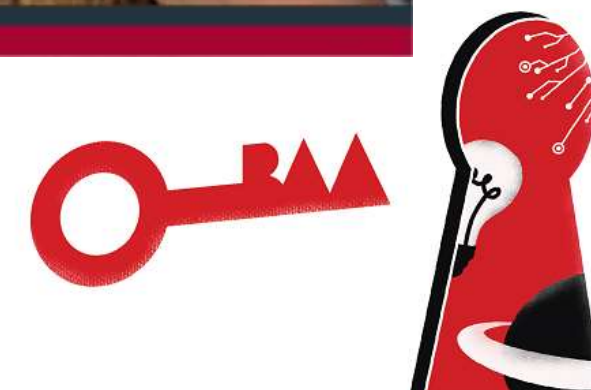


Конкурс
Агенции

Категория
Пускане на пазара на нов продукт под нов
бренд или като деноминатор на
съществуващ бренд в установена категория



НАШИТЕ ЦЕЛИ

Основно предизвикателство:

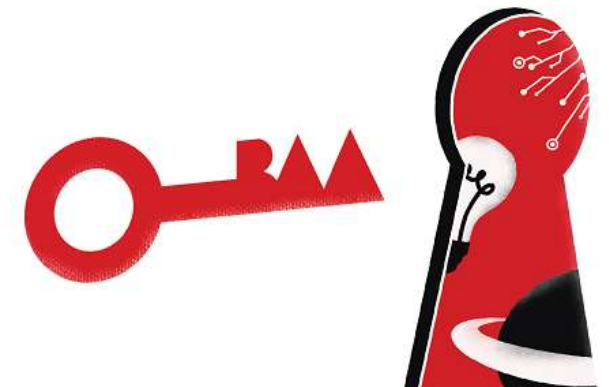
- Голяма част от младите хора (18-26 г.), които страдат от акне, не са настоящи потребители на Eucerin. Причината за това е възприятието, че марката е подходяща за по-възрастни хора.

Комуникационна възможност:

- Кампанията акцентира на емоционалната и функционалната подкрепа, която Eucerin DermoPure предлага. В свят на идеализирани образи, ние избираме да покажем реалността: истински хора и техните предизвикателства.

Цели на кампанията:

- Позициониране на Eucerin като водещ и предпочитан избор за грижа за кожа, склонна към акне.



КАК ГИ РЕАЛИЗИРАХМЕ?

Избор на релевантни канали и формати:

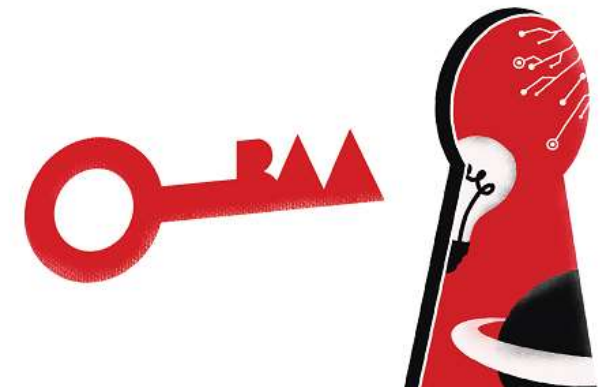
- Избрахме TikTok и Instagram като основни канали за комуникация с аудиторията 18-26 г., базирайки се на тяхната популярност и възможността за изграждане на доверие чрез реални преживявания.
- Основният формат на кампанията бе видео съдържанието в социалните мрежи TikTok и Instagram. В TikTok видеата бяха насочени към сторителинг с реални резултати, а в Instagram използвахме Stories и статични публикации за привличане на внимание.

Роли и отговорности:

- Eucerin отговаря за стратегическата рамка.
- Агенцията изпълнява инфлуенсър маркетинг.

Изпълнение на кампанията:

- Кампанията се реализира през февруари-април 2024 г., с постоянен мониторинг и адаптации в реално време, за да се постигнат заложените цели в социалните медии.



КАКВИ РЕЗУЛТАТИ ПОСТИГНАХМЕ?

Основни индикатори:

- Поставихме амбициозната цел да постигнем ръст от 45% в стойността на продажбите. Постигнахме 108% увеличение на стойността на продажбите на YTD април 2024 г. база, значително надхвърляйки поставената цел.
- Постигнахме 157% увеличение на Total Play Time, значително надминавайки целта от 50%.
- Надхвърлихме 2 пъти поставената цел за ангажираност от 20% и постигнахме 45% увеличение на ангажираността.

Спечелихме доверието на младите потребители:

- Спечелихме доверието на младите потребители, утвърждайки Eucerin като водеща марка за грижа за проблемна кожа въпреки конкуренцията. Eucerin привлече нови потребители и затвърди лоялността на настоящите, доказвайки своята релевантност в категорията.

