  
  
Знание марки среди мам 100%  
  
Знание рекламы марки Kinder Chocolate самое высокое среди детских продуктов
- Σ **Приоритет №1 в группе Kinder Снэков**  
Самые большие инвестиции в поддержку марки среди Kinder Снэков
- Σ **Усиленная поддержка и новости**  
Новый ролик «Kinder Мама 2» в разработке, совместные промоакции всей линейки Kinder в 1 сессии («Снова в школу», «Новый год»)

## Почему мы верим в дальнейший рост Kinder Снэков:

- Σ **Kinder Снэки – самые быстрорастущие марки**  
Kinder Bueno, Kinder Happy Hippo, Kinder Country, Kinder Delice -  
самые **быстрорастущие марки** по доле рынка по сравнению с конкурентами

Знание марки Kinder среди мам 100%

- Σ **Поддержка и новости**  
Баннерная поддержка в интернете Kinder Bueno, текущий ролик Kinder Delice

Совместные промоакции всей линейки Kinder в 1 сессии («Снова в школу», «Новый год»)

- Σ **Огромный потенциал для роста**  
Развитие традиционного канала является огромным потенциалом для роста группы Kinder Снэков

**Что мы предпринимаем для поддержания роста?**

**Стратегия поддержки:**

**Коммуникация с потребителями**

**Новые упаковки и театрализации**

**Рекламные материалы и оборудование**

## Коммуникация с потребителями

- Σ Высокий уровень инвестиций в соответствии со сложной конкурентной ситуацией в категориях.
- Σ Новые ролики Kinder Chocolate для дальнейшего развития марки.
- Σ Единый новогодний ролик для всей линейки Kinder для максимизации совместной поддержки.

## Коммуникация с потребителями

ATL

□ ТВ

BTL

- Промо-акции
- Организация праздников

360  
градусов

Рекламные  
материалы

Имиджевые  
акции

Торговый  
маркетинг



Коммуникация с потребителями

**Kinder**  
*Chocolate* Рекламный ролик  
Киндер Шоколад и  
Киндер Шоколад Макси тэг

**Kinder**  
*Chocolate* *maxi*

Рекламный ролик  
Киндер Делис

**Kinder**  
*délice*

*Что такое мамина любовь?*



## Коммуникация с потребителями

Kinder.  
bueno

## Интернет поддержка

- Баннеры на веб сайтах
- Ссылка на Kinder Bueno Website

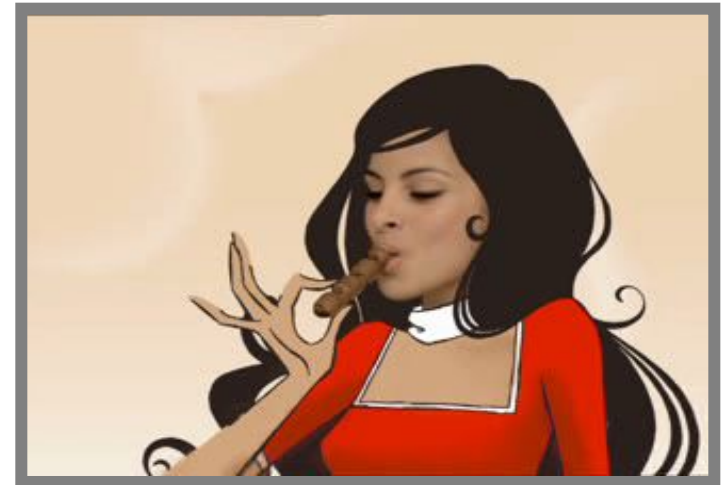
**Период:** ноябрь 2008

**Цель:**

- Коммуникация имиджа Бренда
- Увеличить узнаваемость Марки
- Повышение лояльности

**Механика:**

- Потребитель узнает о веб сайте через веб баннеры
- Организация интерактива на веб сайте





## Коммуникация с потребителями

### Концепция Website:

#### ❑ Заполни тест и узнай какая ты звезда!

Заполнив тест девушка получает **карту своего характера** - на сколько % совпадает с образом Блондинки в Законе и других героинь.

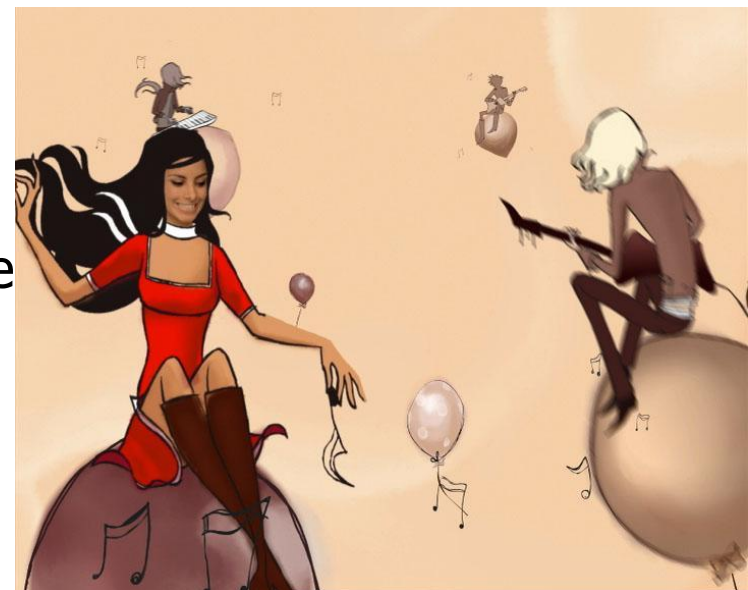
#### ❑ Стань звездой!

Посетительница может подставить свое лицо в **статичную открытку** (из ролика Kinder Bueno) **вместо лица героини** ролика.

#### ❑ Информация о продукте

#### ❑ Размещение ролика Kinder Bueno

Kinder.  
Bueno





**Коммуникация с потребителями**






**Kinder** продолжает поддержку новогоднего ассортимента **НОВОГОДНИМ** роликом **Kinder United** с 1 декабря 2008 по 1 января 2009 года.



**Новогодний Ролик Киндер— 4 версии**



## Коммуникация с потребителями

### ATL поддержка на 1ую сессию

	Август				Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				
	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29
	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1
			<i>Что такое мамина любовь?</i>									<i>Что такое мамина любовь?</i>										
<b>KINDER CHOCOLATE</b>			<b>MOTHER</b>									<b>MOTHER</b>										
<b>KINDER COUNTRY</b>																						
																						
<b>KINDER DELICE</b>							<b>NIENTE</b>								<b>NIENTE</b>							
																						
<b>KINDER BUENO</b>													<b>Интернет поддержка</b>		<b>KINDER NY UNITED</b>							

## Коммуникация с потребителями

4 объединенных промо Киндер для усиления силы бренда и развития саббрендов

I сессия					II сессия				III сессия
Снова в школу			Новый год		Запуск серии Монстры и Пираты		Ура, Каникулы!		
Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Янв	Фев	Мар	Апр	Май-Авг
	“Скейтбордисты” MPG				“Монстры и Пираты”- MPG				
<p>С 15 сентября по 12 октября 2008 Kinder United BTL под эгидой запуска серии Kinder Сюрприза Скейтбордисты</p>			<p>С 15 по 28 декабря 2008 и с 05 по 18 января 2009 Kinder United BTL Новый Год</p>		<p>Со 02 февраля по 1 марта 2009 Kinder United BTL под эгидой запуска серии Kinder Сюрприза Пираты Монстры</p>		<p>Специальная ПРЕЗЕНТАЦИЯ</p>		
							<p>Сборки</p>		

**Коммуникация с потребителями****СОБЕРИ ЭКИПИРОВКУ СКЕЙТБОРДИСТА!**

**Продукты:** вся линейка Kinder, кроме SF

**Период:** 15 сентября – 15 Октября

**Цели акции**

- Стимулирование покупки продуктов всей линейки Kinder
- Увеличение объема продаж путем влияния на повторную покупку продуктов линейки Киндер
- Анонс новой серии Киндер Сюрприз «Скейтбордисты»

**Механика:** Собирай баллы – получай призы!

**Поддержка:** тэг на ТВ к ролику Kinder Surprise



— аллов



3 балла



## Коммуникация с потребителями

### СОБЕРИ ЭКИПИРОВКУ СКЕЙТБОРДИСТА!

**Механика:** Собирай баллы – получай призы

10 - 30 баллов – приз 1ой категории

Светящееся тату



Собери всю команду скейтбордистов!



31 – 50 баллов – приз 2ой категории

Рюкзак скейтбордиста



51 – 60 баллов – приз 3ей категории

Футболки или перчатки скейтбордиста



## Коммуникация с потребителями

### Kinder Bueno Сэмплинг

**Период: 1 – 30 Сентября 2008**

#### 1. Сэмплинг для целевой аудитории

**Kinder Bueno с помощью промо персонала**

##### Цели:

- Повышение узнаваемости продукта у ЦА
- Поддержание лояльности потребителей

#### 2. Сэмплинг для продавцов традиционного канала продаж (через прилавков)

##### Цели:

- Повышение лояльности работников т.т.

**Охват: 35 городов России**

**Механика:** раздача продукта перед ВУЗами





**Коммуникация с потребителями****ПРОМОАКЦИЯ для потребителей Kinder Country: 2 + 1****Период:**

конец июля – октябрь (до окончания стока)

**Цели:**

- «Вымыть» сток Kinder Country 526 Qi.

**Механика:**

- Ферреро предоставляет 50% скидку на покупку Kinder Country
- Дистрибьютор транслирует в сети 33% скидку
- Торговые точки продают продукт потребителю по механике – **Купи 2 получи 3-й бесплатно**
- Коммуникация на паллетах и прикассовых зонах – за счет дистрибьютора

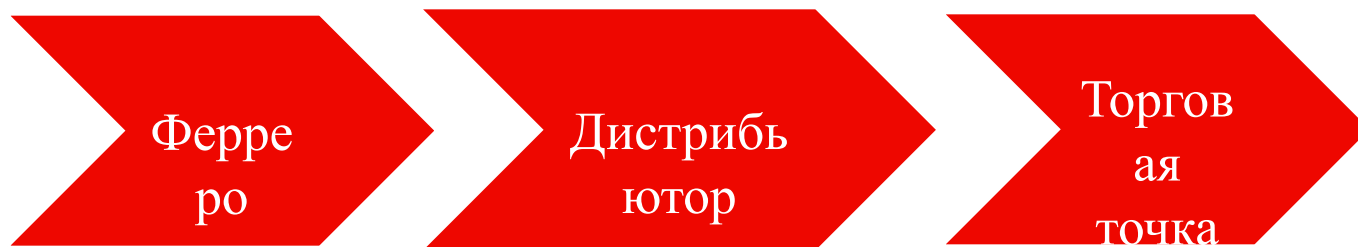
**Охват:** Россия



# FERRERO Kinder Country. Промо 2 + 1

Коммуникация с потребителями

**Механика:** Купи 2 получи 3-й бесплатно



Скидка 50%

Скидка 33%

2 + 1



## Коммуникация с потребителями

### ПОДАРОК ЗА ПОКУПКУ Kinder Country

**Период:** середина Июля - 31 Июля 2008

#### **Цели:**

- «Вымыть» сток Kinder Country из 526 Qui., КСН и др.
- Продвижение проблемных позиций
- Поддержание лояльности потребителей

**Механика:** подарок за покупку

#### **Охват:**

- Москва, Санкт – Петербург + 32 города России\*



\*Распределение призов. адресная программа



## Коммуникация с потребителями

### KINDER НОВЫЙ ГОД

**Новый год** – время загадывания желаний и вся надежда только на Деда Мороза!

**Интерактивные** развлекательные площадки с **мобильными точками** продаж в **крупнейших торговых центрах** России!



Kinder.  
**С НОВЫМ ГОДОМ!**



**Период проведения:**  
**15 – 28 декабря 2008**  
**05 – 18 января 2009**

## Новые продукты и упаковки

### Kinder Chocolate Снова В Школу

- **Продукт:** Kinder Chocolate T2X8X36 плюс CD с детской энциклопедией о животных
- **На складе с 29 недели 2008**
- **Объем: 469 qui**



**Новые продукты и упаковки**

- ❑ Kinder продолжает продажу новогоднего ассортимента и национальную поддержку на ТВ.

**Kinder Подарок****Kinder Midi Mix****Kinder Circus****Kinder Figura Cava**

## Новые продукты и упаковки



Киндер Буэно  
Т2х240



Киндер Делис  
Т1х240



Киндер Шоколад  
Т8х160



Киндер Шоколад  
Снова в школу Т8Х2Х36



Киндер Хэппи Хиппо  
Т5х100

## Новые продукты и упаковки

### Театрализации Киндер



Месяц

Сен

Окт

Нояб

Дек

Янв

Фев

Мар

Апр

Маи

Событие

Снова в школу

Новый год

Монстры и пираты

Ура, Каникулы!



## Рекламные материалы и оборудование

### Для традиционного канала



Стеклянное оборудование для традиционной розницы



Муляжи Киндер Снеки



Наружные дисплеи



Киндер Скоч



Дисплей Каскад



Вобблеры



Пластиковый дисплей «Киндер Шоколад»



Монетница



Оконные блистеры





**Месяц**                      Сент      Окт      Ноябрь      Дек      Янв      Фев      Мар      Апр      Май

**Событие**

Снова в школу

Новый год

Пираты и Монстры

Ура, каникулы!

**Медиа**

Текущий Ролик Киндер Шоколад, Новогодний ролик Киндер

Ролик Киндер Делис, интернет поддержка КБ, новый ролик Киндер Шоколад

**Промо**

Общая акция Киндер Снова в школу

Общая акция Киндер Новогодние Елки

Общая акция Киндер Монстры и пираты

**Поддержка в местах продаж**

Театрализация Снова в школу

Новогодняя театрализация

Театрализация я Пираты и Монстры

Театрализация Ура, каникулы!

Стена Киндер