



# Маркетинг-план 2019

Итоги 2018 г.

Ситуационный анализ

Портфельный анализ

Итоги рекламных  
мероприятий

Основные тренды рынка

Активность конкурентов

Рекламная кампания. Весна 2019  
года

Программа трейд-маркетинга

План маркетинговых мероприятий  
2019 г.

Бюджет 2019 года

# Итоги 2018 года

- 1 Проект по продвижению автохимии бренда Hi-Gear.**  
*Проведены рекламные кампании весной и осенью на радио, ТВ и в интернете, ТМ-акции в весеннем и осеннем периодах. Проведена подготовительная работа по выпуску 5 новых препаратов (выпуск в 2019 году).*
- 2 Проект по поддержке ЛММ Hi-Gear.**  
*В первом квартале 2018 года проведен анализ итогов программы продвижения 2017 года (ATL+Трейд), на основе данных была подготовлена программа продвижения на весну и осень. Проведены рекламные кампании осенью 2018 года на радио, ТВ и в интернете, ТМ-акции в весеннем и осеннем периодах.*
- 3 Продвижение кондиционера металла SMT2.**  
*Запущен сайт SMT-2.ru, разработана ТМ-программа, выпущен демостенд (+ закуплены ролики для отдела обучения), выпущен лифлет, снят фильм с машиной трения, снято 2 сюжета для «Минтранс», один сюжет на НТВ и подготовлен ролик из экспедиции «Адриатика-2018».*
- 4 Проект по реструктуризации категории «Автокосметика».**  
*Запущены акции по сокращению остатков HG PRO LINE, NANOX и STEP UP. Проведены точечные коррекции цен проблемных позиций Doctor Wax и Hi-Gear. В ассортимент Doctor Wax введены 6 новых позиций.*
- 5 Проект по развитию бренда Zipower, маркетинговое продвижение бренда.**  
*Введено новинок – 30 SKU. Проведены трейд-маркетинговые мероприятия в основных каналах сбыта. Произведены тиражи сувенирной и полиграфической продукции. Снят видеоролик про зимние аксессуары. Произведена модернизация сайта ТМ, запущены новые сервисы (раздел «Интересное видео», сервис подбора щеток стеклоочистителей). Рекламная кампания в интернете (контекстная РК, РК на YouTube-площадке).*
- 6 Производство видеоконтента.**  
*За 2018 год произведено 4 рекламных ролика из экспедиции «Адриатика- 2018»: SMT2, HG Oil, Zipower, AGA антифрizzes. Обучающее видео по моторным маслам HG (совместно с отделом обучения), 16 видеосюжетов о продукции HG (Минтранс), 10 роликов с субтитрами на английском и испанском языках, видеофильм с машиной трения, 3 видео для канала НТВ, 2 видео для канала «Че». Участие в работе над сценариями для видеоинструкций StepUP. Итого 40 отдельных роликов и 2 мини-фильма.*



- 7 Проект по выпуску в России линейки автохимии Step Up.**  
*Выпущено 5 продуктов. Сделан сайт <http://step-up.ru/>. Размещены видеоинструкции.*
- 8 Оценка целесообразности введения в ассортимент автомобильных фильтров.**  
*В первом полугодии проведен анализ рынка, подготовлена презентация, по итогам которой проект приостановлен.*
- 9 Проект по развитию ассортимента ароматизаторов.**  
*В 2018 году были произведены и выпущены в продажу: подвесные картонные ароматизаторы Fenom (12 SKU) и ароматизаторы на дефлектор Doctor Wax (6 SKU).  
Согласованы ротация по мембранным подвесным ароматизаторам Fenom (новая форма «Бриллиант») (12 SKU) и обновление упаковки ароматизаторов на дефлектор Fenom (14 SKU).  
Произведен новый вид торгового оборудования для ароматизаторов - стрип-ленты (2-х видов).  
Проводились трейд-маркетинговые акции, с участием ароматизаторов (капиллярные и картонные подвесные) в качестве подарочного фонда.*
- 10 Проект по развитию ассортимента World Rider.**  
*Проведены трейд-маркетинговые мероприятия в «Автомате» для сокращения остатков выводимой продукции. В 2018 г. сокращены товарные запасы на 30% (шт.).*
- 11 Организация бесперебойных поставок продукции и развитие бренда Lucky Bee**  
*Была произведена и получена на склад партия триггеров (100 000 шт.) для продукции Lucky Bee.  
Подготовлены презентации для разных каналов сбыта и прайс-листы, с учетом обновления ценообразования по бренду. Проводились трейд-маркетинговые мероприятия в сети «Автомат» для сокращения остатков по выводимым позициям.*
- 12 SMM-проект. Создание и развитие бренд-сообществ в социальных сетях**  
*По итогам анализа контента социальных сетей конкурентов принято решение не создавать группы в соц. сетях VK, FB, OK, INST, а в 2018 году развивать контентную составляющую собственного канала Hi-Gear на YouTube.  
В 2018 году произведено 42 и размещено 27 новых видеороликов.*
- 13 Подготовка и участие в выставке «Интеравто-2018»**  
*Принято решение не участвовать в выставке, но подготовлен отчет по конкурентам, которые стали ее участниками.*

- Анализ мировых выставок в 2018 году (задачи вне плана).**  
14 *В 2018 году составлены отчеты по итогам прошедших выставок в Лас-Вегасе и Франкфурте (AAPEX, Automechanika).*
- Выставки во Франкфурте и Лас-Вегасе (задачи вне плана).**  
15 *Подготовлен раздел ЛММ для американского сайта Hi-Gear, выпущен буклет на англ. и испанском языках. Подготовлено 10 видеороликов на английском и испанском языках (HG и SMT2). Запущена английская версия сайта FENOM, подготовлены этикетки для препаратов, выпущен лифлет на английском языке. Подготовлены материалы по линейке новых продуктов HG для «AutoZone». Подготовлена механика и вопросы для викторины для стенда HG в «AutoZone». Подготовлен стенд SMT2 и лифлет на английском языке.*
- Реконструкция сайта Хайгир.рф.**  
16 *В 2018 году на сайте были проведены работы по созданию отдельных разделов для SMT2. Новый сайт планируется запустить в 1 квартале 2019 года.*
- Разработка сайтов: Step Up, Done Deal, SMT2**  
17 *Подготовлены сайты Step Up и SMT2. Вне плана были подготовлены: сайт Rlogic.ru, английская версия сайта FENOM, добавлены разделы «Интересное видео» на сайты agah и хайгир.рф, zipower, посадочная страница Hi-Gear Motor oil USA, система интеграции и показа роликов Zipower для новых посетителей сайта, которая новому посетителю каждый ролик показывает один раз. Подготовлены: сервис публикации и поиска паспортов качества, размещены все актуальные паспорта качества с 2015 года, а также разработан расширенный модуль отчетности по тестам и опросам. Проведены контекстно-медийная рекламная кампания автохимии и моторных масел и рекламная кампания Zipower на YouTube.*
- Экспедиция «Адриатика-2018».**  
18 *Подготовлено 4 рекламных ролика по разным брендам (ролики участвовали в рекламной кампании 2018).*

## Hi-Gear

1. Переход на новую крышку с защитной мембраной и лейкой – 6 SKU на складе
2. Влажные салфетки Hi-Gear в большой упаковке – 1 SKU

## StepUp

1. Новая линейка российского производства – 5 SKU

## DoctorWax

1. Перенос производства в Россию губок для мойки и полировки – 4 SKU
2. Линейка очистителей в аэрозольной упаковке – 6 SKU
3. Расширение линейки ароматизаторов на дефлектор - 6 SKU

## FENOM

1. Новая линейка картонных ароматизаторов - 12 SKU



# Ситуационный анализ



Старение автопарка из-за снижения продаж новых автомобилей. Увеличение среднего возраста легковых автомобилей в России, которое во многом связано со снижением темпов обновления парка. Средний возраст легковых автомобилей в России составляет 13,1 года (по состоянию на 1 января 2018 года), в 2013 году этот показатель был равен 12 годам.



Увеличение цен на топливо, рост налоговой нагрузки, повышение тарифов ЖКХ. Общее увеличение уровня цен, в том числе рост цен на новые автомобили.



Новости о повышении топливных цен повышают инфляционные ожидания россиян.



Снижение покупательной способности населения, которая связана с увеличением потребительской инфляции.

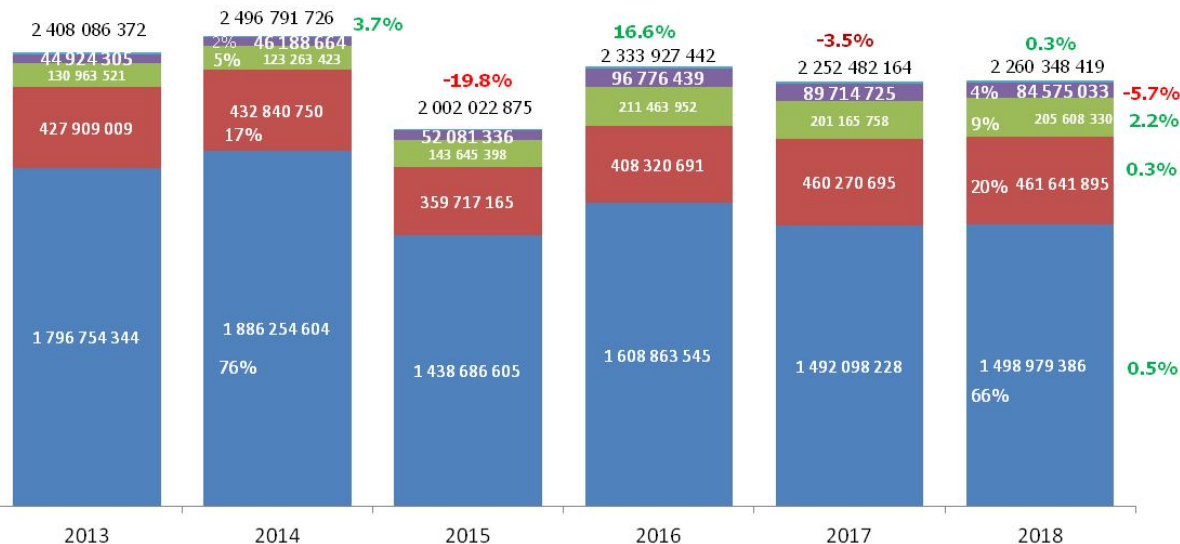


Номинальные расходы в декабре 2018 года оказались самыми высокими за последние 4 года, однако реальные расходы стали самыми низкими за тот же период.

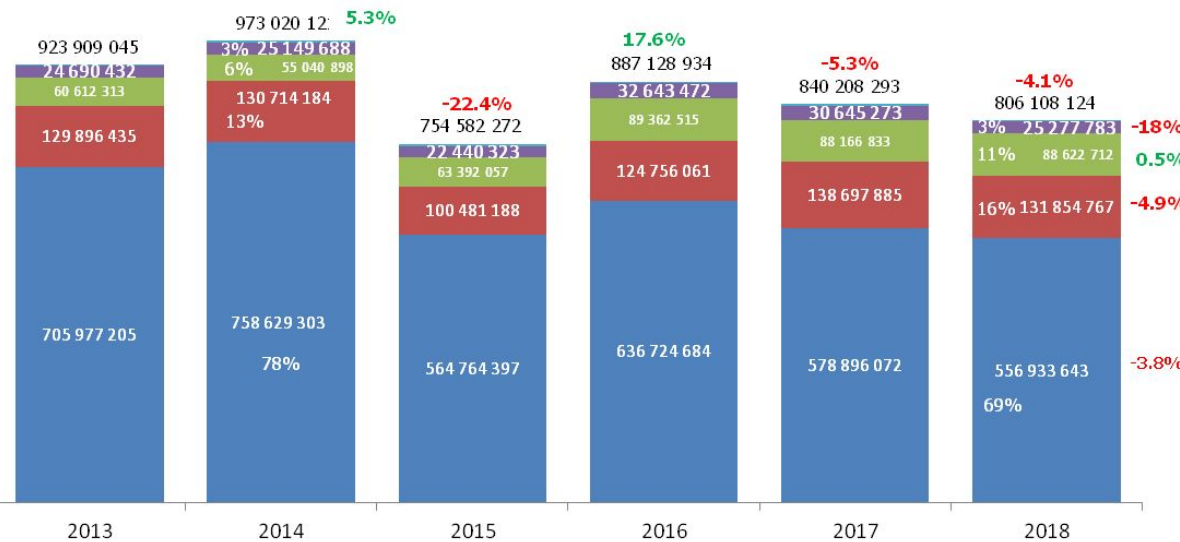


# Динамика ключевых показателей прибыли с 2013 по 2018 гг.

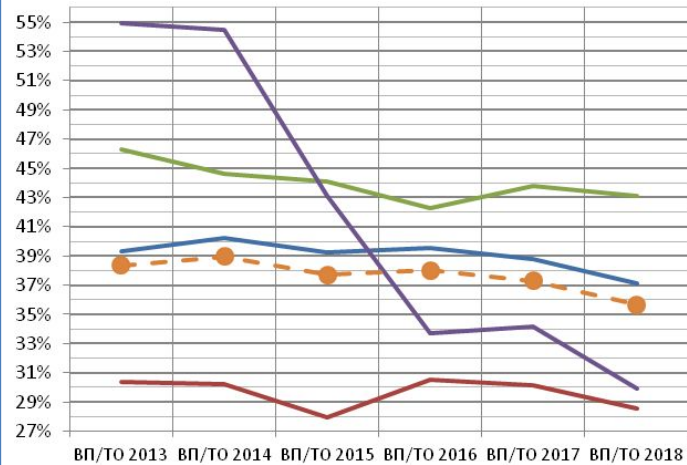
## Динамика товарооборота (ТО РУБ) с 2013 по 2018 гг.



## Динамика валовой прибыли (ВП) с 2013 по 2018 гг.



## Динамика валовой рентабельности (ВП/ТО) с 2013 по 2018 гг.

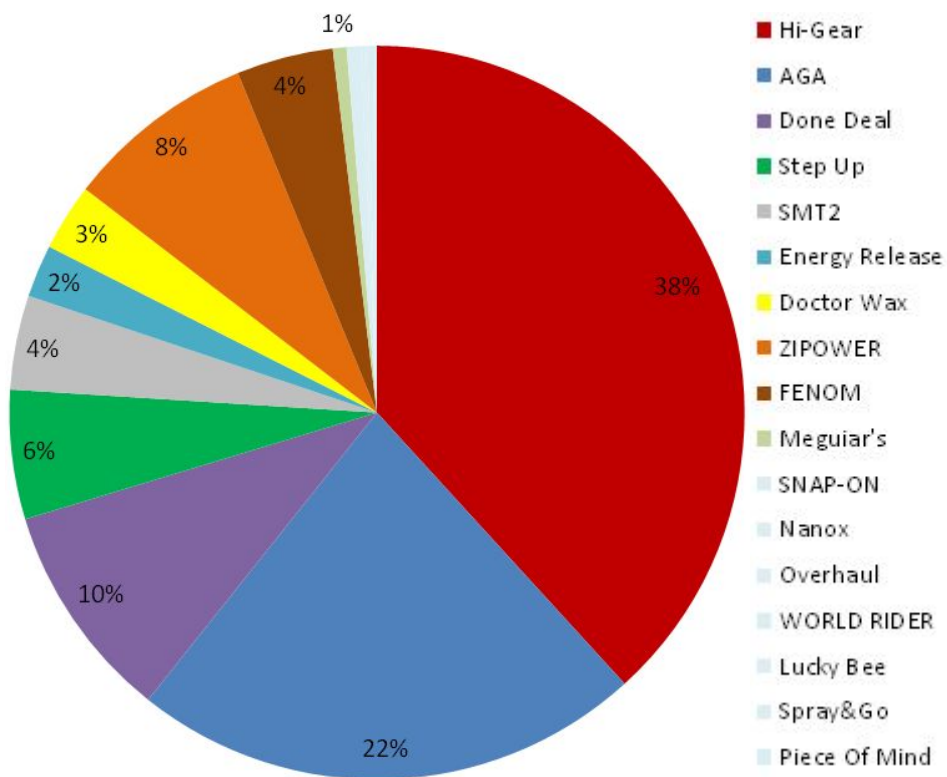


- Россия Собственное производство
- Китай и Тайвань
- Россия контрактное производство
- США и КАНАДА
- Итого по компании

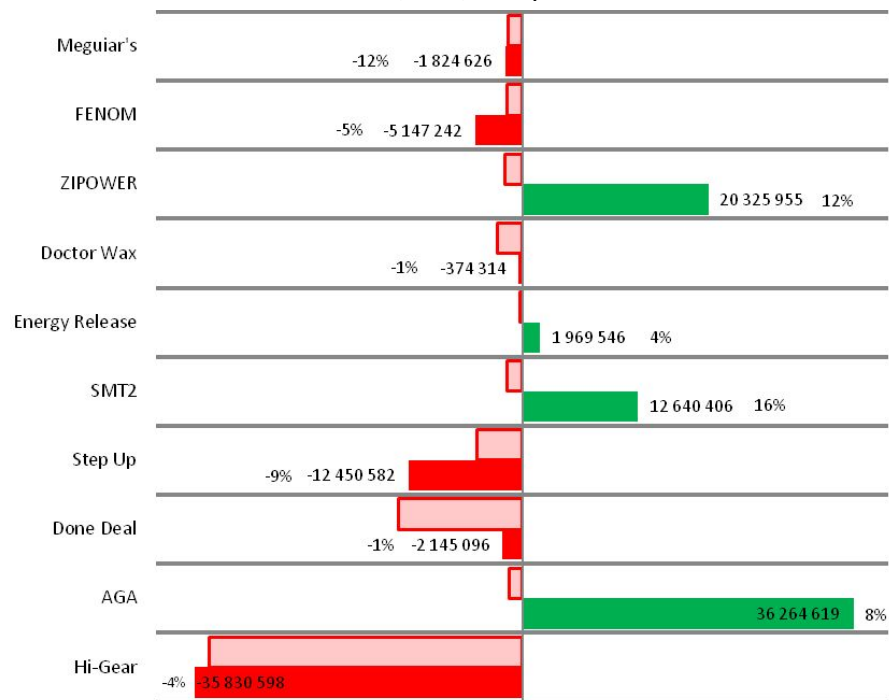
- 80% прибыли компании формируется за счет импортных товаров.
- Снижение валовой рентабельности импортного товара связано с ростом курса доллара.
- Снижение валовой рентабельности товаров российского производства носит технический характер и объясняется перераспределением прибыли между компаниями холдинга.
- Резкое сокращение валовой рентабельности собственного производства с 2014 по 2016 объясняется снижением цен на автохимию FENOM в 2015 году и началом выпуска ряда позиций с низкой маржинальностью в Химках.

# Структура ТО (РУБ) по брендам и изменение ТО за 2018-2017 гг.

Структура ТО (РУБ) по брендам 2018



Изменение ТО (РУБ) по брендам за 2018-2017 гг.



■ - Снижение ТО    □ - Упущенные продажи    ■ - Рост ТО



71 200 527 руб.



-68 113 289 руб.

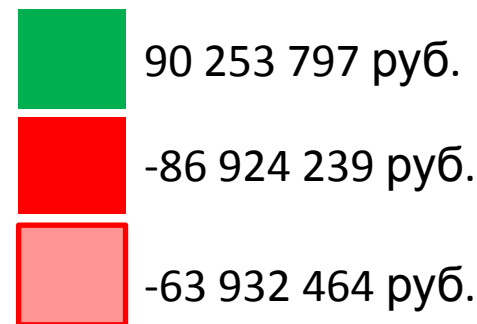
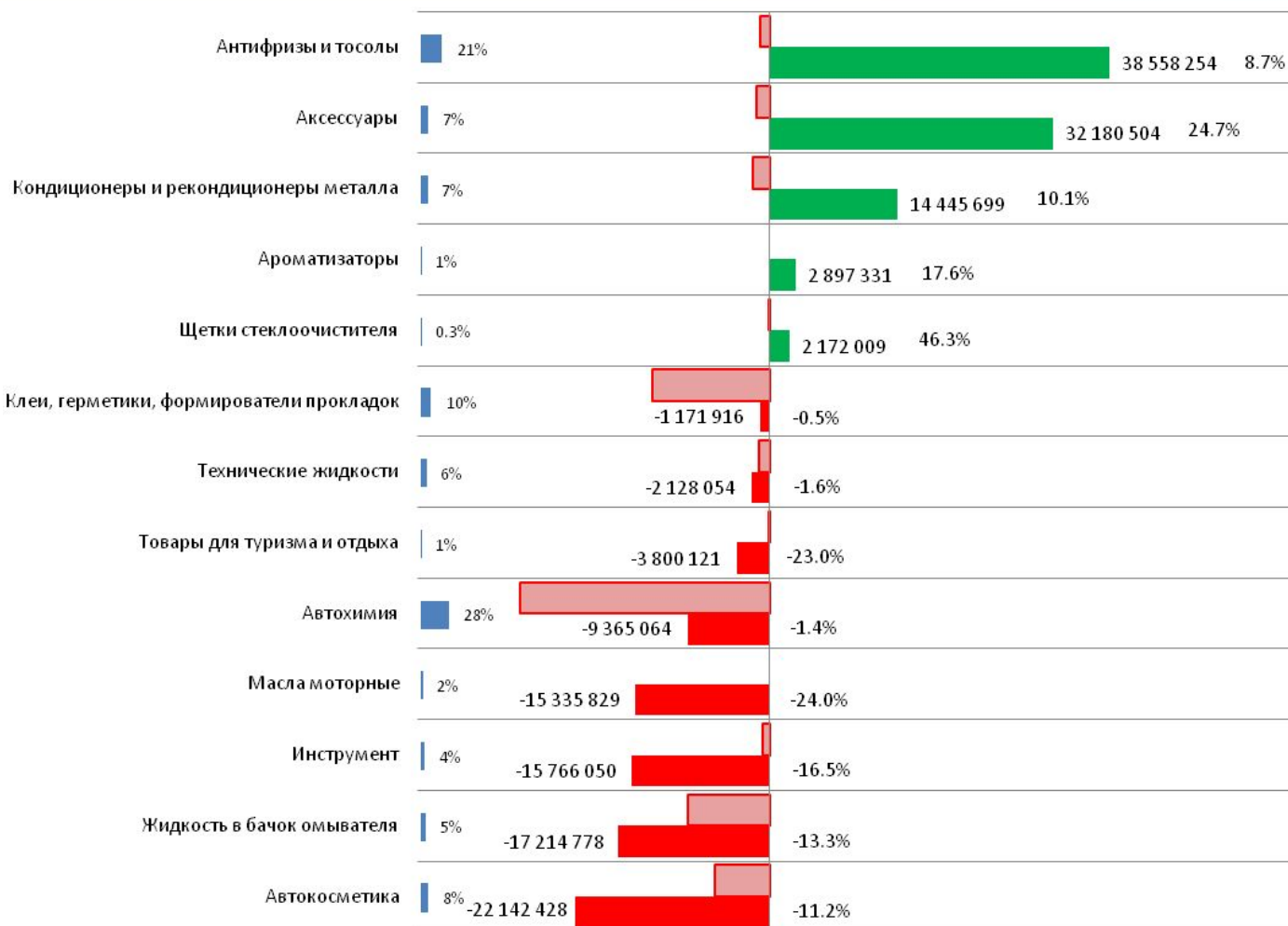


-63 954 711 руб.

Методика расчета упущенных продаж:

1. Анализируется «подневное» наличие каждой позиции на складе.
2. В том случае, если в какой-то день товарный запас опускается ниже недельного – считается, что в этот день имел место дефицит товара.
3. Упущенные продажи в указанный день рассчитываются исходя из средних продаж, характерных для данного сезона.

# Изменение ТО (РУБ) по группам за период 2018-2017



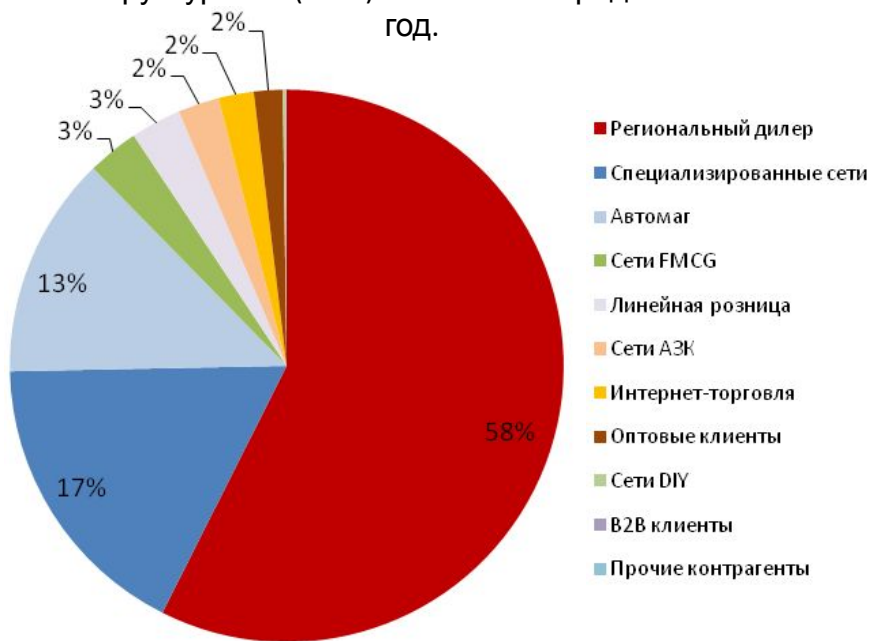
При сравнении категории «Жидкости в бачок омывателя» сезон к сезону указанная тенденция подтвердилась.

Основными драйверами падения являются позиции AGA079D и HG5654N. Обе позиции выведены из активного ассортимента. Цена на AGA079D выше воспринимаемой, поэтому продажи этой позиции падают уже второй год подряд. Что касается HG5654N – то в этом случае не произошло ожидаемого замещения этой позиции 4-литровой упаковкой (HG5686).

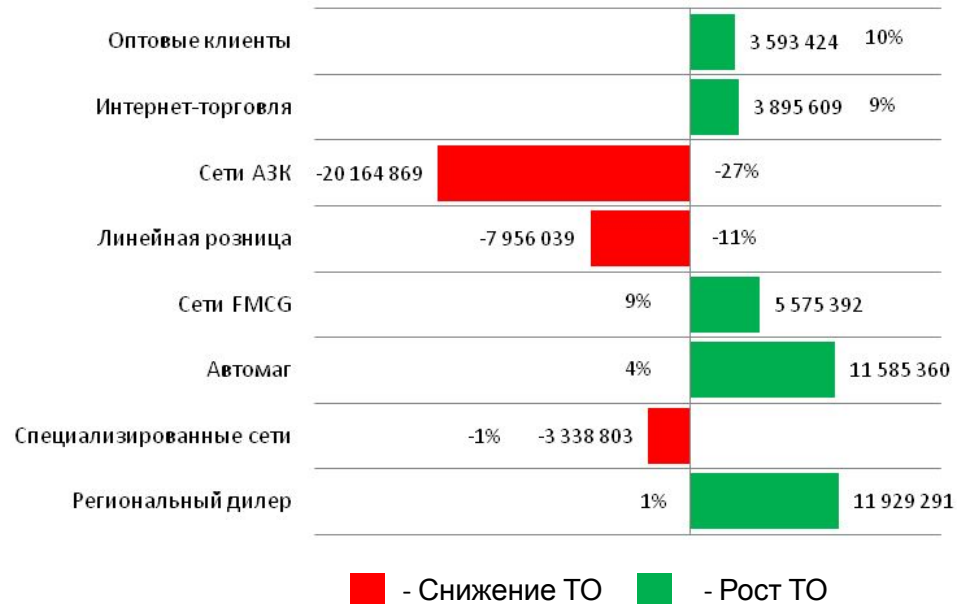
■ - Снижение ТО 
 ■ - Упущенные продажи 
 ■ - Рост ТО 
 ■ - Доля категории в ТО 2018 г.

# Структура ТО (РУБ) по каналам и изменение ТО за 2018-2017 гг.

Структура ТО (РУБ) по каналам продаж 2018 год.



Изменение ТО (РУБ) по каналам за 2018-2017 гг.



**В региональном канале главным драйвером роста стали:** SMT2=10 177 004 и AGA=27 190 257, Done Deal=4 638 632, Energy Release=1 125 247, FENOM=4 214 173, а **главным драйвером снижения продаж стали:** Hi-Gear=-21 428 333 (недопродажи и ЛММ Hi-Gear), Step Up=-9 404 974 (снижение ТО по жидкостям для ГУР), ZIPOWER=-1 389 722 (уменьшение ТО по дилеру ООО «Бином»).

**В канале FMCG сети главным драйвером роста стали:** Doctor Wax=2 225 857, Hi-Gear=3 354 120, ZIPOWER=13 695 877. Снижение ТО по FENOM=-6 901 120 является следствием лотовых поставок в 2017 «Сухой химчистки» и «Силиконовой смазки», которых в 2018 не было).

**В канале специализированные сети главным драйвером роста стали:** SMT2=2 153 707, AGA=11 796 959, Doctor Wax=1 100 712, а **главным драйвером снижения стали:** Done Deal=-2 894 169, FENOM=-1 864 573, Hi-Gear=-4 438 195, Step Up=-1 357 653, ZIPOWER=-6 163 968. Причина – стоп-отгрузки по ТК-103.

**Отрицательная динамика канала АЗК** связана со сменой логиста в 2018 г. и отсутствием отгрузок по Hi-Gear RADAR -27 (ООО «Синтек» → ООО «Фаворит»).

**Уменьшение товарооборота по каналу линейная розница** обусловлено сокращением матрицы в АЗК Кириши и ООО «Форт» (оптовик СПб) и прекращением работы с клиентами ИП Альгина и ООО «Сервис-Запчасть».

# Портфельный анализ

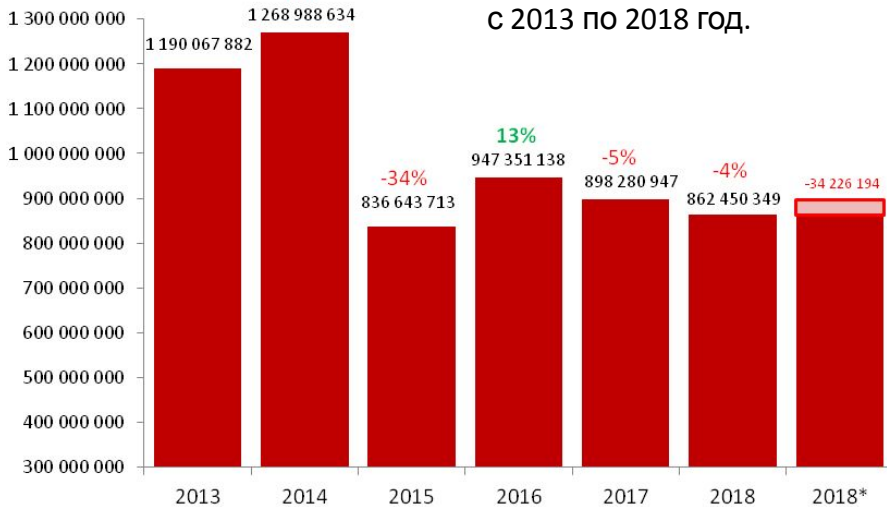


# Hi-Gear

# Динамика ТО (РУБ) бренда Hi-Gear с 2013 по 2018 год и изменение ТО по группам за период 2018-2017 гг

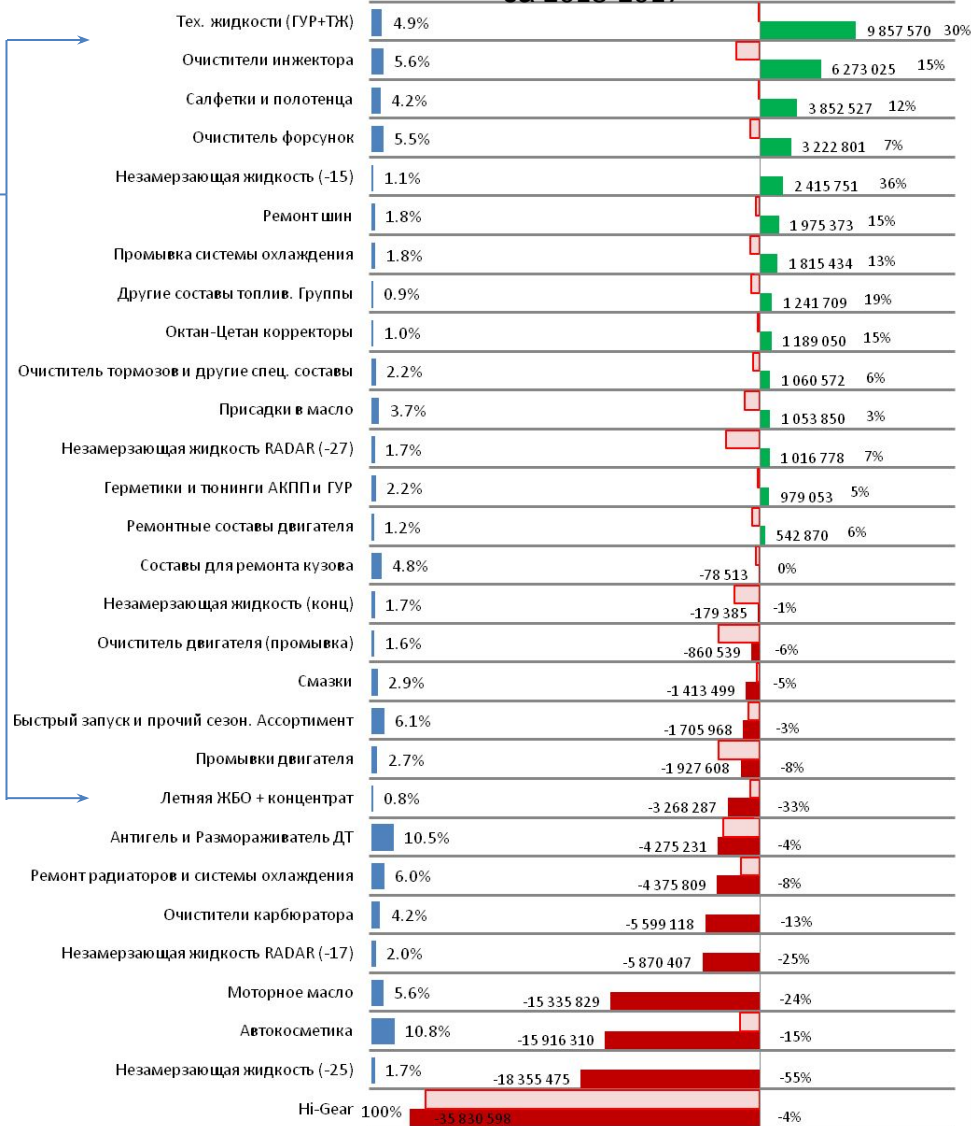
## Изменение ТО (РУБ) бренда HG по группам за 2018-2017

Динамика ТО (РУБ) бренда HG с 2013 по 2018 год.



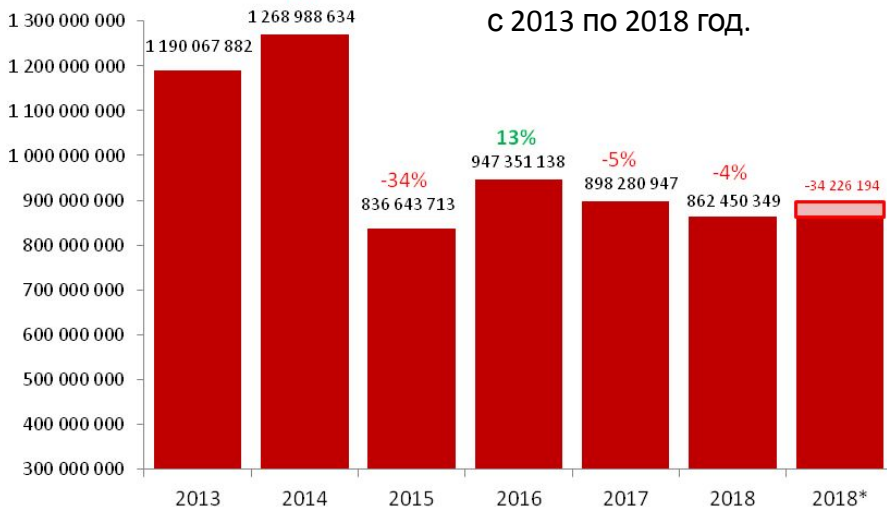
■ - Упущенные продажи 2018\* - ТО 2018 года с упущенными продажами  
■ - Рост ТО ■ - Доля группы в ТО бренда 2018 ■ - Снижение ТО 2018

■ 36 496 364 руб.  
■ -79 161 978 руб.  
■ -34 226 194 руб.



# Динамика ТО (РУБ) бренда Hi-Gear с 2013 по 2018 год и изменение ТО по каналам за период 2018-2017 гг.

Динамика ТО (РУБ) бренда HG с 2013 по 2018 год.



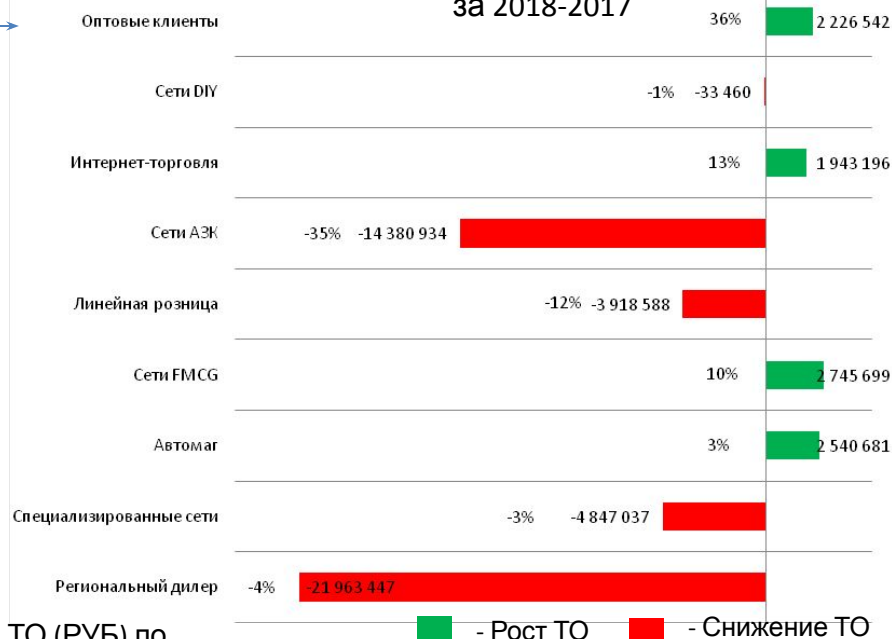
■ - Упущенные продажи 2018\* - ТО 2018 года с упущенными продажами  
■ - Рост ТО ■ - Снижение ТО

## Снижение ТО обусловлено:

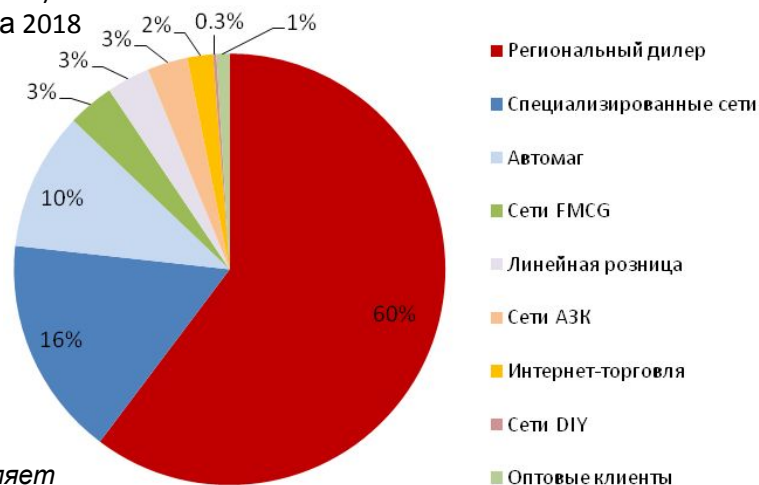
- **Сети АЗК:** переход на нового логиста и отсутствие отгрузок по Hi-Gear RADAR -27
- **Линейная розница:** сокращение ассортимента по АЗК Кириши и ООО «Форт»
- **Спецсети:** отсутствие отгрузок в ТК-103
- **Региональный дилер:** первичная расстановка моторных масел в 2017 году и «недопродажи» по американскому ассортименту

\* В ценах R3 доля «Автомаг» составляет 6%

Изменение ТО (РУБ) по каналам за 2018-2017



Доля ТО (РУБ) по каналам за 2018

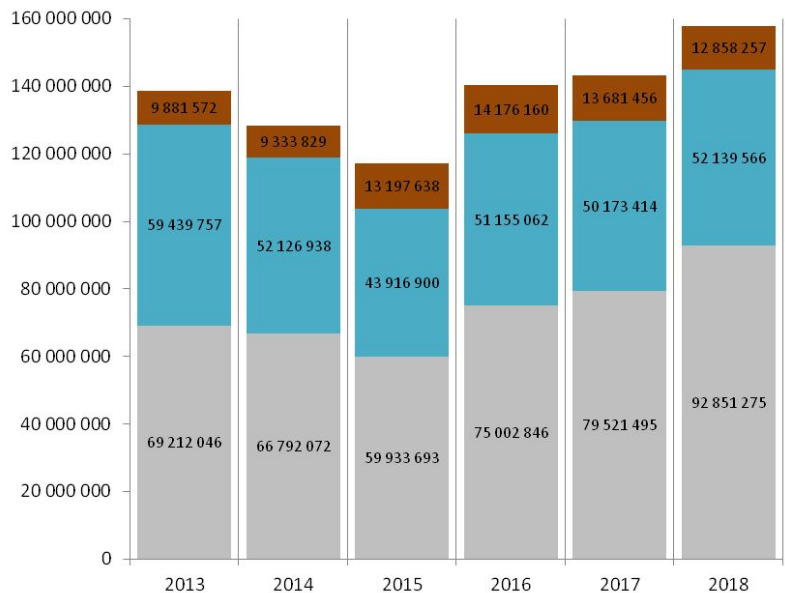


## SMT2 и группа «Кондиционеры металла»

# Кондиционеры металла (SMT2-ER-FENOM)

Динамика ТО (РУБ) с 2013 по 2018 год.

FENOM Energy Release SMT2



0.9%

2.3%

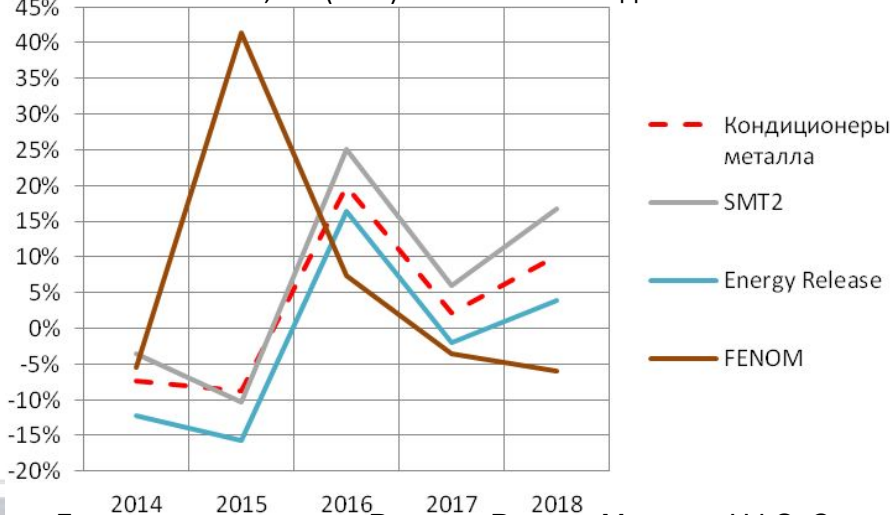
3.5%

8.5%

14.5%

69%

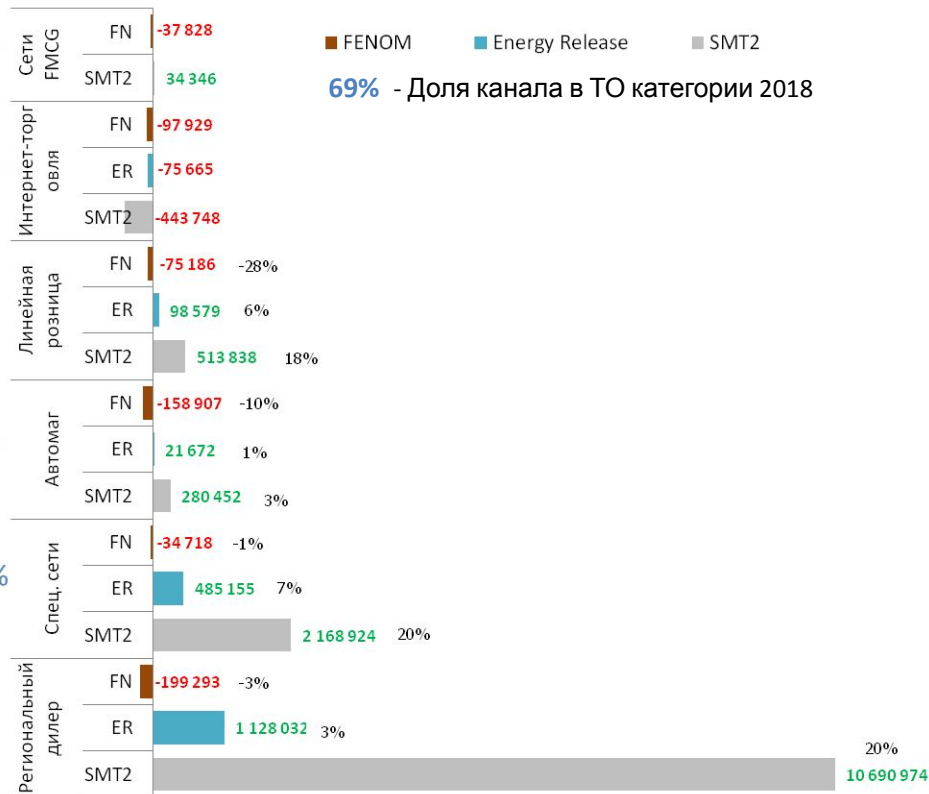
Изменение %, ТО (РУБ) с 2013 по 2018 год.



Изменение ТО (РУБ) по каналам 2018-2017 год.

FENOM Energy Release SMT2

69% - Доля канала в ТО категории 2018



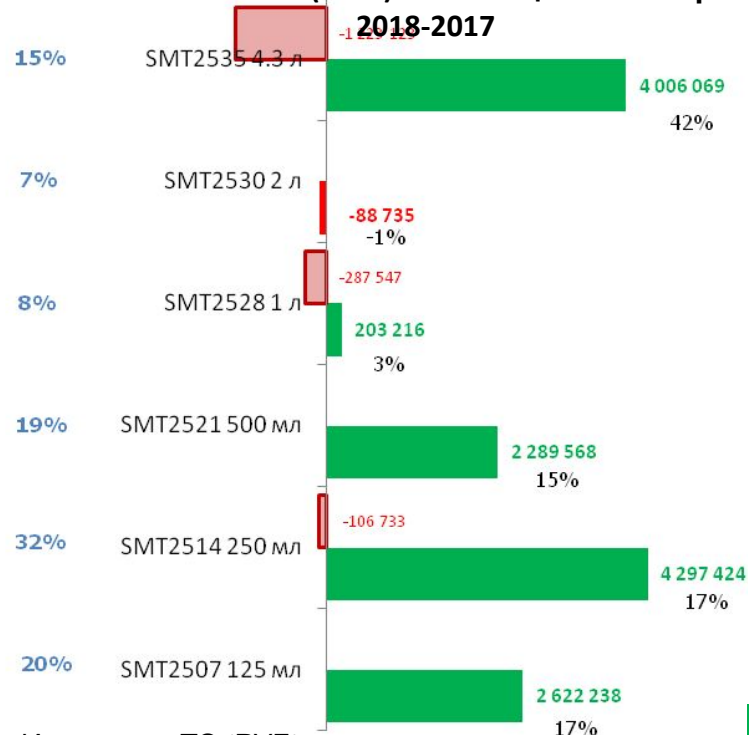
В группе «Кондиционеры металла» основным драйвером является SMT2 в канале региональный дилер.



# Кондиционеры металла (SMT2-ER-FENOM)

Изменение ТО (РУБ) по позициям за период

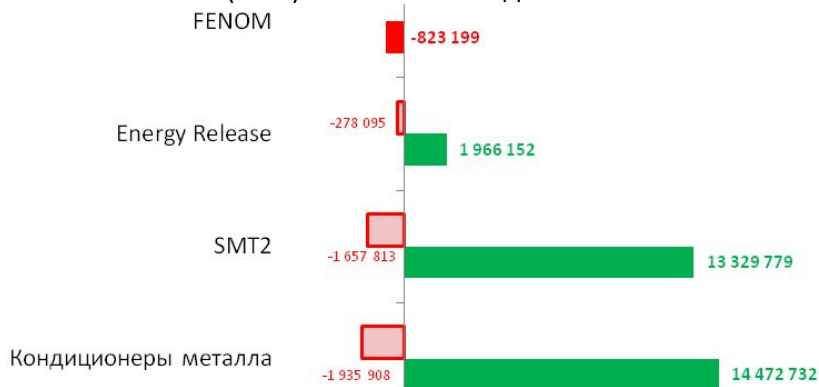
Продажи в ШТ по позициям за период с 2016 по 2018



Наименование	2016	2017	2018	Объем	Изм 18/17	Изм 18-17
<b>SMT2</b>						
SMT2507	35 303	34 051	38 178	125 мл	12.1%	4 127
SMT2514	37 377	37 547	42 069	250 мл	12.0%	4 522
SMT2521	11 771	13 035	14 360	500 мл	10.2%	1 325
SMT2528	3 419	3 728	3 635	1 л	-2.5%	-93
SMT2530	1 857	2 200	2 022	2 л	-8.1%	-178
SMT2535	1 451	1 862	2 574	4.3 л	38.2%	712
<b>Energy Release</b>						
ER16(P002RU)	10 018	10 199	10 249	473 мл	0.5%	50
ER5(P001RU)	36 789	34 838	33 553	148 мл	-3.7%	-1 285
ER8(P007RU)	24 403	23 538	24 087	237 мл	2.3%	549
P005RU	124	206	142	3.78 л	-31.1%	-64
<b>FENOM</b>						
FN125N	9 379	8 868	7 784	110 мл	-12.2%	-1 084
FN222	3 392	3 173	3 062	200 мл	-3.5%	-111
FN250N	5 274	4 656	4 022	220 мл	-13.6%	-634
FN437	37 975	38 461	33 939	200 мл	-11.8%	-4 522
FN710	11 671	11 465	10 282	201 мл	-10.3%	-1 183
FN765	7 664	6 963	6 616	202 мл	-5.0%	-347

■ - Рост ТО ■ - Снижение ТО □ - Упущенные продажи 7% - Доля SKU в ТО бренда 2018

Изменение ТО (РУБ) за 2018-2017 год.

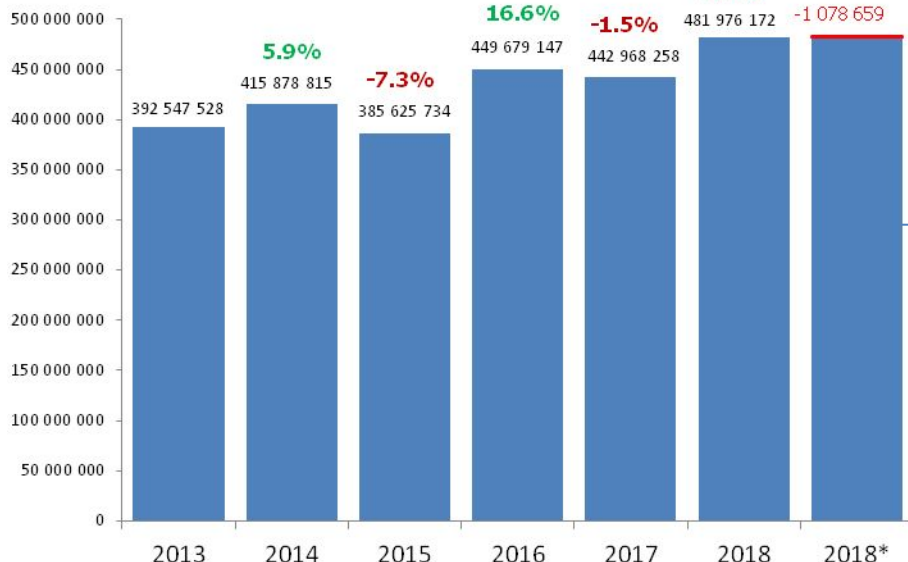


Снижение продаж кондиционера металла FENOM, возможно, вызвано низким знанием бренда и уже сформировавшимся у потребителя воспринимаемым качеством, которому соответствует более высокая цена на продукты данной категории.

В 2019 году рекомендуется продолжить маркетинговые мероприятия для кондиционера металла SMT2.

# Антифризы и тосолы

Динамика ТО с 2013 по 2018 год.



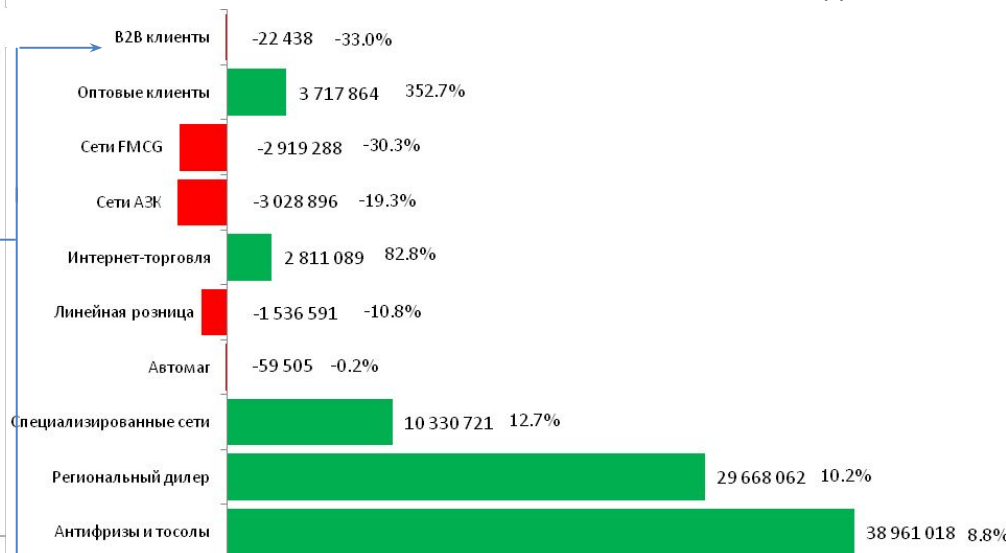
■ - Упущенные продажи 2018\* - ТО 2018 года с упущенными продажами  
■ - Рост ТО ■ - Снижение ТО

Основной рост ТО связан с увеличением продаж антифриза емкостью 5 и 10 кг, на которые повлияла бонусная программа для дилеров и маркетинговые активности (акция для дилеров и ТЦП в спецсетях).

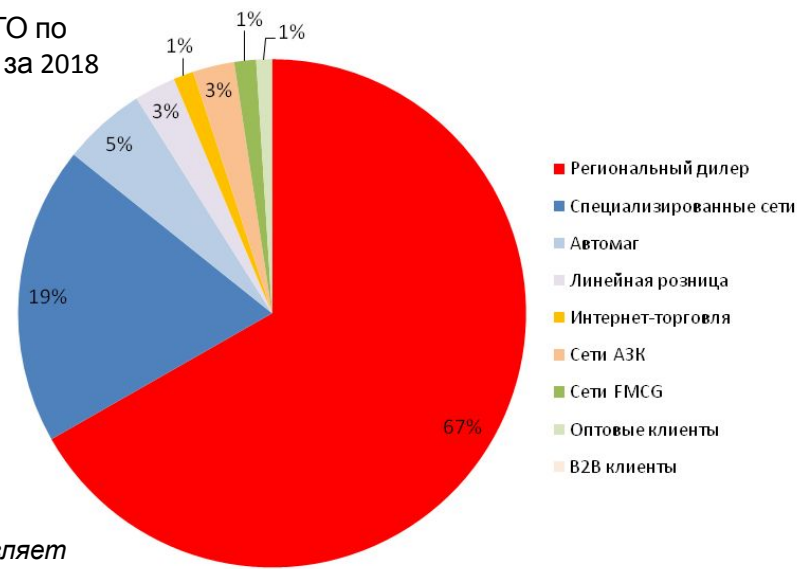
В 2018 году все виды антифриза показали рост (красный, желтый, зеленый).

Данные по территории Регионы России, Москва + ЦФО, Санкт-Петербург + СЗФО, Розница Москва, Розница Питер

Изменение ТО по каналам 2018-2017 год.

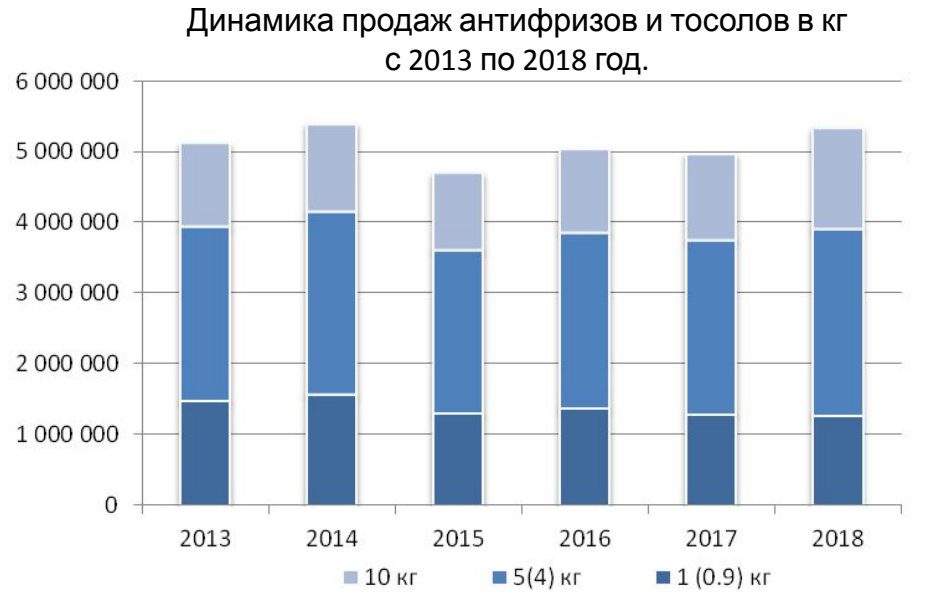
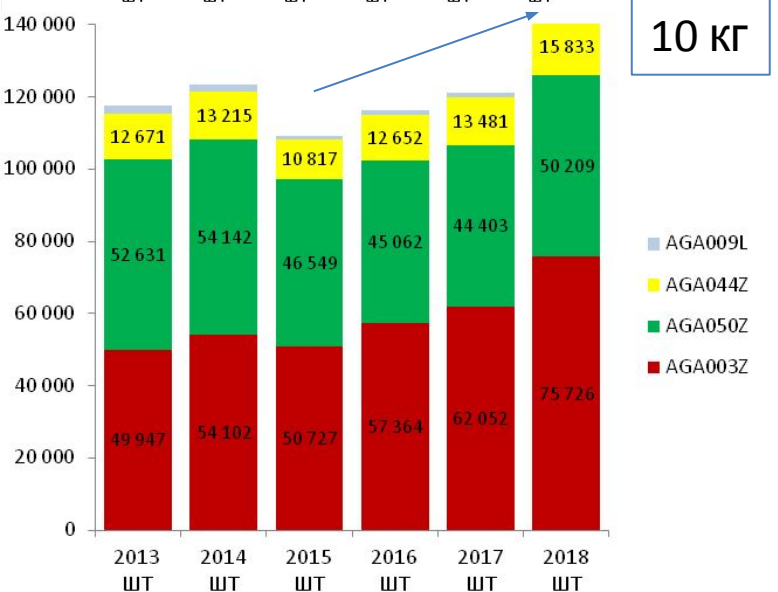
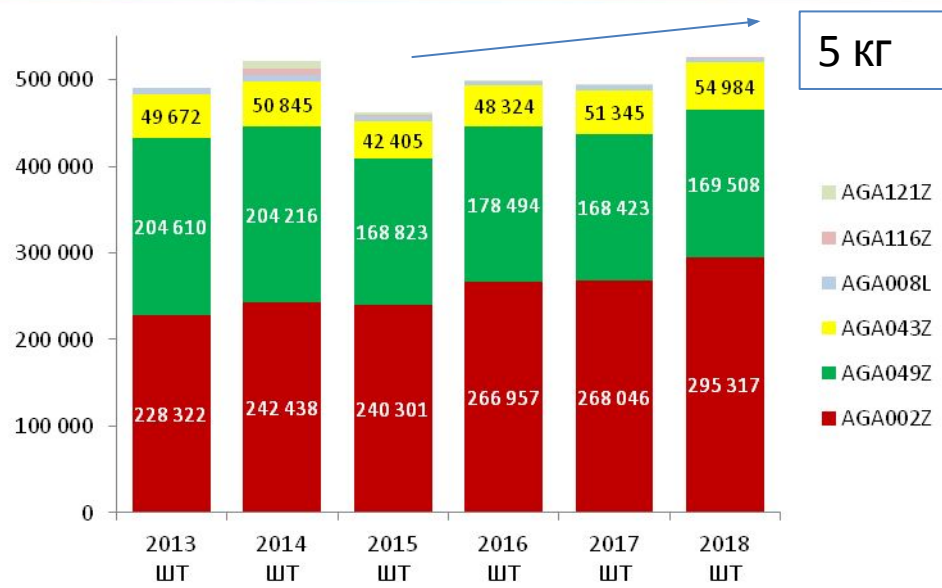
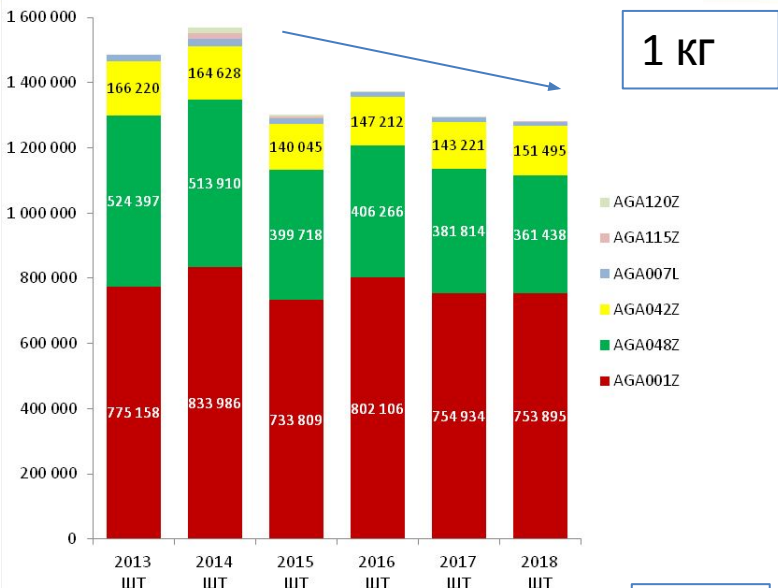


Доля ТО по каналам за 2018



Доля "Автомаг" составляет 3.5%

# Изменение продаж антифризов (шт.) по объемам упаковки за период 2013-2018





Яндекс Маркет

От 599 до 927

От 552 до 854

От 490 до 700

От 540 до 665

Цена РУБ

В 2019 году планируется провести:

1. Оценку целесообразности изменения дизайна этикетки с целью усиления конкурентных преимуществ продукта, что позволит дополнительно обосновать повышение цены на продукт. Предложение отдельно будет вынесено на ассортиментный комитет.
2. Редизайн сайта [aga-products.ru](http://aga-products.ru)
3. Реклама антифриза AGA в YouTube и в спецпроектах на ТВ

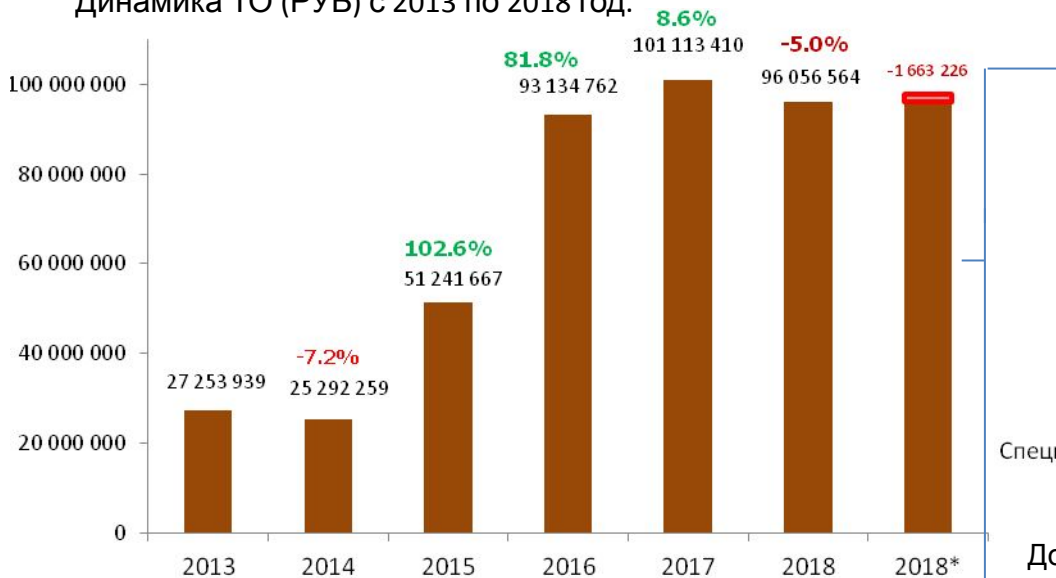
*Данный ряд мероприятий позволит привлечь новых пользователей за счет переключения с марок-конкурентов, за счет донесения конкурентных преимуществ продукта широкому кругу пользователей (массовая реклама с визуализацией).*



FENOM

# Динамика ТО (РУБ) бренда FENOM с 2013 по 2018 год и изменение ТО по каналам за период 2018-2017 гг.

Динамика ТО (РУБ) с 2013 по 2018 год.

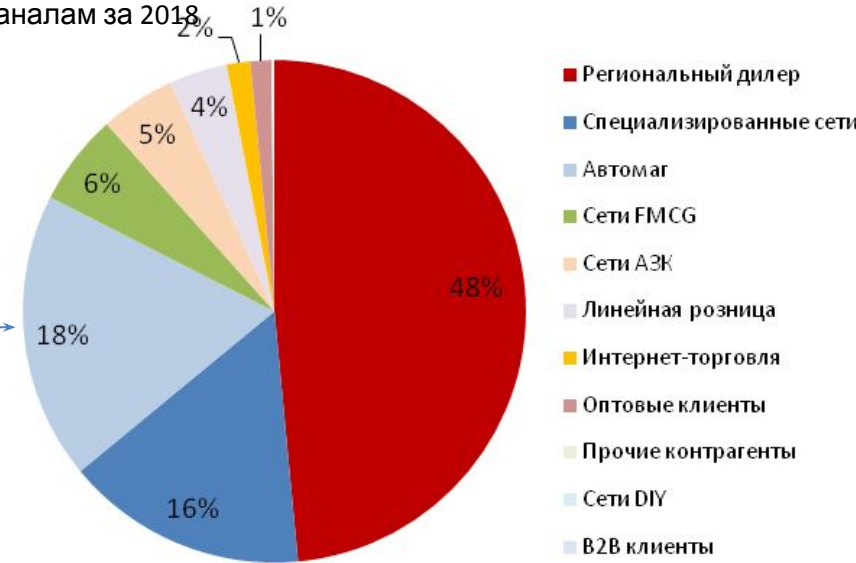


■ - Упущенные продажи 2018\* - ТО 2018 года с упущенными продажами  
■ - Рост ТО ■ - Снижение ТО

Изменение ТО (РУБ) по каналам 2018-2017 гг.

B2B клиенты	7 046	373.7%
Сети DIY	-16.8%	-6 799
Прочие контрагенты	-16.1%	-26 586
Оптовые клиенты		111 701 9.4%
Интернет-торговля	-16.1%	-278 434
Линейная розница		146 983 4.3%
Сети АЗК	-12.3%	-650 410
Сети FMCG	-6 966 564	-55.2%
Автомаг		256 565 1.5%
Специализированные сети	-11.1%	-1 864 573
Региональный дилер		4 214 226 9.9%

Доля ТО (РУБ) по каналам за 2018



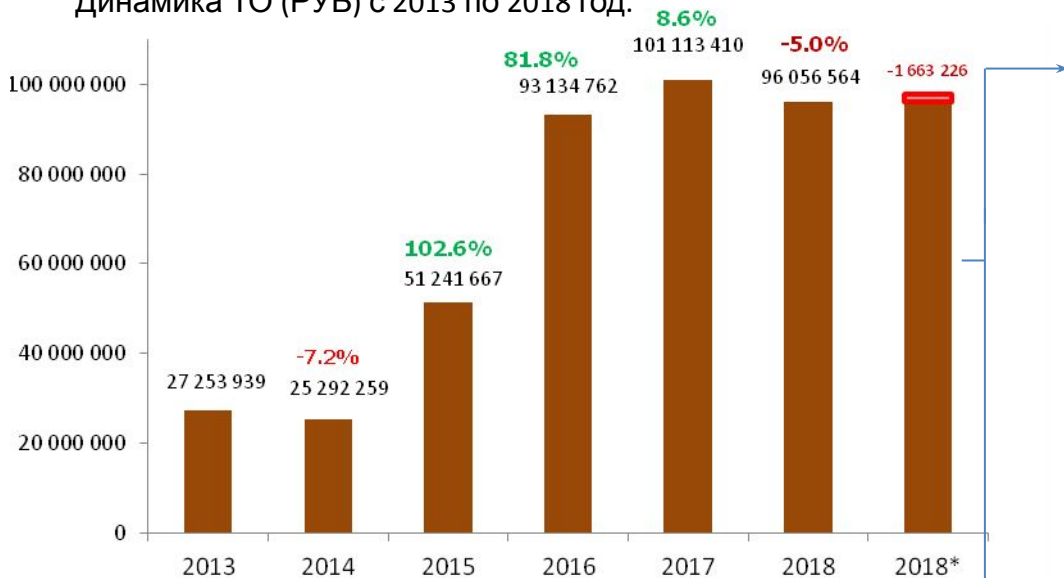
**Снижение ТО по каналу FMCG связано с крупной лотовой поставкой в 2017 году в сеть «Лента» двух позиций: «Сухая химчистка» и «Силиконовая смазка», чего не произошло в 2018 году.**

**Драйвер снижения в канале спецсети – отсутствие отгрузок в ТК103.**

\* В ценах R3 доля "Автомаг" составляет 11%

# Динамика ТО (РУБ) бренда FENOM с 2013 по 2018 год и изменение ТО по группам/позициям за период 2018-2017 гг.

Динамика ТО (РУБ) с 2013 по 2018 год.



- Упущенные продажи 2018\* - ТО 2018 года с упущенными продажами

- Рост ТО - Снижение ТО

7 221 027 руб.

Рост по группе «Ароматизаторы» 2 774 580 руб.

-12 277 899 руб.

Снижение продаж позиций «Сухая химчистка» и «Силиконовая смазка» -5 109 136 руб.

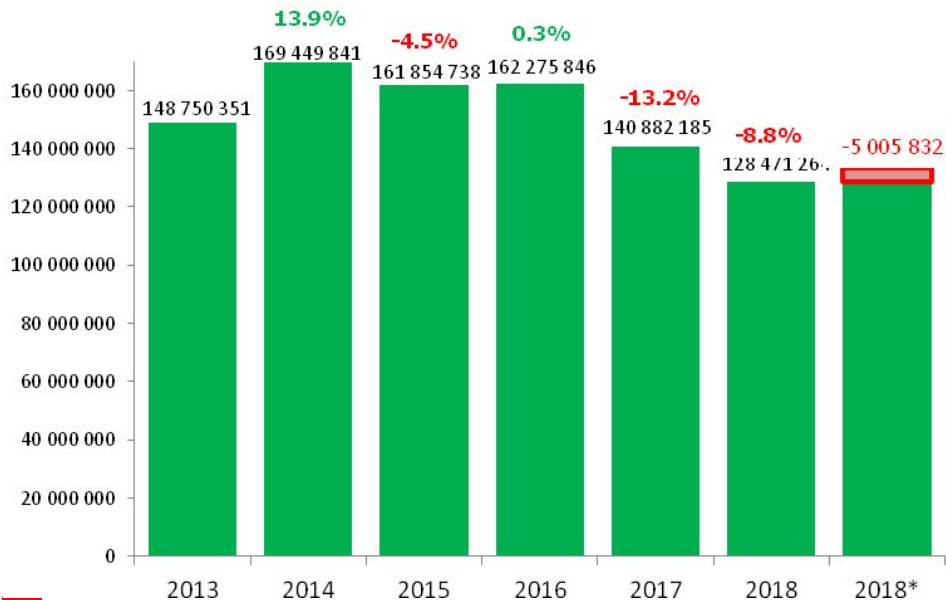
Изменение ТО (РУБ) бренда FN по группам/позициям за 2018-2017

Группа/позиция	Процент изменения	Изменение (РУБ)
Зимний очиститель стекол "Чистое стекло" -20	18%	1 412 719
Ароматизатор воздуха подвесной	74%	1 390 017
Чернитель шин	37%	917 220
Ароматизатор воздуха картонный подвесной		786 636
Мембранный ароматизатор воздуха	11%	486 181
Летний очиститель стекол "Чистое стекло"	30%	282 080
Зимний очиститель стекол "Чистое стекло"	23%	278 836
Очиститель каталитического нейтрализатора	23%	203 082
Летняя жидкость стеклоомывателя автомобиля...	562%	155 220
Летняя жидкость стеклоомывателя автомобиля...	605%	151 110
Термоключ	265%	150 198
Ароматизатор воздуха на дефлектор обдува	3%	111 746
Многофункциональный нанокондиционер металла	-110 048	-9%
Нанокондиционер металла	-113 729	-6%
Депрессорная присадка "Антигель" к дизтопливу	-115 076	-47%
Очиститель форсунок дизеля	-115 466	-6%
Очиститель стекол	-120 023	-18%
Полироль панели гляцевый (горная свежесть)	-130 183	-11%
Ремонтно-восстановительная присадка к моторному маслу	-140 472	-10%
Промывка системы смазки двигателя	-210 093	-12%
Очиститель двигателя пенный	-221 563	-16%
Преобразователь ржавчины в грунт	-223 368	-9%
Очиститель карбюратора	-251 912	-5%
Остановка течи радиатора	-254 533	-28%
Рекондиционер для гидросилителя руля автомобилей с...	-262 128	-37%
Быстрый старт	-276 781	-5%
Антигравий черный	-332 820	-21%
Литиевая смазка	-333 284	-10%
Очиститель кузова	-357 518	-47%
Рекондиционер для двигателей а/м с большим пробегом	-405 086	-5%
Очиститель инжекторов	-455 691	-11%
Раскоксовыватель поршневых колец	-549 504	-23%
Жидкий ключ	-604 055	-22%
Очиститель инжекторов зимний	-611 350	-59%
Сухая химчистка	-2 309 279	-59%
Силиконовая смазка	-2 799 857	-33%

Step UP

# Динамика ТО (РУБ) ТМ Step UP с 2013 по 2018 год и изменение ТО по каналам за период 2018-2017 гг.

Динамика ТО (РУБ) с 2013 по 2018 год.



2018\* - ТО 2018 года с упущенными продажами

■ - Рост ТО    ■ - Снижение ТО

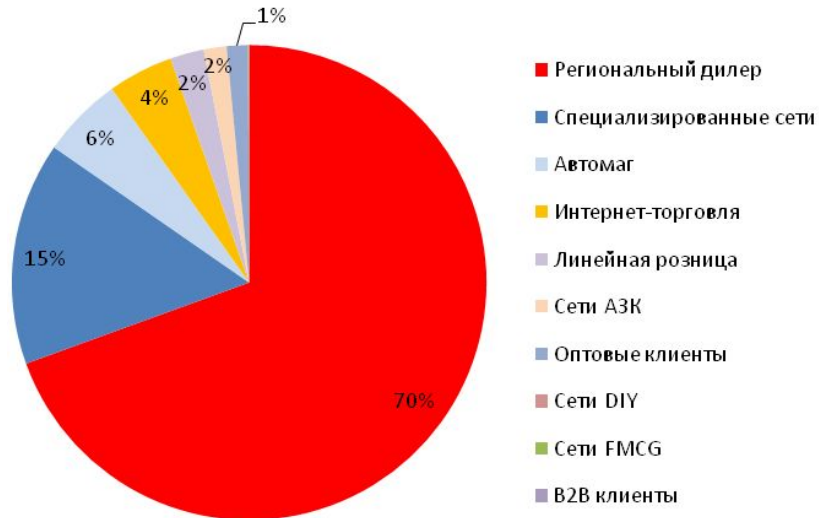
Главный драйвер роста - «SP5152 - Пенный очиститель автокондиционера» + 3 296 671 руб., ТО по новым позициям 963 100 руб.  
 Главный драйвер падения продаж - жидкость для ГУР (SP 7030 и SP7033) -11 121 133 руб. на фоне роста HG7039R и HG7042R. Снижение продаж по выходящим позициям -3 497 823 руб.

\* В ценах R3 доля "Автомаг" составляет 3,5%

Изменение ТО (РУБ) по каналам 2018-2017 год.

Канал	Изменение (%)	Изменение (РУБ)
В2В клиенты	-94.0%	-17 882
Сети FMCG	123.2%	22 182
Сети DIY	8.4%	4 172
Оптовые клиенты	67.3%	746 098
Сети АЗК	-30.2%	-861 371
Линейная розница	-31.0%	-1 334 173
Интернет-торговля	12.3%	623 411
Автомаг	-10.4%	-830 440
Специализированные сети	-6.5%	-1 357 653
Региональный дилер	-9.5%	-9 405 265

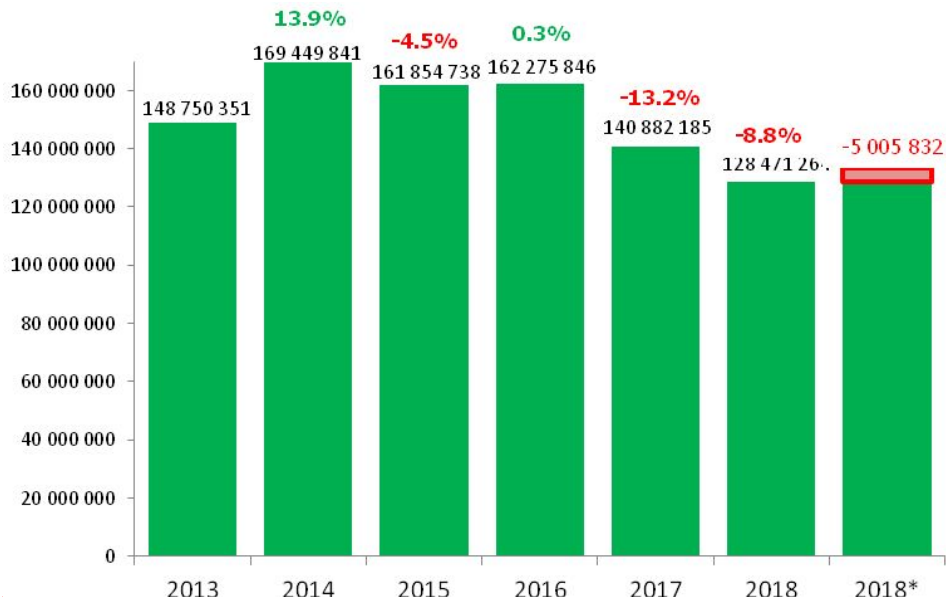
Доля ТО по каналам за 2018





# Динамика ТО (РУБ) ТМ Step UP с 2013 по 2018 год и изменение ТО по позициям за период 2018-2017 гг.

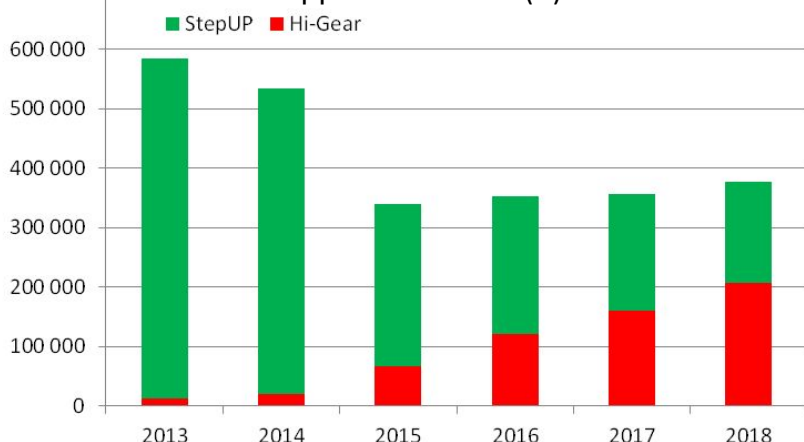
Динамика ТО (РУБ) с 2013 по 2018 год.



■ - Упущенные продажи 2018\* - ТО 2018 года с упущенными

■ - Рост ТО ■ - Снижение ТО ■ - Новые позиции SP ■ - Выходящие поз.

Динамика ГУР (л) с 2013 по 2018 год.



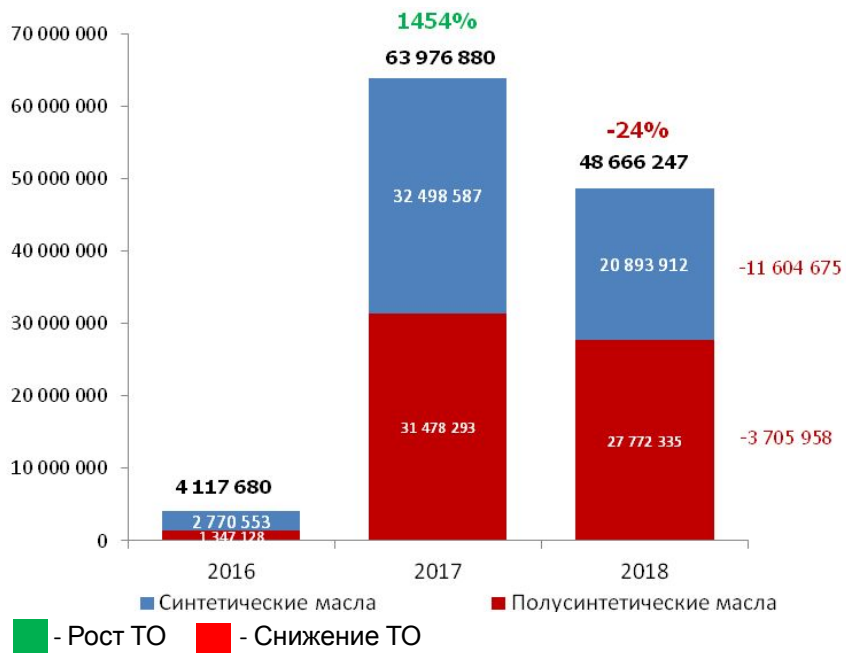
Изменение ТО (РУБ) 2018-2017 год.

Позиция	Процент	Изменение (РУБ)
SP5152 Пенный очиститель...	24%	3 296 671
SP5154К Шланг-удлинитель	27%	1 224 842
SP1608 Высокотемпературная литиевая...	51%	325 876
SP9020 Герметик радиатора 2-минутный		246 339
SP2210 Мягкий очиститель системы смазки...		223 856
SP2234 Стоп-течь для двигателя		209 456
SP1600 Универсальная...	40%	208 872
SP1623 Высокотемпературная литиевая...	39%	202 228
SP7009 Стоп-течь для механических и...		146 947
SP7013 Стоп-течь для автоматической...		136 503
SP5150 Освежитель автокондиционера		-19 711
SP5118 Очиститель для приборной панели		-39 489
SP1602 Высокотемпературная литиевая...		-48 943
SP3211 Очиститель инжекторов		-51 362
SP2255 Полифлоновая защита двигателя		-67 240
SP2240 Улучшающая добавка в масло		-75 058
SP5435 Пенный очиститель двигателя, SMT2		-101 761
SP2237 Герметизатор двигателя		-105 594
SP5122 Очиститель для кожи, кондиционер...		-106 751
SP5563 Очиститель стекол		-113 883
SP1635 Универсальная термостойкая...		-119 155
SP5302 Очиститель шин		-123 753
SP1629 Универсальная термостойкая...		-135 391
SP5101 Очиститель обивки		-139 096
SP3110 Синтетический очиститель...		-149 667
SP5539 Силиконовая смазка...		-167 753
SP7029 Кондиционер и герметик для...		-268 013
SP9023 "Стоп-течь" радиатора быстрого...		-454 905
SP5133 "Сухая химчистка"		-531 202
SP7028 Кондиционер и герметик для...		-563 474
SP9022 Герметик радиатора и системы...		-709 344
SP3322 Антифриз-осушитель		-776 247
SP3321 Быстрый запуск для бензиновых...		-878 440
SP5150N Освежитель автокондиционера		-1 764 531
SP7030 Жидкость для гидроусилителя руля		-4 720 929
SP7033 Жидкость для гидроусилителя руля		-6 400 205

# Моторные масла и технические жидкости

# Динамика ТО (РУБ) моторных масел Hi-Gear с 2016 по 2018 год и изменение ТО (РУБ) по каналам за период 2018-2017 гг.

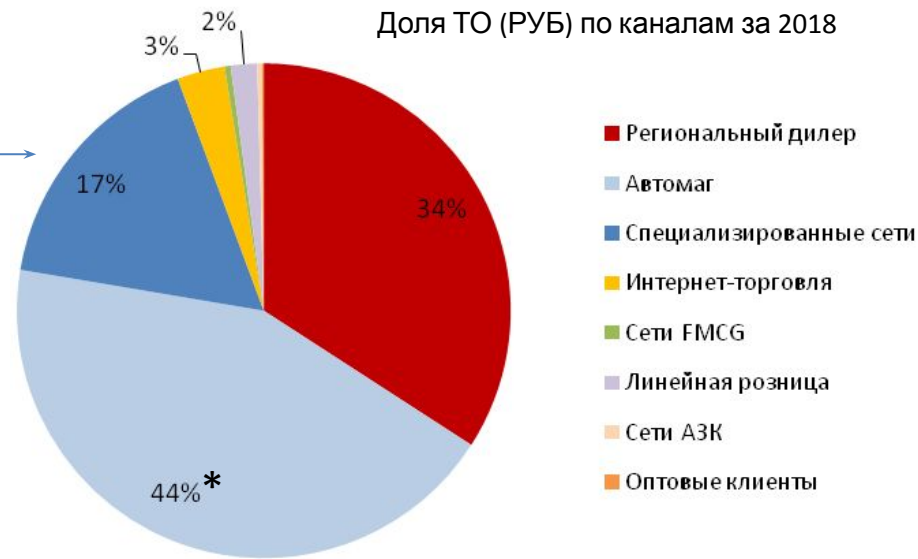
Динамика ТО (РУБ) с 2016 по 2018 год.



Изменение ТО (РУБ) синтетических моторных масел по каналам 2018-2017 год.



Доля ТО (РУБ) по каналам за 2018

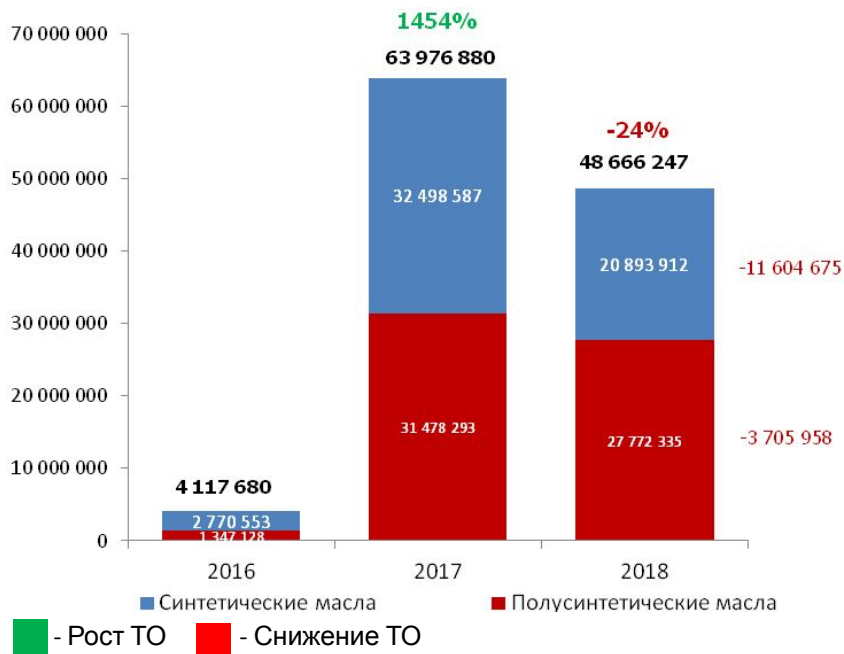


Снижение ТО связано с первичной расстановкой в 2017, снижением АКБ на треть, проведением акции с промопаками в 4 квартале 2017, а также снижением доли синтетических масел.

\* В ценах R3 доля "Автомаг" составляет 32,3%

# Динамика ТО (РУБ) моторных масел Hi-Gear с 2016 по 2018 год и изменение ТО (РУБ) по каналам за период 2018-2017 гг.

Динамика ТО (РУБ) с 2016 по 2018 год.



Изменение ТО (РУБ) полусинтетических моторных масел по каналам 2018-2017 гг.



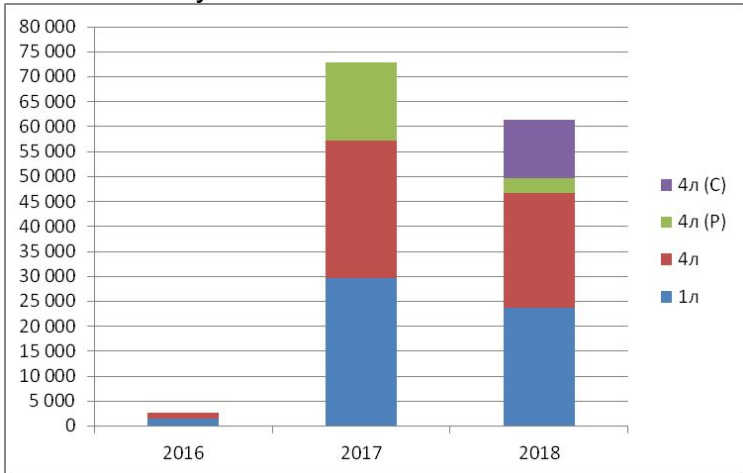
Доля ТО по каналам за 2018



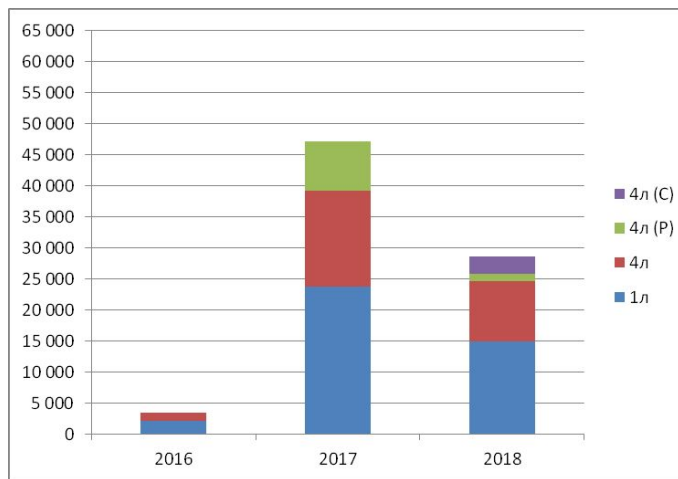
\* В ценах R3 доля "Автомаг" составляет 14,6%

# Моторные масла Hi-Gear, продажи

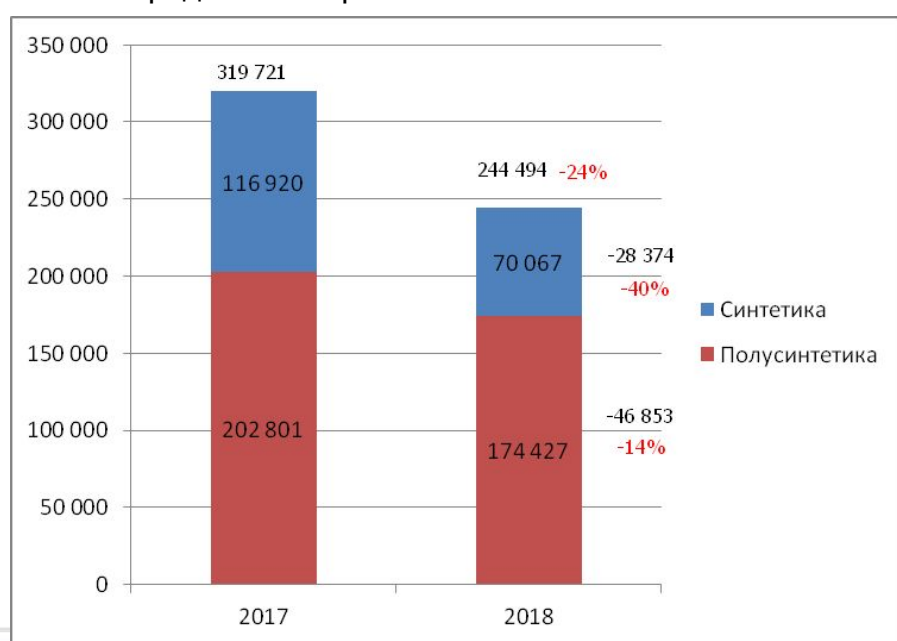
## Полусинтетические масла в ШТ



## Синтетические масла в ШТ



## Продажи в литрах за 2017 и 2018 гг.



Программа продвижения моторных масел Hi-Gear будет отдельно разработана на период «лето-осень 2019 г.» с учетом активности конкурентов, изменением розничных цен и общими трендами рынка. Будет вынесена на согласование в мае.



# Итоги рекламных мероприятий за 2018 год

## РК весна 2018

**ТВ** – 5.6 млн.  
**Радио** – 5.38 млн.  
**Наше Радио** – 4.77 млн.  
**Наше ТВ** – 2.25 млн.  
**Интернет** – 1 млн.

**ИТОГО ОХВАТ ЦА\*: 19  
млн.**

## РК осень 2018

**ТВ** – 13.5 млн  
**Радио** – 7.5 млн.  
**Наше Радио** – 3.5  
млн.  
**МАЯК** – 2.6 млн.  
**Интернет** – 1 млн.

**ИТОГО ОХВАТ ЦА\*: 28  
млн.**

Целевое назначение	Весна	Осень
Спецпроекты на ТВ	6 162 568	13 249 865
Спецпроекты на Нашем Радио	5 793 800	2 833 888
Спецпроекты на МАЯКе	-	2 318 895
Региональное радио (прямая+спецпроекты)	6 310 167	6 680 921
Рекламная кампания в интернете	2 655 000	2 919 535
<b>Итого бюджет</b>	<b>20 921 535</b>	<b>28 003 104</b>

Дополнительная поддержка: [транспорт](#),

[ООН](#)  
**ЦА - муж. 25-50**

## ГЛАВНАЯ ДОРОГА




- Количество выходов – **3 программы**
- Территория охвата – РФ
- Охват осень – **5.9 млн.**

Ссылка на видео в

YouTube:

[Главная дорога](#)

## МИНТРА НС



- Количество выходов – **16 программ**
- Территория охвата – РФ
- Охват весна – **5.6 млн.**
- Охват осень – **6.2 млн.**

[Минтран](#)

[с](#)

## ПРОГРАММА ИСПЫТАНИЙ




- Количество выходов – **2 программы**
- Территория охвата – РФ
- Охват осень – **1.4 млн.**

[Программа испытаний](#)

## Интеграция продуктов в телепрограммы



Весна  
а

МИНТРА  
НС



Осень  
ь

МИНТРА  
НС



ГЛАВНАЯ  
ДОРОГА



ПРОГРАММ  
А  
ИСПЫТАНИ  
Й

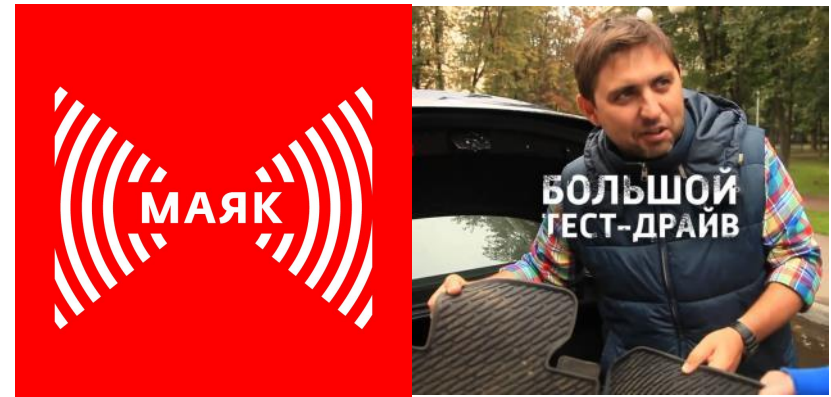


ПЕН-ТВ	16 сюжетов (HG, HGOil, SMT2)
НТВ	3 сюжета (HG, HGOil, SMT2)
Че	2 сюжета (HG, SMT2)

### «На личном опыте», «Тест-драйв», «Утро на колесах», «Химия рекордов» с автоэкспертом Андреем Ломановым



### «Что? Зачем? Когда?» с автоэкспертом Рустамом Вахидовым



- Охват весна – **4.77 млн.** слушателей
- Охват осень – **3.5 млн.** слушателей
- Количество выходов – **30 программ**

- Охват осень – **2.6 млн.** слушателей
- Количество выходов – **10 программ**



## Спецпроекты на 24 радиостанциях Охват - 17 городов России

1. Краснодар
2. Челябинск
3. Киров
4. Нижний Новгород
5. Тюмень
6. Казань
7. Набережные Челны
8. Белгород
9. Пермь
10. Новосибирск
11. Владивосток, Приморский Край
12. Санкт-Петербург
13. Екатеринбург
14. Красноярск
15. Новокузнецк
16. Барнаул
17. Южно-Сахалинск



- Формат викторины и розыгрыша
- Осень 2018 г.
- Охват – 6 млн.



## Прямая реклама на радио Охват - 35 городов России



- |                   |                              |
|-------------------|------------------------------|
| 1. Барнаул        | 18. Нижний Новгород          |
| 2. Белгород       | 19. Нижний Тагил             |
| 3. Брянск         | 20. Новосибирск              |
| 4. Владивосток    | 21. Омск                     |
| 5. Волгоград      | 22. Пермь                    |
| 6. Воронеж        | 23. Петропавловск-Камчатский |
| 7. Екатеринбург   | 24. Ростов-на-Дону           |
| 8. Иваново        | 25. Самара                   |
| 9. Ижевск         | 26. Санкт-Петербург          |
| 10. Казань        | 27. Сургут                   |
| 11. Киров         | 28. Тула                     |
| 12. Кострома      | 29. Тюмень                   |
| 13. Краснодар     | 30. Ульяновск                |
| 14. Красноярск    | 31. Уфа                      |
| 15. Курск         | 32. Хабаровск                |
| 16. Магнитогорск  | 33. Челябинск                |
| 17. Нижневартовск | 34. Южно-Сахалинск           |
|                   | 35. Ярославль                |

- Охват весна – 5.38 млн.
- Охват осень – 1.5 млн.





Канал	Формат (ед. изм.)	Флайт	Объем (ед. изм.)	Цена контакта	Итого	
Видео-реклама 	Preroll, Discovery (показы)	Весна	996 443	2,5 р.	<b>2 153 434 показов</b>	
		Осень	1 156 991	2,5 р.		
Контекстно-медийная реклама	Текстово-графические баннеры (переход на сайт)	Осень		73 725	2,3 р.	<b>91 673 переходов на сайт</b>
				17 948	7,96 р.	

# Оценка эффективности рекламных кампаний 2018 года

### 2017



Рекламная кампания 2017 года была направлена на поддержку нового продукта при выходе на рынок, что требовало широкого охвата и высокой частоты контакта. Так как рекламная кампания 2017 года была направлена на формирование знания о новом продукте, для этого использовали прямое размещение рекламы с повышенной частотой и охватом.

### 2018

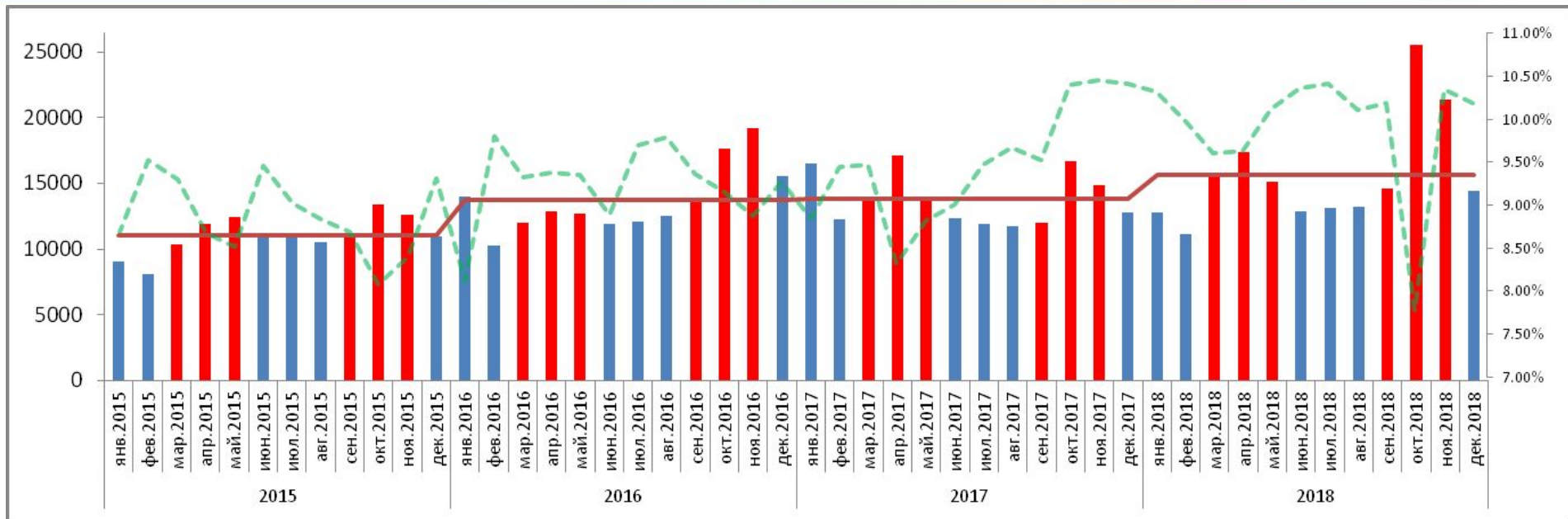


Рекламная кампания 2018 года направлена на усиление доверия к бренду через рекламу препаратов нишевых сегментов, в которых бренд имеет максимальные конкурентные преимущества. Для этого использовалась система коммуникаций, построенная на базе спецпроектов на ТВ и радио. Спецпроекты позволяют повлиять на отношение к бренду и продукту, т.к. продолжительные сюжеты (более 30 сек.) полноценно рассказывают «историю» о применении продукта и раскрывают конкурентные преимущества.





Применение интеграции в формате спецпроекта, который «нативно» показывает применение препарата на конкретной проблеме, привлекает внимание аудитории, а затем пользователь ищет информацию о бренде или продукте в интернете.



- Показатель отказов (%)
- Переходы из ПС на сайт в месяц
- Средний уровень трафика в месяц на сайте (за период)
- Переходы из ПС на сайт в период весна и осень

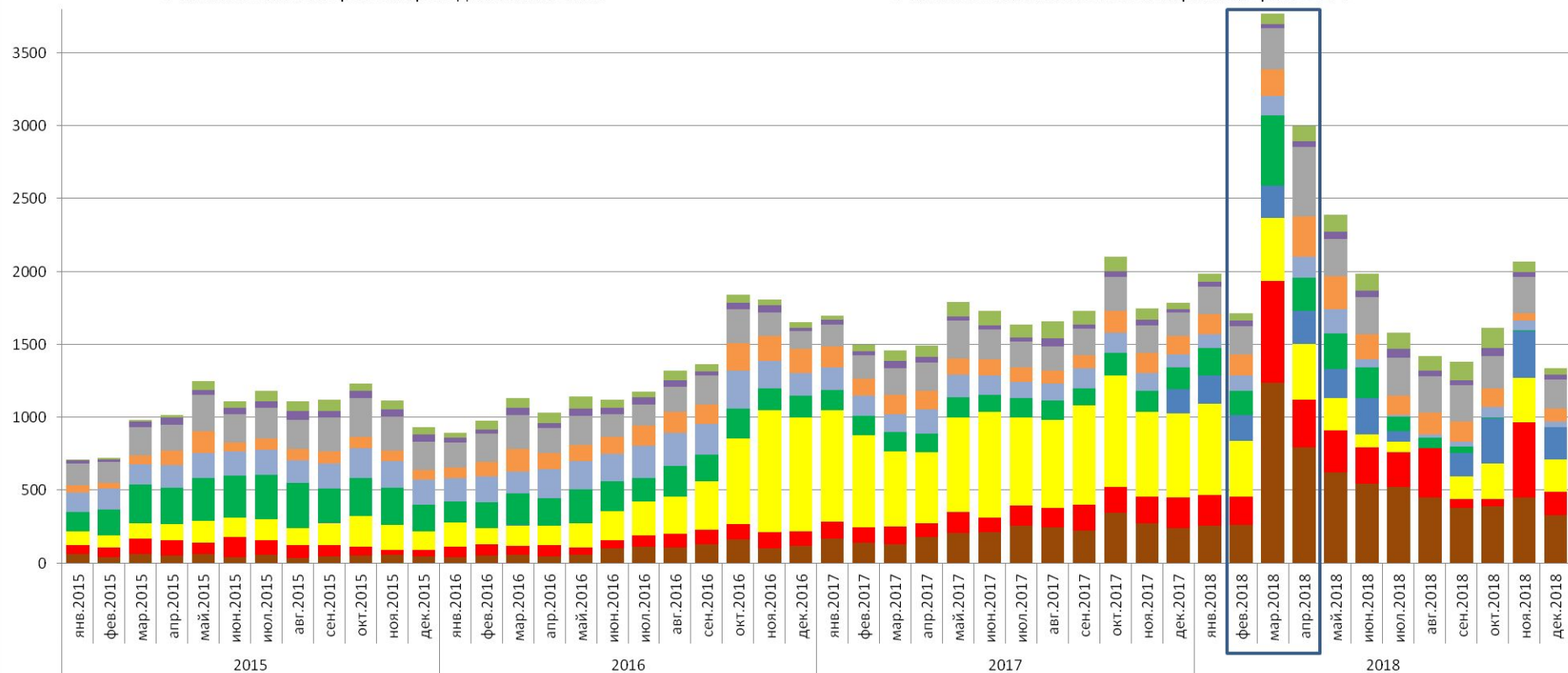


Снижение показателя отказов весной и осенью 2018 года при росте посещаемости на сайте говорит о росте аудитории, которая заинтересована в поиске информации о бренде или продукте. За 2018 год выросло количество пользователей, вовлеченных в систему коммуникаций с брендом, построенную на базе спецпроектов на ТВ и радио.

# Динамика переходов из поисковых систем на страницы сайта Хайгир.рф с препаратами, рекламируемыми весной 2018 года

ВЕСНА

- Антипрокол HG5316
- Мягкий очиститель двигателя HG2207
- Стоп-течь для двигателя HG2231
- Металлокерамический герметик для ремонта системы охлаждения HG9041
- Очиститель инжекторов быстрого действия HG3216
- Аварийный герметик быстрого действия для ремонта колес HG5337
- Мягкий очиститель двигателя HG2206
- Ремонтный герметик двигателя HG2235
- 7-минутная промывка системы охлаждения HG9014
- Очиститель каталитического нейтрализатора HG3270



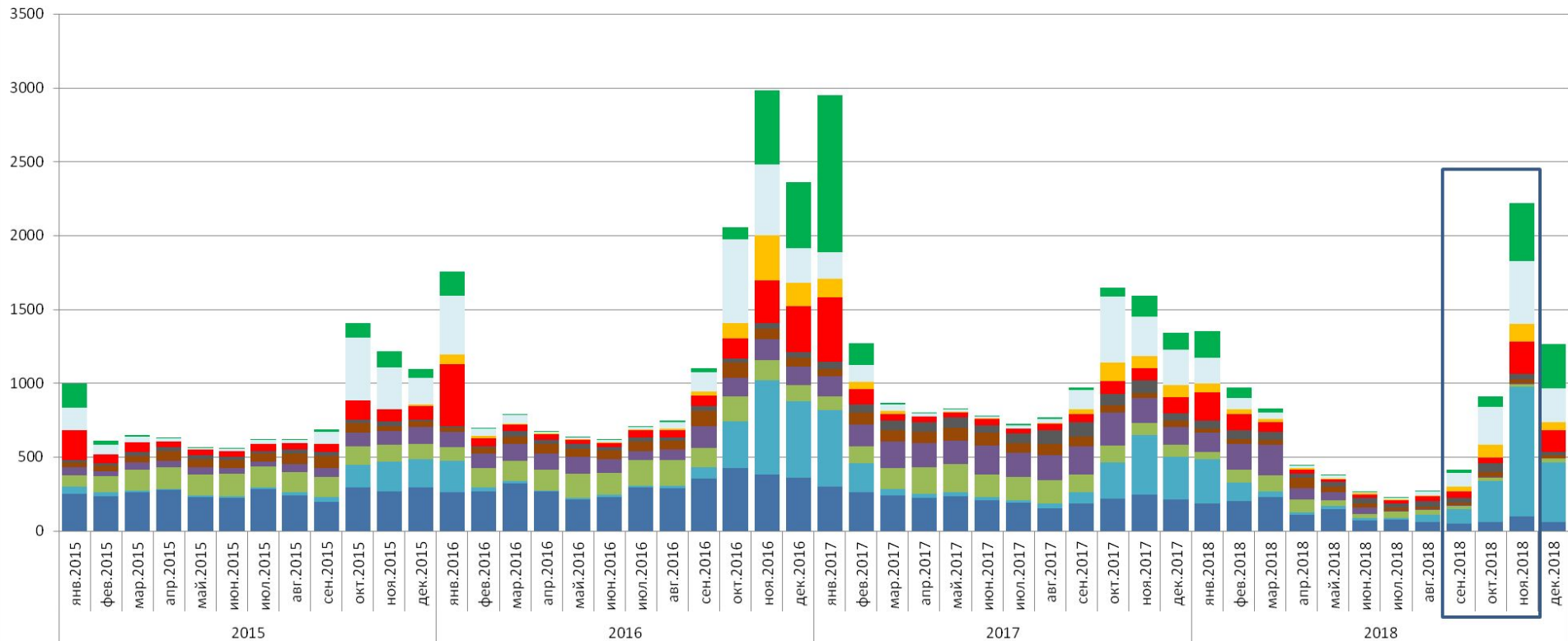
Весной 2018 года виден рост вовлеченности пользователей в продукт после проведения интеграции на ТВ.

С 2016 по 2018 год проходили спецпроекты на «Нашем радио» - программа «Азбука Автохимии». Динамика переходов на страницы продуктов отражает динамику заинтересованности пользователей, которая подтверждает эффективность коммуникации существующих форматов спецпроектов на ТВ и радио.

# Динамика переходов из поисковых систем на страницы сайта Хайгир.рф с препаратами, рекламируемыми осенью 2018 года

ОСЕНЬ

- Размораживатель ДТ HG4114
- Радар -27 HG5688
- Жидкость для гидроусилителя руля HG7042R
- Комплекс присадок к маслу для старых двигателей с SMT2 HG2250
- Антигель HG3427
- Не замерзающая жидкость концентрат -50 HG5648
- Быстрый запуск HG3319
- Герметик и тюнинг для гидроусилителя руля (содержит SMT2) HG7023
- Стабилизатор вязкости масла HG2241
- Очиститель форсунок для дизеля HG3416

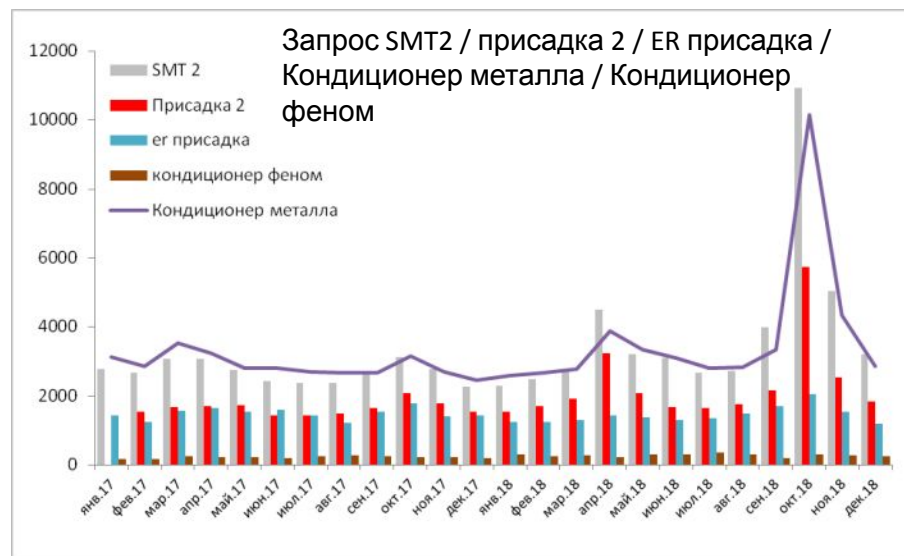
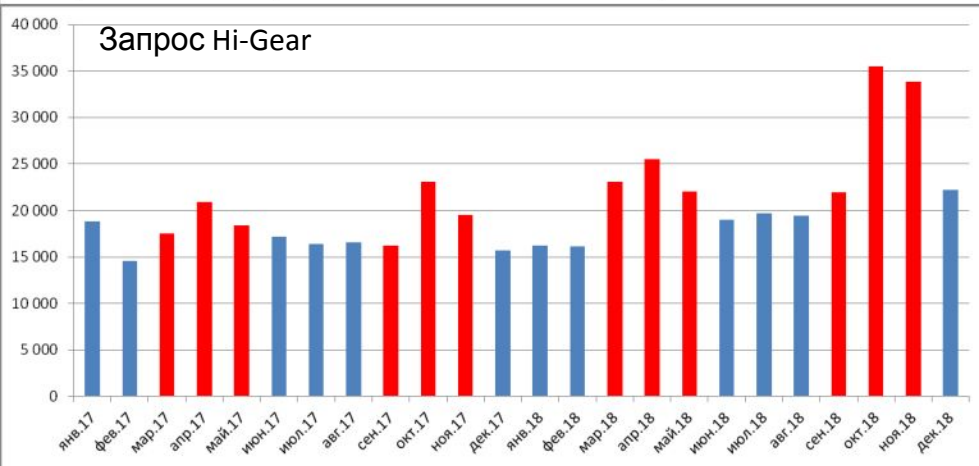
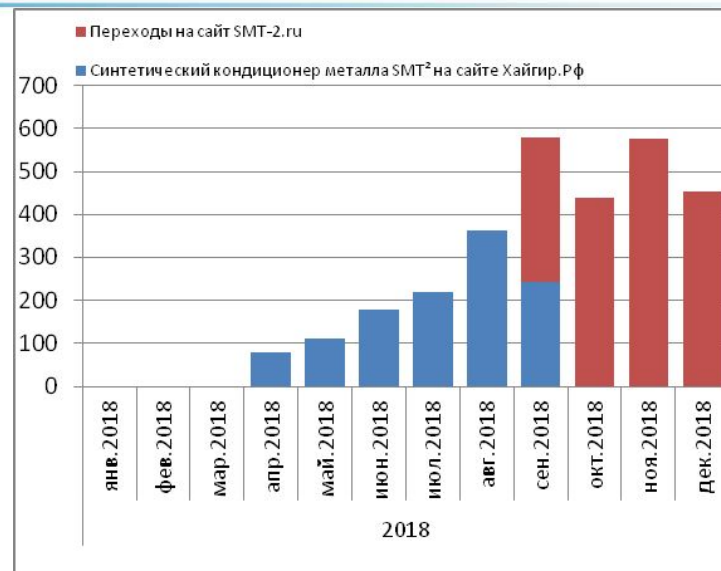
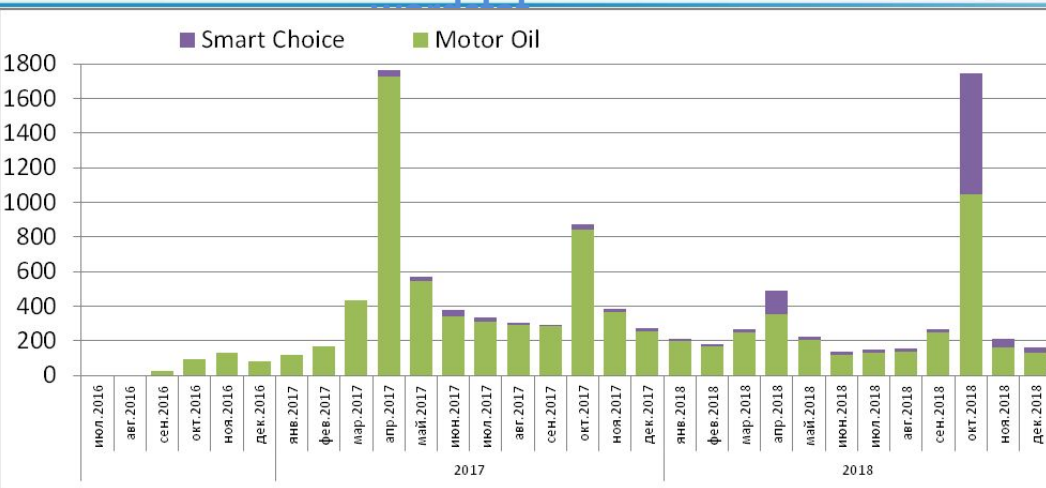


Осенью 2018 года виден рост вовлеченности пользователей в продукт после проведения интеграции на ТВ.

С 2016 по 2018 год проходили спецпроекты на «Нашем радио» - программа «Азбука Автохимии». Динамика переходов на страницы продуктов отражает динамику заинтересованности

пользователей, которая подтверждает эффективность коммуникации существующих форматов спецпроектов на ТВ и радио.

# Динамика переходов из поисковых систем на разделы motor oil и сайт SMT2, а также динамика поисковых запросов в системе



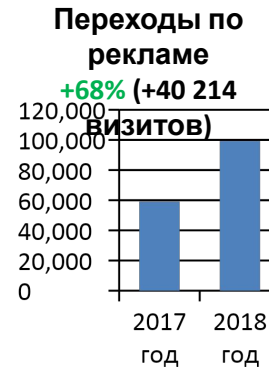
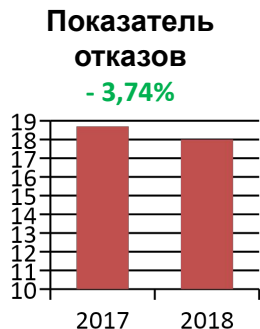
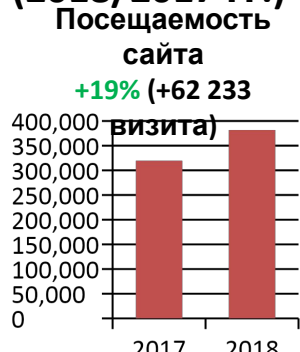
Положительная динамика поисковых запросов и переходов на сайты отражает заинтересованность пользователей, которая подтверждает эффективность коммуникации существующих форматов спецпроектов на ТВ и радио.





## Динамика посещаемости сайта ХАЙГИР.РФ

(2018/2017 гг.)



### Вывод:

Трафик на сайт вырос на 19% (+62 233 визита). Средний показатель отказов снизился на 3,74%. По источникам трафика наблюдается рост во всех каналах. ([Подробная таблица](#))

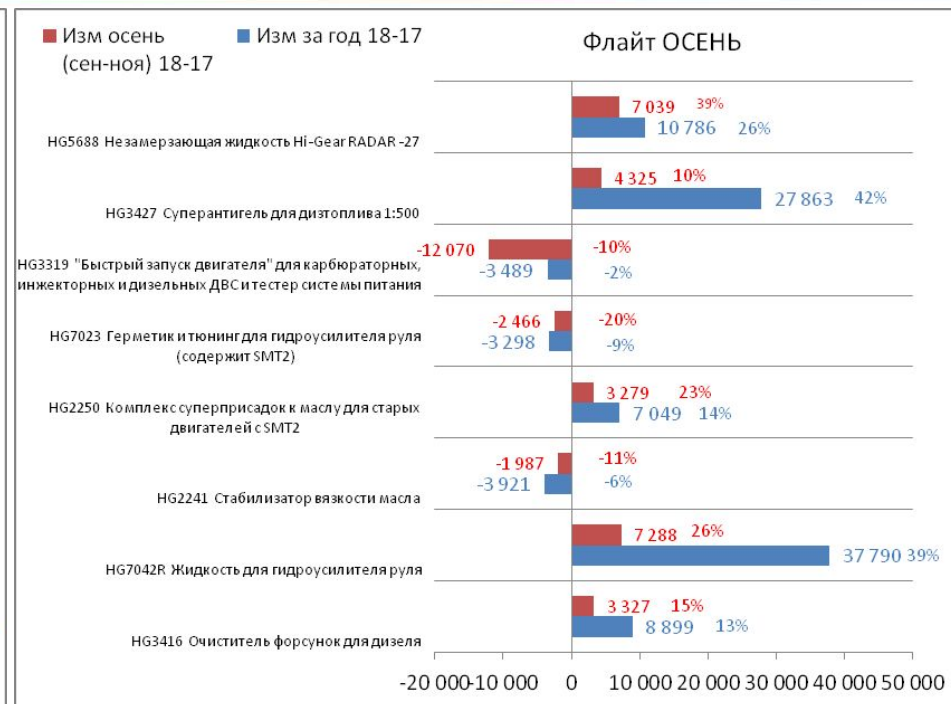
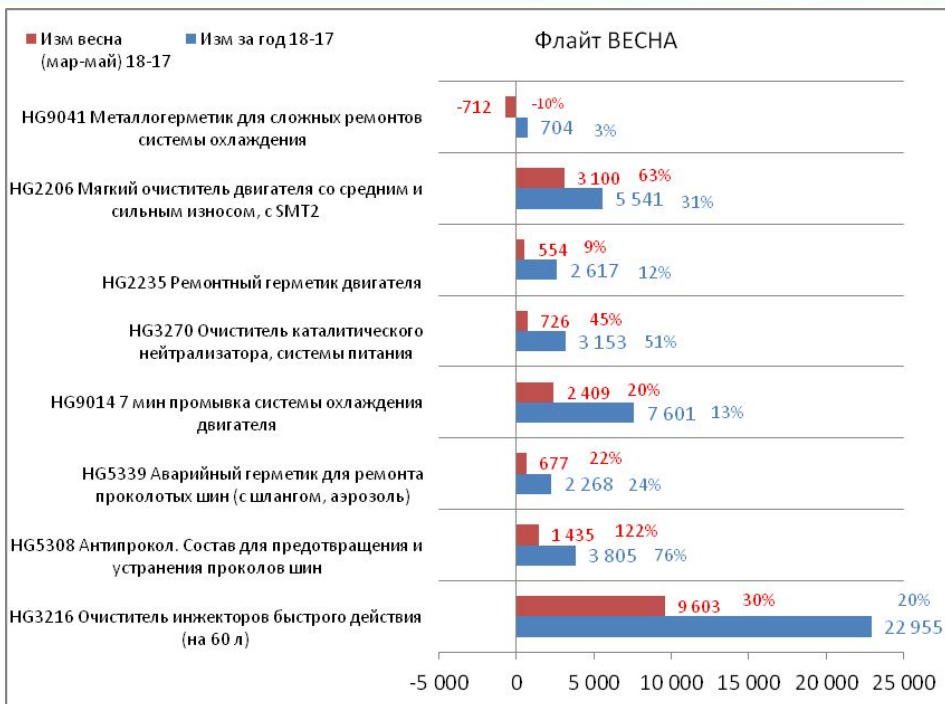
## Показатели видеорекламы в YouTube в 2018 г.

Флайт	Контент	Удержание (% / время)	Охват, показы
Весна: Имиджевая кампания	Имиджевые ролики Motor oil + Автохимия 	94% 14 секунд	996 443
Осень: Спецпроекты + имиджевая кампания	Имиджевые ролики Motor oil + Автохимия Продуктовые ролики 	65% 73 секунды	1 156 991

[Приложение: список видеороликов](#)

В целом рекламные инструменты 2018 года следует отметить как эффективные и рекомендовать использовать их в маркетинговых активностях 2019 года.

## Сравнение ТО (ШТ) по флайтам



Сюжеты, посвященные препаратам для профилактики и регулярного обслуживания, получили значительно больший отклик, чем сюжеты, посвященные «ремонтным» препаратам, устраняющим узкоспециализированную проблему.

1. *Усиление доверия необходимо проводить через рекламу препаратов нишевых сегментов, в которых бренд имеет максимальные конкурентные преимущества.*
2. *Сюжеты спецпроектов должны быть посвящены препаратам для профилактики и регулярного обслуживания, так как они показали значительно больший отклик.*
3. *Так как со временем происходит снижение внимания аудитории к программе "Азбука Автохимии" на Нашем Радио и существующий формат программы показал свою эффективность, то рекомендуется провести программу в аналогичном формате на другой охватной и аффинитивной станции.*
4. *Для поддержки продукта с низким уровнем знания необходимо использовать прямую рекламу, которая позволит за счет широкого охвата и высокой частоты контакта сформировать у аудитории знание о продукте.*
5. *Основные медиаканалы: ТВ-Радио-Интернет.*
6. *Медиаинструменты: спецпроекты на ТВ и радио, прямая реклама, YouTube (таргетирование по ключевым городам).*

# Основные тренды на рынках моторного масла и автохимии

automechanika  
FRANKFURT

aapex  
ahead of the curve



ИНТЕРАВТО  
КРОКУС ЭКСПО

В 2018 году были проанализированы крупнейшие российские и мировые отраслевые выставки, на которых представлены товары из категорий автохимия и автокосметика.

1. АВТОМЕХАНИКА-2018 (Франкфурт-на- Майне)
2. ААРЕХ (+ SEMA) ( Лас-Вегас)
3. Интеравто (Москва)
4. Автомеханика (Москва)

Посещение этих выставок, а также последующий анализ каталогов и сайтов участников позволил сделать следующие выводы:

**Среди анонсированных новинок автохимии и автокосметики принципиально новых продуктов нет.**

**Используется новое позиционирование существующих продуктов.**

- Большинство производителей, в том числе и российских, расширяют свой ассортимент за счёт выпуска узкоспециализированных, нишевых линеек препаратов: для мототехники, для садовой техники, для автомобилей на газе, препараты для «гибридных» силовых установок.
- Некоторые производители, наоборот, пробуют выпускать универсальные составы: универсальные очистители любых поверхностей авто, стоп-течь для любого узла авто.



automechanika  
FRANKFURT

apex  
ahead of the curve



ИНТЕРАВТО  
КРОКУС ЭКСПО

1. На зарубежных выставках существенно прибавилось количество участников из России. Это свидетельствует о том, что российские компании столкнулись с отсутствием роста внутри страны и обратили свой взор на зарубежные рынки.
  2. Большое количество в прошлом независимых зарубежных торговых марок автохимии и автокосметики перешли под контроль крупных корпораций.
  3. Известные шинные бренды GOOD YEAR, MICHELIN и DUNLOP , а также производитель батареек DURACELL продали права на использование своих торговых знаков в категории автомобильных аксессуаров.
- Большинство производителей масел расширяют свой бизнес в область автомобильной химии и косметики, в то время как производители автохимии начинают выпуск собственных линеек масел. Это приводит к размыванию грани между производителями масел и автохимии /автокосметики.
  - Большая тройка производителей масел пока сохраняет мораторий на выпуск автохимии. Исключение составляет SHELL, они продали лицензию на выпуск автохимии сторонней компании.
  - Тема продления срока службы двигателя и агрегатов по прежнему актуальна и для европейского рынка. Об этом свидетельствует и интерес к стенду ATOMIUM (SUPROTEC), и новинки, анонсированные в сегменте присадок к маслу.

# Активность конкурентов

## Shell Helix **High Mileage** 5W-40

– моторное масло для двигателей с пробегом более 100 000 км.

■ **PPЦ:** 2 150 руб. за канистру 4л

### ■ **Позиционирование:**

- Полностью синтетическое моторное масло для автомобилей с пробегом более 100 тыс. км со специальной технологией, которая помогает сохранить эластичность материалов уплотнений для предотвращения течей масла



## Shell Motor Oil 10W-40

■ **PPЦ:** до 850 руб. за канистру 4л

### ■ **Позиционирование:**

- Высококачественное полусинтетическое моторное масло от международного производителя №1 как альтернатива отечественным маркам (Лукойл, Газпромнефть, Роснефть) для покупателей, наиболее чувствительных к цене





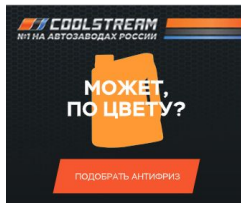
Shell Motor Oil запускается в сегменте **полусинтетики** до 1 000 руб. за канистру. Прямые конкуренты – отечественные бренды (Лукойл, Газпромнефть)



10W-40 SL/CF	1 050
5W-30 SL/CF	1 050
5W-40 SL/CF	1 080
10W-50 SL/CF	1 080







**ВСЕГДА ВЫБИРАЙТЕ 1 ИЗ 2-Х ВАРИАНТОВ**

**1**

ОРИГИНАЛЬНЫЙ АНТИФРИЗ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЯ

- ✓ официальный допуск автопроизводителя
- ✓ зарубежные компоненты
- ✓ протестированный состав для конкретного двигателя
- ✗ дорого

**2**

РОССИЙСКИЙ РЕБРЕНД ОРИГИНАЛЬНОГО АНТИФРИЗА

- ✓ официальный допуск автопроизводителя
- ✓ зарубежные компоненты
- ✓ протестированный состав для конкретного двигателя
- ✓ ДЕШЕВЛЕ ОРИГИНАЛЬНОГО АНТИФРИЗА!

**COOLSTREAM**  
№1 НА АВТЗАВОДАХ РОССИИ

## Подбор антифриза

[Proantifriz.pф](http://Proantifriz.pф)

<http://www.cool-stream.ru/catalog/selection/>



9 ИЗ 13 ИНОСТРАННЫХ АВТЗАВОДОВ В РОССИИ



8 ПОБЕД В РАЛЛИ «ДАКАР»



ГОНОЧНЫЙ СПОРТИВНЫЙ АНТИФРИЗ



БРЕНД ГОДА 2015, 2016, 2017



### COOLSTREAM

бренд антифризов, которые имеют огромное количество официальных допусков автопроизводителей.



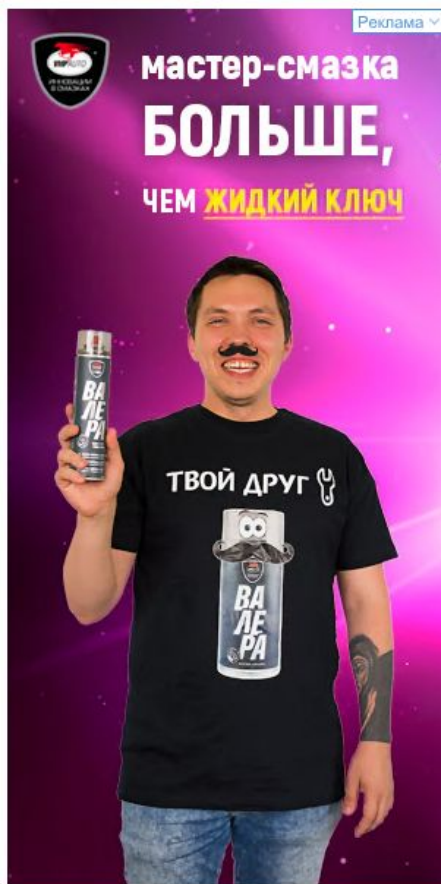
### COOLSTREAM

это ребренды (полные аналоги) оригинальных антифризов VW, Skoda, Audi, Ford, GM, Land Rover, Renault, KIA, Hyundai и других известных автоконцернов.



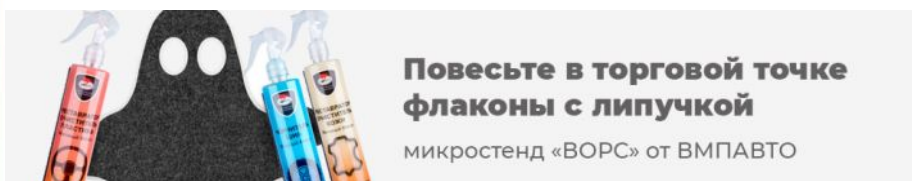
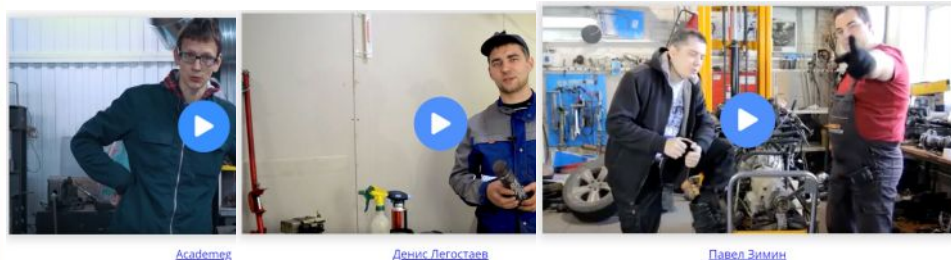
### COOLSTREAM

использует большинство автозаводов в России для конвейерной заправки в новые автомобили!

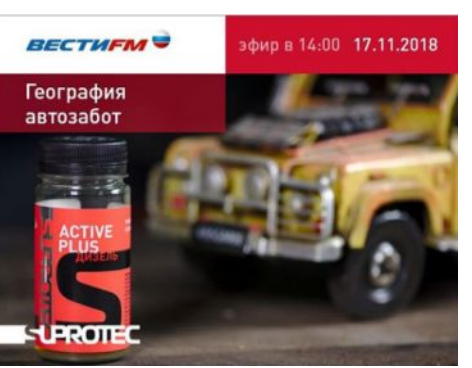
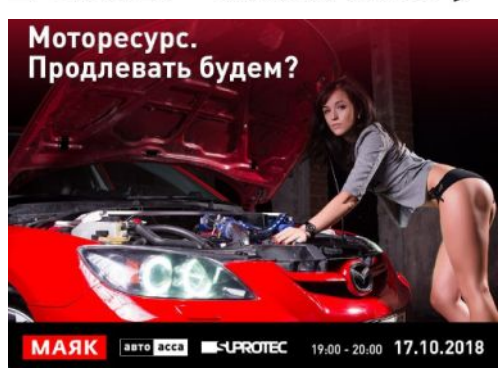


NTV  
рекомендует  
<https://youtube.com/watch?v=xснJ03hKp9I?t=20m32s>

<http://valera.smazka.ru/>

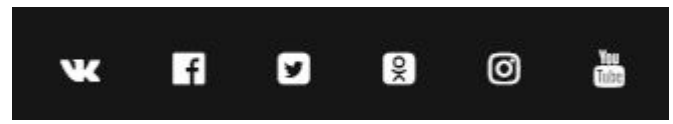






- Советы механика. Как не попасть на деньги при замене масла.  
Официальный канал Супротек Медиа. Suprotec Media
- Советы механика. Чиним печку.  
Официальный канал Супротек Медиа. Suprotec Media
- Советы механика. Салонный фильтр. Где он прячется, и как его поменять?  
Официальный канал Супротек Медиа. Suprotec Media

Присутствует во всех значимых соц. сетях.  
На канале YouTube новая серия видеороликов с продактплейсментом.



Объявлено о начале сотрудничества с блогером «Академиком». Выпущена совместная линейка продукции SUPROTEC- Aprohim



СУПРОТЕК МЕНЯ КУПИЛ ???



Академик DailyStream

Подписаться

1000 тыс.

Скачать





Рекламный ролик:

<https://www.youtube.com/watch?v=GWUXeUPZtil>

на ТВ-каналах: МАТЧ-ТВ, ТНТ4, ПЕРВЫЙ КАНАЛ, РОССИЯ 1, ТВ-ЦЕНТР, НТВ, СТС, ТНТ, РЕН-ТВ, ЗВЕЗДА, ПЯТЫЙ КАНАЛ.



*ROLF 3-SYNTHETIC 5W-30 – уникальное по своему составу синтетическое моторное масло премиального качества. Сочетание трех синтетических базовых масел и передового пакета присадок обеспечивает превосходную защиту от износа, особенно в термонагруженных зонах, улучшенную термоокислительную стабильность для предотвращения накопления отложений и образования лаков на поверхностях деталей двигателя.*



## КАРБОКСИЛАТНЫЙ АНТИФРИЗ ROLF G12+ RED

Карбоксилатный антифриз ROLF G12+ Red создан с использованием новейших технологий органических присадок, которые эффективно подавляют очаги коррозии.

ASTM D3306/D4985; SAE J1034; NATO S759; BS 6580 (1992); AFNOR NF R15-601; JIS K 2234; FFV HEFT R443

[ПОДРОБНЕЕ >](#)



## АНТИФРИЗ ROLF G11 GREEN

Высококачественный антифриз ROLF G11 Green создан на основе моноэтиленгликоля и высокоэффективного пакета присадок, что обеспечивает максимальную защиту от замерзания и закипания в широком температурном диапазоне.

SAE J1034, ASTM D3306/D4340/D4985, NATO S759, VOLKSWAGEN: TL 774-C, FUSO KAMAZ TRUCKS, UZDAEW00

[ПОДРОБНЕЕ >](#)

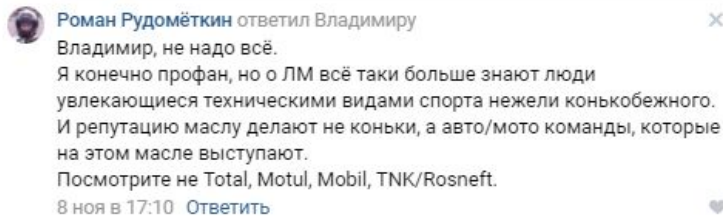
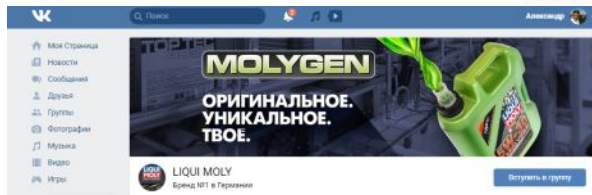
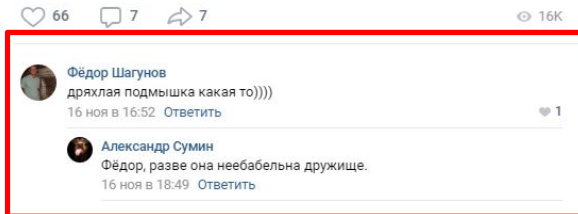
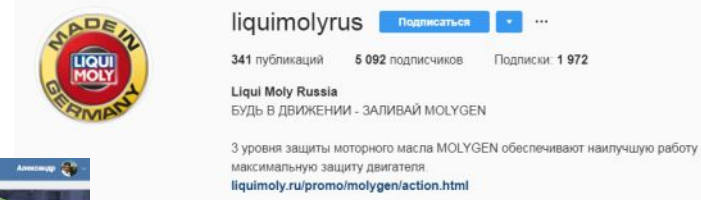




Подписывайтесь на официальную группу [@liquimolyrus](https://www.instagram.com/p/BkNCaC6Baa1), участвуйте в конкурсе от LIQUI MOLY и выигрывайте призы! Как вы знаете, я выбираю и рекомендую вам только самое лучшее. Такой подход у меня во всем! Я езжу на лучшей машине, у меня лучшая команда, лучшие поклонники, и моторное масло, которое я выбираю для своего автомобиля, тоже лучшее! Если моторное масло, то только LIQUI MOLY!

**Стоимость проекта 2 000 000 РУБ – проект показал минимальную эффективность!**

<https://www.instagram.com/p/BkNCaC6Baa1>

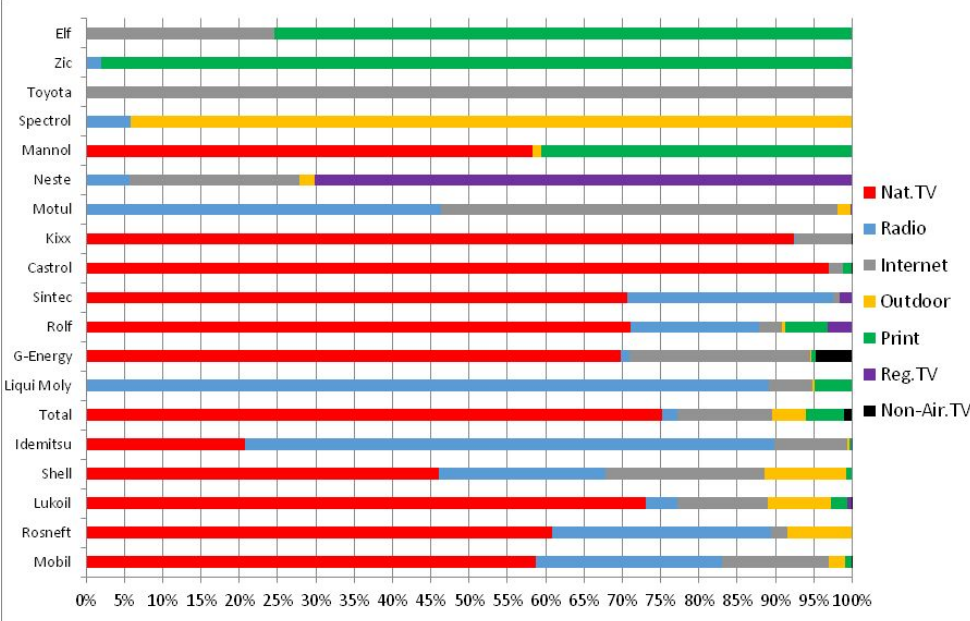
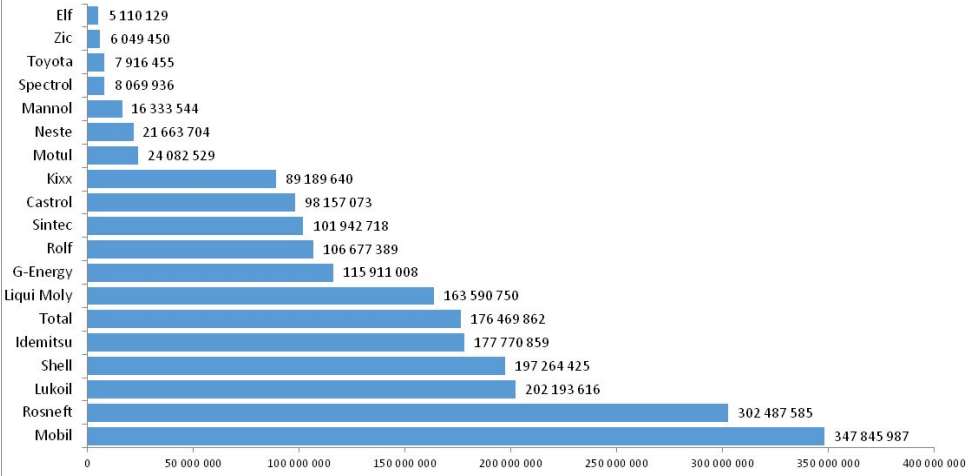


<https://www.youtube.com/channel/UC214ST6FRW9KVLVFO6LhLdg/videos>

Присутствует во всех значимых соц. сетях, но:

- ВКонтakte – пользовательская активность невысокая, комментарии открыты, есть негатив.
- На YouTube - много новых коротких продуктовых роликов + вебинары. Просмотров очень мало.
- Инстаграм – пользовательская активность довольно высокая, комментарии открыты, есть негатив.

# Распределение рекламных бюджетов в категории моторное масло.



В прессе реклама в журналах: ЗА РУЛЕМ, АВТОМИР, ПЯТОЕ КОЛЕСО, МАХИМ, ПОПУЛЯРНАЯ МЕХАНИКА, NATIONAL GEOGRAPHIC РОССИЯ, QUATTORRUOTE, NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER.



Размещение прямой рекламы на ТВ: МАТЧ-ТВ, ТНТ4, РОССИЯ 24, НТВ, ЧЕ, ТВ-3, РЕН ТВ, ЗВЕЗДА, МУЖСКОЙ РЕКЛАМНЫЙ КАНАЛ, 2x2



Размещение прямой рекламы на ТВ: МАТЧ-ТВ. Журнал: АВТОМИР.



Размещение рекламы на радио: ДОРОЖНОЕ РАДИО, МАХИМУМ, DFM, STUDIO 21 / СПОРТ FM.



Размещение прямой рекламы на ТВ: МАТЧ-ТВ, ТНТ4, ПЕРВЫЙ КАНАЛ, РОССИЯ 1, ТВ-ЦЕНТР, НТВ, СТС, ТНТ, РЕН-ТВ, ЗВЕЗДА, ПЯТЫЙ КАНАЛ.



Размещение прямой рекламы на ТВ: МАТЧ-ТВ, ТНТ4, ПЕРВЫЙ КАНАЛ, РОССИЯ 1, ТВ ЦЕНТР, НТВ, СТС, ТНТ, РЕН-ТВ, ЗВЕЗДА, ПЯТЫЙ КАНАЛ .  
Размещение прямой рекламы на радио: РАДИО ШАНСОН, РАДИО ENERGY, РАДИО ДАЧА



Размещение прямой рекламы на радио: АВТОРАДИО, РАДИО ENERGY, COMEDY RADIO, СТРАНА FM, АВТОРАДИО, НАШЕ РАДИО, РАДИО ENERGY, COMEDY RADIO, СТРАНА FM



Размещение прямой рекламы на ТВ: МАТЧ-ТВ, РОССИЯ 24, ЧЕ, РЕН-ТВ, ЗВЕЗДА.  
Размещение прямой рекламы на радио: ЕВРОПА ПЛЮС, МАХИМУМ, НИТ FM, АВТОРАДИО, РЕТРО FM, ЭХО МОСКВЫ, НАШЕ РАДИО, DFM, РАДИО ШАНСОН, РАДИО ENERGY, ЮМОР-FM, STUDIO 21 / СПОРТ FM, ВЕСТИ FM, ДОРОЖНОЕ РАДИО

# Рекламная кампания «Весна 2019»

Для размещения рекламы выбраны каналы, наиболее подходящие по аффинити индексу, с хорошим охватом и готовые на размещение спецпроектов необходимого нам формата.

### Интеграция продуктов в программы



## МИНТРАНС

Ведущий

Вячеслав Субботин

Планируемый охват кампании – 6.2 млн.

Количество выходов – 7

Период проведения – март-апрель 2019 г.

<http://mintrans.ren.tv>

## АВТОИНСПЕКЦИЯ

Ведущие

Павел Блюденев и Артем Красулин

Планируемый охват кампании – 5.6 млн.

Количество выходов – 8

Период проведения – март-апрель 2019 г.

<https://matchtv.ru/programms/autoinspection>

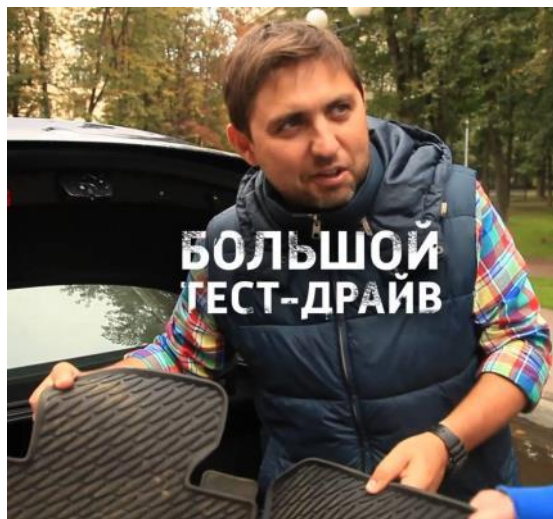


**РАДИО МАЯК**  
Программа в  
формате

**«Азбука Автохимии»**



**Ведущий  
Рустам  
Вахидов**



**Ведущий  
Павел  
Блюденов**



- Период проведения – март-апрель 2019 г.
- Количество выходов – 10
- Планируемый охват – 2.2 млн.



## Прямая реклама на радио. Hi-Gear (масло + автохимия)

1. Абакан
2. Барнаул
3. Белгород
4. Владивосток
5. Воронеж
6. Екатеринбург
7. Ижевск
8. Иркутск
9. Казань
10. Киров
11. Краснодар
12. Красноярск
13. Курск
14. Кемерово
15. Киселевск
16. Нижний Новгород
17. Нижний Тагил
18. Новосибирск
19. Новороссийск
20. Новокузнецк
21. Набережные Челны
22. Омск
23. Пермь
24. Петропавловск-Камчатский
25. Ростов-на-Дону
26. Самара
27. Санкт-Петербург
28. Сургут
29. Тюмень
30. Тверь
31. Уфа
32. Хабаровск
33. Челябинск
34. Южно-Сахалинск



- Планируемый охват – 5.6 млн.
- Период проведения – март-апрель 2019 г.



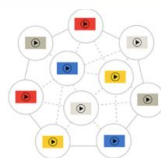
## Наиболее эффективный метод донесения контента до клиента - видео

В рекламном флайте весны 2019 года для продвижения бренда мы предлагаем расширить количество видео-инструментов, которые наилучшим образом таргетируются на клиента.



+  
КМС  
Google

## Яндекс Видео



+  
Яндекс  
РСЯ

## First Data



Аудитории пользователей,  
совершивших покупку

- ❑ Планируемый охват – 8.8 млн.
- ❑ Период проведения – март-апрель 2019 г.

В указанных каналах предполагается максимально широко использовать видеоконтент, наработанный за предыдущие периоды маркетинговых активностей.

Каналы коммуникации		Количество выходов/охват	Период	Стоимость с НДС
Спецпроект МИНТРАНС на канале РЕН ТВ		7 выходов/6.2 млн.	Март-апрель 2019	7 632 000 р.
Спецпроект АВТОИНСПЕКЦИЯ на канале МАТЧ ТВ		8 выходов/5.6 млн.	Март-апрель 2019	5 107 000 р.
Спецпроект «Азбука Автохимии» на радио МАЯК		10 выходов/2.2 млн	Март-апрель 2019	4 020 000 р.
Региональное радио	34 города*	Охват 5.6 млн.	Март-апрель 2019	6 500 000 р.
Интернет		Охват 2.4 млн.	Март-апрель 2019	4 500 000 р.
Интернет		Охват 6.4 млн.	Март-апрель 2019	1 100 000 р.

\* Предварительный список городов

Группы препаратов	РЕН ТВ	МАТЧ	МАЯК	Продажи 2018 шт.
Антифризы AGA	1	1+1	1	1946066
Кондиционер металла SMT <sup>2</sup>	1	1+1	2	102838
Очистители инжекторов Hi-Gear	1	1+1	1	192380
Очистители форсунок дизельного двигателя Hi-Gear			1	168746
Очистители клапанов и системы питания Hi-Gear	1	1+1	1	19231
Очиститель каталитического нейтрализатора Hi-Gear			1	19231
7-минутные промывки системы охлаждения Hi-Gear			1	85462
Аварийные герметики для колес Hi-Gear			1	42246
Мягкие очистители системы смазки Hi-Gear	1		1	61284
Преобразователи ржавчины Hi-Gear	1			43151
Октан корректоры + Цетан корректоры Hi-Gear	1		1	33849
Количество выходов	7	8	10	



# Программа трейд-маркетинга



Развитие продаж по автохимии HG в ключевых каналах продаж

**Выполнено:** проведен ряд локальных акций у ключевых дилеров

Развитие продаж по кондиционерам металла (SMT) в ключевых каналах продаж

**Выполнено:** проведена осенняя федеральная программа продвижения

Обеспечение трейд-маркетинговой поддержки брендов AGA на территориях дилеров (в рамках совместного маркетингового бюджета) **Выполнено:** проведено 24 локальных акции на территории 8 дилеров

Исследование региональной розницы на территориях дилеров: рекомендации продавцами продуктов брендов AGA (методика «mystery shopping») - силами специализированного агентства

Задача перенесена на 2019 г.

Классификация каналов продаж региональных дилеров: для планирования акций, оценки эффективности работы каналов продаж **Выполнено**

Участие в проведении BTL-мероприятий в специализированной рознице Москвы: демо-дни, дни рождения сетей, открытие новых магазинов **Выполнено**

Брендинг стеллажей в специализированных сетях Москвы

**Выполнено**

Производство торгового оборудования для выкладки масла

**Выполнено**

## Промоупаковка «Моторные масла + Hi-Gear Pro Line». Июнь-сентябрь 2018 г.

**Цели акции:** Поддержка полочных продаж моторных масел Hi-Gear во всех розничных каналах продаж  
Реализация продукции с подходящими сроками годности (подарочный фонд)

**Охват:**

31 региональный дилер (вкл. СЗФО): 620 РТТ

Специализированные сети Москвы: 134 РТТ

Линейная розница Москвы: 21 РТТ

Канал продаж	План			Факт		
	Объем продаж, шт.	Объем продаж, руб. (R3)	Затраты, руб.	Объем продаж, шт.	Объем продаж, руб. (R3)	Затраты, руб.
Региональные дилеры	10 000	7 710 000	2 859 000	11 892	7 348 521	3 399 923
Спецсети	4 052	3 124 092	1 158 467	2 248	1 631 866	642 703
ОПП	228	175 788	65 185	140	111 870	40 026
Итого:	14 280	11 009 880	4 082 652	14 280	9 092 257	4 082 652



**Выводы:** основные цели акции достигнуты: удалось удержать оборот, объем продаж на 1 ТТ вырос на 8%, реализовано 11 892 шт. товара с рискованными сроками годности.

**Рекомендации:** несмотря на положительные результаты акции, следует отметить сокращение АКБ на >30% относительно первоначальной «веерной» расстановки продукта весной 2017 г. Необходимо инициировать повторную расстановку ЛММ Hi-Gear в региональную розницу весной 2019 г. При этом, необходима поддержка полочных продаж, с упором на синтетические масла – их доля сокращается (29% по итогам 2018 г. в регионах РФ).

## Антифризы + Pro Line и ароматизаторы. Май 2018 г.

**Цель акции:** увеличение объема продаж антифризов AGA в регионах РФ

**Участники:**

- 38 региональных дилеров (вкл. СЗФО): 1 500 РТТ
- Специализированные сети Москвы: не участвовали в акции
- Линейная розница Москвы: 12 РТТ
- Линейная розница Спб: 3 РТТ

Показатель	2017	2018%	Динамика,
Объем отгрузок (май)	12 013 000	13 132 000	9%
Объем продаж (июнь)	13 158 000	16 572 000	26%
Объем отгрузок (весь год)	185 665 676	212 099 665	14%
Объем продаж (весь год) est.	177 409 958	195 002 611	10%
АКБ	1491	1501	1%



**Выводы:** объем реализации в торговые точки увеличился на 26%, что позволяет сделать вывод об эффективности этой акции. На годовой объем отгрузок значительное влияние оказала и бонусная программа для дилеров.

**Рекомендации:** рассмотреть возможность усиления трейд-маркетинга по антифризам.

## ТМ-продвижение SMT2. 4 квартал 2018 г.

### Цели:

- поддержка ATL-кампании в местах продаж
- увеличение розничной клиентской базы / расширение ассортимента в существующей базе

### Охват:

35 региональных дилеров (вкл. СЗФО): 1 400 активных РТТ / 190 новых РТТ

Специализированные сети Москвы: не участвовали в акции

Линейная розница Москвы: 12 РТТ

Линейная розница Спб: 3 РТТ

Показатели (4 квартал)	2017	2018	динамика, %
Объем отгрузок	14 518 685	19 217 053	32%
Объем продаж (est.)	15 689 654	18 326 476	17%
АКБ (est.)	1 401	1 592	14%
Объем отгрузок розн. упаковка	10 607 401	15 178 074	43%
Объем отгрузок оптов. упаковка	3 911 284	4 038 979	3%



### Выводы:

1. Удалось расширить клиентскую базу на 14%, но весь прирост - по розничной упаковке.
2. Для развития работы с каналом ПЗМ / автосервисы требуется усиление программы.
3. Демостенд SMT2 был крайне позитивно воспринят торговыми точками, требуется дополнительный тираж.
4. Необходимо увеличить частоту демонстраций машины трения в ключевом специализированном ритейле.

### ТМ-продвижение ZiPOWER. Ноябрь-декабрь 2018 г.

#### Цели акции:

- Старт работы по аксессуарам ZiPOWER ряда региональных дилеров
- Первичная расстановка в линейной и сетевой рознице ассортимента ZiPOWER
- Первичная расстановка картонных ароматизаторов FENC

#### Охват:

План: 9 региональных дилеров: 135 подключенных РТТ

Факт: 3 региональных дилера: 45 подключенных РТТ

#### Оборот:

План (R3): 810 000 р.

Факт (R3): 270 000 р.

Затраты (R3): 64 260 р.



**Выводы:** несмотря на высокую долю затрат и удобный вид бонуса, акция провалена.

Основной причиной является высокая стоимость продукции ZiPOWER на полке. Это связано с желанием ТТ работать с наценкой от 40% и выше, вместо расчётных 33%.



## Локальные акции на территориях региональных дилеров

Запланировано: 33 акции на территориях 20 дилеров

Проведено: 24 акции на территориях 18

Город	Дилер	Канал продаж	Механика	Бренд	Дата начала	Дата окончания	Базовый период	План	Факт
Владивосток	Кривец И.Г.	Линейная розница	Подарок за покупку (фильтр)	Hi-Gear Motor Oil	01.04.2018	31.05.2018	27 166	47 090	38 830
Владивосток	Кривец И.Г.	Линейная розница	Увеличение клиентской базы	Doctor Wax	01.05.2018	15.06.2018	455 000	550 000	490 000
П-Камчатский	Кампар	Собственная розница дилера	Мотивация продавцов	Hi-Gear Motor Oil	01.04.2018	30.06.2018	71 500	214 500	283 143
Екатеринбург	ООО "Авто-Траст"	Собственная розница дилера	Подарок за покупку (фильтр)	Hi-Gear Motor Oil	01.05.2018	31.05.2018	169 620	269 850	380 450
Екатеринбург	ООО "Авто-Траст"	Линейная розница	Мотивация торговых представителей	Hi-Gear	01.06.2018	30.06.2018	650 000	859 000	630 917
Челябинск	ООО "Дизайн-М"	Линейная розница	Кросс-промо Shell	Step Up	01.04.2018	30.06.2018	0	512 285	512 285
Челябинск	ООО "Дизайн-М"	Линейная розница	Конкурс для торговых представителей	Hi-Gear	01.04.2018	30.06.2018	1 864 496	2 050 946	2 080 000
Барнаул	ООО "Алтай-ТС"	Собственная розница дилера	Мотивация торговых представителей	Hi-Gear	01.05.2018	31.05.2018	320 000	443 000	505 456
Новосибирск	ООО "Ойл Групп"	Линейная розница	Мотивация ТП и ТТ	Hi-Gear	01.04.2018	30.06.2018	10 050 000	12 000 000	11 800 000
Красноярск	ООО "Автохим-Холдинг"	Линейная розница	Мотивация ТП	Hi-Gear	01.04.2018	30.04.2018	350 000	480 000	962 665
Киров	РЕСУРС ООО	Линейная розница	Мотивация ТП	Hi-Gear	01.04.2018	30.06.2018	1 500 000	2 300 000	2 000 000
Нижний Новгород	МАГИСТРАЛЬ-НН ООО	Собственная розница дилера	Фильтр в подарок	Hi-Gear Motor Oil	01.04.2018	30.04.2018	75 690	132 430	102 000
Краснодар	ООО "СКЛ Групп"	Линейная розница	Мотивация продавцов	Hi-Gear	01.04.2018	30.06.2018	1 292 681	1 680 485	2 047 812
Ростов НаДону	ВИНС-Авто ООО	Линейная розница	Мотивация ТП	Hi-Gear	01.04.2018	30.04.2018	852 000	937 500	1 417 000
Воронеж	ООО "ЭсМо"	Линейная розница	Мотивация ТП	Hi-Gear	01.05.2018	30.06.2018	1 373 000	1 648 008	1 802 104
Ижевск	ООО "Бином"	Собственная розница дилера	Мотивация продавцов	весь ассортимент	01.10.2018	31.12.2018	4 141 915	4 228 754	4 425 798
Екатеринбург	ООО "Авто-Траст"	Линейная розница	Мотивация ТП	Hi-Gear	01.10.2018	31.10.2018	1 241 393	1 409 000	1 713 308
П-Камчатский	Кампар	Собственная розница дилера	Мотивация продавцов	Hi-Gear Motor Oil	01.10.2018	31.12.2018	95 850	291 040	477 440
Нижний Новгород	МАГИСТРАЛЬ-НН ООО	Линейная розница	Мотивация ТП и ТТ	AGA	01.11.2018	30.11.2018	1 500 000	1 800 000	1 551 873
Самара	Валдай и Ко	Линейная розница	Мотивация ТП	AGA	01.11.2018	30.11.2018	88 900	150 000	345 511
Киров	РЕСУРС ООО	Линейная розница	Мотивация ТП и ТТ	AGA	01.11.2018	30.11.2018	583 000	650 000	587 000
Киров	РЕСУРС ООО	Линейная розница	Мотивация ТП и ТТ	весь ассортимент	01.11.2018	30.11.2018	4 403 421	4 880 000	4 718 000

Факт 2017 (R3): 31 105 632 руб.  
План 2018 (R3): 34 546 100 руб.  
Факт 2018 (R3): 36 491 927 руб.

Бюджет: 1 133 843 р.

## ТЦП в сети Авто-49 (Би-Би)

### Цели акции:

- стимулирование продаж товара сезонного спроса
- повышение лояльности продавцов и конечных потребителей

**Охват:** 87 торговых точек на территории Москвы, МО, Санкт-Петербурга, ЦФО и СЗФО.

Акция-ТЦП (артикул)	Краткое описание	2017 руб	2017 шт	2018 руб	2018 шт	Разница, % (руб)	Разница, % (шт)
AGA002Z	Антифриз, готовый к применению, красный, -40С	6 464 332	15 922	6 119 184	14 650	-5%	-8%
AGA049Z	Антифриз, готовый к применению, зеленый, -42С	3 628 422	8 937	4 763 226	11 523	31%	29%
DW8133	Шампунь с воском (концентрат)	362 582	1 678	333 411	1 543	-8%	-8%
DW8206	Полироль-очиститель "Быстрый вакс"	34 809	91	108 253	283	211%	211%
DW8217	Полироль-очиститель, защита "Карнауба"	200 429	780	258 502	1 006	29%	29%
DW8301	Очищающая полироль "Антирикс"	74 400	262	190 544	671	156%	156%
NX8300	Карандаш для закрашивания царапин 2 в 1 "Nanox".	243 517	861	243 931	936	0%	9%
FN1229	Промывка системы смазки двигателя	378 813	5 506	297 216	4 320	-22%	-22%
FN1236	Очиститель инжекторов	308 774	4 128	281 697	3 766	-9%	-9%
FN400	Быстрый старт	591 571	5 602	343 200	3 250	-42%	-42%
FN418	чернитель шин 335 мл	266 359	2 581	924 878	8 962	247%	247%
HG3216	очиститель инжекторов быстрого действия	667 039	2 744	973 280	3 870	46%	41%
HG3319	"Быстрый запуск двигателя"	1 958 622	7 938	741 700	3 006	-62%	-62%
HG5200	Пенный очиститель и пятновыводитель (аэрозоль)	1 158 839	5 570	1 132 416	5 443	-2%	-2%
HG5203	Пенный очиститель/пятновыводитель профессиональная формула	228 061	1 091	140 923	894	-38%	-18%
HG5205	"Сухая химчистка", аэрозоль (пенный) профессиональная формула	420 566	1 860	289 502	1 835	-31%	-1%
HG5385R	Очиститель тормозов, механизмов сцепления и электрооборудования	711 634	5 508	1 163 963	9 009	64%	64%
HG5501	смазка силиконов водоотталки 284г спрей	562 567	2 280	736 025	2 983	31%	31%
HG5624	Полироль для стекол HiGear "Антидождь"	369 068	3 766	319 382	3 259	-13%	-13%
HG5626	Очиститель кузова (пенный) профессиональная формула	272 023	1 283	257 796	1 576	-5%	23%
HG5632	Размораживатель стекол и замков	309 453	3 103	697 746	5 834	125%	88%
HG5685	Очиститель стекол+	327 271	2 581	463 581	3 656	42%	42%
HG5688	Незамерзающая жидкость HiGear RADAR -27	2 253 684	8 615	2 384 310	8 600	6%	0%
HG5689	Незамерзающая жидкость HiGear RADAR -17.	4 138 951	17 779	3 492 413	14 976	-16%	-16%
HG9025	герметик системы охлаждения отзывы	771 033	3 706	591 278	2 842	-23%	-23%
HG7042R	Жидкость для гидроусилителя руля	1 917 738	10 468	2 684 990	14 309	40%	37%
PM3963	Набор ручного инструмента, 78 предметов, Cr-V сталь	2 328 058	755	898 823	289	-61%	-62%
PM6507	Автомобильный компрессор 12 В, 160 Вт, 11 атм, 36 л/мин, фонарь	6 628 831	4 570	8 794 442	6 063	33%	33%
PM6515	Пылесос автомобильный циклонного типа 12 В, 120 Вт	1 109 173	1 145	952 242	983	-14%	-14%
PM6617	Автомобильный держатель планшета	230 848	830	600 483	2 159	160%	160%
PM6619	Автомобильный держатель планшета	105 395	409	223 933	869	112%	112%
SMT2514	100% синтетический кондиционер металла 2-го поколения	1 509 674	2 243	2 046 827	2 976	36%	33%
SP7033	Жидкость для гидроусилителя руля	2 396 965	5 374	1 628 456	3 651	-32%	-32%
<b>ИТОГО</b>		<b>42 929 500</b>	<b>139 966</b>	<b>45 078 553</b>	<b>149 992</b>	<b>5,0%</b>	<b>7,2%</b>

## ТЦП в сети АвтоПаскер

### Цели акции:

- стимулирование продаж товара сезонного спроса
- повышение лояльности продавцов и конечных потребителей

**Охват:** 37 торговых точек на территории Москвы, МО, Санкт-Петербурга, ЦФО и СЗФО.

Акция-ТЦП (артикул)	Краткое описание	2017 руб	2017 шт	2018 руб	2018 шт	Разница, % (руб)	Разница, % (шт)
AGA002Z	Антифриз, готовый к применению, красный, -40С	3 398 966	8 472	3 947 370	9 472	16%	12%
AGA043Z	Антифриз, готовый к применению, желтый, -65С	1 041 810	2 255	1 037 711	2 172	0%	-4%
AGA049Z	Антифриз, готовый к применению, зеленый, -42С	2 690 447	6 706	2 728 936	6 531	1%	-3%
AGA110D	Летняя жидкость для стеклоомывателей автомобилей "D05"	94 287	1 043	156 754	1 734	66%	66%
DW8133	Шампунь с воском (концентрат)	42 889	204	54 032	257	26%	26%
ER 5(P001RU)	Антифрикционный кондиционер металла (ER-Победитель трения)	318 987	612	334 360	612	5%	0%
ER 8(P007RU)	Антифрикционный кондиционер металла (ER-Победитель трения)	272 103	372	448 985	588	65%	58%
FN107	Зимний очиститель стекол "Чистое стекло"	5 584	50	32 207	317	477%	534%
FN1229	Промывка системы смазки двигателя	95 190	1 425	84 769	1 269	-11%	-11%
FN400	Быстрый старт	185 760	1 800	92 674	898	-50%	-50%
FN401	Силиконовая смазка	250 390	2 555	115 738	1 181	-54%	-54%
FN402	Очиститель карбюратора	162 403	1 871	184 363	2 124	14%	14%
FN417	Очиститель дросселя	178 752	1 824	192 472	1 964	8%	8%
HG5200	Пенный очиститель и пятновыводитель (аэрозоль)	245 963	1 212	270 316	1 332	10%	10%
HG5204	"Сухая химчистка", аэрозоль	152 776	538	214 681	756	41%	41%
HG5385R	Очиститель тормозов, механизмов сцепления и электрооборудования	241 886	1 932	282 326	2 255	17%	17%
HG5501	Силиконовая смазка	251 500	1 044	230 782	958	-8%	-8%
HG5625	Очиститель кузова, аэрозоль	115 858	538	142 131	660	23%	23%
HG5685	Очиститель стекол+	117 049	947	156 725	1 268	34%	34%
HG5687	Летняя жидкость для стеклоомывателя	208 768	2 240	180 249	1 934	-14%	-14%
HG5688	Незамерзающая жидкость Hi-Gear RADAR -27	979 417	3 609	989 050	3 568	1%	-1%
HG7039R	Жидкость для гидроусилителя руля	754 917	7 997	807 504	8 120	7%	2%
HG7042R	Жидкость для гидроусилителя руля			477 678	2 569		
HG8002N	Шампунь для бесконтактной мойки автомобиля, концентрат	564 665	5 307	531 978	4 887	-6%	-8%
HG8009	Шампунь для бесконтактной мойки автомобиля, концентрат	264 642	671	304 500	750	15%	12%
OH3962	Набор инструментов профессионального качества, для автомобиля	26 898	6	26 898	6	0%	0%
PM3963	Набор ручного инструмента, 78 предметов, Cr-V сталь	717 199	238	590 643	195	-18%	-18%
PM3967	Набор инструмента, 99 предметов, Cr-V сталь	431 505	113	484 029	123	12%	9%
PM6505	Компрессор	934 762	518	563 023	312	-40%	-40%
SMT2514	100% синтетический кондиционер металла 2-го поколения	508 044	775	479 922	698	-6%	-10%
SP7033	Жидкость для гидроусилителя руля	1 138 651	2 604	1 240 972	2 838	9%	9%
<b>ИТОГО</b>		<b>16 392 068</b>	<b>59 478</b>	<b>17 383 778</b>	<b>62 348</b>	<b>6.0%</b>	<b>4.8%</b>

## Мотивация персонала

### Цели акции:

- стимулирование продаж
- повышение лояльности продавцов

Охват: 124 торговые точки на территории Москвы, МО, Санкт-Петербурга, ЦФО и СЗФО.

Сеть	Вид акции	Механика	Период проведения	План, руб.	Факт, руб.	% выполнения	Бюджет план, руб.	Бюджет факт, руб.	Вид расходов
Авто-49	<b>Продукция ЗР:</b> - наборы слесарного инструмента - полировальные машины - наборы бит и головок - наборы ключей - насосы ножные - наборы ключей - мойки, компрессоры, - пылесосы, зарядные устр.	мотивация персонала	8 июня - 8 августа	3 484 572	3 509 706	101%	150 000	150 000	Подарочные карты М-Видео.
АвтоПаскер	<b>Продукция ЗР:</b> - наборы слесарного инструмента - полировальные машины - наборы бит и головок - наборы ключей - насосы ножные - наборы ключей - мойки, компрессоры, - пылесосы, зарядные устр.	мотивация персонала	май-июнь	773 373	1 099 546	142%	80 000	80 000	Подарочные карты М-Видео.
			июль-август	647 809	710 080	110%	80 000	80 000	Подарочные карты М-Видео.

### Выводы:

- Мотивация персонала является работающим инструментом продвижения.
- В весенне-летнем периоде планировалось дополнительное участие сетей: ТК-103 и Союзпластик.

Данные сети не участвовали в акциях по следующим причинам :

ТК-103 – реструктуризация бизнеса, отсутствие отгрузок в период янв.-май.

Союзпластик – смена закупщика, сеть 6 мес. не размещала заказ на продукцию АХИ.

### **Ключевые задачи:**

- 1. Старт работы по трейд-маркетингу с ключевыми спецсетями в регионах РФ*
- 2. Начало работы по направлению BTL*
- 3. Запуск программы сертификации ТТ*
- 4. Изучение и развитие b2b сбыта кондиционера металла SMT2*
- 5. Разработка мотивационной платформы для продавцов на базе сайта [agah.ru](http://agah.ru)*



# Трейд-маркетинговые мероприятия «Весна 2019»

# Поддержка бренда

Период: 01.05.2019 – 31.05.2019

Акционный ассортимент: моторные масла Hi-Gear

Каналы продаж: линейная розница регионы и Москва

Цель: увеличение объема продаж и ассортимента в ТТ-участниках ак

Задачи: расширение АКБ, увеличение доли синтетических масел

## Механика акции:

### 1. Мотивация ТТ.

- бонус за одновременную закупку линейки моторных масел
- ретро-бонус за объем реализации в акционный период (при условии поддержания ассортиментной линейки)

### 2. Мотивация ТП.

Бонус от оборота акционных ТТ

Охват (est): 800 ТТ

Бюджет (est): 1 040 000 р.



**АВТОМАГ**  
МАГАЗИНЫ ДЛЯ АВТОМОБИЛИСТОВ

Программа продвижения  
моторных масел в  
Автоматге

## Аэрозоли FENOM

Поддержка новинок

**Цель:** увеличение АКБ и ТО по аэрозолям FENOM, привлечение внимания к двум новым позициям

**Каналы продаж:** линейная и сетевая розница, регионы РФ и Москва

**Период:** 01.04.2019 – 31.05.2019



### Механика:

1. Мотивация ТТ. Подарок за покупку (в зависимости от суммы покупки).
2. Мотивация ТП. Бонус за привлечение новых ТТ.

**Охват:** 1 200 ТТ

**Бюджет:** 99 600

р.

## Программа сертификации торговых точек

Период: весь 2019 год с возможной пролонгацией

Акционный ассортимент: автохимия и моторные масла Hi-Gear

Каналы продаж: линейная и сетевая розница

Бренды: все бренды Hi-Gear Products Inc.

Цель: усиление контроля над ассортиментными матрицами в ключевых РТТ

Задачи:

- поддержание минимально допустимого ассортимента продукции Hi-Gear в соответствии с форматом и категорией РТТ;
- на продукцию Hi-Gear в РТТ установлены рекомендованные производителем розничные цены (РРЦ);
- торговая точка регулярно закупает продукцию Hi-Gear у официального дилера и «закреплена» за этим дилером;
- дилер несет ответственность за поддержание ассортимента и наличие сертификата в РТТ, соответственно;
- контактные данные РТТ размещены на сайтах хайгир.рф, докторвакс.рф, smt-2.ru

**Охват:** 1 000 ТТ в 2019 г.

**Бюджет:** 3 000 000 р.\*

\*оценочный



## Расстановка аэрозольной линейки Doctor Wax

**Цель:** дистрибуция новой линейки в РТТ  
(замена Hi-Gear Pro Line)

**Каналы продаж:** линейная и сетевая розница  
регионы РФ и Москва

**Период:** 01.03.2019 – 30.04.2019

**Механика:**

**Мотивация ТТ. Подарок за покупку:** при покупке полной линейки аэрозолей – в подарок на выбор: черный полироль DW8401 или полироль против царапин DW8275

**Охват:** 500 ТТ

**Бюджет:** 125 000 р.





## Промо-палеты

Назначение: осуществление дополнительной выкладки антифризов и незамерзающей жидкости (в сезон) в специализированной рознице.

Потребность – 50 шт.

Стоимость изготовления – 2 500 руб.

Стоимость тиража – 125 000 руб.

## Торговые стойки из картона

Назначение: осуществление дополнительной выкладки в сетях FMCG.

Потребность – 100 шт.

Стоимость изготовления – 3 000 руб.

Стоимость тиража – 300 000 руб.

## Демостенд SMT2 (дозаказ)

Назначение – привлечение внимания, демонстрация особенностей продукта.

Потребность – 300 шт.

Стоимость изготовления – 550 р/шт.

Стоимость тиража – 165 000 р.



Пример



### **Ключевые задачи второе полугодие 2019:**

- 1. Промоупаковка «моторное масло + промывка». Лето 2019.*
- 2. Проведение федерального BTL-мероприятия по бренду Hi-Gear (конкурс / розыгрыш для конечного покупателя) . Лето-осень 2019.*
- 3. Реализация программы сертификации ТТ*
- 4. Разработка и проведение федерального BTL-мероприятия по SMT2*
- 5. Разработка мотивационной платформы для продавцов на базе сайта [agah.ru](http://agah.ru)*
- 6. Проведение федеральной акции по мотивации продавцов*

<b>Статья</b>	<b>Сумма</b>
<b>Мероприятия весенне-летнего периода</b>	<b>6 765 100</b>
<i>Поддержка моторных масел</i>	<i>1 040 000</i>
<i>Аэрозоли FENOM</i>	<i>99 600</i>
<i>Аэрозоли Doctor Wax</i>	<i>125 500</i>
<i>Программа сертификации</i>	<i>1 000 000</i>
<i>Розыгрыш для конечника Hi-Gear Motor Oil</i>	<i>3 000 000</i>
<i>Локальные акции</i>	<i>1 500 000</i>
<b>Мероприятия осенне-зимнего периода</b>	<b>13 080 000</b>
<i>Мотивация продавцов (федерально)</i>	<i>6 000 000</i>
<i>BTL-мероприятия SMT2</i>	<i>1 500 000</i>
<i>Локальные акции</i>	<i>1 500 000</i>
<i>Программа сертификации</i>	<i>2 000 000</i>
<i>Промоупаковка Hi-Gear Motor Oil</i>	<i>2 080 000</i>
<b>Торговое оборудование и POSM</b>	<b>590 000</b>
<i>Демо-стенды SMT2</i>	<i>165 000</i>
<i>Картонные стойки</i>	<i>300 000</i>
<i>Промо-паллеты</i>	<i>125 000</i>
<b>ИТОГО:</b>	<b>20 435 100</b>

# План маркетинговых мероприятий на 2019 год

### Продвижение и реклама:

1. Проведение рекламной кампании в весенний и осенний период
2. Продвижение кондиционера металла SMT2
3. Рекламная поддержка антифризов AGA
4. Рекламная поддержка ZIPOWER (видеореклама на YouTube и контекстная реклама)
5. Разработка и изготовление «Каталога закупщика»
6. Производство продуктовых и рекламных видеороликов
7. Продвижение YouTube канала Hi-Gear
8. Реконструкция сайтов Хайгир.рф, hi-gear-usa.com, ДокторВакс.рф, fenom.ru, aga-products.ru.
9. Разработка сайтов Done Deal, англоязычной версии АГАН.RU для экспортного проекта
10. Изготовление новогодней, сувенирной и полиграфической продукции



### Работа с брендами и продуктами:

1. Проект по развитию бренда Step Up
2. [Проект по развитию бренда Lucky Bee](#)
3. [Проект по развитию бренда Zipower, ротация аксессуарной категории, частичная санация инструментальной категории, обновление сайта.](#)
4. Проект по развитию World Rider, распродажа выводимой продукции, развитие матрицы в сегменте «средний-» товарами российского производства.
5. [Реструктуризация категории «Автокосметика»](#)
6. [Развитие категории «Ароматизаторы»](#)
7. Точечное расширение ассортимента бренда Hi-Gear
8. Проект по выпуску моторного масла Hi-Gear в бочках

### Стратегические проекты:

1. Оценка целесообразности проведения рестайлинга этикетки антифризов AGA
2. Оценка целесообразности проведения рестайлинга «черной» линейки FENOM
3. Развитие экспортного направления
4. Разработка новой канистры Hi-Gear
5. Исследование региональной розницы на территориях дилеров и проведение ценовых мониторингов во втором полугодии 2019 г.
6. Оценка целесообразности сотрудничества с компанией Nielsen по вопросу обмена данными
7. Разработка программы маркетинговых мероприятий на осень 2019 года
8. Разработка маркетингового плана 2020 г.

### Hi-Gear

1. Герметик системы кондиционирования воздуха. Аэрозоль, производство – USA
2. Очиститель датчика массового расхода воздуха. Аэрозоль, производство – USA
3. Очиститель форсунок непосредственного впрыска для бензиновых и дизельных двигателей. Присадка в топливо. Производство – USA
4. Очиститель сажевого фильтра для дизельных двигателей. Присадка в топливо, производство – USA
5. Очиститель деталей универсальный цитрусовый. Аэрозоль, производство – USA
6. Термоключ Hi-Gear. Аэрозоль, производство – Россия
7. Очиститель наружной поверхности сот радиатора. Аэрозоль, производство – USA

### StepUp

1. 7-минутная промывка системы охлаждения. Производство – Россия

### DoctorWax

1. Губки для мойки и полировки. Перенос производства в Россию
2. Карандаш для ремонта царапин (перевод из NANOX)
3. Набор для экспресс восстановления прозрачности фар

### FENOM

1. Медная и алюминиевая смазки. Аэрозоль
2. Серия мембранных ароматизаторов «Бриллиант»
3. Влажные салфетки 60 шт.

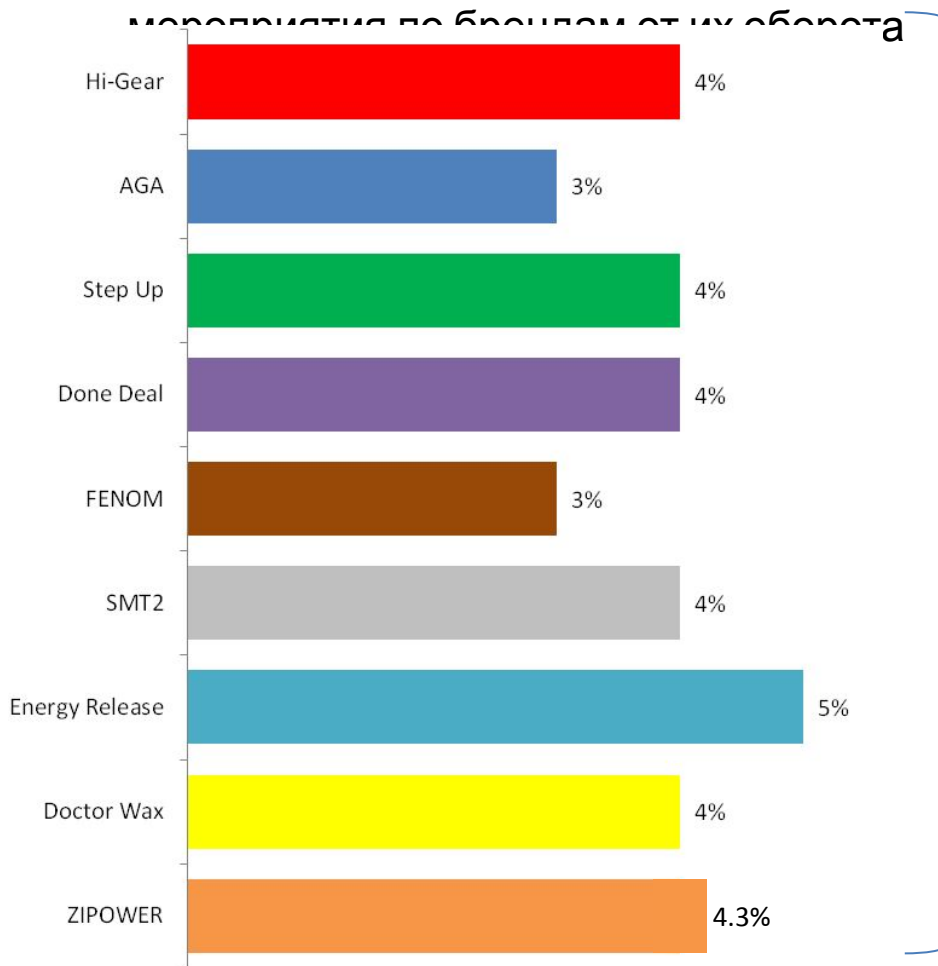
Артикул	Описание	Объем упаковки	Вид упаковки	Планируемая дата поставки в Москву
FN422	Медная смазка	335 мл/160 г	Аэрозольный баллон с этикеткой	7 февраля
FN423	Алюминиевая смазка	335 мл/160 г	Аэрозольный баллон с этикеткой	7 февраля
FN570	Универсальные влажные салфетки	60 шт	Пакет с пластиковым клапаном	11 февраля
SP9015	Промывка радиатора	355 мл	Полиэтиленовый флакон с этикеткой	8-9 неделя
FN571..FN583	Серия мембранных ароматизаторов "Бриллиант"		Блистер	9-10 неделя
DW8300	Карандаш 2 в 1 для закрашивания царапин	2 x 3.5 мл	Блистер	14-15 неделя
не присвоен	Ni-Gear Термоключ	520 мл	Аэрозольный баллон с металлизированной этикеткой	18-19 неделя
HG3218	Очиститель инжекторов непосредственного впрыска и системы питания. Для бензина и дизеля.	444 мл	Железная банка с металлизированной этикеткой, крышкой и лейкой	20-21 неделя
HG3185	Очиститель сажевого фильтра для дизеля	325 мл	Железная банка с металлизированной этикеткой, крышкой и лейкой	20-21 неделя
DW8639R	Губка-рукавица для удаления следов насекомых и дорожного налета		Пакет "еврослот" с флексопечатью	23-24 неделя
HG3260	Очиститель ДМРВ для бензиновых и дизельных двигателей		Аэрозольный баллон (DS container)	24-25 неделя
HG9547	Герметик кондиционера	133 мл/128 г	Аэрозольный баллон с металлизированной этикеткой. Шланг с адаптером в комплекте.	26-27 неделя
не присвоен	Универсальный очиститель/обезжириватель цитрусовый		Аэрозольный баллон	на испытании. Дата не определена
не присвоен	Очиститель сот радиатора		Аэрозольный баллон	на испытании. Дата не определена
DW5050	Набор для экспресс восстановления прозрачности фар		Цветная картонная коробка с подвесом	Дата не определена
DW8625R	Сухая губка для интерьера		Пакет "еврослот" с флексопечатью	Ведется поиск материала. Дата не определена

# Бюджет 2019

Проект	План	Факт
РК весна 2018	19 000 000	20 921 535
РК осень 2018	21 281 256	28 003 104
Трейд-маркетинговые мероприятия Федеральные акции	43 000 000	6 584 906
Трейд-маркетинговые мероприятия Локальные акции		1 540 000
Полиграфия и сувенирная продукция (продвижение брендов в каналах продаж)	7 000 000	2 433 350
Подарки партнерам к новому году	2 500 000	1 564 375
Выставка	8 000 000	691 000
Zirower (включая съемку видео-ролика)	9 076 000	7 208 576
Ароматизаторы	1 000 000	114 000
Автомаг		2 577 628
Съемка видеороликов (автохимия и моторное масло)		2 160 000
<b>Итого по проектам</b>	<b>110 857 256</b>	<b>45 795 370</b>
<b>Новые проекты</b>	<b>План</b>	<b>Факт</b>
LB	2 000 000	177 348
Маркетинговые исследования	2 000 000	0
Развитие SMM-проекта	3 000 000	0
<b>Итого по новым проектам</b>	<b>7 000 000</b>	<b>177 348</b>
Рекламные материалы для выставок во Франкфурте и Лас-Вегасе		348 000
Лицензионное использование сюжетов ТВ программ по трем каналам (РЕНТВ, НТВ, ЧЕ)		984 400
Призы за участие в викторине на радио		255 942
<b>Итого дополнительные расходы</b>		<b>1 588 342</b>
<b>ИТОГО за 2018 год</b>		<b>47 561 060</b>



## Рекомендуемая доля затрат на маркетинговые мероприятия по брендам от их оборота



Средневзвешенное значение затрат на маркетинговые мероприятия от общего товарооборота:

**3.78%**

## Определение бюджета маркетинга от оборота за 2018 г.

Бренд	ТО в 2018 году	Доля в ТО	Доля затрат на ММ	Бюджет в РУБ
Hi-Gear	862 450 349	39%	4%	<b>34 498 014</b>
AGA	506 663 833	23%	3%	<b>15 199 915</b>
Done Deal	216 877 215	10%	4%	<b>8 675 089</b>
ZIPOWER	189 384 919	9%	4.33%	<b>8 200 000</b>
Step Up	128 431 603	6%	4%	<b>5 137 264</b>
FENOM	95 966 168	4%	3%	<b>2 878 985</b>
SMT2	93 697 590	4%	4%	<b>3 747 904</b>
Energy Release	52 211 620	2%	5%	<b>2 610 581</b>
Doctor Wax	66 593 270	3%	4%	<b>2 663 731</b>
Итого	2 212 276 568	100%	3.78%	<b>83 611 482</b>

## Бюджет 2019 года по статьям:

Ключевые проекты/задачи:	Бюджет 2019 1 полугодие
Рекламная кампания - Весна	28 859 000
Трейд-маркетинговые мероприятия весенне-летнего периода	6 765 100
Торговое оборудование и POSM	590 000
Zipower	2 000 000
Ароматизаторы	1 000 000
Lucky Bee	650 000
Автомаг (1 полугодие)	2 633 839
Подарочная и полиграфическая продукция	1 500 000
<b>Итого</b>	<b>43 997 939</b>

Ключевые проекты/задачи:	Бюджет 2019 2 полугодие
Рекламная кампания - Осень	16 833 543
Трейд-маркетинговые мероприятия осенне-зимнего периода	13 080 000
Zipower	6 200 000
Подарочная и полиграфическая продукция	3 500 000
<b>Итого</b>	<b>39 613 543</b>

**Итого: 83 611 482**

## Бюджет 2019 года по брендам и направлениям:

Ключевые проекты/задачи:	Бюджет 2019 1 полугодие	Бюджет 2019 2 полугодие	Бренд	Бюджет
Рекламная кампания антифризы AGA	2 769 036		Антифризы AGA	3 194 036
Промо-палеты		125 000		
Картонные стойки		300 000		
Рекламная кампания SMT2	5 771 036		SMT2	7 436 036
Демостенды SMT2		165 000		
BTL-мероприятия SMT2		1 500 000		
Рекламная кампания автохимия Hi-Gear	20 318 929		AX Hi-Gear	20 318 929
Аэрозоли FENOM (мероприятия весенне-летнего периода)	99 600		FENOM	99 600
Аэрозоли Doctor Wax (мероприятия весенне-летнего периода)	125 500		Doctor Wax	125 500
Поддержка моторных масел	1 040 000		MM Hi-Gear	6 120 000
Розыгрыш для потребителя Hi-Gear Motor Oil	3 000 000			
Промоупаковка Hi-Gear Motor Oil		2 080 000		
Рекламная кампания - Осень		16 833 543	К обсуждению	
Мотивация продавцов (федерально)		6 000 000	К обсуждению	
Локальные акции	1 500 000	1 500 000	К обсуждению	
Программа сертификации	1 000 000	2 000 000	К обсуждению	
Zipower	2 000 000	6 200 000	Zipower	8 200 000
Ароматизаторы	1 000 000		Ароматизаторы	1 000 000
Lucky Bee	650 000		Lucky Bee	650 000
Автомаг (1 полугодие)	2 633 839			
Корпоративный брендинг (Подарочная и полиграфическая продукция)	1 500 000	3 500 000	Корп. AGA	5 000 000

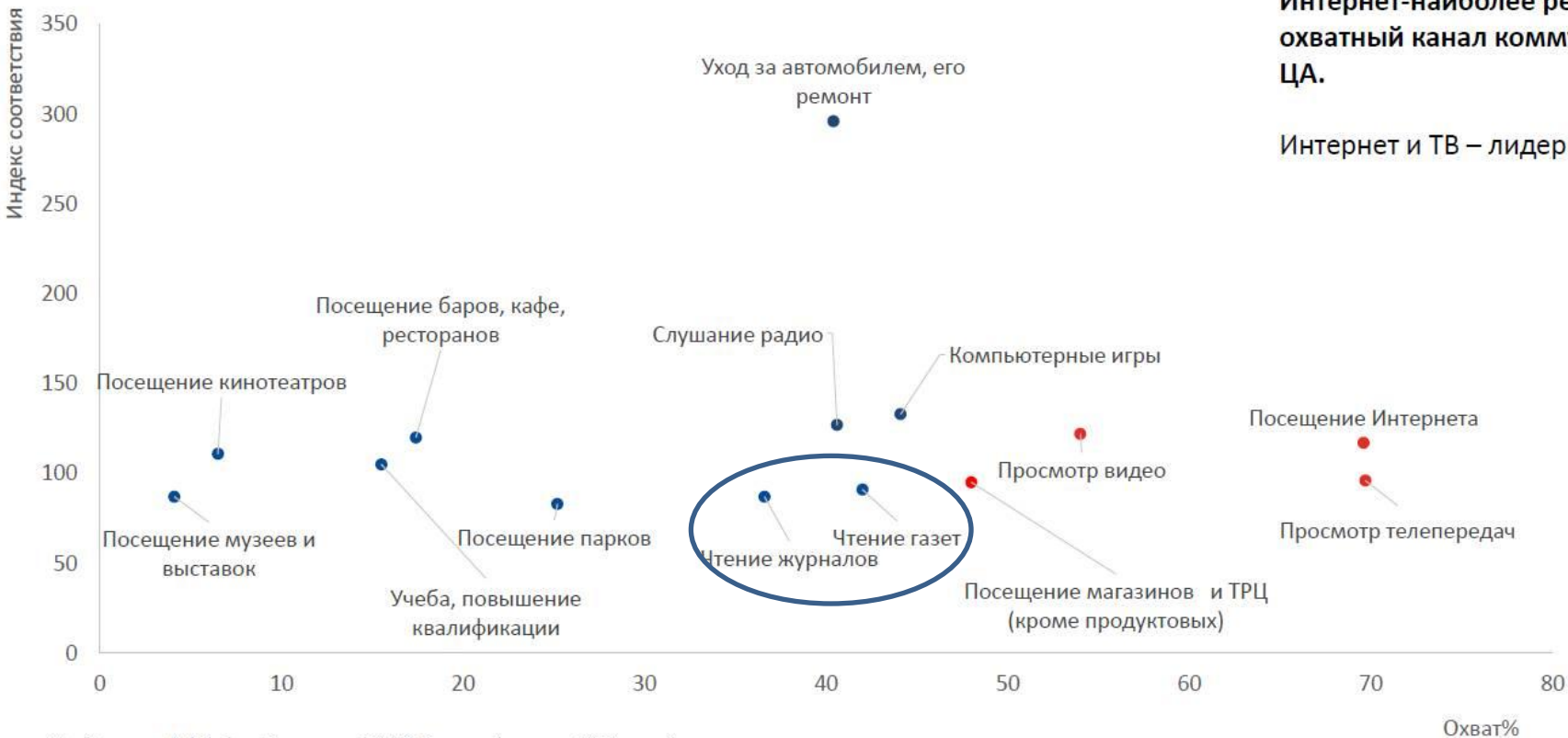
Итого: 83 611 482

### Проекты вне бюджета (необходимо обсуждение):

1. Проведение дилерской конференции
2. Проведение маркетингового исследования

# Приложения





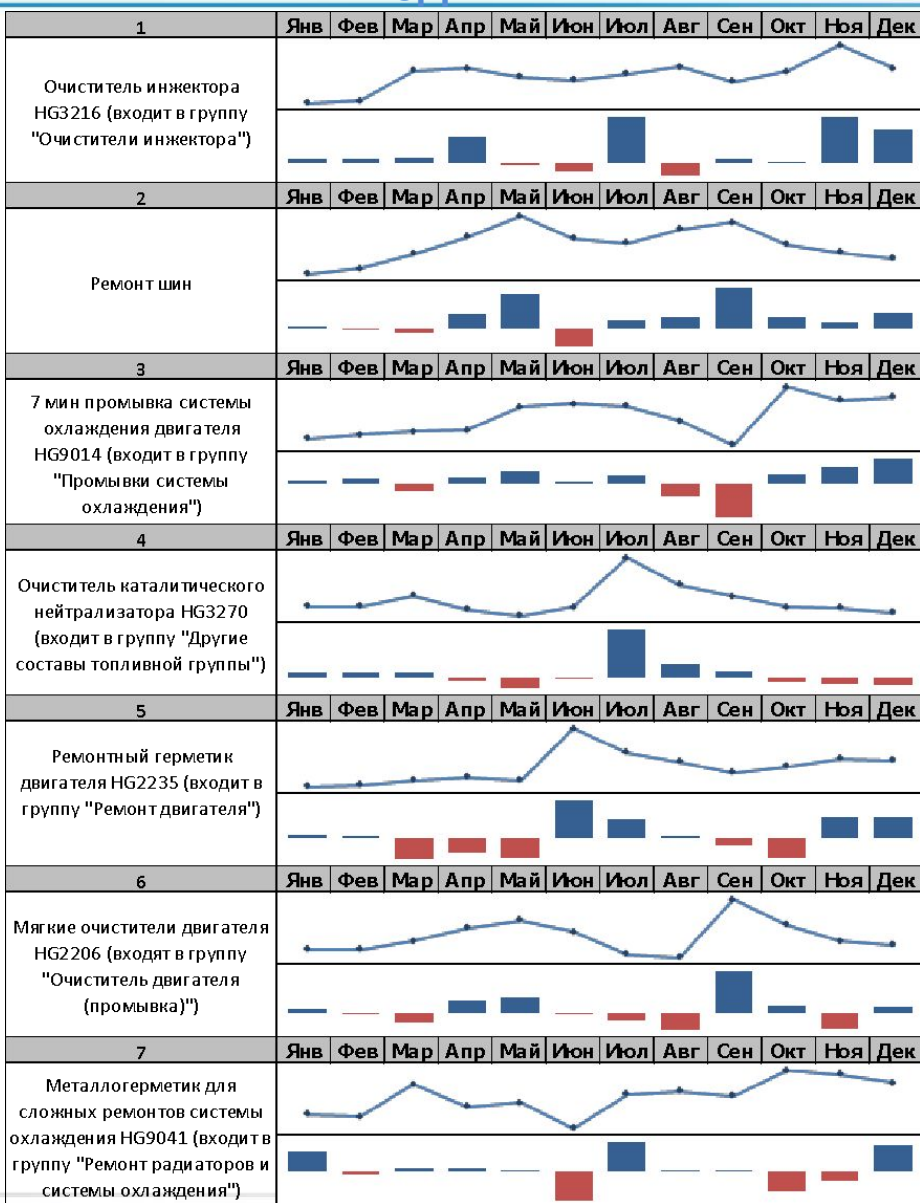
**Интернет-наиболее релевантный и охватный канал коммуникации с ЦА.**

Интернет и ТВ – лидеры по охвату.

Mediascope M' Index, 2квартал 2018, Россия (города 100 тыс.+)  
ЦА: мужчины, 25-55, есть автомобиль в семье

# Изменение ТО позиций, рекламируемых весной, за 2018-2017

ГОД



HG 3216 Очиститель инжекторов быстрого действия	3.5%	6 477 415
Очистители инжектора	5.6%	6 273 025
Ремонт шин	1.8%	1 975 373
HG9014 7 мин промывка системы охлаждения двигателя	1.3%	1 274 634
Промывки системы охлаждения	1.8%	1 815 434
HG3270 Очиститель каталитического нейтрализатора	0.3%	597 875
Другие составы топлив. Группы	0.9%	1 241 709
HG2235 Ремонтный герметик двигателя	0.6%	229 696
Ремонтные составы двигателя	1.2%	542 870
HG2206 Мягкий очиститель двигателя со средним и сильным износом, с SMT2	0.6%	698 454
Очиститель двигателя (промывка)	1.6%	-860 539
HG9041 Металлогерметик для сложных ремонтов системы охлаждения	0.3%	173 997
Ремонт радиаторов и системы охлаждения	6.0%	-4 375 809

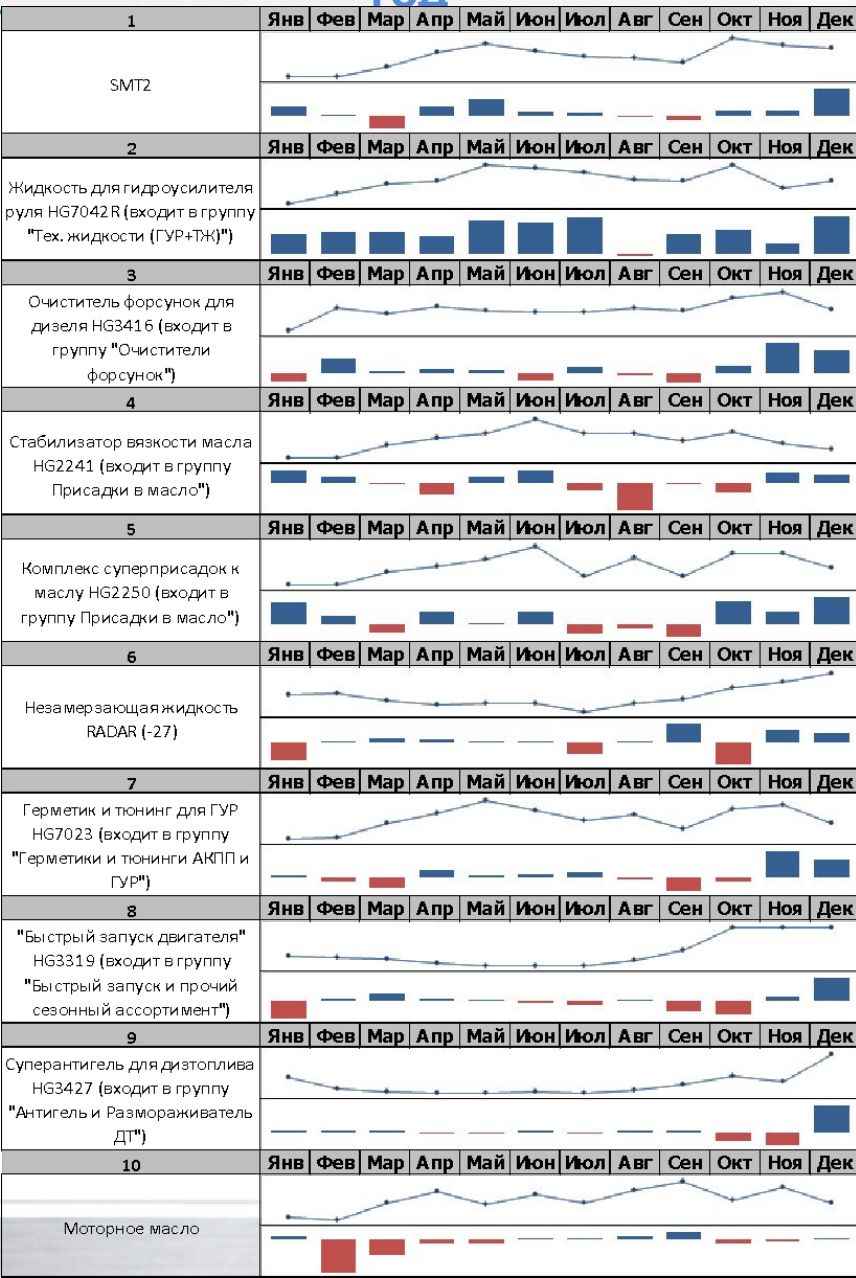
- Упущенные продажи
- Динамика ТО по месяцам в 2018 г.
- Рост ТО
- Снижение ТО
- Сравнение ТО за 2018-2017 г. по месяцам
- Доля группы в ТО Hi-Gear 2018



Сюжеты, посвященные препаратам для профилактики и регулярного обслуживания, получили значительно больший отклик, чем сюжеты, посвящённые «ремонтным» препаратам, устраняющим узкоспециализированную проблему.

# Изменение ТО позиций, рекламируемых весной, за 2018-2017

ГОД



SMT2	11%	13 329 779
Кондиционеры металла	18%	14 472 739
HG7042R Жидкость для гидроусилителя руля	2.5%	6 632 132
Тех. жидкости (ГУР+ТЖ)	4.9%	9 857 570
HG3416 Очиститель форсунок для дизеля	1.8%	2 550 066
Очиститель форсунок	5.5%	3 222 801
HG2241 Стабилизатор вязкости масла	1.2%	-12 825
HG2250 Комплекс суперприсадок к маслу для старых...	1.8%	1 865 808
Присадки в масло	3.7%	1 053 850
Незамерзающая жидкость RADAR (-27)	1.7%	1 016 778
HG7023 Герметик и тюнинг для гидроусилителя руля...	0.9%	407 882
Герметики и тюнинги АКПП и ГУР	2.2%	979 053
HG3319 "Быстрый запуск двигателя"	4.7%	-1 057 987
Быстрый запуск и прочий сезон. Ассортимент	6.1%	-1 705 968
HG3427 Суперантигель для дизтоплива 1:500	3.9%	4 908 014
Антигель и Размораживатель ДТ	10.5%	-4 275 231
Моторное масло	5.6%	-15 335 829

- Упущенные продажи
- Динамика ТО по месяцам в 2018 г.
- Рост ТО
- Снижение ТО
- Сравнение ТО за 2018-2017 г. по месяцам.
- Доля от ТО Hi-Gear 2018



Сюжеты, посвященные препаратам для профилактики и регулярного обслуживания, получили значительно больший отклик, чем сюжеты, посвященные «ремонтным» препаратам, устраняющим узкоспециализированную проблему.

Изм	Название	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Изм за 18-17	Итого изм мар-май 18-17
HG3216	Очиститель инжекторов быстрого действия (на	2 936	-1 075	5 215	3 800	588	-2 926	6 144	-4 963	2 915	-890	5 751	5 460	22 955	9 603
HG5308	Антипрокол. Состав для предотвращения и устр	-11	40	156	292	987	-268	507	866	1 344	114	-293	71	3 805	1 435
HG5339	Аварийный герметик для ремонта проколотых ш	154	8	-175	582	270	627	185	-314	312	286	83	250	2 268	677
HG9014	7 мин промывка системы охлаждения двигателя	2 245	-1 725	-1 235	1 104	2 540	275	1 029	-5 670	3 537	931	835	3 735	7 601	2 409
HG3270	Очиститель каталитического нейтрализатора, с	265	88	68	394	264	131	1 505	348	179	82	-72	-99	3 153	726
HG2235	Ремонтный герметик двигателя	405	-572	-61	217	398	1 669	-82	-563	896	-1 010	686	634	2 617	554
HG2206	Мягкий очиститель двигателя со средним и силь	190	-312	-223	942	2 381	70	594	-212	3 298	303	-1 915	425	5 541	3 100
HG9041	Металлогерметик для сложных ремонтов систем	1 807	-1 033	-468	81	-325	1 678	642	-636	-30	-523	-975	486	704	-712

Изм	Название	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Изм за 18-17	Итого изм сен-ноя 18-17
HG3416	Очиститель форсунок для дизеля	3 729	1 628	-291	-544	-1 382	-318	2	-1 180	2 032	839	456	3 928	8 899	3 327
HG7042R	Жидкость для гидроусилителя руля	4 013	2 995	1 490	3 506	4 124	3 740	6 142	-1 440	4 049	2 886	353	5 932	37 790	7 288
HG2241	Стабилизатор вязкости масла	1 871	-2 074	-1 086	429	4 588	969	-818	-5 907	826	-1 698	-1 115	94	-3 921	-1 987
HG2250	Комплекс суперприсадок к маслу для старых дви	2 281	176	-1 252	675	-97	-771	1 925	-410	1 432	1 954	-107	1 243	7 049	3 279
HG7023	Герметик и тюнинг для гидроусилителя руля (со	-33	-825	-749	1 136	-327	-415	396	-1 171	667	-204	-2 929	1 156	-3 298	-2 466
HG3319	"Быстрый запуск двигателя" для карбюраторных	-16 686	1 394							-6 888	-9 623	4 441	21 825	-3 489	-12 070
HG3427	Суперантигель для дизтоплива 1:500	1 490	889							3 460	7 209	-6 344	17 174	27 863	4 325
HG5688	Незамерзающая жидкость Hi-Gear RADAR -27	-5 132	3 791							10 888	-10 152	6 303	7 457	10 786	7 039



## Изменение ТО (ШТ) в %

Артикул	Название	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Изм за 18-17	Итого изм мар-май 18-17
HG3216	Очиститель инжекторов быстрого действия (на 60 л)	68%	-16%	47%	39%	5%	-23%	147%	-29%	30%	-8%	57%	91%	20%	30%
HG5308	Антипрокол. Состав для предотвращения и устранения п	-17%	43%	48%	95%	182%	-27%	247%	97%	221%	26%	-67%	60%	76%	122%
HG5339	Аварийный герметик для ремонта проколотых шин (с шл	116%	2%	-18%	67%	22%	68%	18%	-26%	43%	48%	11%	62%	24%	22%
HG9014	7 мин промывка системы охлаждения двигателя	108%	-38%	-25%	33%	72%	5%	24%	-59%	49%	15%	15%	146%	13%	20%
HG3270	Очиститель каталитического нейтрализатора, системы п	113%	29%	11%	72%	59%	27%	276%	47%	36%	16%	-9%	-22%	51%	45%
HG2235	Ремонтный герметик двигателя	55%	-44%	-3%	10%	18%	78%	-4%	-25%	55%	-40%	62%	56%	12%	9%
HG2206	Мягкий очиститель двигателя со средним и сильным изн	37%	-31%	-11%	75%	142%	3%	65%	-14%	267%	16%	-62%	73%	31%	63%
HG9041	Металлогерметик для сложных ремонтов системы охлаж	178%	-45%	-14%	5%	-15%	112%	46%	-23%	-2%	-15%	-22%	25%	3%	-10%

Артикул	Название	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Изм за 18-17	Итого изм сен-ноя 18-17
HG3416	Очиститель форсунок для дизеля	136%	40%	-4%	-7%	-20%	-5%	0%	-18%	27%	13%	6%	345%	13%	15%
HG7042R	Жидкость для гидроусилителя руля	94%	51%	19%	36%	45%	43%	90%	-13%	40%	32%	4%	129%	39%	26%
HG2241	Стабилизатор вязкости масла	154%	-50%	-17%	7%	101%	13%	-15%	-56%	15%	-27%	-18%	3%	-6%	-11%
HG2250	Комплекс суперприсадок к маслу для старых двигателей	174%	8%	-26%	16%	-2%	-10%	50%	-8%	36%	51%	-2%	52%	14%	23%
HG7023	Герметик и тюнинг для гидроусилителя руля (содержит S	-3%	-40%	-25%	36%	-8%	-10%	19%	-29%	25%	-6%	-46%	98%	-9%	-20%
HG3319	"Быстрый запуск двигателя" для карбюраторных, инжек	-62%	18%							-21%	-20%	13%	143%	-2%	-10%
HG3427	Суперантигель для дизтоплива 1:500	18%	65%							85%	42%	-28%	161%	42%	10%
HG5688	Незамерзающая жидкость Hi-Gear RADAR -27	-41%	76%								-51%	105%	83%	26%	39%



## Брендинг собственного

### Hi-Gear MOTOR OIL

37  
автомобилей



### 2 SMT

6  
автомобилей



## Размещение на билбордах Московской области





## Динамика посещаемости сайта ХАЙГИР.РФ

(таблица) сайта

Показатель	2017 год	2018 год	Динамика, шт	Динамика %
Визиты	319 488	381 721	62 233	19%
Посетители	242 640	269 066	26 426	11%
Просмотры	836 060	939 873	103 813	12%
Отказы	18,70	18,00	-0,70	-3,74%
Время на сайте	2,62	2,46	-0,16	-6,11%
Глубина просмотра	2,37	2,39	0,02	0,84%

Трафик сайта вырос на 19%.  
Средний показатель отказов снизился на 3,74% .

### Источники трафика

Показатель	2017 год	2018 год	Динамика, шт	Динамика %
Переходы из поиска	192 123	216 495	24 372	13%
Переходы по рекламе	59 017	99 231	40 214	68%
Прямые заходы	32 096	33 378	1 282	4%
Внутренние переходы	20 065	23 063	2 998	15%

По источникам трафика, наблюдается рост во всех каналах.

### Трафик по УТМ (РК)

Показатель	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Google Adwords	73 725	39,2	1,34	1,12
Yandex Direct РСЯ	17 948	21,4	1,7	1,2
You Tube	5 624	40,1	1,3	0,43
Поисковый трафик	216 495	9,79	2,89	3,12

В рекламных каналах максимальную эффективность показала рекламная сеть Яндекса с самым низким показателем отказов.

**В целом рекламные инструменты 2018 года следует отметить как эффективные и рекомендовать использовать их в маркетинговых активностях 2019 года.**

За 2018 год для канала НГ произведено и опубликовано 27

роликов.

Ролик	Адрес ролика	Весна 2018 Просмотры, шт	Осень 2018 Просмотры, шт	Удержание аудитории (% досмотра)	Среднее время, сек	Длительность ролика, сек
<b>Моторное масло</b>						
Hi-Gear - моторное масло (Я знаю, Что выбираю!)	<a href="https://youtu.be/MOAO9ZwMMM">https://youtu.be/MOAO9ZwMMM</a>	584 495	141 691	95%	14	15
Hi-Gear - моторное масло («Адриатика 2018»)	<a href="https://youtu.be/5Nh9DKDrriw">https://youtu.be/5Nh9DKDrriw</a>	-	41 540	35%	13	37
<b>SMT2</b>						
SMT2 - кондиционер металла («Адриатика 2018»)	<a href="https://youtu.be/vKsrfzRuAK8">https://youtu.be/vKsrfzRuAK8</a>	-	102 688	66%	21	31
Кондиционер металла SMT2	<a href="https://youtu.be/upFnRi86ZVE">https://youtu.be/upFnRi86ZVE</a>	-	92 987	48%	65	135
Как работает SMT2 (С машиной трения)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MEYy36pdg3I">https://www.youtube.com/watch?v=MEYy36pdg3I</a>	-	20 276	36%	205	561
<b>Автохимия Hi-Gear</b>						
Очиститель инжектора (новая упаковка)+	<a href="https://youtu.be/cnM6BDJhHyl">https://youtu.be/cnM6BDJhHyl</a>	-	101 118	61%	102	167
Очиститель катализатора	<a href="https://youtu.be/eYZbLwkNh7I">https://youtu.be/eYZbLwkNh7I</a>	-	76 663	64%	101	135
Промывка системы охлаждения Hi-Gear	<a href="https://youtu.be/UQ4HDiz4CM0">https://youtu.be/UQ4HDiz4CM0</a>	-	120 466	73%	74	100
Мягкий очиститель двигателя Hi-Gear	<a href="https://youtu.be/_jR17IDb_T4">https://youtu.be/_jR17IDb_T4</a>	-	81 278	68%	76	112
Металлогерметик системы охлаждения Hi-Gear	<a href="https://youtu.be/gl_TsNBF0IA">https://youtu.be/gl_TsNBF0IA</a>	-	101 296	61%	72	118
Герметик для ремонта колес Hi-Gear	<a href="https://youtu.be/oN2LqXPU340">https://youtu.be/oN2LqXPU340</a>	-	71 107	77%	108	139
Верная служба	<a href="https://youtu.be/UEvXkkFY3ik">https://youtu.be/UEvXkkFY3ik</a>	411 948	139 112	93%	14	15
Очиститель инжектора (Путешествие «Волок»)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=jENiVWbOr2U">https://www.youtube.com/watch?v=jENiVWbOr2U</a>	-	66 769	72%	88	122
<b>Охват по кампаниям</b>		<b>996 443</b>	<b>1 156 991</b>			
<b>Общий охват</b>		<b>2 153 434 показов</b>				

Весенняя кампания носила имиджевый характер, а осенняя кампания продвигала блок продуктовых роликов в поддержку спецпроектов на ТВ и радио.

В целом по кампаниям отмечается высокий показатель удержания аудитории почти по всем рекламируемым препаратам.

На 2019 год рекомендуется сохранить стратегию продвижения как с помощью имиджевых роликов, так и точечным продвижением продуктовых роликов.



Hi-Gear

4 199 подписчиков

	Сюжеты Минтранс	сезон РК	просмотр	% досмотра	Среднее время просмотра, сек	Длительность ролика, сек
1	Промывка системы охлаждения	весна	120 000	73%	74	100
2	Очиститель инжектора	весна	102 000	61%	102	167
3	Герметик системы охлаждения	весна	101 000	61%	72	118
4	SMT2 в Дастер	весна	94 000	48%	65	135
5	Мягкий очиститель двигателя	весна	81 000	68%	76	112
6	Герметик для ремонта колёс	весна	71 000	77%	108	139
7	Ремонтный герметик системы смазки двигателя	весна	11 000			
8	Очиститель катализатора	весна	7 400			
9	Быстрый старт и РАДАР	осень	1 500			
10	Антигель и размораживатель	осень	1000			
11	Очиститель форсунок для дизеля	осень	500			
12	SMT2 на диностенде (+ мото +лодочный мотор)	осень	350			
13	Стабилизатор масла и комплекс присадок	осень	300			
14	Моторное масло HG	осень	200			
15	Герметик ГУР с SMT2, жидкость ГУР	осень	180			
16	SMT2 на машине трения	осень	173			

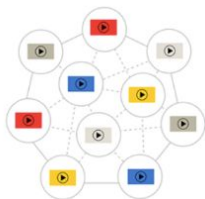


■ Ролики, участвовавшие в осенней РК 2018 г.

■ Ролики, размещены в декабре 2018 г. (органические просмотры)



## Яндекс Видео



### Площадки

Мы можем показывать рекламу

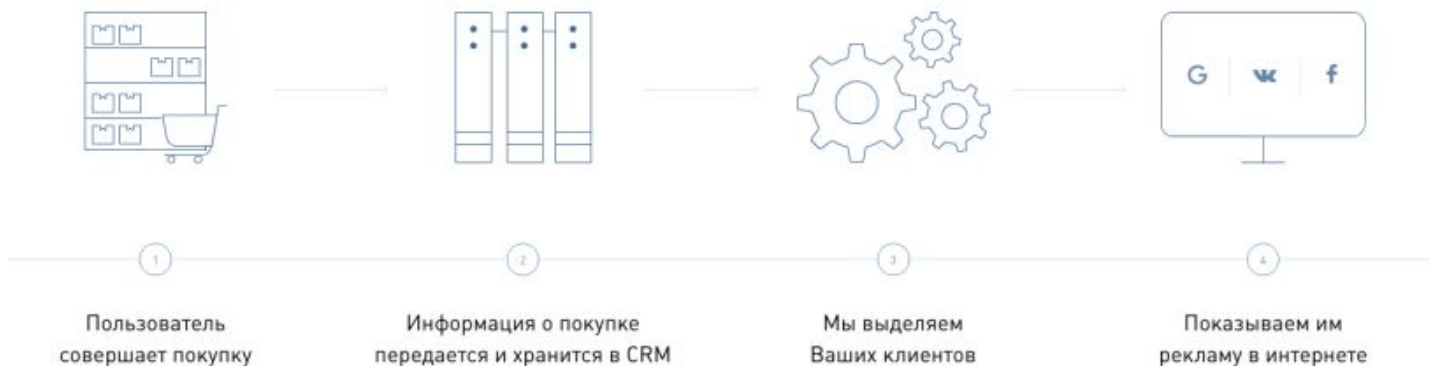


В видеосеть Яндекса входит крупнейший русскоязычный сервис о фильмах «Кинопоиск», а также другие сервисы в составе медийной сети и сайты партнеров РСЯ. Доля показов в РСЯ и список площадок, на которых возможно размещение мультиролла или in-page видео, определяется Яндексом.

## First Data



Анализирует данные пользователей о покупках и находит аудитории на крупнейших интернет-площадках. Мы показываем рекламу не тем, кто, возможно, заинтересуется, а тем, кто купит.



# План мероприятий АВТОМАГ

*Период проведения: апрель - июнь*

*Цель: стимулирование продаж масел ТМ Hi-Gear*

*Механика: при покупке любого масла ТМ HI-GEAR объемом 4 л - масляный фильтр MANN в подарок*



**Альтернативный подарок**



**Период проведения: апрель - июнь**

**Цель: увеличение продаж масла 1 л на долив**

**Механика: При продаже масла объемом 1 л продавец получает премию 50 руб.**

Итоги продаж масла объемом 1 л в период октябрь – декабрь 2018 с аналогичной мотивацией торгового персонала

Краткое описание	окт-дек. 2016			окт-дек. 2017			окт-дек. 2018		
	Марка Руб	Руб	Шт	Марка Руб	Руб	Шт	Марка Руб	Руб	Шт
HG0030 5W-30 SM/CF Масло моторное синтетическое 1л	134 992	261 679	652	78 040	157 378	389	110 071	229 732	582
HG0040 0W-40 SN/CF Масло моторное синтетическое 1л	37 836	63 501	125	17 949	30 677	62	21 568	36 553	73
HG0540 5W-40 SN/CF Масло моторное синтетическое 1л	182 532	346 264	746	106 709	216 506	466	155 635	325 368	708
HG0550 5W-50 SM/CF Масло моторное синтетическое 1л	27 986	52 561	117	36 154	74 387	169	35 874	74 856	169
HG1110 10W-40 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	96 009	170 432	595	62 970	116 082	406	87 504	171 503	634
HG1130 5W-30 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	20 715	38 528	136	19 635	38 693	138	21 818	45 322	166
HG1140 5W-40 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	38 330	68 968	232	39 701	73 775	249	36 086	71 941	255
HG1150 10W-50 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	12 780	22 466	76	11 427	22 040	78	12 711	26 167	97
<b>ИТОГО</b>	<b>551 181</b>	<b>1 024 400</b>	<b>2 679</b>	<b>372 584</b>	<b>729 539</b>	<b>1 957</b>	<b>481 266</b>	<b>981 442</b>	<b>2 684</b>
Сумма премии персоналу	267 900						55 000		
<b>Маржа после выплаты премии</b>	<b>283 281</b>			<b>372 584</b>			<b>426 266</b>		

Краткое описание	% изм окт-дек. 2017/2016				% изм окт-дек. 2018/2017				% изм окт-дек. 2018/2016			
	Марка Руб	С/с Руб	Руб	Шт	Марка Руб	С/с Руб	Руб	Шт	Марка Руб	С/с Руб	Руб	Шт
HG0030 5W-30 SM/CF Масло моторное синтетическое 1л	-42%	-46%	-40%	-40%	41%	48%	46%	50%	-18%	-21%	-12%	-11%
HG0040 0W-40 SN/CF Масло моторное синтетическое 1л	-53%	-55%	-52%	-50%	20%	18%	19%	18%	-43%	-47%	-42%	-42%
HG0540 5W-40 SN/CF Масло моторное синтетическое 1л	-42%	-43%	-37%	-38%	46%	52%	50%	52%	-15%	-13%	-6%	-5%
HG0550 5W-50 SM/CF Масло моторное синтетическое 1л	29%	40%	42%	44%	-1%	0%	1%	0%	28%	40%	42%	44%
HG1110 10W-40 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	-34%	-41%	-32%	-32%	39%	59%	48%	56%	-9%	-6%	1%	7%
HG1130 5W-30 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	-5%	-6%	0%	1%	11%	21%	17%	20%	5%	13%	18%	22%
HG1140 5W-40 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	4%	-4%	7%	7%	-9%	4%	2%	2%	-6%	0%	4%	10%
HG1150 10W-50 SL/CF Масло моторное полусинтетическое 1л	-11%	-9%	-2%	3%	11%	24%	19%	24%	-1%	13%	16%	28%
<b>ИТОГО</b>	<b>-32%</b>	<b>-35%</b>	<b>-29%</b>	<b>-27%</b>	<b>29%</b>	<b>38%</b>	<b>35%</b>	<b>37%</b>	<b>-13%</b>	<b>-11%</b>	<b>-4%</b>	<b>0%</b>

**Период проведения: апрель - июнь**

**Цель: привлечение дополнительного потока в магазины, оповещение об акциях**

**Механика:**

- **e-mail рассылка по базе клуба АВТОМАГ 3 раза в месяц, ссылка на сайт [www.amaq.ru](http://www.amaq.ru)**
- **Листовка «Многоцветие скидок»**
- **Щиты (M62, M22)**



**АВТОМАГ**  
МАГАЗИНЫ ДЛЯ АВТОМОБИЛИСТОВ

+7 495 721 3333

ПОДАРОК ПРИ ПОКУПКЕ!

КУПИТЕ ЛЮБОЕ  
МОТОРНОЕ  
МАСЛО  
Hi-Gear 4 л

ПОЛУЧИТЕ  
ФИЛЬТР  
В ПОДАРОК!

Hi-Gear  
FULL SYNTHETIC MOTOR OIL  
5W-40

Hi-Gear  
SYNTHETIC MOTOR OIL  
5W-40

MANN  
FILTER  
W712/82

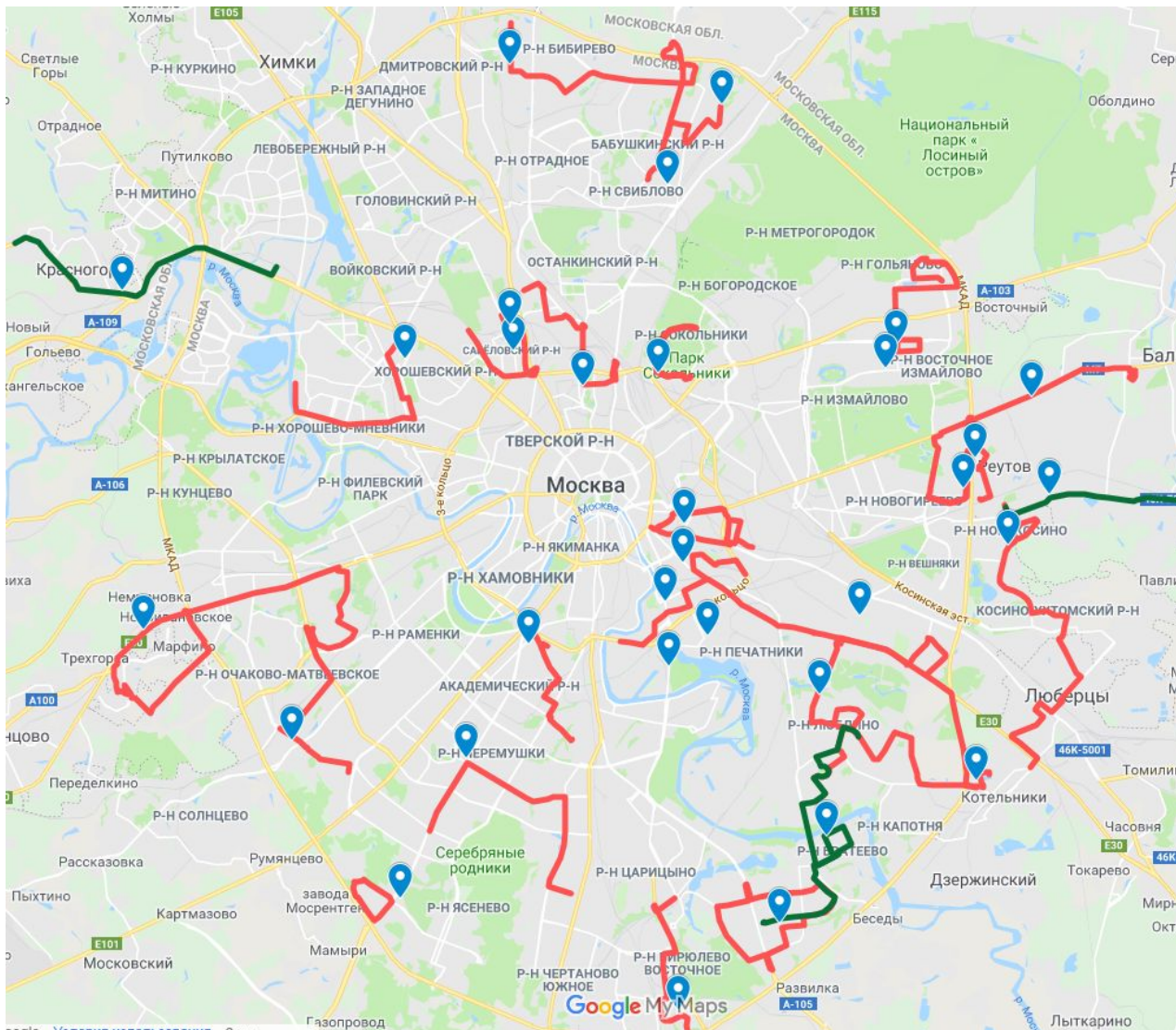


**Период проведения: апрель - июнь**

**Цель: привлечение дополнительного потока в магазины**

**Механика: размещение рекламы на левом борте маршруток**

**Адресная программа: 29 маршрутов / 31 магазин**



Целевое назначение затрат	бюджет	Бюджет, руб.
Акция «Подарок за покупку». Механика: за покупку масла Hi-Gear 4 л. - ПОДАРОК фильтр MANN-Filter	Автохимия - Инвест	1 000 000
Мотивация торгового персонала (50 руб. за продажу 1 л.)	Автохимия - Инвест	200 000
Реклама на маршрутном транспорте акции	85% Автохимия-Инвест / 15% Автомагазины	1 686 870
Щиты (промо-наборы)	Автомагазины	432 000
Анонс акции в листовках и включение в Многоцветие Скидок	Автомагазины	55 500
E-mail рассылка с анонсом акции	Автомагазины	33 120
<b>ИТОГО</b>		<b>3 407 490</b>
Из них:		
•бюджет ООО Автохимия – Инвест		2 633 839
•бюджет ООО «Автомагазины»		773 650