

Кейс бренда Kerasys. Профессиональный уход за волосами у Вас дома

Kerasys
HAIR CLINIC SYSTEM



Специализация клиента

Бренд Kerasys специализируется на производстве косметики по уходу за волосами, сравнимый с профессиональными салонными процедурами, в домашних условиях. Хотелось бы также отметить, что средства Kerasys производятся только в Южной Корее по всем стандартам качества и безопасности.

В ассортименте представлено несколько линеек: для поврежденных волос, окрашенных, для мужчин, для борьбы с перхотью, премиум линейка, профессиональный уход в домашних условиях, а также линия Body Care – средства по уходу за телом.

Мы поднимаем продажи и повышаем узнаваемость бренда! Наш кейс демонстрирует грамотное построение digital стратегии, выбор целевых каналов для размещения рекламных роликов, а также рассказывает, что такое affinity индекс и почему он так важен.

Kerasys
HAIR CLINIC SYSTEM



Постановка задачи

Клиент пришел к нам с просьбой поднять продажи, увеличив узнаваемость бренда на телевидении и в интернете. Мы разработали полноценную стратегию.

Телевидение: организовали интеграцию в программу «Ути-Beauty» и «ТЕМА» на канале RU.TV, исходя из маркетинговых исследований.

Интернет: была продумана иная стратегия с организацией розыгрышей, рекламы у блогеров, фотосессий с моделями.

Цели:

1. Увеличить объемы продаж в офлайн точках.
2. Повысить узнаваемость бренда и спрос в интернете.

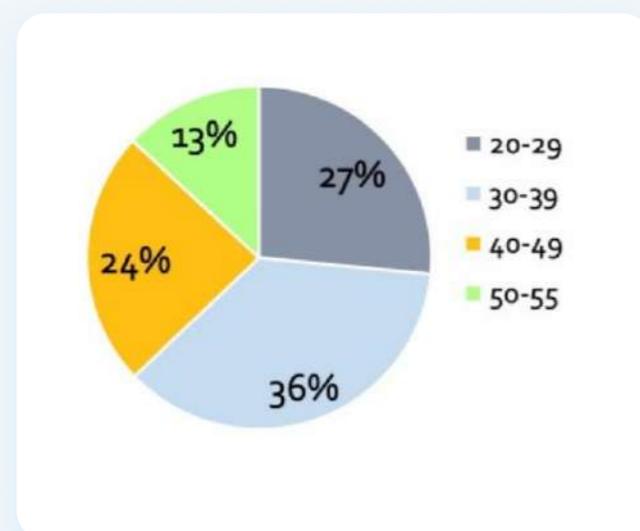
Пошаговый план работы

- 1. Маркетинговые исследования:** выяснение действительного ядра ЦА, составление характеристик потенциального покупателя, боли ЦА, анализ конкурентов, анализ лояльности к бренду.
- 2. Выяснение причин у тех, кто уже покупает товар или услугу.** Что именно привлекает людей в данном бренде?
- 3. Выбор телеканалов/программ, а также соцсетей** на основе действительно верной ЦА.
- 4. Создание рекламного материала для телевидения, контент-плана и раскладки для соцсетей на основе выбора ЦА.**
- 5. Тестирование рекламного материала, контент-плана, раскладки.**
- 6. Создание digital стратегии.**
- 7. Запуск**
 - спонсорство и интеграции на ТВ
 - прямые эфиры с экспертами, розыгрыши в соцсетях
 - digital
- 8. Постаналитика и анализ первичных результатов.**
- 9. Корректировка рекламных кампаний, исходя из анализа.**

Маркетинговые исследования

Перед запуском рекламной кампании необходимо провести маркетинговые исследования, которые помогут грамотно выстроить дальнейшие гипотезы при настройке рекламных кампаний, выбирать каналы и программы для размещения интеграций на ТВ, проведение интересных экспертных прямых эфиров в соцсетях, розыгрышей, реклам у блогеров, что в совокупности повышает узнаваемость бренда и, соответственно, продажи. У вас могут свои метрики для выявления ЦА, но есть несколько основных пунктов, которые нужно определять вне зависимости от сферы и продукта. В первую очередь, определяем портрет ЦА: возраст, доход, социальный статус.

Портрет ЦА: возраст, доход и социальный статус



Возраст



Доход

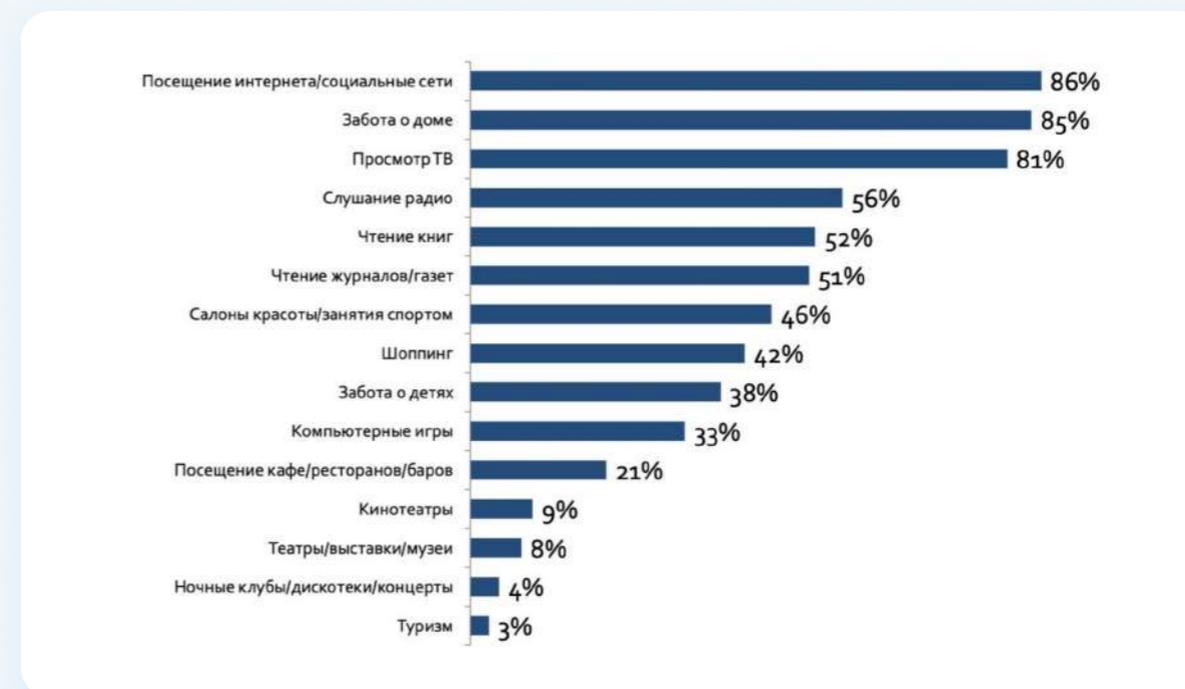
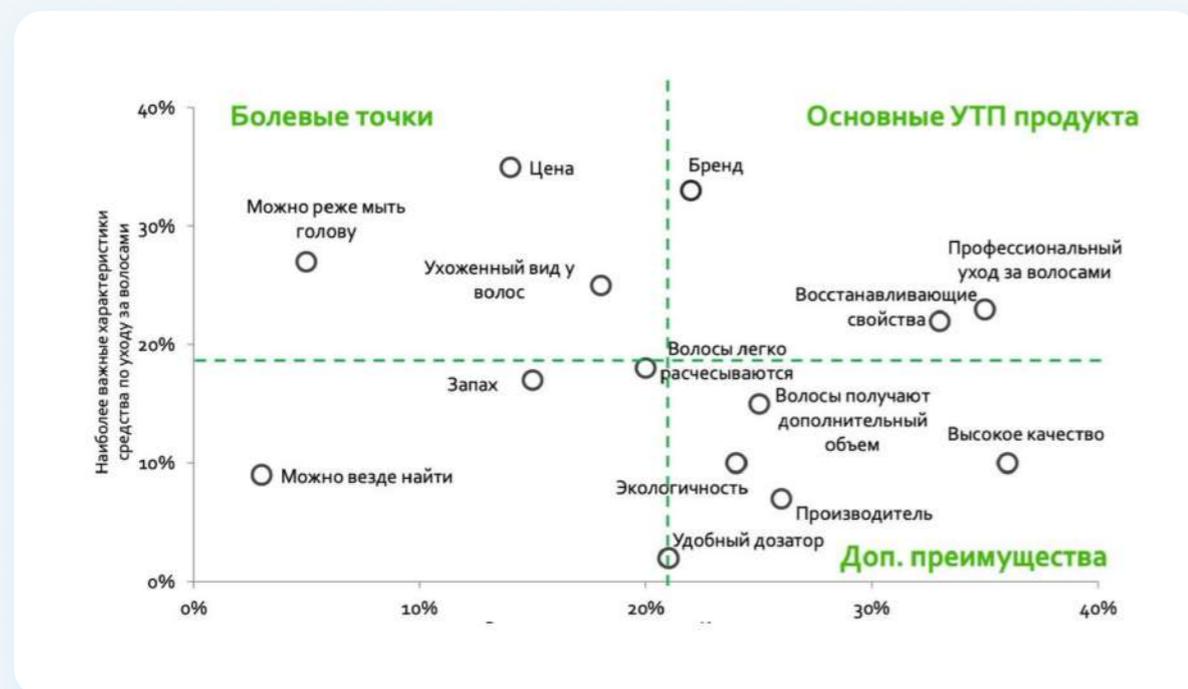


Социальный статус

Выявление болей потенциального клиента

Выявляем боли потенциального клиента: что ему не хватает в уже существующей продукции?
О чем он беспокоится при покупке? Что является наиболее важным фактором при выборе средств по уходу за волосами? Эти параметры можно сразу вынести в сводную таблицу с преимуществами продукта, чтобы увидеть, закрывает он болевые точки клиента или нет.

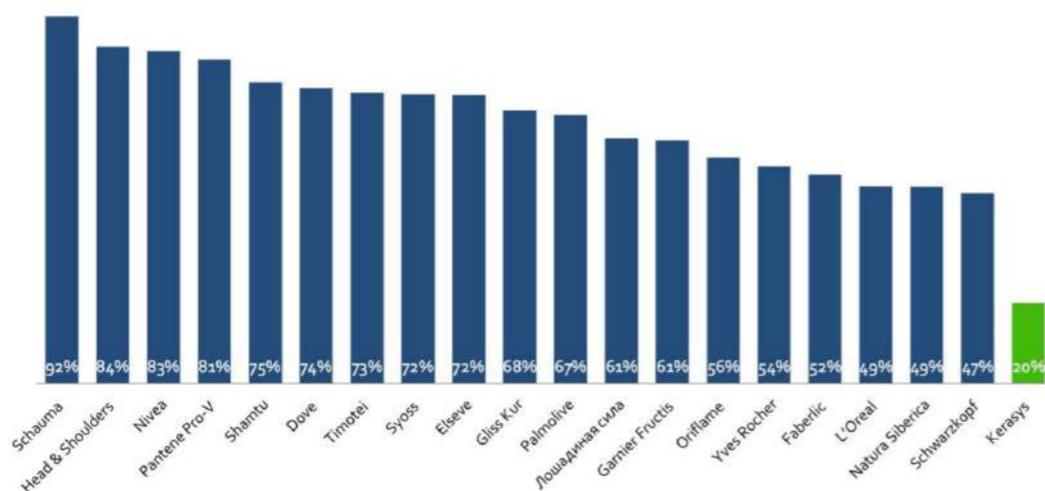
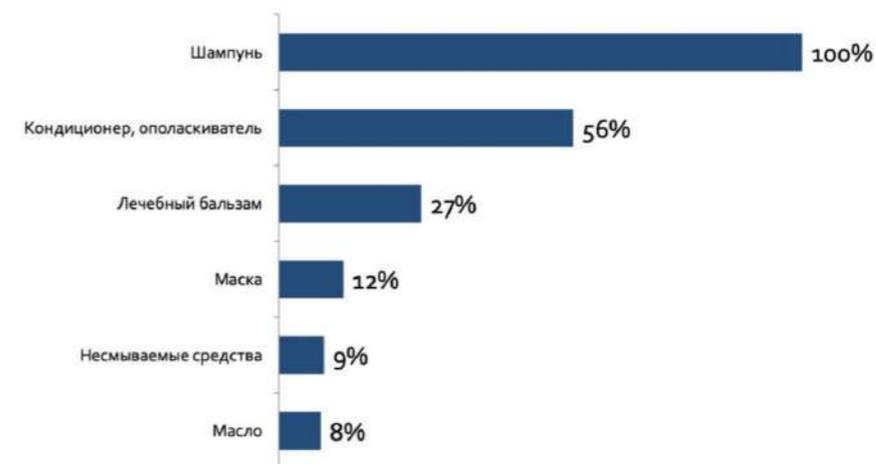
Выявляем интересы покупателей средств по уходу за волосами, процент потребления видов средств по уходу за волосами, чтобы понимать, какие боли у потребителя возникают при покупке продукта.



Маркетинговые исследования

Из аналитической шкалы выше делаем вывод, что чаще всего покупатели проводят свой досуг в интернете и за просмотром ТВ (что дает нам понимание, на каких площадках размещаться). Рассмотрим анализ потребления уходовой косметики.

Женщины, как правило, используют в уходе за волосами шампунь, еще половина добавляет к нему – кондиционер или ополаскиватель. Лечебным бальзамом пользуется треть. Менее популярными средствами по уходу за волосами оказались маски, несмываемые средства и масло.

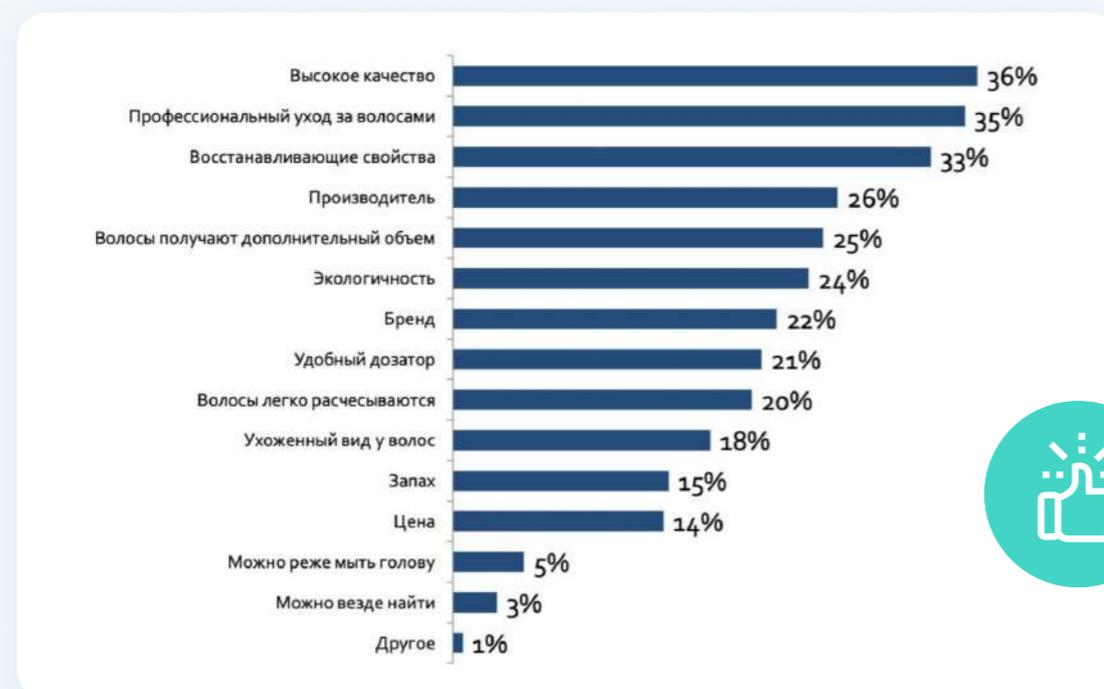


Делаем вывод, что акцент в рекламе должен быть именно на шампунях и кондиционерах и плюсы в использовании конкретно марки Kerasys. Далее, приступаем к анализу конкурентов. Смотрим, какие бренды по уходу за волосами известны больше всего среди людей и какие позиции занимает клиент.

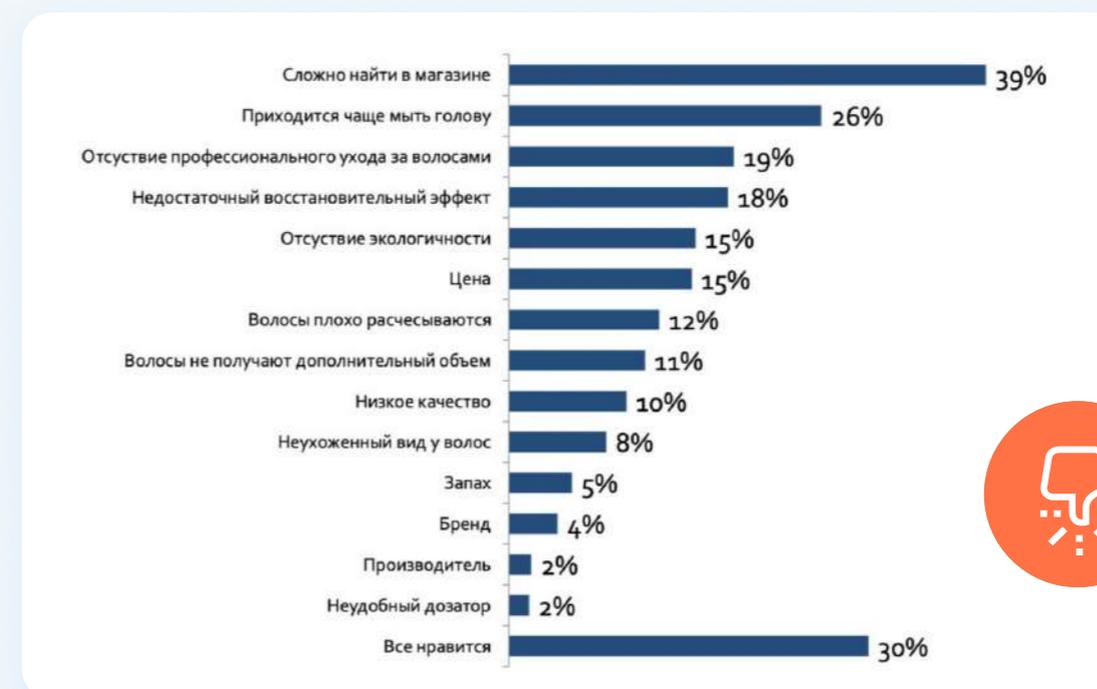
Среди брендов лидирует «Shauma», на втором месте «Head & Shoulders». Средство «Kerasys» знает 20% аудитории. Делаем вывод, что у бренда Kerasys большой потенциал для наращивания аудитории, знакомой с продуктом.

Опрос клиентов

Проводим опрос у ваших клиентов на тему: что привлекает вас в нашем бренде? Это поможет вам улучшить продукт, увидеть недостатки, которые вы не видели ранее. Так же, респонденты помогут вам составить топ самых привлекательных преимуществ, которые вы сможете задействовать при создании рекламных материалов.



Достоинства «Kerasys»: высокое качество, профессиональный уход и восстанавливающие свойства. Также четверть аудитории отметила производителя, дополнительный объем и экологичность.



Недостатки. Продукцию Kerasys непросто найти в магазине (39%), поэтому нужно сделать особенный акцент на расширение дистрибуции продукта. 26% считают, что с использованием этих средств им приходится чаще мыть голову. Важно заметить, что треть аудитории отметили отсутствие недостатков у средств «Kerasys».

Концепции рекламных текстов

Kerasys
HAIR CLINIC SYSTEM

Интеграция в телепрограмму Ути-Beauty (RUTV)

Составляем список потребительских трендов в нише. Смотрим и оцениваем рекламные интеграции конкурентов: на что они делают акцент, какие идеи продвигают.

Создание рекламного текста для интеграции на ТВ. Перед процессом продакшена, составляем несколько концепций и утверждаем самую удачную.



Красотками рождаются или... становятся? Бьюти-испытатель Юлия Завьялова разберется в этом вопросе! Она протестирует на себе модные процедуры, разберёт по полочкам новинки косметологии и расскажет о них абсолютно всё! Но главное, выяснит, дадут ли фору проверенные народные методы дорогостоящим аналогам? А звёздные эксперты поделятся своими историями! Тебя ждёт только правда об индустрии красоты в программе «Ути-Beauty»



Открывающий лайнер

Спонсор программы ООО «Ориент». Продукция Kerasys - это профессиональный и эффективный уход за волосами из Южной Кореи. Kerasys восстанавливает повреждённые волосы, возвращая им силу, здоровье и красоту.

Закрывающий лайнер

Спонсор программы ООО «Ориент». Бренд Kerasys - это качественный уход за волосами, сравнимый с профессиональными салонными процедурами. Kerasys профессиональный уход за волосами из Южной Кореи у Вас дома.

Digital-стратегия бренда

Создаем Digital-стратегию для усиления продвижения бренда и его продукта в социальных сетях.

- 1 SMM-продвижение**
- 2 Таргетированная реклама**
VK + Instagram* + Facebook*
- 3 Бюджет для запуска таргетированной рекламы**
VK + Instagram* + Facebook*
- 4 Взаимодействие с блогерами и лидерами мнений с целью продвижения бренда**
Поиск, подбор интеграций
- 5 Создание медиа-материала**
Услуги фотографа, моделей, визажиста, аренда студий и реквизита, ретушь, цветокоррекция фотографий
- 6 Создание промо-роликов**
Услуги видеографа, монтаж видео, цветокоррекция
- 7 Услуги имиджевой фотосессии**
Фотосессии для каталога товаров
- 8 Взаимодействие с популярными блогерами**
Проведение промоакций

* - запрещенная на территории Российской Федерации социальная сеть

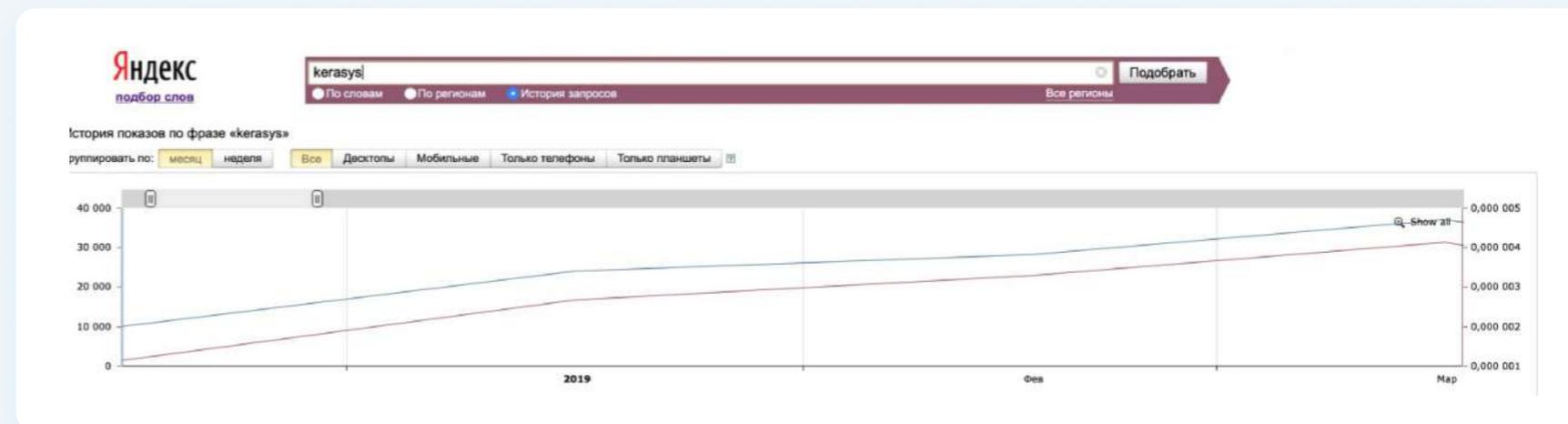
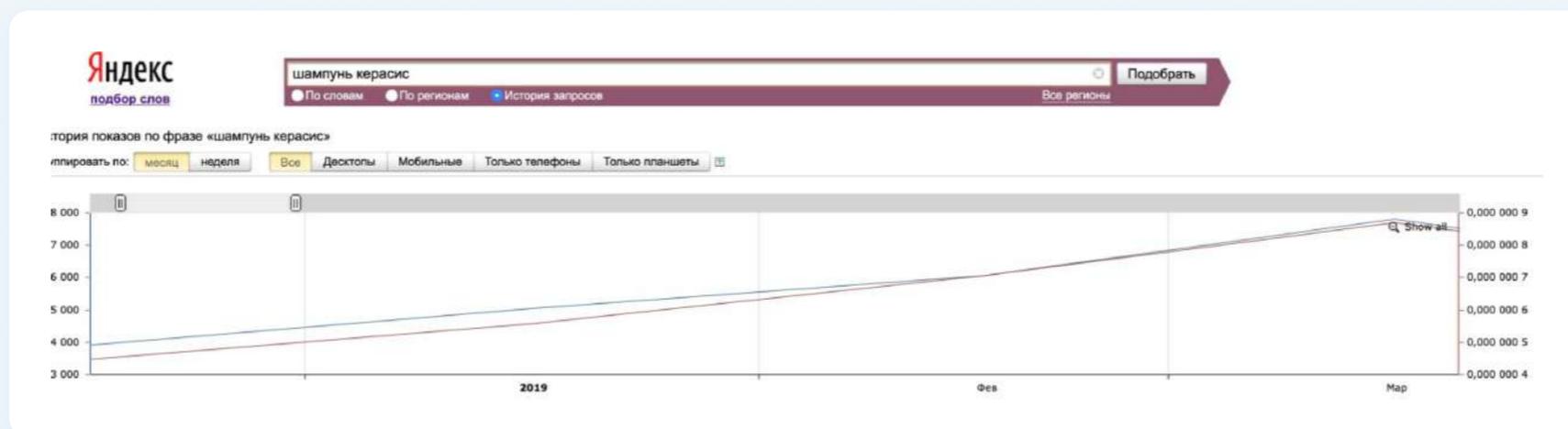
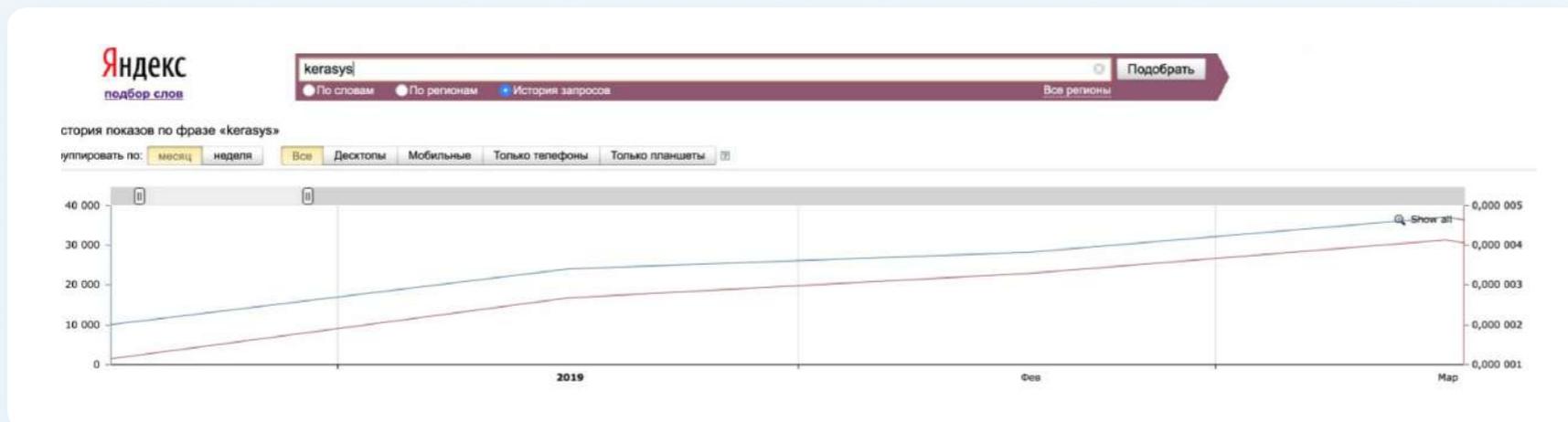
Интеграция рекламной кампании на телевидении



Запускаем
интеграцию
на телеканале
с окончательным
согласованным
рекламным текстом

Kerasys
HAIR CLINIC SYSTEM

Анализ результатов рекламной интеграции



Выручка компании с 2017 по 2023 год выросла

на **577** млн руб

+259%



Данные представлены [rusprofile](https://rusprofile.ru)