

Практика планирования рекламной кампании в indoor рекламе на примере детского питания Gerber



Структура презентации

- Бриф
- Цель и задачи рекламной кампании
- Анализ конкурентов
- Анализ целевой аудитории
- Медиа предложение

Бриф

- Клиент: Nestle
- Бренд: Gerber
- Размещение: поликлиники (в непосредственной близости с кабинетами детских врачей и терапевтов)
- Регион: Москва, Санкт-Петербург и регионы.
- Период рекламной кампании: февраль- апрель 2009; сентябрь- ноябрь 2009г
- Бюджет: \$190 000

Продукт Gerber

- История марки "Gerber" началась в 1927 году в США. Дороти Гербер была мамой двух малышей, которым было рекомендовано начать давать пюре из овощей и фруктов в возрасте 5-ти месяцев. После нескольких месяцев приготовления пюре вручную Миссис Гербер обратилась к своему мужу с вопросом, почему пюре для маленьких детей не может быть приготовлено на консервной фабрике, которой управляла семья Гербер. "Если фабрика могла делать пюре из помидоров для взрослых, то может делать готовое пюре и для детей", - рассудила Миссис Гербер.

Gerber сейчас является крупнейшим производителем детского питания в мире с годовым оборотом более одного миллиарда долларов.

Первоначальный ассортимент расширился в несколько десятков раз, предоставляя уникальную возможность мамам и малышам во всем мире пользоваться здоровым и разнообразным детским питанием "Gerber".

Цель рекламной кампании

- Увеличение знания и потребления продукта Gerber
- Привлечение новых потребителей



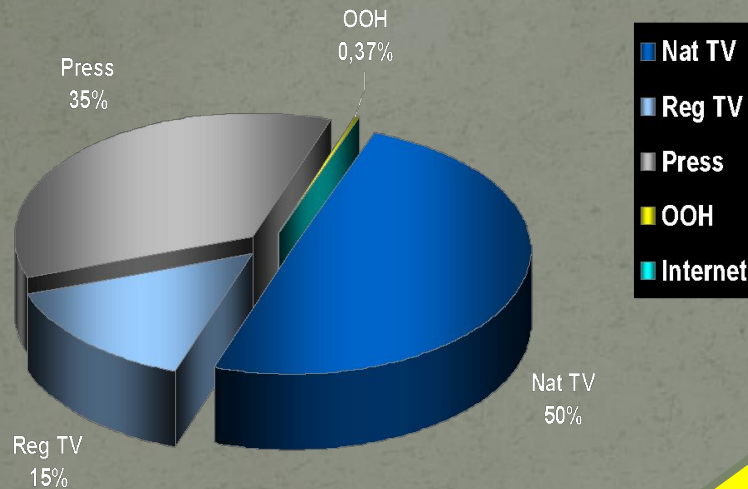
Задача рекламной кампании

- Основным медиа для данного бренда является TV и пресса, но для усиления рекламного воздействия дополнительным медиа, будет являться размещение в поликлиниках как в Москве так и в регионах.
- В рамках ограниченного бюджета обеспечить точечное воздействие на целевую аудиторию

Категория «Детское питание»
Анализ конкурентов

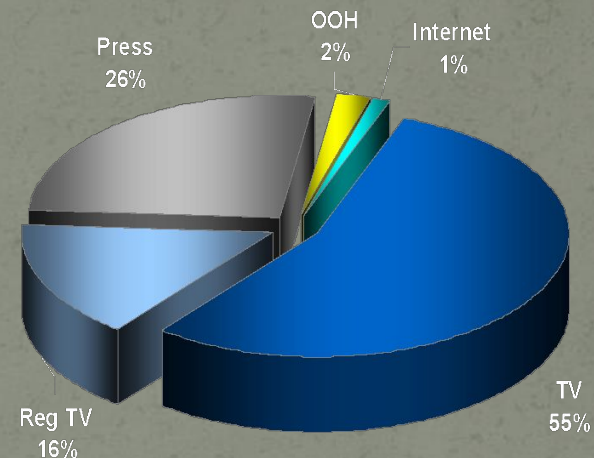
Распределение рекламного бюджета по СМИ в сегменте детского питания

2007



Total ('000): \$ 26 984

2008



Total ('000): \$ 46 254

7

1
9%

-Общий бюджет всех рекламодателей в сегменте «Детское питание» в 2008 году вырос на 71% процент, по сравнению с 2007 годом.

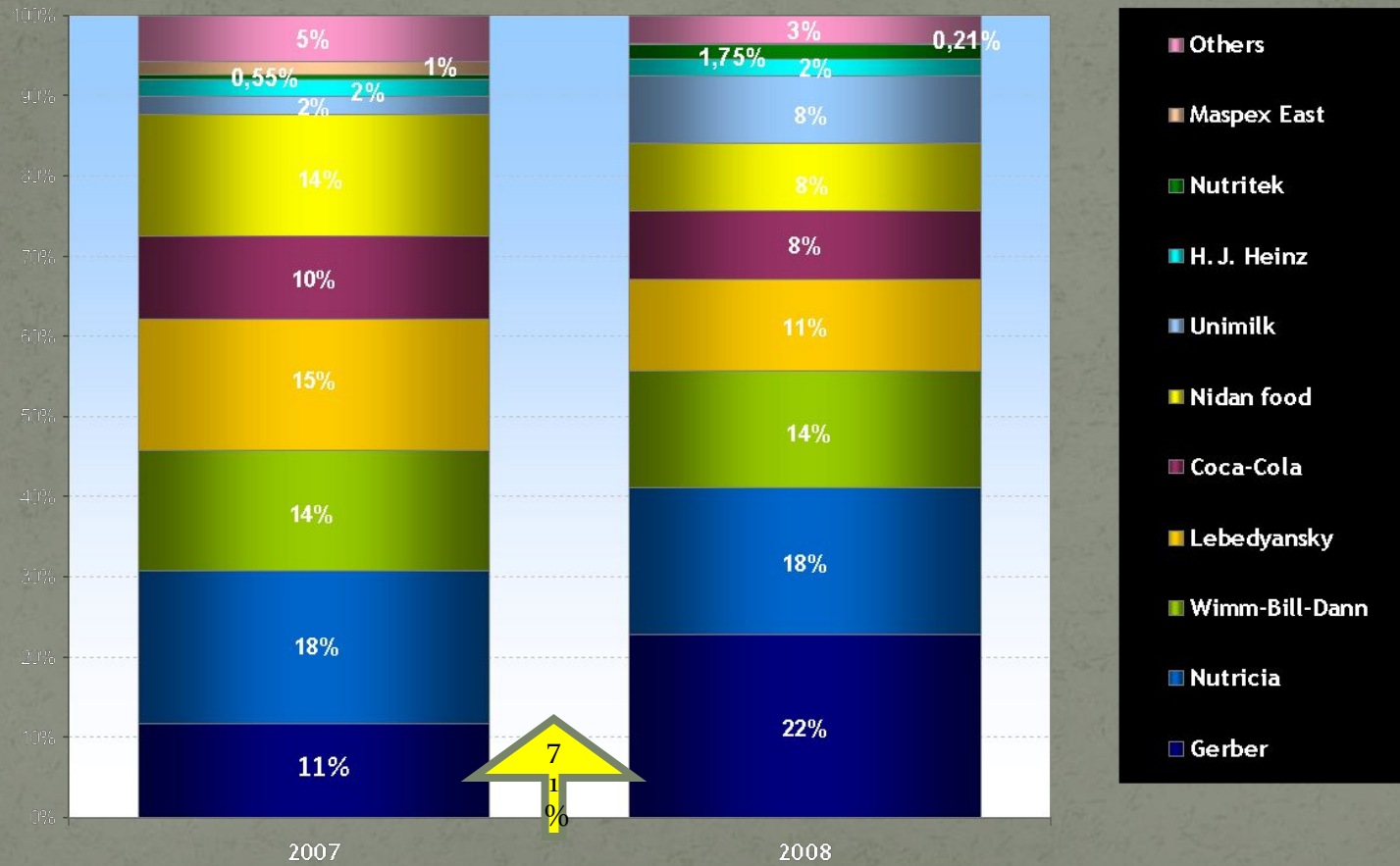
- Рекламодатели начали вкладывать свой капитал в региональное телевидение. Региональный телевизионный бюджет увеличился в 2 раза, из-за таких рекламодателей как: Gerber, Lebedyansky и Unimilk.

СМИ	2007	2008	Разница
Nat TV	13 402 421	25 432 887	90%
Reg TV	3 949 471	7 196 241	82%
Press	9 534 297	12 026 509	26%
OOH	98 550	1 022 488	938%
Internet	0	576 735	0%
Total	\$26 984 739	\$46 254 859	71%

Распределение рекламного бюджета по рекламодателям

Total ('000): \$ 26 984

Total ('000): \$ 46 254



Рекламодатели	2007	2008	Разница
Gerber	3 064 680	10 259 700	235%
Nutricia	4 793 000	8 259 144	72%
Wimm-Bill-Dann	3 830 601	6 470 178	69%
Lebedyansky	4 151 471	5 194 700	25%
Unimilk	551 340	3 755 494	581%
Другие	10 593 648	12 315 643	16%
Total	\$26 984 739	\$46 254 859	71%

Таким образом определились 5 лидеров в сегменте рынка детского питания, это:

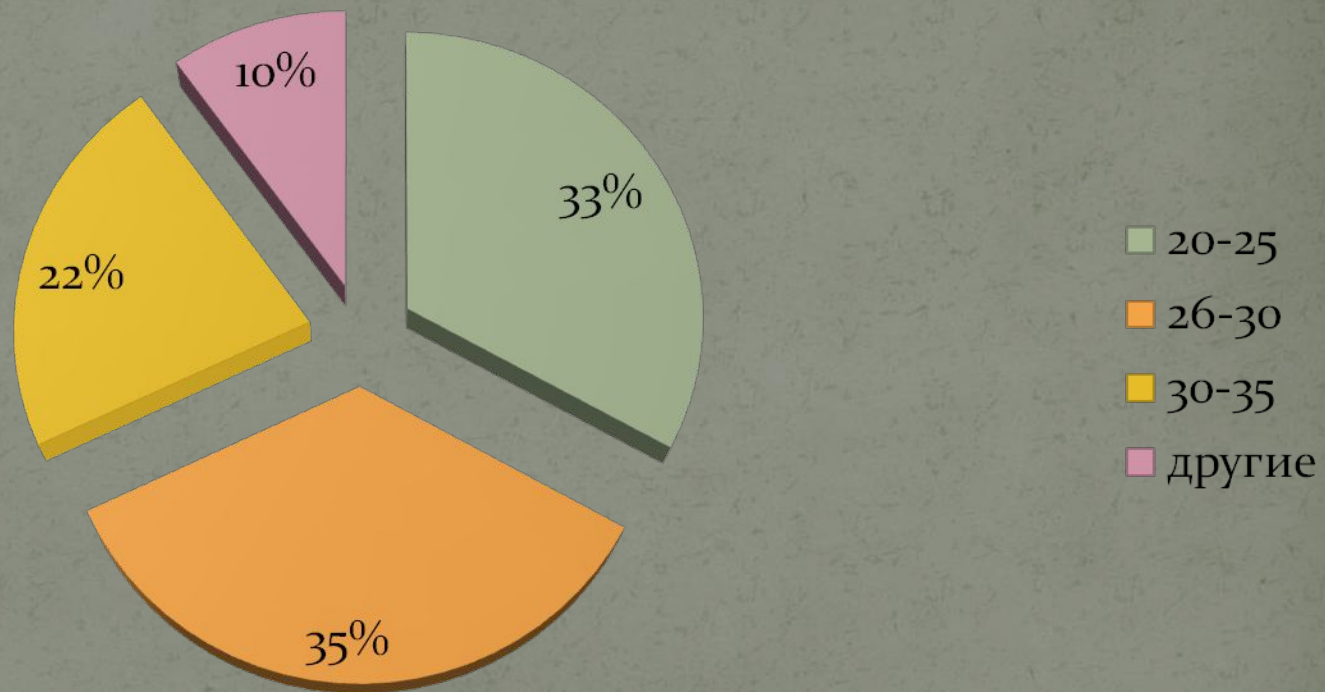
- Gerber
- Nutricia
- Wimm-Bill-Dann
- Lebedyansky
- Unimilk

Категория «Детское питание»
Анализ целевой аудитории

Рекламируя детское питание, предназначенное для детей от года до трех лет, мы ориентируем рекламу не столько на детей, сколько на их родителей. В данном случае дети являются вполне полноценными потребителями, поскольку в этом возрасте вполне способны принять решение о потреблении или не потреблении данного продукта. Целевой же аудиторией рекламы являются родители, которые и принимают решение о покупке детского питания той или иной марки.

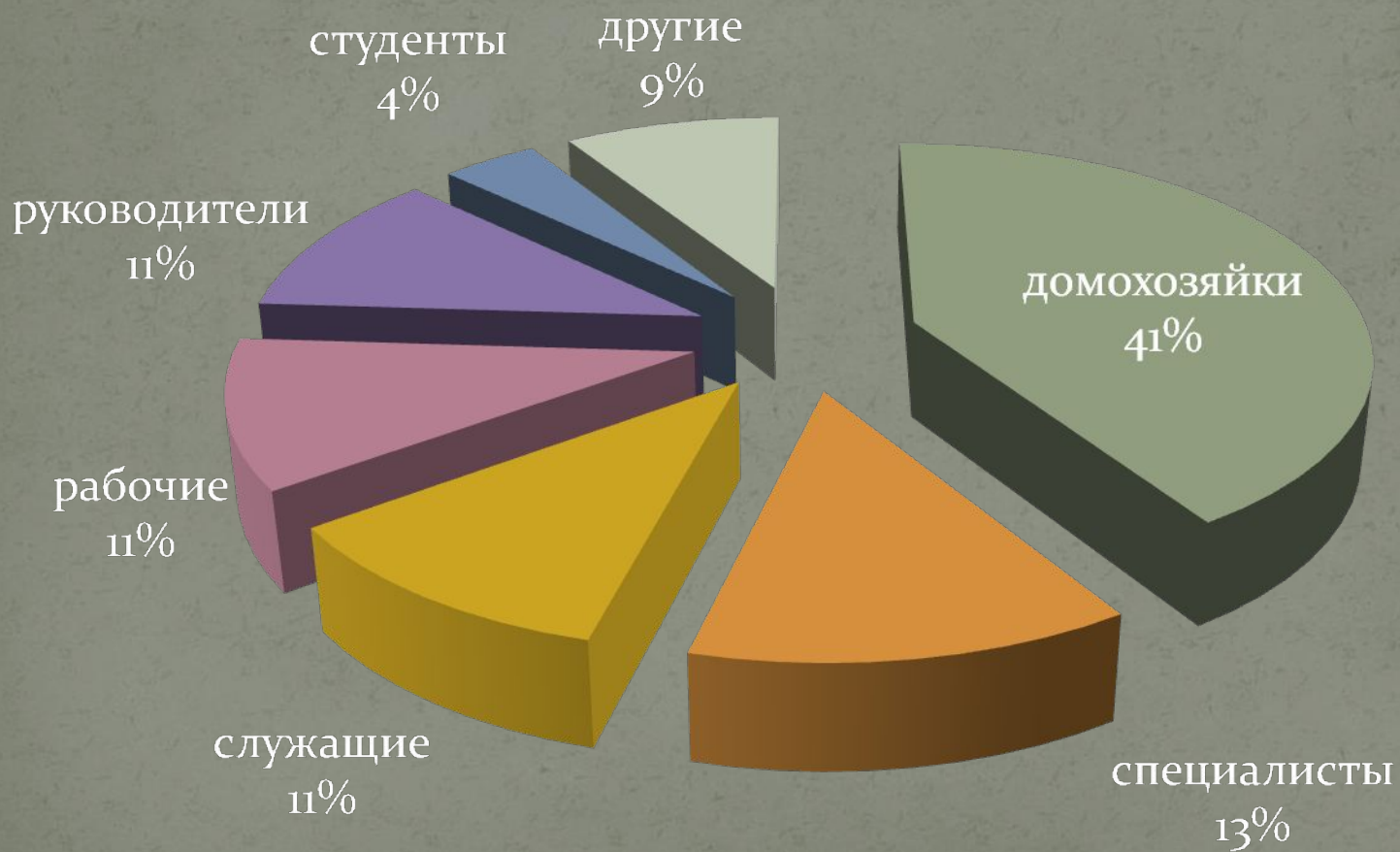
Пол/возраст

женщины



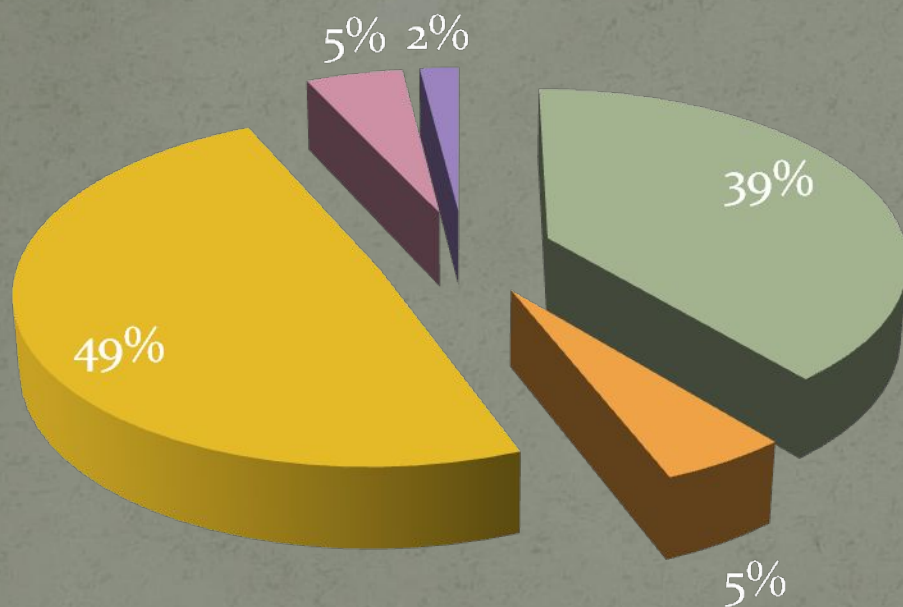
Социальное положение

статус



Материальное положение

Доход



- Могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят
- полный достаток
- хватает на еду и на одежду, но не на дорогие вещи
- хватает на еду, но не на одежду

Целевая аудитория

- Возрастная категория: женщины от 20 до 35 лет
- Социальное положение/ образование: среднее, высшее
- Материальное положение/ доход: В, С (средний, выше среднего)

Категория «Детское питание»
Медиа предложение

Рекламные носители для рекламной кампании Gerber в поликлиниках

- Носитель: рекламный плакат с двумя брошюродержателями.

Эффективность рекламного носителя

- Рекламоносители невозможно не заметить (размещение у кабинета специалиста) .
- Максимальное попадание в целевую аудиторию (25 разных специалистов в базе данных) .
- Потребители данной рекламы более восприимчивы к её воздействию.
- Длительность воздействия контакта с медиа-носителем значительно больше по сравнению с другими СМИ .
- В среднем, пациенты ожидают приёма у врача более 30 мин., пациенты уделяют внимание находящимся на стендах рекламным плакатам в течение от 30 секунд до 5 минут .
- Высокая степень доверия к информации.

План размещения

№	Регион	Формат	Подрядчик	Кол-во поверхностей	Период размещения	Стоимость за 1 поверхность в мес.	Итого за кампанию (без НДС)	НДС	Итого за кампанию (с НДС)
1	Moscow	poster+brochures	Zdravprosvet	113	6,0	2 906р.	1 970 568р.	354 702р.	2 325 270р.
2	Moscow	poster+brochures	Vita-media	35	6,0	2 842р.	596 792р.	107 422р.	704 214р.
3	SPb	poster+brochures	Vita-media	27	6,0	2 224р.	360 299р.	64 854р.	425 153р.
4	Ekaterinburg	poster+brochures	Vita-media	18	6,0	1 853р.	200 166р.	36 030р.	236 196р.
5	Krasnodar	poster+brochures	Vita-media	5	6,0	3 289р.	98 670р.	17 761р.	116 431р.
6	N.Novgorod	poster+brochures	Vita-media	24	6,0	1 853р.	266 888р.	48 040р.	314 928р.
7	Novosibirsk	poster+brochures	Vita-media	28	6,0	1 853р.	311 369р.	56 047р.	367 416р.
8	Ufa	poster+brochures	Vita-media	27	6,0	1 853р.	300 249р.	54 045р.	354 294р.
9	Omsk	poster+brochures	Vita-media	13	6,0	1 853р.	144 564р.	26 022р.	170 586р.
10	Kazan'	poster+brochures	Vita-media	41	6,0	1 853р.	455 934р.	82 068р.	538 002р.
11	Chelyabinsk	poster+brochures	Vita-media	14	6,0	1 853р.	155 685р.	28 023р.	183 708р.
12	Rostov-on-Don	poster+brochures	Vita-media	8	6,0	1 853р.	88 963р.	16 013р.	104 976р.
13	Perm'	poster+brochures	Vita-media	15	6,0	1 853р.	166 805р.	30 025р.	196 830р.
TOTAL NET								5 116 952,03р.	
TOTAL NET + VAT								6 038 003,40р.	

Примеры размещения (indoor)





Примеры размещения (TV)

- «Иногда я не могу выражать свою любовь в словах. Но я могу сделать это с Gerber. Составляющие пюре Gerber только естественные плоды фруктов и овощей без крахмала, сахара или соли. Они совершенны для запуска прикорма. Gerber, чистый и нежный только подобно любви Мамы. Gerber – любовь Мамы в каждой ложке.»



Примеры размещения (Пресса)

ПРИКОРМ БЕЗ ОШИБОК



Сколько бы ни задавались вопросы питания малышей на страницах журналов для родителей, столько бы рекомендаций не давали мамы и папы педиатры, как только придет время вводить прикорм, мы нередко допускаем ошибки. Конечно, не все же они опасны, но, согласитесь, устать от чужих ошибок все-таки лучше.



Шоколад первая
Сладости детям вводить нежелательно. Если и давать, то совсем немного. Нежелательно давать шоколад в виде конфет, так как они содержат много сахара и какао, которые вредны для здоровья ребенка.

очень часто, это вполне можно и даже... Но если мама решила вводить прикорм, то ей важно помнить, что вводить его нужно постепенно, начиная с небольших порций, чтобы не вызвать у ребенка аллергии и расстройства желудка. Это касается не только фруктов и овощей, но и каш, которые вводятся в рацион ребенка. Если же ребенок не хочет есть, не стоит заставлять его, так как это может вызвать негативные эмоции.

Однокомпонентные продукты – это фрукты или овощи порез и сок из одного вида фруктов или овощей. Внимательно читайте состав на обратной стороне упаковки, поскольку не всегда и не все ингредиенты вынесены на фронтальной части этикетки.

Многие мамы считают, что если ребенок не ест, значит, он не хочет есть. Но это не всегда так. Ребенок может быть занят играми, спать или просто не голоден. Важно наблюдать за его поведением и не заставлять есть насильно.

Определяйте готовность языка к введению прикорма. Вы можете проверить и следующие признаки состояния здоровья и физического развития:

- малыш сидит с поддержкой;
- уверенно держит и повертывает голову;
- вес ребенка с рождения увеличился и теперь составляет около 8 кг;
- после 8-10 месяцев грудное молоко все еще остается основным или составляет около 50% от смеси в день.

Шоколад вторая
Ребенок сам знает, что такое его организм. Поэтому, если он не хочет есть, не заставляйте его. Лучше подождать, пока он не почувствует голода, и только тогда предлагать еду.

Многие мамы считают, что если ребенок не ест, значит, он не хочет есть. Но это не всегда так. Ребенок может быть занят играми, спать или просто не голоден. Важно наблюдать за его поведением и не заставлять есть насильно.

Многие мамы считают, что если ребенок не ест, значит, он не хочет есть. Но это не всегда так. Ребенок может быть занят играми, спать или просто не голоден. Важно наблюдать за его поведением и не заставлять есть насильно.



Почему GERBER?

Прикорм нужно вводить с однокомпонентных продуктов. Это означает, что вы вводите в рацион ребенка только один вид продукта за раз. Например, сначала только фрукты, а потом только овощи. Это помогает выявить возможные аллергические реакции.

Составные ингредиенты. Составные ингредиенты – это те вещества, из которых состоит продукт. В составе Gerber вы найдете натуральные фрукты и овощи, а также витамины и минералы, необходимые для здоровья ребенка.

Особенности производства детского питания Gerber. Фрукты и овощи проходят строгий контроль качества. Они собираются в экологически чистых районах и проходят тщательную обработку. Это гарантирует, что ваш ребенок получит только самое лучшее.

Свойства продукта. Gerber продукты легко усваиваются и содержат все необходимые для ребенка питательные вещества. Они также содержат натуральные сахара, которые делают еду вкусной и приятной.



Состав: яблоко, банан, персик, слива и другие фрукты. Количество сахара и соли минимально.

Состав: морковь, брокколи, цветная капуста. Количество сахара и соли минимально.

Состав: тыква, кабачок, морковь. Количество сахара и соли минимально.

Состав: персик, яблоко, банан. Количество сахара и соли минимально.



КАК СДЕЛАТЬ РАЗНООБРАЗНОЕ МЕНЮ МАЛЫША ПОЛЕЗНЫМ?

Питание ребенка первого года жизни во многом определяет его вкусовые предпочтения в будущем. Известно, что склонность к сладости или привлекательности овощей закладывается в первые 5 лет жизни малыша. Поэтому этот период является важнейшим с точки зрения формирования привычек правильного здорового питания на долгие годы.

Книжка «Как сделать разнообразное меню малыша полезным» поможет родителям понять, что такое правильное питание и как его организовать. В ней вы найдете много полезных советов и рецептов, которые помогут вам сделать меню вашего малыша интересным и разнообразным.

«Правильно» питание будет сложным. Поэтому важно помнить, что разнообразие – это залог здоровья. Не забывайте включать в рацион своего малыша все виды фруктов, овощей, злаков и молочных продуктов. Это поможет ему привыкнуть к различным вкусам и запахам.

РАСТИ ЗДОРОВЫМ С ПЕРВЫХ

НАЧАЛО ПРИКОРМА – ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПЕРИОД

Каждый день вы задаете или должны задать вопрос о здоровье, физическом развитии и воспитании своего малыша. Ответом будет продукт Gerber. Благодаря своим уникальным свойствам, Gerber продукты являются идеальным выбором для начала прикорма. Они содержат все необходимое для здорового роста и развития вашего ребенка.

Согласно на ваш вопрос, связанный с введением прикорма, отвечает Вера Александровна, доктор медицинских наук, ведущий научный сотрудник отделения питания человека и детского здоровья НИИЗ РАМН.

«Моя мама в 4 месяца начала давать мне кашу. Это было очень вкусно. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится.»

Сыну ребека 4 месяца. Когда нужно начинать прикорм? Есть ли строгие ограничения по составу? Можно ли давать ребенку каши порез, фрукты, овощи, ягоды? Как правильно вводить прикорм? Как выбрать продукты? Как правильно готовить еду? Как часто давать еду? Как реагировать на негативные реакции? Как долго вводить прикорм? Как часто давать еду? Как реагировать на негативные реакции? Как долго вводить прикорм?

«Моя мама в 4 месяца начала давать мне кашу. Это было очень вкусно. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится.»

Дети Алены 2 месяца, но ее сейчас и грудью кормят и кашу дают. Подскажите, пожалуйста, как правильно вводить прикорм? Как выбрать продукты? Как правильно готовить еду? Как часто давать еду? Как реагировать на негативные реакции? Как долго вводить прикорм?

«Моя мама в 4 месяца начала давать мне кашу. Это было очень вкусно. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится. Я люблю есть кашу. Она мне очень нравится.»



Состав: персик, яблоко, банан, слива. Количество сахара и соли минимально.

Состав: морковь, брокколи, цветная капуста. Количество сахара и соли минимально.

Как сократить риск возникновения аллергии?

Чтобы сократить риск возникновения пищевой аллергии у малыша, соблюдайте простые правила составления рациона:

- 1. Лучшая профилактика аллергии – длительное грудное вскармливание.
- 2. Начинайте прикорм только с однокомпонентных продуктов: каш из молока и сахара, состоящих из одного вида злаков, свежих или замороженных фруктов и овощей из одного компонента – овоща или фрукта. Начинать вводить для начала прикорм однокомпонентные продукты Gerber. Чистая рецептура без сахара, соли, крахмала и добавления соевых злаков – идеальный вариант для начала путешествия в мир вкусов.
- 3. Начинайте прикорм с продуктов с низкой степенью аллергенности.



Gerber
Мамин любовь в каждой ложечке

ПРОДУКТЫ С НИЗКОЙ СТЕПЕНЬЮ АЛЛЕРГЕННОСТИ

кабачок, цветная капуста, зеленое яблоко, слива, груша, рисовая каша, пшеница, пшеничная мука

ПРОДУКТЫ С ВЫСОКОЙ СТЕПЕНЬЮ АЛЛЕРГЕННОСТИ

пшеница, кукуруза, молоко, яичный белок, мед, орехи, соя, пшеничные отрубли, шоколад, клубника, помидоры, цитрусовые

ВНИМАТЕЛЬНО ЧИТАЙТЕ ЭТИКЕТКИ

Обратите особое внимание на состав продукта на обратной стороне баночки. Поскольку не всегда все ингредиенты вынесены на фронтальную часть этикетки.



Состав: яблоко, банан, персик, слива. Количество сахара и соли минимально.

Состав: морковь, брокколи, цветная капуста. Количество сахара и соли минимально.

Состав: тыква, кабачок, морковь. Количество сахара и соли минимально.

Состав: персик, яблоко, банан, слива. Количество сахара и соли минимально.

Состав: морковь, брокколи, цветная капуста. Количество сахара и соли минимально.

Состав: тыква, кабачок, морковь. Количество сахара и соли минимально.

ЛИНИЯ ЗАБОТЫ

8-800-200-2055 www.gerber.ru

Примеры размещения (интернет)

Обратная связь | Подписка на новости | Регистрация

Главная | Календарь развития | **Расту здоровым** | Продукты | Грудное вскармливание | В помощь родителям | Новости | Конкурсы и развлечения

Gerber *Мамина любовь в каждой ложечке*

ПОИСК

Смотреть ролик

Календарь развития малыша

- До рождения
- Новорожденный
- Уже держу головку
- Сажу с поддержкой
- Сажу сам
- Ползает
- Учу ходить
- Хожу сам

Фотоконкурс «Мы идем на водоем!»

Новинка! Банан и лесные ягоды
Новое фруктовое пюре
[Подробнее](#)

О компании Гербер | Где купить | Вопросы и ответы | International

Правовые вопросы | Карта сайта © 2005

Спасибо за ваше внимание!!!