

Водка – мягкая,
сок – добрый,
сигареты – легкие...
Так почему ж так на утро
хреново?!

*антипохмельное средство «Алька-Прим»
дипломный проект Асташовой А.*

СОДЕРЖАНИЕ:

- 1) Вводные
- 2) Бриф
- 3) Стратегия позиционирования бренда
 - карта рынка средств лечения похмелья
 - кто ЦА
 - основные конкуренты (антипохмелины)
 - предложение по архитипу
 - инсайт, суть бренда, сообщение
 - лестница преимуществ
 - mood & tone
- 4) Коммуникационная стратегия
 - коммуникационные цели
 - анализ ситуации
 - инсайт, сообщение
 - архитектура бренда
 - каналы и тайминг

О чем? О ком?

Производитель - АО «Польфарма» является ведущим предприятием фармацевтической отрасли в Польше, пользующимся доверием пациентов, врачей и деловых партнёров.

Один из продуктов в портфеле компании – антипохмельное средство Алька-Прим.

За последние годы Алька-Прим продвигался с разными сообщениями, но у бренда нет четкого дифференцированного позиционирования

Алька-Прим®
ПУСТЬ УТРО
БУДЕТ ДОБРЫМ!

Леописурелый
от утренней
трезвости

Восторг

растворимые шипучие таблетки
помогут справиться с
похмельным синдромом

именно для этого показания, ознакомьтесь с инструкцией

Алька-Прим
при похмельном
синдроме
18 таблеток

polpharma

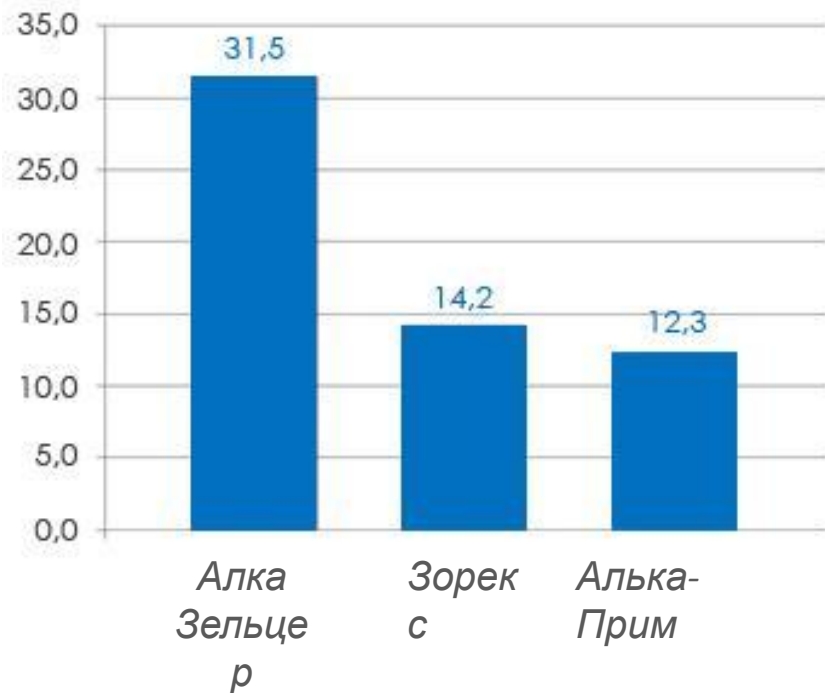
На правах рекламы. Регистрационное удостоверение МЗ РФ: П N013287/01 от 14.04.2008 г.



Похмельная рожица
или
Прыщавая кожа

- 15 млн. \$ в год на похмелье
- 150 млн. \$ на лечебную косметику

Знание марок



Потребление марок



БРИФ:

Бизнес задачи

Вырастить продажи медицинского препарата Алька-Прим на 20% за 2011-2012 год

Маркетинговый задачи

- Переключить потребителей Алка-Зельцер и Зорекс на Алька-Прим*
- Переключить потребителей народных средств и алкоголя*

Цели проекта

- Разработать стратегию позиционирования бренда*
- Разработать коммуникационную стратегию на 2012 год (перезапуск бренда)*

Стратегия позиционирования бренда

Солнце всходит...

«замечательное»
утро...

внутренние

внешние

алкоголь



Без алког.
напитки



мед.
препараты



сон



спорт



душ





Клин клином вышибают

или

Взять клочок волос с собаки, которая тебя кусает

- *Временный эффект*
- *Можно перейти в запой*
- *Похмелье – это отравление*

Кто?

без 5-ти минут как алкоголик





Потому, что от воды и не туды, и не сюды
или

После пожара за водой не бегут

- *Борется с только с обезвоживанием организма*
- *Маленькие дозы и только рассол (не маринад) – отёк тканей – головная боль, нагрузка на сердце*

Кто?

без 5-ти минут как я засохну





Одно лечит, другое калечит
или
Заживает как на собаке

- *Разные комбинации препаратов – от антитоксикации до витаминов*
- *«А мне не помогло!»*
- *Не задумываются, предпочитая народные средства*

Кто?

без 5-ти минут как надо быть в форме



от 21 до 25

*В погоне за свободой
или
Сапожник без сапог*





Территория вечных грез



«Вот тогда я буду большой!»



«Вот тогда я буду большой!»



«Свобода!»

Я уже большой
Первая работа...



Я уже большой
*Не проспай, не согрей,
не пошлешь...*



Я уже большой
От манеры общения до
гардероба...



Я уже большой
Жизнь без родителей



Я уже большой
Свой бюджет, бренды из
своего бюджета...



Итог всего

*«Я буду красивым! Скоро...»
первое похмелье*



*Опасный момент, удар по воротам
и...*

народные
средства

профессиональ
ные средства

*Параллели не
пересекаются...*



Кто о чем?

*коммуникации антипохмельных
средств*

основные конкуренты

простой парень:

*“Как я тебя
понимаю!”*



СИНЕВЕРЕНЬКИЙ

СИРЕВЕВЕНЬКИЙ

СИНЕРЕВЕНЬКИЙ

СИРЕРЕВЕНЬКИЙ

СИВЕРЕНЕНЬКИЙ



Alka-Seltzer
ВАС ПОНИМАЕТ

«Я такой же как и ты!»
Страх быть другим
или
А зачем мне такой же
«больной», как я?!



правитель:
“Ты должен знать
Краткий Словарь
Бренда!”



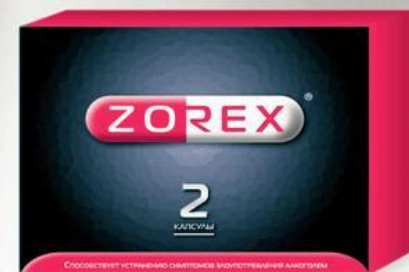
утренний
ПОСЛЕ ZOREX®

Утро может быть мрачным. И дело даже не в пробках или толпах в метро. На утренних улицах живет другая опасность – Утренний ДоЗОРЕКС®, или просто Похмелье. Оно затмевает восходящее солнце, и сила его велика. Тут не обойтись обычными средствами. Но по следу «утренней тьмы» теперь идут другие – капсулы ЗОРЕКС®. Они, в отличие от остальных известных Вам средств и препаратов, сразу выведут из организма токсичные вещества – главную причину Похмелья!

ЗОРЕКС® - Иной Подход к устранению Похмелья!

Спрашивайте в аптеках!

утренний
ΔO ZOREX®



Регистрационное удостоверение № ЛС- 000886 от 03.11.2005

«Я знаю лучше! Я мега крутой!»
*Дает чувство безопасности
или
Зачем меня прессуют под?!*





Супер простой

*«Выведу к своим,
нормальным»*

Кто будет
выруливать
ситуацию



Супер сложный

*«Ты попадаешь в
надежные инновационные
руки! Я сделаю из тебя
человека»*

ШУТ

“Сейчас все будет в шоколаде!”



«Давай садись! Даже этот день нужно провести хорошо!»

II уровень: используется, чтобы выпутываться из неприятностей, находить способы обходить препятствия.



О глицине – фармакологическое действие

Регулирует обмен веществ, нормализует и активизирует процессы защитного торможения в ЦНС, уменьшает психоэмоциональное напряжение, повышает умственную работоспособность. Глицин обладает антиоксидантным, антитоксическим действием; регулирует деятельность глутаматных (NMDA) рецепторов, вследствие чего достигается: уменьшение агрессивности, конфликтности, повышение социальной адаптации, улучшение настроения; снижение токсического действия алкоголя, угнетающих функцию ЦНС.

Инсайт 1

«Я знаю, что похмелье не смертельно, это не цирроз печени и не рак, это болезнь на один день. Нужно найти способ как-то пережить этот злосчастный день: не молясь над окончанием каждого часа, в надежде, что завтра то будет лучше, а проживать его в хорошем настроении»

Суть бренда

Похмелье с настроением

Сообщение бренда

Проживи этот день не как унылый червяк

ЛЕСТНИЦА ПРЕИМУЩЕСТВ

Эмоциональное преимущество

«Позволяет мне чуть легче и веселее прожить этот день»

Функциональное преимущество

- **облегчение болезненных ощущений**
- *возможность очистить организм*
- **улучшает настроение и умственную работоспособность**

Продуктовое преимущество

- *обезболивание*
- *выравнивает кислотно-щелочной баланс*
- **стабилизирует работу нервной системы, перерабатывает ядовитые ацетальдегиды в безопасные вещества**

Атрибуты

- *аспирин*
- *сода (бикарбонат)*
- **глицин**

Какой я

*характер бренда и mood
board*

Ироничный
«Моя прелесть!»



Находит способы
обходить препятствия:
*«Так кто из нас летит в
Ленинград!?!»*



Резвый и бодрый:
*«Если я не смогу
станцевать, я не хочу
участвовать в вашей
революции!»*



Дурашлевый и
дружелюбный:
«Почему на пачках сигарет
пишут "легкие", а на
бутылках водки не пишут
"печень"?»



Общительный:

«Ну, будете у нас на Колыме - милости просим...»



Постоянно в каких-то
действиях и
приключениях:
*«Распространите среди
жильцов нашего ЖЭКа. А если
не будут брать - отключим
газ!»*



Ко всему относиться
легко:
*«Да, плохо, но было оччень
хорошо!»*



Коммуникационная стратегия бренда

Коммуникационные цели

Выступает народный
артист России!
*1. Построить знание имиджа
бренда*



Давайте-давайте,
подвиньтесь, товарищи!
*2. Попасть в аптечку до
приема алкоголя к ЦА и быть
там постоянно*



*Дневной дозор! Всем выйти из
тени!*



Постояльцы

*Йод, зеленка, ватка,
бинтик, цитрамон,
витамины, каметон,
активированный уголь,*



На птичьих правах

Тра-ля-ля-цин....



регулярные без...
«своих» методов

*Хронические болезни,
регулярные недуги (сердце,
голова, пищеварение)*



регулярные с...
народной медициной

*Возможно не хронические, но
регулярные (простуда)*



Простуда
или
Похмелье

- *Надежда на «пронесет»*
- *Народники не отстают и прикрывают тылы*
- *Не выходит на -20° С после бани*

Как постояльцы становятся
постояльцами?
или
Кто формирует аптечку?
*МЧ: «Я обычно пью (из
медикаментов) то, что мне
даст моя девушка или терплю»*





Дорогая...

Инсайт (2)

Когда у второй половины похмелье, ты не только остаешься без функционирующей половины (ни развлечься тебе, ни дела поделать, ни поцеловать даже), но еще и вынуждена умножаться : на родителя, врача, домохозяйку, которая таскается с тазиками с блювотиной. Большое желание иметь от похмелья меньше-меньше проблем, геморроя, проще ситуации.

Сообщение

Упрости себе похмельный день

Суть бренда:
похмелье с настроением

Сообщение на Big Idea :
Проживи этот день не как унылый червяк

*Сообщение 1 (на построение
знания имиджа бренда)*

*Проживи этот день не как унылый
червяк*

*Сообщение 2 (на попадание в
аптечку)*

Упрости себе похмельный день

весна

лето

осень

зима

ТВ (MTV, МузТВ, ТНТ)

ООН (метро, остановки, 3x6, возле кафе, клубов, аптек)

Радио (Европа+, Энерджи, DiFM, Love)

Интернет (баннерная рек. в рассылках, афишах мероп., фестивалей, соц сетях)

PR (спонсорство, блоги, статьи)

«Проживи этот день не как унылый червяк»

ООН (метро, остановки, 3x6)

Радио (Европа+, Энерджи, DiFM, Love)

Digital (моб. прил-ние, сервисы)

PR (спонсорство, блоги, тестимониры соц сети, форумы)

POS (в алкоголь. отделах, навигациях по ТЦ, в клубах, ресторанах)

Event (как я провел лето)

«Упрости себе похмельный день»



Спасибо!