

fresh

**Директ маркетинговые
коммуникации в рамках
программы поддержки
обновления на рынке
дезодоранта Рексона Кристал**



Клиент: Unilever

Подготовлено: GET FRESH

Для: Direct Hit

**Период проведения: июнь – август
2010**

Позволь себе больше в маленьком черном

атье!



Rexona
Crystal
Іколи не зрадить!

Задачи проекта



- Поддержка имиджа «женственности» дезодоранта Rexona Crystal
- Поддержка продаж всей линейки Продукта в «высокий сезон»
- Увеличение пенетрации линейки Продукта среди ЦА
- Донесение до ЦА четкой связи Продукта с миром моды и стиля



Ключевые Данные

- **Период:**

1 июня – 15 августа 2010 года

- **Покрытие:**

Национальное,

- **Целевая аудитория**

Женщина 18-49 лет, ядро 25-35 лет
Доход средний, средний+
Жительницы городов 50 000+

- **Бюджет**

Меньше \$100 000



Идея активации?

Каждая девушка стремится к безупречности – она хочет выглядеть стильно и модно при любых обстоятельствах

Маленькое черное платье – признанный эталон стиля

Чтоб выглядеть в нем всегда великолепно, тебе необходима защита от белых следов от антиперспиранта, которые видны на черном

Новая Rexona Crystal гарантирует тебе защиту без белых следов



Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!

Стратегія

Rexona Crystal



Fashion

Защита без белых пятен
на модной черной одежде

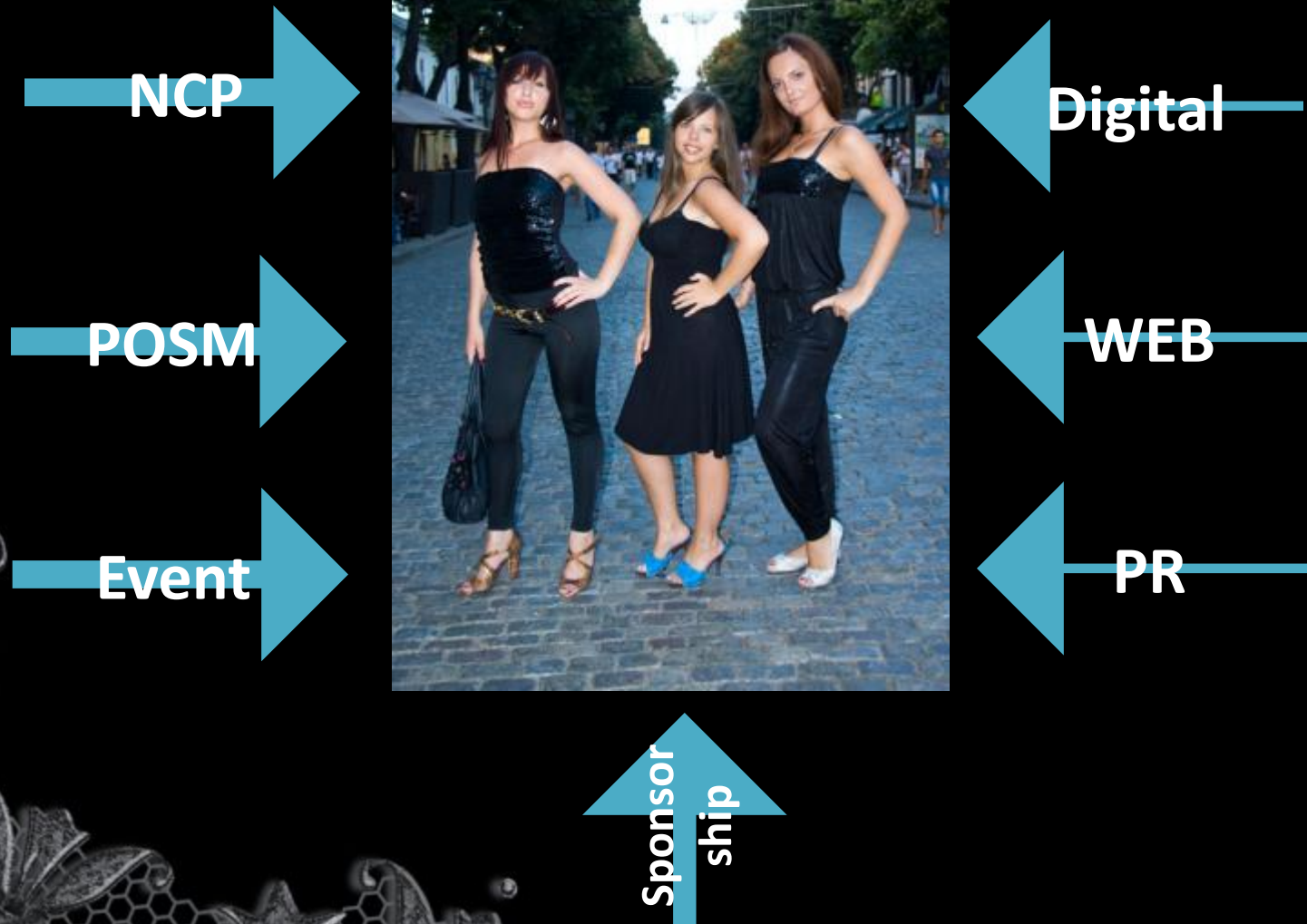
Сотрудничество с
дизайнером Леной Ивановой



Структура коммунікації



Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!



Коммуникация в рамках НСР



WEB

dress.rexona.ua

Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!

- Канал регистрацій для промо
- Автоматический ответ на каждую регистрацію
- Создание причастности ЦА к fashion миру
- Видео из ателье IVANOVA
- Обратная связь с социальных сетей
- Street Fashion

Дозволь собі більше
в маленькій горній сукні
від Rexona!

НЕПЕРЕВЕРШЕНИЙ
ЗАХИСТ ВІД БІЛИХ ПЛЯМ

зарегіструвати

STREET FASHION

Коммуникация в социальных сетях



Rexona

Crystal

Ніколи не зрадить!

- Площадка для коммунікації людей з однаковими інтересами:
бренд приходить на ту площадку, которая привычна для его аудитории и подает те темы, которые интересно обсуждать девушкам
- Вовлечение аудитории в мир бренда
- Двухстороння пряма коммунікація 1to1 бренду з учасниками сообществ
- Допоміжний канал коммунікації о других активациях бренду



Digital



Группа Vkontakte Fashion-сообщество под эгидой бренда

- Размещение новостей, музыки, fashion-статей
- Общение бренда с потребителями напрямую, ответы на их вопросы, моментальная обработка жалоб
- Анонсирование «Дня маленького черного платья» и создание предпочтений на мероприятии для участниц сообщества

Конкурс - Клатч за лучшее фото

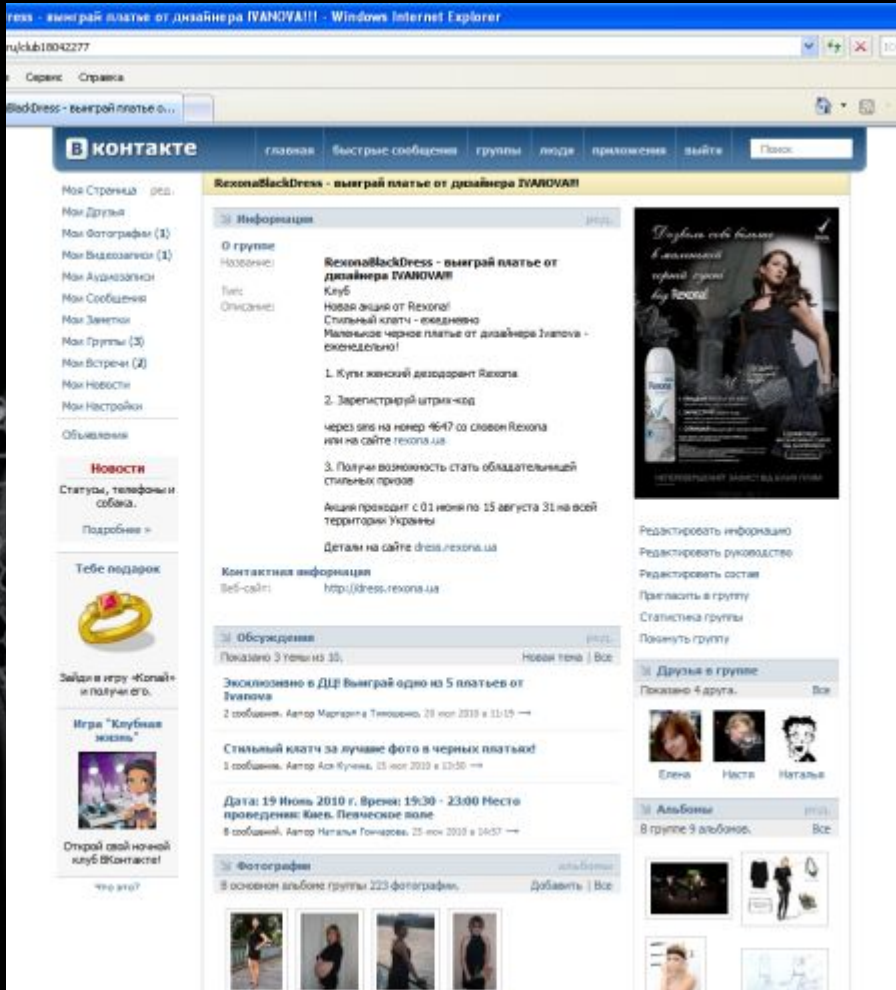
Участие в конкурсе без необходимости покупать продукт

- Загрузи фото в черном платье
- Получи самое большое количество позитивных комментариев
- Гарантированно клатч самым популярным фото

11 500 участников

250 фотографий

и 200 комментариев под фото



Facebook App



Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!

Специальное брендованное приложение для Facebook
Донесение основного сообщения бренда через игровые и развлекательные формы напрямую каждому участнику

Участие в конкурсе без необходимости покупки продукта

- Возможность голосовать за фото
- Форма, которую можно отправить друзьям с просьбой проголосовать за твое фото – обеспечение вирусного распространения

Механика:

- Пришли свое фото в черном платье
- Набери больше всего голосов
- Получи клатч



580 голосов за лучшее фото
11 314 просмотров страниц

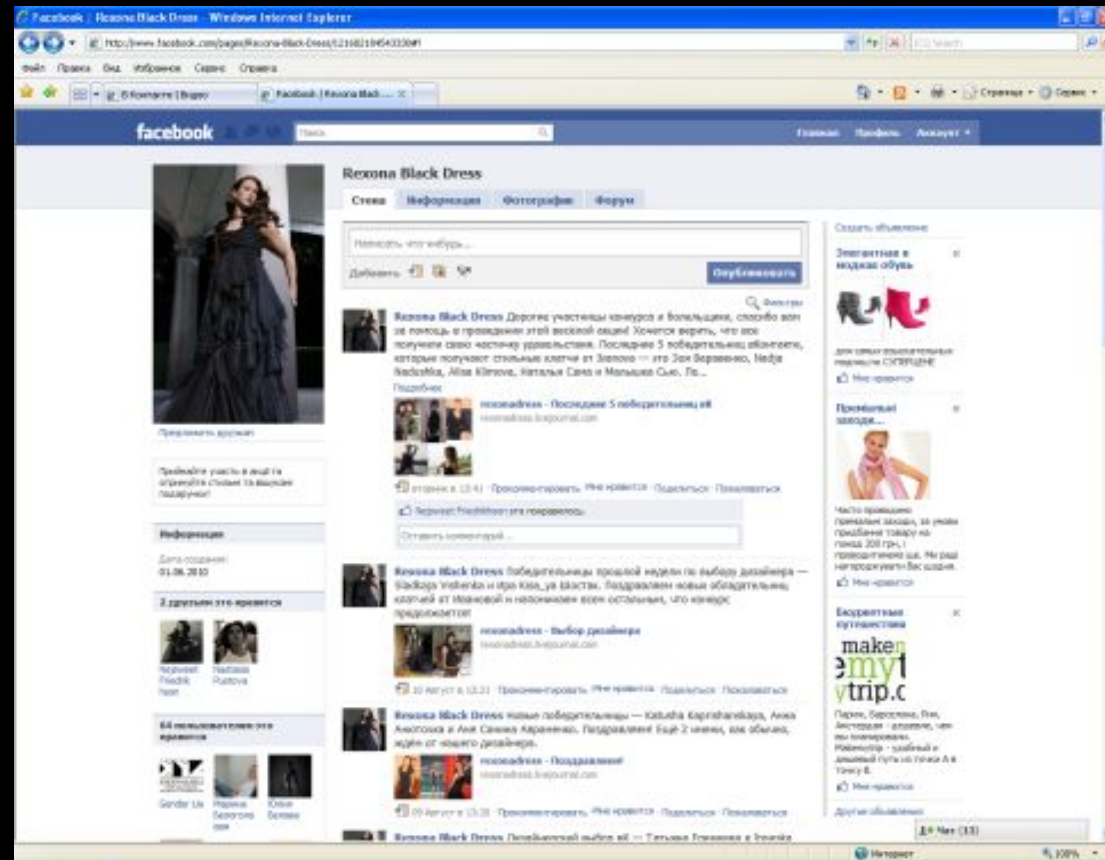
Digital Facebook

Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!

Фан группа:

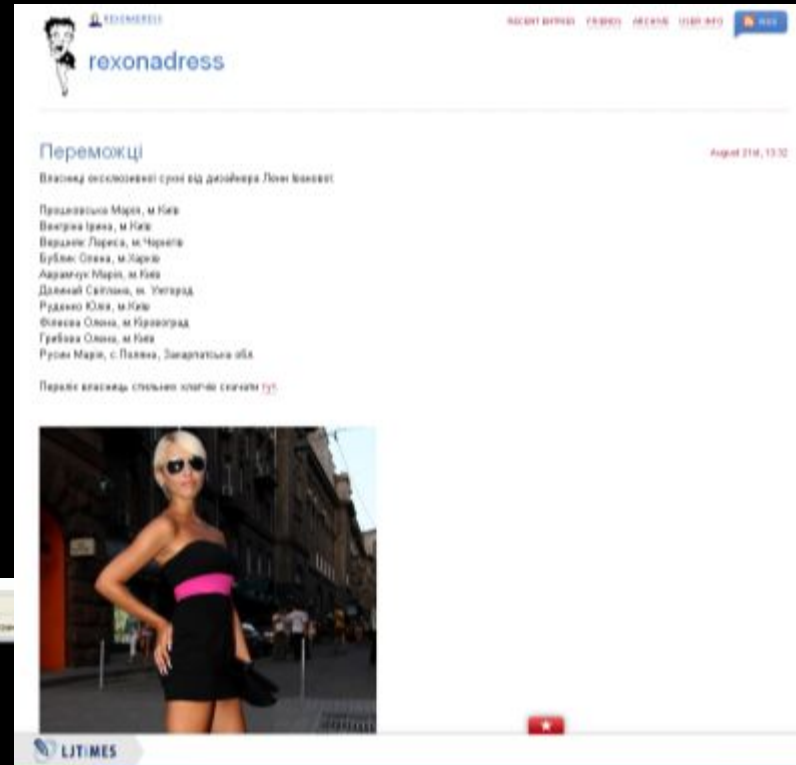
- Fashion статьи
- Новости промо, фото победителей
- Кросс-ссылки на ЖЖ и промо-сайт

Больше 100 лайков

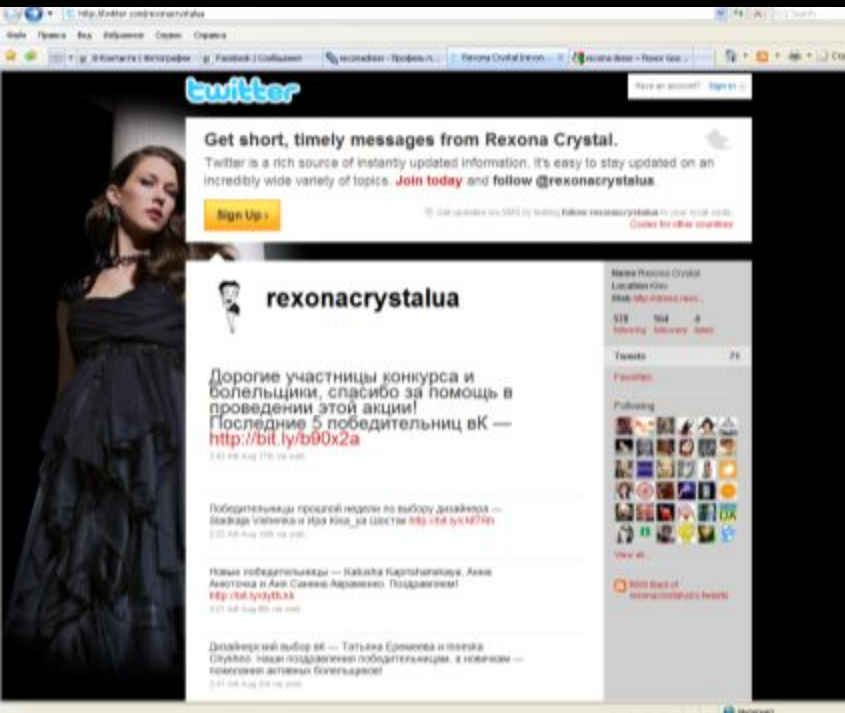


Digital

- Livejournal
- Создание тематического экаунта
- Размещение фешн-новостей, фото девушек с улиц городов Украины, которых «словил» папарацци от Rexona



Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!



- Экаунт бренда на Twitter
- Обновление новостей в режиме реального времени
- **500 фоловеров**

Рассылка пресс-пакета

- Стильная черная коробочка с сэмплом продукта и флеш-картой с детальной информацией обренде внутри.
- На верхней части коробки – конверт с лотерейным билетом. На билете напечатан уникальный номер.
- 30 ключевых глянцевых изданий
- Телемаркетинг - розыгрыш кулонов с кристаллом Swarovski по лотерейному билету (выиграли все 😊)
- Розыгрыш одного платья от Ivanova


Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!

Журналисты получают очень много пакетов от брендов и не обращают на них внимания.

Благодаря проведению лотереи журналисты не отложили его в сторону, а дождались проведения розыгрыша

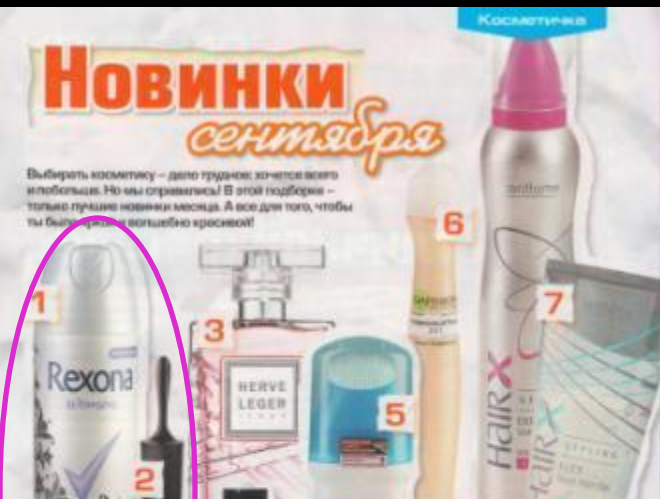


Рассылка пресс-пакета

- Доставка подарков медиа менеджером проекта лично в руки – повод познакомиться ближе



Как это выглядит в прессе



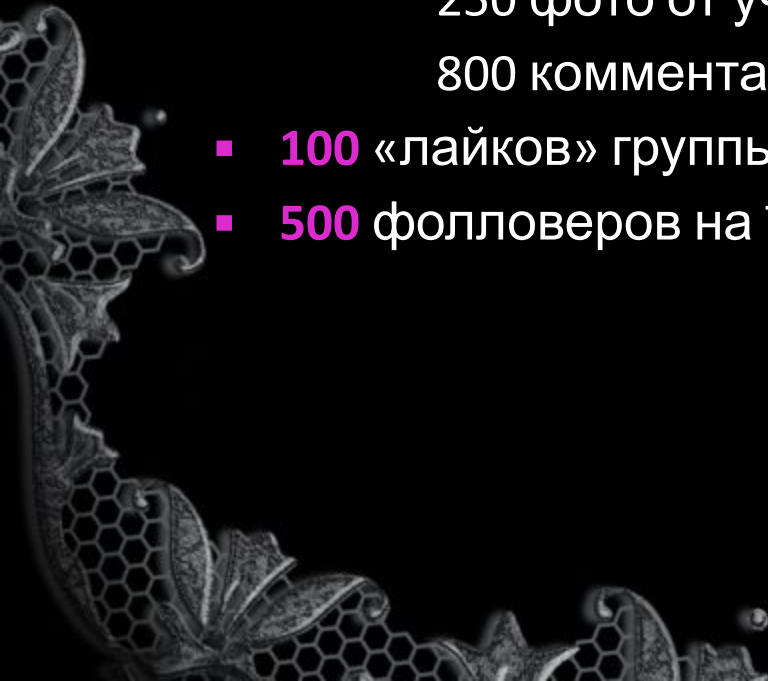
35 публикаций в печатных изданиях



Результаты директ-маркетинговой коммуникации



- **35000** регистраций в промо
- **35** выходов в прессе
- **3809** посещений брендированного приложения на Facebook.
580 голосов за лучшее фото
- **11500** участников группы Vkontakte,
250 фото от участников,
800 комментариев под фото
- **100** «лайков» группы Facebook
- **500** фолловеров на Twitter



Весь проект в цифрах

Digital

~115 000

~4 800 000

NCP

35 000

Web

~65 000

Event

~2 313 700

POSM

~ 330 000

PR

~ 2 000 000

Sponsorship

~5 000

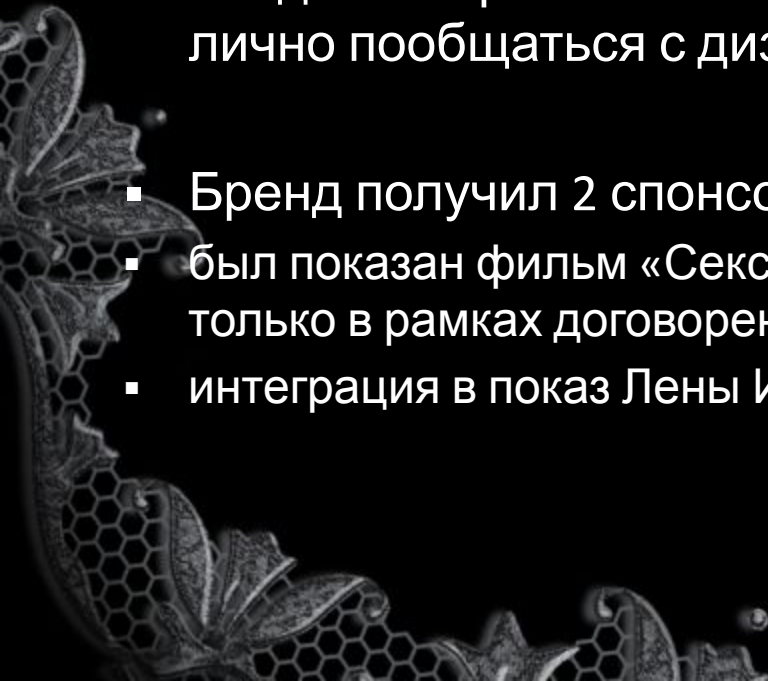


Почему проект достоин победы



Rexona
Crystal
Ніколи не зрадить!

- Вся активация была построена на четком инсайте современной девушки
- Бренд говорил в том числе через абмбассадора – молодого дизайнера, которого нашли на Facebook
- Через группы в социальных сетях бренд общался напрямую с каждым потребителем. Также он дал возможность каждому лично пообщаться с дизайнером на площадке сообщества.
- Бренд получил 2 спонсорства без покупки спонсорских пакетов:
 - был показан фильм «Секс и город-2» без глобального спонсорства, только в рамках договоренностей с кинопрокатчиком,
 - интеграция в показ Лены Ивановой на Odessa Holiday Fashion Week





Rexona
Crystal

Ніколи не зрадить!

Спасибо!

fresh

495 00 12

www.getfresh.com.ua

