# БЮВЕТ

# BUVETTE

# БЮВЕТ

БЮВЕТ
Природная вода
МИНЕРАЛЬНАЯ
ГАЗИРОВАННАЯ
1,5 л
БЮВЕТ
Артезианская вода
ПИТЬЕВАЯ
НЕГАЗИРОВАННАЯ
1,5 л
БЮВЕТ
Артезианская вода
ПИТЬЕВАЯ
НЕГАЗИРОВАННАЯ
0,5 л
БЮВЕТ
Природная вода
МИНЕРАЛЬНАЯ
ГАЗИРОВАННАЯ
0,5 л
БЮВЕТ
Артезианская вода
ЛИМОН+ЛАЙМ+ЖЕНЬШЕНЬ
ГАЗИРОВАННАЯ
0,5 л
БЮВЕТ
Артезианская вода
ЯБЛОЧНАЯ
ГАЗИРОВАННАЯ
0,5 л

# Зачем нам нужен Бювет?

## Цели:

1. Привлечь дополнительную ЦА. По итогам исследования OMI* название «Липецкий Бювет» слово «Липецкая» не нравится 60% респондентам в Москве, центральной части России. Слово «Липецкая» относит этот бренд к локальным, не дорогим брендам.

2. Построение фундамента для более интенсивного развития на послекризисный период.

**Глобальная цель: вывести Бювет на уровень федерального бренда.**

**Занять к 2011 г долю рынка в объемном выражении по России- 5%**

*Исследование: Online market intelligence. Выборка 644 респондента. С 06 по 09 октября 2008г.

# АССОРТИМЕНТ.

1. Бювет минеральная -1,5 л. Начало продаж 5 июня
2. Бювет артезианская -1,5 л. Начало продаж 5 июня
3. Бювет минеральная -0,5 л. Начало продаж 5 июня
4. Бювет артезианская (со спорт кэпом)-0,5 л. Начало продаж 5 июня
5. Бювет со вкусом яблока газированная-0,5 л. Начало продаж первая декада ИЮЛЯ (точная дата будет известна в конце июня)
6. Бювет со вкусом лимона, лайма и женьшеня-0,5 л . Начало продаж первая декада ИЮЛЯ (точная дата будет известна в конце июня)

# Описание продукта

- ***Гарантированное высокое качество продукции*** *- настоящая природная вода из скважин глубиной 100 и 480-600 м, розлив ведется на самом современном оборудовании фирмы Sidel, обеззараживание ультрафиолетом, контроль чистоты и качества в собственной лаборатории, оборудованной по последнему слову техники*

- ***Премиальный дизайн упаковки*** *- дорогая уникальная этикетка с прозрачными полями и премиальный крепкий PET, бутылка не играет в руке, продукт невозможно подделать. Упаковка выделяется на полке, соответствует имиджу категории вода, выглядит современно.*

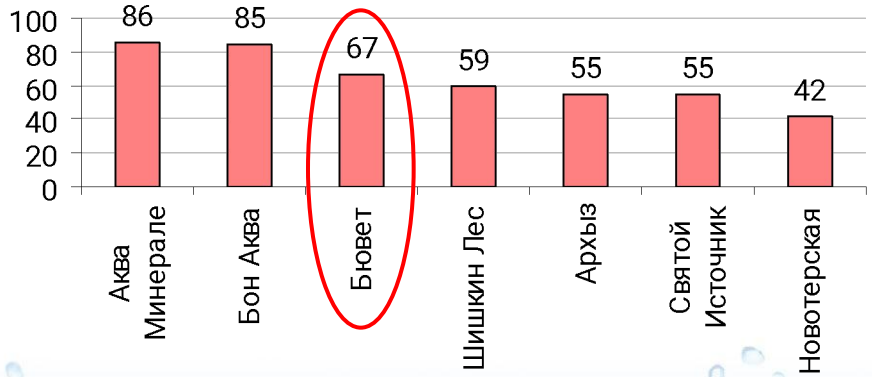
- ***Вода со вкусами****-так же добывается из скважины глубиной 100 метров.*
- *Вода с яблоком - имеет легкий привкус яблока, с минимальным содержанием сахара.*
- *Вода с лимоном, лаймом, женьшенем - обладает функциональными свойствами. Экстракт женьшеня тонизирует, придает умственные и физические силы + Витамины B и C*

# Что думает о Бювете потребитель?

**Компания Synovate провела исследование в мае 2009 г для оценки потребителями текущего внешнего вида, цены и имиджа бренда Бювет. Исследование проводилось по всей России методом личного опроса.**

**Результаты исследования:**

- Бювет  достаточно хорошо заметен на полке, привлекает внимание и запоминается. По этим показателям новый бренд проявил себя на одном уровне с такими марками как: Архыз, Шишкин Лес, Святой Источник.
- Новый бренд Бювет вызывает высокое намерение покупки.




- По общей привлекательности упаковки Бювет  опередил всех конкурентов, включая лидеров рынка (Аква Минерале, Бон Аква).

# Конкурентное окружение БЮВЕТ

- Питьевая, не лечебная
- Не природного происхождения

Позиционирование:

BonAqua. Живая сила воды.

Аква Минерале: С нее начинается жизнь

- Воспринимается как лечебная. Ограничения по потреблению.
- Отчасти негармоничное цветовое решение (Фокус - группы 2008)
- «Не интересная» форма бутылки (Фокус - группы 2008)
- Не современная этикетка (Фокус - группы 2008)

Позиционирование:

Архыз это больше чем просто вода

- Целевая территория только Москва
- Основной объем -19 Л
- Не воспринимается как современная марка из-за традиционной формы бутылки и бумажной этикетки (Фокус-группы 2007)

Позиционирование:

Настоящая вода

- Лечебная
- Природного происхождения

- Нет ограничений по потреблению, за счет низкой минерализации
- Форма бутылки современная и удобная для использования
- Этикетка яркая, не обычная, «не такая как у всех»

# Целевая аудитория

**Мужчины/Женщины 25-40 лет, с доходом средним , выше среднего.**

**Активные, современные, свободные, за здоровый образ жизни.**

# Техническая информация

| SKU | Штрих-код на SKU | Групповая упаковка | Штрих-код на групповой упаковке | Новижн код |
|---|---|---|---|---|
| Минеральная вода Бювет 1,5 л | 4600338002675 | 6x1,5 л | 4600338002699 | 501530 |
| Артезианская вода Бювет 1,5 л | 4600338002576 | 6x1,5 л | 4600338002712 | 501524 |
| Минеральная вода Бювет 0,5 л | 4600338002682 | 12x0,5 л | 4600338002705 | 500508 |
| Артезианская вода Бювет 0,5 л | 4600338002668 | 12x0,5 л | 4600338002729 | 500509 |
| Артезианская вода Бювет с яблоком 0,5 л | 4600338002736 | 12x0,5 л | 4600338002733 | 500510 |
| Артезианская вода Бювет с лимоном, лаймом, женьшенем 0,5 л | 4600338002743 | 12x0,5 л | 4600338002740 | 500511 |

# Ценовое позиционирование

БЮВЕТ -Чистота Природы.

**Современная вода из природного источника.**

**USP**

**EMOTION**

- Современная
- Стильная
- Яркая
- «Живая»

**FUNCTIONAL**

- Чистая вода
- Природная вода
- Ассортимент удовлетворяющий различным потребностям
- Современные технологии
- Эргономичная удобная упаковка (форма, литраж)

# Ценовое позиционирование

- Стоимость на полке Бювета 1,5 л должна быть ниже Аква Минерале 1,25 л на 10-15%.

-Стоимость на полке Бювета 0,5 л должна быть ниже Аква Минерале 0,6 л на 15%

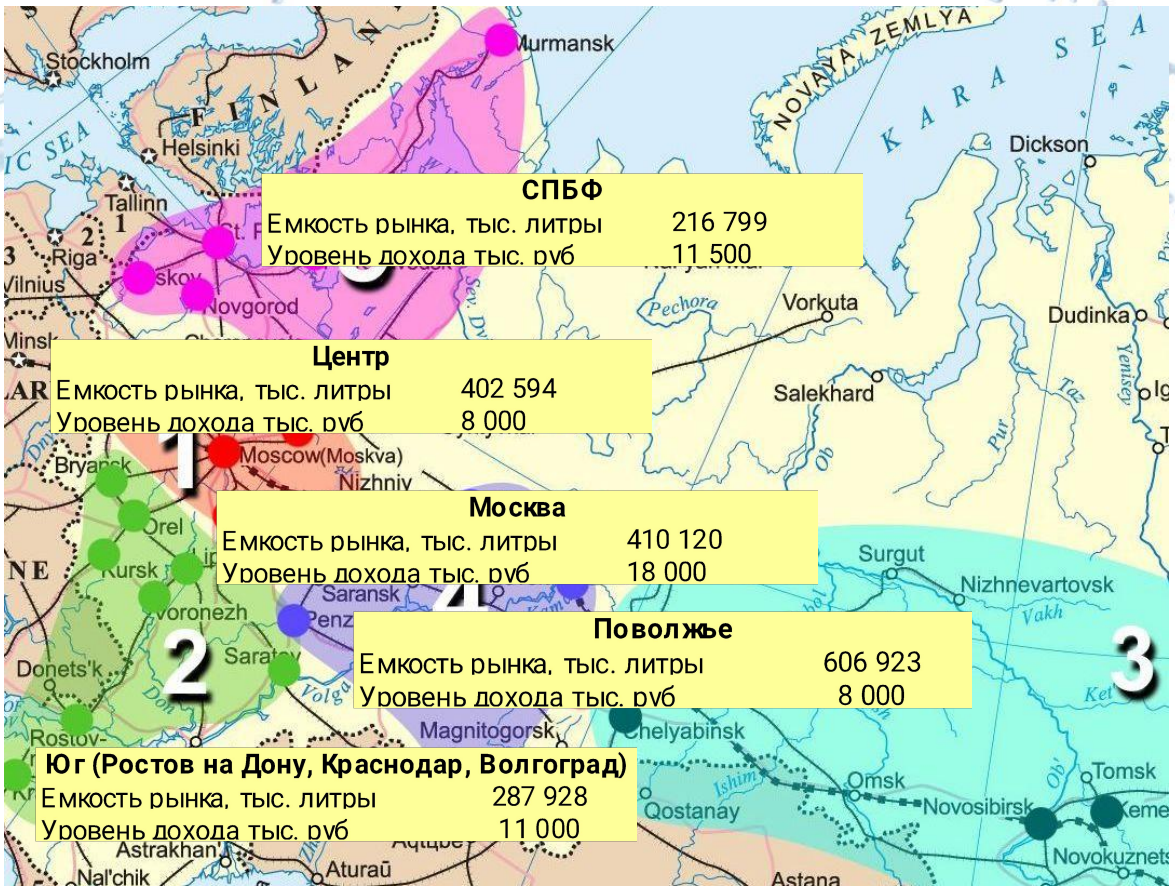
-Стоимость на полке Бювета 0,5 л со вкусами должна быть ниже Аква Минерале 0,6 л на 20%

| | Сети | Розница |
|---|---|---|
| Бювет 1,5 | 23,1 | 25,07 |
| Бювет 0,5 минеральная | 16,9 | 18,3 |
| Бювет 0,5 артезианская | 18,0 | 19,6 |
| Бювет 0,5 со вкусами | 19,4 | 20,7 |

| | Сети | Розница |
|---|---|---|
| Липецкий Бювет 1,5 | 19,40 | 21,65 |
| Липецкий Бювет 0,5 | 14,70 | 16,35 |

-Разница между ценой Липецкого Бювета и Бювета составляет в среднем 15%.

# Территория продаж




## Территория для Бювета :

**N 1 Приоритет: ДО Москва, ДО СПБФ**

**N 2 ДО ЮГ, ДО Черноземье**

**N 3 ДО Центр, ДО Поволжье**

# Минеральная и артезианская вода ТМ «Бювет»(Б)

**Правило ассортимента:** в каждой торговой точке представлен весь ассортимент воды «Бювет»

**Правило полочного пространств:** марка «Бювет» всегда представлена необходимым минимальным количеством фэйсингов в каждом торговом канале:

| | | Тип торговой точки | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | A | A | B | A | B | C | C | C | C | AA | C | A |
| | МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА "БЮВЕТ" | Гипермаркет | Супермаркет | Минимаркет | Дискаунтер | Гастроном | Продукты | Павильон | Киоск | Розничный рынок | Оптовый рынок | Аптека | Спец. магазин ДП |
| 1 | Минеральная вода Бювет 0,5 л | 3 | 2 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | Артезианская вода Бювет 0,5 л | 3 | 2 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | Артезианская вода Бювет с лимоном, лаймом, женьшенем 0,5 л | 3 | 2 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| 4 | Артезианская вода Бювет с яблоком 0,5 л | 3 | 2 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| 5 | Минеральная вода Бювет 1,5 л | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 |
| 6 | Артезианская вода Бювет 1,5 л | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 |

**Правило порядка:** минеральная вода, питьевая вода

**Правило порядка для воды со вкусами:** лимон-лайм-женьшень; яблоко

# Минеральная и артезианская вода ТМ «Бювет»(Б)

**Правило группировки:** марка «Бювет» всегда располагается единым блоком на любом месте продажи.

**Правило приоритетного места:**

- Марка «Бювет» всегда располагается в группе минеральных и столовых вод (если такая группа отсутствует – то в группе безалкогольных газированных напитков)
- Марка «Бювет» всегда располагается на приоритетных полках около марок Aqua Minerale или Bon Aqua.

**Для городов Москва, Санкт-Петербург, Ростов на Дону, Краснодар, Казань, Н. Новгород, Волгоград, Самара, Уфа :**

Блок марки «Бювет» располагается после блока Aqua Minerale или Bon Aqua.
Блок ТМ «ЛБ» располагаем через одного конкурента от блока марки «Бювет»

**Для городов ДО Черноземья, ДО Центр:**

Блок марки «ЛБ» остается без изменений,
Блок марки «Бювет» встает за ЛБ через одного конкурента.

## Для городов Москва, Санкт-Петербург, Ростов на Дону, Краснодар, Казань, Н. Новгород, Волгоград

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Бон Аква 1л.\ Аква Минерале 1,25 л. | Бювет 1,5 л. (2 SKU) | Конкуренты | Липецкий Бювет 1,5 л. | Конкуренты |
| БонАква 0,5л.\Аква Минерале 0,6 л. | Бювет 0,5л. (4 SKU) | Конкуренты | Липецкий Бювет 0,33л, 0,5л. | Конкуренты |
| БонАква 2л.\Аква Минерале 2 л. | Бювет 1,5л. (2 SKU) | Конкуренты | Липецкий Бювет 1,5л., 5 л | Конкуренты |

## Для городов ДО Черноземья, ДО Центр, ДО Поволжье:

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Бон Аква 1л.\ Аква Минерале | Липецкий Бювет 1,5 л. | Конкуренты | Бювет 1,5 л. (2 SKU) | Конкуренты |
| БонАква 0,5л.\Аква Минерале | Липецкий Бювет 0,33л, 0,5л. | Конкуренты | Бювет 0,5л. (4 SKU) | Конкуренты |
| БонАква 2л.\Аква Минерале | Липецкий Бювет 1,5 л., 5 л | Конкуренты | Бювет 1,5л. (2 SKU) | Конкуренты |

# Продвижение Бювета

**Цель: достичь до конца года дистрибуции 30-40% от клиентской базы каждого города**

**В сезон бренд Бювет будет активно продвигаться с помощью различных трейд-программ.**

**Приоритетные территории для продвижения:**

**N1 Москва, Санкт-Петербург**

**N2 Ростов на Дону, Краснодар, Волгоград, Липецк, Воронеж**

**N3 ДО Центр, ДО Поволжье.**

**Акценты по каналам:**

**N1 Федеральные сети**

**N2 Локальные сети**

**N3 Розница В,С.**

**План продвижения будет предоставлен 10-13 июня.**

# Цели для КС
# (от текущей АКБ ЛБ)

| | **A** | **B** | **C** | Аптека | Сети | ДИСТРИБ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| *ИЮНЬ* | 30% | 20% | 20% | 10% | 30% | 40% |
| *ИЮЛЬ* | 40% | 30% | 25% | 15% | 40% | 60% |
| *АВГУСТ* | 50% | 40% | 30% | 20% | 50% | 70% |
| *До конца 2009 г Дистрибьюция %* | *80%* | *60%* | *50%* | *40%* | *80%* | *100%* |