



встать на полку  
супермаркета

как “Поле Чудес” стало драйвером роста  
знания и помогло увеличить продажи x 2.1  
за два года

III.

**Бренд**  
Азерчай

**Индустрия**  
горячие напитки

**Период**  
2016-2018 гг.

**Категория**  
чай

# III. Вводные



**низкое знание: 15,6%**  
знания на 2016 год

**не представлен в сетевых магазинах,** товар присутствует только в несетевой рознице

**Отсутствует инструмент для переговоров с крупными федеральными сетями**

**ограниченный бюджет** на продвижение – **в 10 раз меньше ближайших конкурентов на рынке**

высокая конкуренция категории: общие инвестиции – 2,9 млрд. руб.  
**UNILEVER (LIPTON + BROOKE BOND) = 575 МЛН**

# III. Задачи в работе

⚡ Рост знания бренда

👁️ Вход в федеральные сети по всей РФ

📣 Создание коммуникационной платформы и активное вовлечение ЦА в коммуникацию с брендом

⚡ Повышение продаж через увеличение оборачиваемости в торговой точке

# III. Решение

Спонсорские интеграции в проекте **“Поле Чудес”**

Лицензия на использование **“личного бренда”** Леонида Якубовича

- ТВ ролик
- Наружная реклама

**Праздничные спецпроекты**

- Праздник чая
- Новый год



# III. Результат



на 62%  
выросли

продажи за 2 года или в 2.1 раз



в 2 раза

увеличился рост  
знания за 2 года



30% населения

на 2018 год знает бренд  
“Азерчай”

# Хороших бизнес решений

welcome@mfb.group

+7 (903) 250-50-90

+7 (499) 769-59-21