

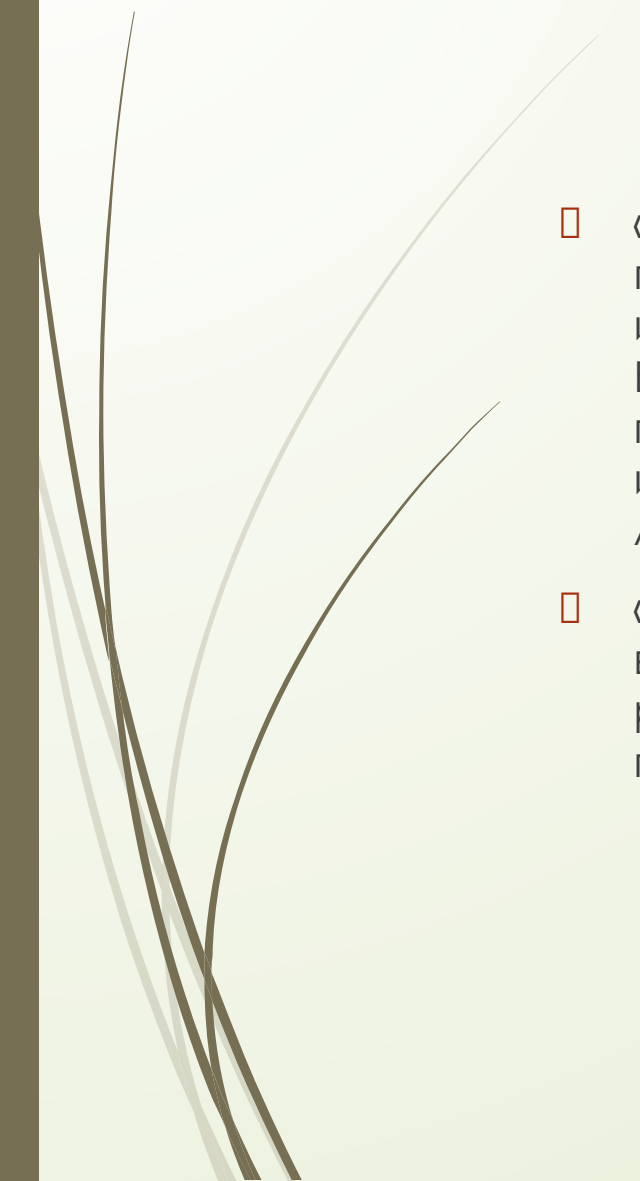
Стереотипы рекламного рынка на примере детского питания «Фруто Няня»



Выполнила студентка 301 группы
Специальности «Реклама»
Зжогина виктория



О бренде Фруто Няня

- «ФрутоНяня» – известный российский бренд, существующий на рынке детского питания с 2000 г. и занимающий лидирующие позиции в России. По данным исследований детское питание «ФрутоНяня» выбирают 88% российских мам. Высокое доверие к этому бренду не случайно: детское питание «ФрутоНяня» производится из специально отобранного безопасного сырья высокого качества и контролируется как в процессе производства, так и в независимых лабораториях до того как попадает в торговые точки.
 - «ФрутоНяня» предлагает широкий ассортимент качественного натурального и вкусного питания для детей раннего возраста, произведённого с учётом рекомендаций педиатров и в строгом соответствии с нормами и стандартами производства детского питания в России.
- 

Цвета бренда

Разные цвета логотипа позволяют мамам легко находить необходимые продукты в линейке **"ФрутоНяня"**

- оранжевый — фрукты и злаки,
- зеленый — овощи,
- синий — продукты с молочным компонентом,
- красный — мясо.

Новый дизайн подчеркивает инновационность и высокие стандарты качества бренда. Появилась новая уникальная упаковка для пюре, которая обеспечивает дополнительную защиту продукту.





Ценности бренда



- **Разнообразие** (в линейке **"ФрутоНяня"** появились новые продукты для самых маленьких — кисели, морсы, молочные десерты и морковные нектары, обогащенные витаминами и пребиотиками.
- **Безопасность и ЭКОЛОГИЯ** На протяжении всей своей жизни качество детского питания **"ФрутоНяня"** было неоднократно отмечено большим количеством наград на выставках и дегустационных конкурсах.
- **Поддержка и опора**

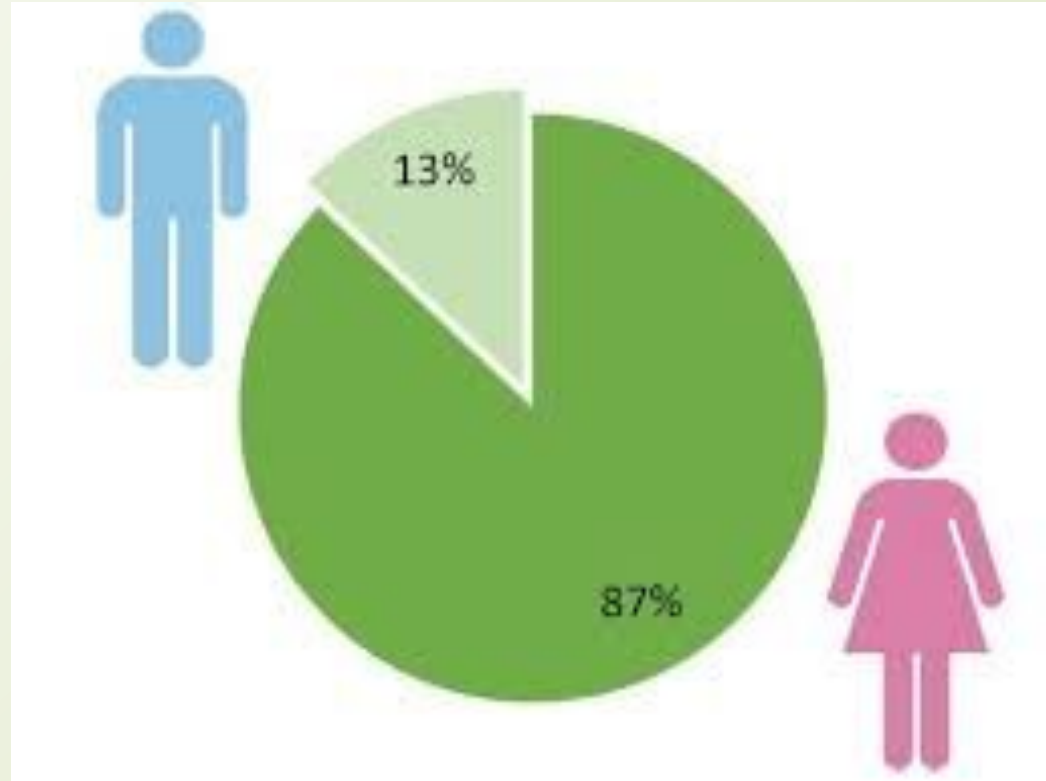
Потребительский инсайт

«Я забочусь о своём ребенке и слежу за тем, чем он питается с самого раннего возраста. Именно поэтому я выбираю натуральные, полезные и вкусные продукты, которые помогут ему вырасти здоровым и счастливым».



Целевая аудитория

- Женщины, молодые матери
- 18-35 лет
- Средний и высокий доход
- Карьеристки
- Домохозяйки



Конкуренты



Слоган бренда

Оригинал : «Фруто Няня- помощь маме»

Альтернатива: «Фруто Няня-вкусная заботе»



Стратегии и выводы

Креативная стратегия

Основные ценности брендов на которых была построена креативная стратегия: забота о малыше, качество, польза, детскость, доверие. Основное сообщение, присутствующее во всех коммуникационных материалах по бренду: "Правильное питание малыша в первые годы жизни - это основа его здоровья в дальнейшем. Поэтому родители должны выбрать для своего малыша специальные продукты детского питания, над созданием которых работали врачи-педиатры, учитывая потребности организма ребенка. Детское питание включает в себя именно такие продукты: высококачественные, полезные, детские. Ваш малыш будет расти здоровым и веселым.

- В каждой креативной разработке присутствует непосредственно изображение детского персонажа - веселого малыша, передающего детскую сущность марки.
- Проведенное исследование по аудиту марки показало, что данная креативная стратегия успешно решает следующие проблемы:
 - Подтверждает основные ценности марки для потребителя такие, как польза, качество, детскость, и помогает сделать выбор в пользу продуктов "Агуша";
 - Коммуницирует важность правильного кормления ребенка, специальными детскими продуктами;
 - Усиливает доверие и повышает лояльность к марке.

Медиа стратегия

- стратегия точечного воздействия на целевую аудиторию.
- Реклама в прессе - издания для родителей о детях.

