


# Категория Sexual Well Being (SWB)

Маркетинговый план 2014

**Россия, Январь 2014**



# План изучения

- Зачем конечному потребителю лубриканты?
- Основная функция  выгода ТТ.
- Виды лубрикантов.
- Технические характеристики. Разрешительные документы.
- Методы продвижения и медиаподдержка.
- 22 вопроса о товаре.



**Россия и СНГ – рынок №1 по чистой выручке категории сексуального здоровья! Чистая выручка выросла +9,5% к прошлому году. Неоценимый вклад Украины и стран Центральной Азии! Рост чистой выручки Китая +35,2!**

Countries	Net Revenue		
	ACT	Vs FC3	Vs PY
Europe and North America	199,692.8	-2.5%	5.8%
Latin America and Asia Pac	160,625.3	-4.8%	46.9%
Russia/CIS NAMET and Africa	110,966.4	-1.2%	10.5%
<b>Total Areas</b>	<b>471,284.5</b>	<b>-3.0%</b>	<b>18.3%</b>
SSL RSCIS Medcom	88,630.9	-1.3%	9.5%
China	86,574.6	-3.5%	35.2%
Iberia	29,484.4	-2.3%	8.4%
Italy	25,212.5	-4.1%	4.0%
United Kingdom	22,504.7	3.7%	-3.4%
USA Household	21,878.8	-4.5%	11.3%
France	19,968.5	-5.9%	5.8%
Germany	19,018.0	1.2%	14.0%
Central America and Mexico	18,788.7	-5.7%	174.0%
Poland and Baltics	16,088.8	3.7%	14.3%
<b>Total Top 10 Countries</b>	<b>348,150.0</b>	<b>-2.2%</b>	<b>17.6%</b>
<b>Total Areas</b>	<b>471,284.5</b>	<b>-3.0%</b>	<b>18.3%</b>

Источник: данные чистой выручки (NR) категории сексуального здоровья (SWB) за 2013 год .

**Рынок презервативов и смазок растет +4-5%.**  
**Рост доли продаж Durex+Contex – это Ваш успех!**

**МЫ – АБСОЛЮТНЫЕ ЛИДЕРЫ РЫНКА!**

**От результатов нашего роста зависит рост рынка в целом.**

Данные продаж и доли рынка в канале Аптеки	Продажи 2013 (янв-ноя), GBP	Рост vs. 2012	Доля рынка Медком 2012 (янв-ноя)	Доля рынка Медком 2013 (янв-ноя)
Презервативы	64 947 258	5%	74,7%	76,0%
Гели для удовольствия	12 647 752	4%	73,6%	73,7%

# В 2013 году мы начали активную маркетинговую поддержку бренда Durex

Янв

Фев

Мар

Апр

Май

Июн

Июл

Авг

Сен

Окт

Ноя

Дек

ТВ

ТВ реклама Durex

Видео реклама в www

Специальный  
проект в www

Группа Durex ВКонтакте (ежедневная работа с 500 000 потребителей)

Интернет

Проект Love Box

Поддержка проекта через  
блогеров, PR, youtube

Durex Experiment

Поддержка проекта через  
блогеров, PR, youtube

Запуск вебсайта

Образовательная программа в интернете

Образование

Образовательная программа в школах России (лекции)

Инновации

Compass

Real Feel

# Группа Durex «В Контакте» ([vk.com/love.sex.durex](https://vk.com/love.sex.durex))

Уже 670 000 участников!

Россия занимает 4-ое место по кол-ву фанов Durex в социальных сетях и 2-ое место по уровню их вовлеченности!

До конца 2014: Увеличение участников группы Вконтакте до 2 млн



Durex Social Media Leader Board (Dec 2013)			
Country	# Fans	Engagement Rate	Total SN users
China (5 brand pages)*	3,041,293	18.1%	1,340,000,000
Spain	1,202,132	4.3%	16,928,740
Italy	844,633	3.8%	23,355,080
<b>Russia</b>	<b>668,000</b>	<b>15.0%</b>	<b>49,838,000</b>
Indonesia	496,102	11.4%	47,971,420
UK	295,425	3.9%	31,191,380
India	228,918	11.8%	63,793,540
Romania	214,370	7.5%	5,947,560
South Africa	212,551	2.9%	5,557,160

# Мощнейшая рекламная поддержка Durex на ТВ и в интернете в августе-ноябре 2013г

## ТВ ролик

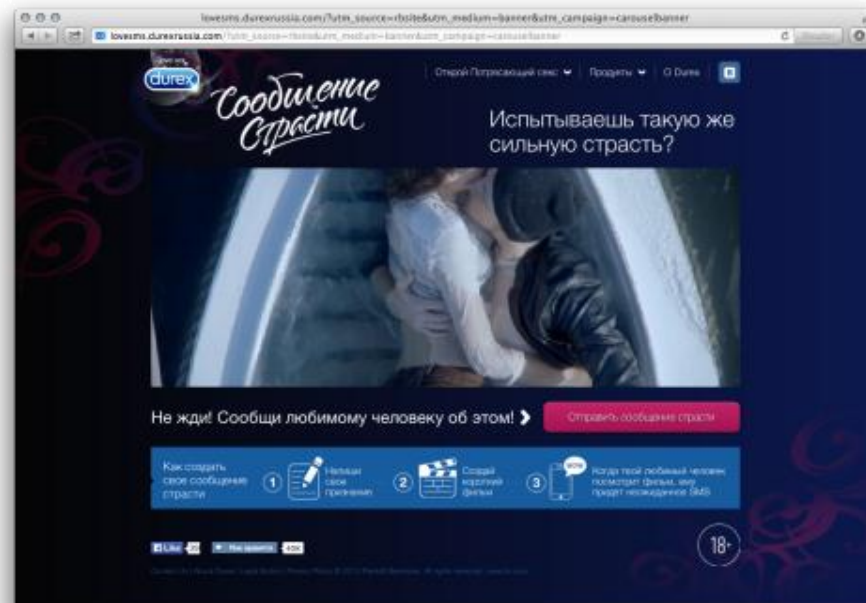
«Откройте настоящую страсть с Durex»



## Диджитал активация

«Создай свое сообщение страсти»

<http://lovesms.durexrussia.com/>



➤ 3 058 900 переходов на сайт

➤ 905 460 созданных видео





# Обновленный дизайн всей линейки презервативов Durex

## Проект Compass (начало произв-ва в Клину – декабрь 2013)



← **Новый логотип:**  
выпуклый и глянцевый

← **Четкая типографика:**  
для быстрой навигации

← **Продуктовая иллюстрация:**  
подчеркивает выгоду

↘ **Интригующие и понятные названия / описания:** вызывают интерес и подчеркивают преимущества продукта для потребителя

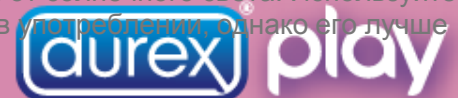
← **Выпуклые / текстурные ребра и точки**



# Play Feel



- Длительного действия
- Нежный лубрикант на водной основе
- Нелипкий, нежирный
- Не оставляет пятен на одежде, белье или коже
- Легко смывается водой
- Легко наносится
- Без ароматических добавок
- Можно использовать совместно с латексными презервативами
- pH-нейтрален
- Не вызывает раздражение
- Идеален для использования совместно с вибратором и массажером
- Диспенсер с дозатором 50 мл
- Состав: вода, пропиленгликоль, гидроксипропилцеллюлоза, бензойная кислота, гидроксид натрия, натрий сахарин
- Храните Гель-смазку Play Feel в прохладном сухом месте, вдали от солнечного света. Используйте в течение трех месяцев с момента открытия. Продукт безопасен в употреблении, однако его лучше держать в недоступном для детей месте.



# Play Heat



- С нежным согревающим эффектом
- Идеален для тех, кто ищет что-то новое!
- Подуйте немного для усиления согревающего эффекта
- Растворимый в воде – легко смывается
- Не оставляет пятен на одежде, белье или коже!
- Можно использовать совместно с презервативом
- pH-нейтрален
- Без ароматических добавок – годен для людей любого пола
- Идеален для использования совместно с вибратором и массажером
- Подходит для орального и анального секса
- Диспенсер с дозатором 50 мл
- Состав: глицерол, вода, пропиленгликоль, гидроксипропилцеллюлоза, бензойная кислота, натрий сахарин, гидроксид натрия.

# Play Tingle



- Со свежим эффектом «морозного покалывания»
- Освежающий мятный вкус, помогающий улучшить интимные отношения
- Можно использовать совместно с латексными презервативами
- На основе силикона для продления эффекта скольжения
- Не высыхает на коже
- Не оставляет пятен на одежде, белье или коже
- pH-нейтрален
- Идеален для использования совместно с вибратором и массажером
- Рекомендуется использовать с презервативами Durex Tingle
- Не подходит для использования при анальном и оральном сексе
- Диспенсер с дозатором 50 мл
- Состав: вода, пропиленгликоль, натрозол, бензойная кислота, гидроксид натрия, ароматизатор, натрий сахарин.

# Play Very Cherry



- Со сладким ароматом вишни
- Длительного действия
- Нежный лубрикант на водной основе
- Нелипкий, нежирный
- Не оставляет пятен на одежде, белье или коже
- Легко смывается водой
- Легко наносится
- Можно использовать совместно с латексными презервативами
- pH-нейтрален
- Не вызывает раздражение
- Идеален для использования совместно с вибратором и массажером
- Диспенсер с дозатором 50 мл
- Состав: глицерол, вода, пропиленгликоль, гидроксипропилцеллюлоза, бензойная кислота, натрий сахарин, гидроксид натрия, ароматизатор.

## Play Pina Colada / Плэй Пина Колада



- Со сладким ароматом тропических фруктов
- Нелипкий, нежирный
- На водной основе
- Совместим с презервативами
- Не оставляет пятен, не вызывает раздражения, жидкий гелеобразный
- Не содержит сахар, спирт
- Новая форма диспенсера с дозатором 50мл
- Состав: глицерол, вода, пропиленгликоль, гидроксипропилцеллюлоза, бензойная кислота, натрий сахарин, гидроксид натрия, ароматизатор

## Sweet Strawberry / Свит Строберри



- Со сладким ароматом клубники
- Нелипкий, нежирный
- На водной основе
- Совместим с презервативами
- Не оставляет пятен, не вызывает раздражения, жидкий гелеобразный
- Не содержит сахар, спирт
- Новая форма диспенсера с дозатором 50мл
- Состав : глицерол, вода, пропиленгликоль, гидроксипропилцеллюлоза, бензойная кислота, натрий сахарин, гидроксид натрия, ароматизатор



## Описание

<b>Описание</b>	<p>Гель на водной основе. Не оставляет пятен. Не содержит веществ, разрушающих латекс. Идеален для использования с презервативом. Уменьшает вероятность разрыва презерватива, и, как следствие, заражения ВИЧ и ЗППП.</p> <p>Не является контрацептивом.</p>
<b>Состав</b>	<p>Вода, глицерол, пропиленгликоль, натрозол, бензойная кислота, гидроксид натрия, ароматизатор, сахарин, дополнительные ингредиенты в зависимости от вида: экстракт Алоэ Вера, экстракт мяты.</p> <p><b>Не содержит спиртосодержащих веществ – этилового спирта.</b></p>

## Описание

<b>Условия хранения</b>	Хранить при комнатной температуре от 0 до 30 град. Специальных условий хранения не требуется. Срок годности – 5 лет от даты производства.
<b>Фасовка/Упаковка/ Производитель</b>	<b>50 мл/диспенсер с дозатором и 200мл/туба-массажные</b> ССЛ Интернешнл Пи-Эл-Си, Манчестер, М41 7НА, Великобритания
<b>Разрешительные документы</b>	<b>100мл (диспенсер):</b> Регистрационное удостоверение ФСЗ№ 2009/05011от 21.10.2010г. Справка №101-КС/2626 от 17.011.2009г. ОАО «ВНИИС» о том, что гели-смазки CONTEX не подлежат обязательной сертификации как «Средства косметические и гигиенические разные». (выдано на ООО «МЕДКОМ-МП») <b>200мл:</b> Свидетельство о госрегистрации №BY.70.07.01.001E 003617 04.

# Massage/ Массаж.

## Исследования



### Введение:

- Массаж снижает стресс и усталость, что влияет на увеличение получаемого от секса удовольствия
- Люди практикующие массаж, как часть секса, чаще испытывают оргазм
- При использовании продукции для интимных отношений очень важен её запах
- Научно-исследовательский отдел придает большое значение принципу сочетания массажа и ароматерапии (вкуса и аромата). Им руководствовались при создании нового вида геля Массаж 2в1. Он стал оригинальной версией стандартного геля.

## Massage – Объем рынка



- Массаж – наиболее практикуемое действие после секса
- 62% мужчин и 58% женщин регулярно используют массаж как часть своей сексуальной игры, и почти 100% тех, кто находятся в длительных отношениях
- 33% всех женщин активно ищут продукцию для массажа
- Среди тех, кто не практикует массаж, 60% не против его делать, что потенциально составляет большой объем рынка

## Massage – Активные компоненты

### Иланг Иланг

- Тропический цветок, растущий на Тихоокеанском побережье
- Улучшает состояние кожи
- Оказывает эффект афродизиака



### Гуарана

- Вьющееся растение, обитающее в бассейне Амазонки
- Содержит кофеин, оказывающий стимулирующее воздействие на ЦНС
- Стимуляторы сердечной деятельности и антиоксиданты
- Может положительно влиять на память, ясность сознания, настроение и физическую выносливость



# Massage 2 in 1 / Массаж 2 в 1



- Три вида слева направо: стандартный Массаж 2в1 с алоэ Вера,
- Стимулирующий (с экстрактом гуараны)
- Сенсуал (с экстрактом иланг-иланга)

- Легкая и нежная формула
- Идеален для массажа
- Подходит для использования в интимных областях тела
- Скользящая шелковистая консистенция
- Не оставляет пятен
- Нелипкий, нежирный
- Легко смывается
- Прошел дерматологические испытания, не вызывает раздражения
- Можно использовать совместно с презервативами
- Диспенсер 200 мл



## Durex Play O / Дюрекс Плэй О



### Гель премиум-класса

созданный специально для женщин  
для интенсивного удовольствия во время оргазма

- Создан и протестирован женщинами
- Уникальное сочетание ингредиентов:  
Компоненты L'-Аргинин, Coolact и Multisensate,  
стимулирующие кровообращение и,  
следовательно, чувствительность
- Создан для стимулирования, увеличения  
удовольствия и максимального усиления оргазма
- Может использоваться самостоятельно, с  
партнером и секс-игрушками
- Совместим с презервативами и может  
использоваться с другими гелями-смазками
- Не оставляет пятен. Не вызывает раздражения
- Приятные ощущения длятся от 5 до 20 мин.
- Флакон 15мл с дозатором

## Наши конкуренты

Johnson&Johnson



Монтавит



Гель-смазка  
911



Masculan



Sico



Hasico



Лаборатория Биоритм



## Пример выкладки



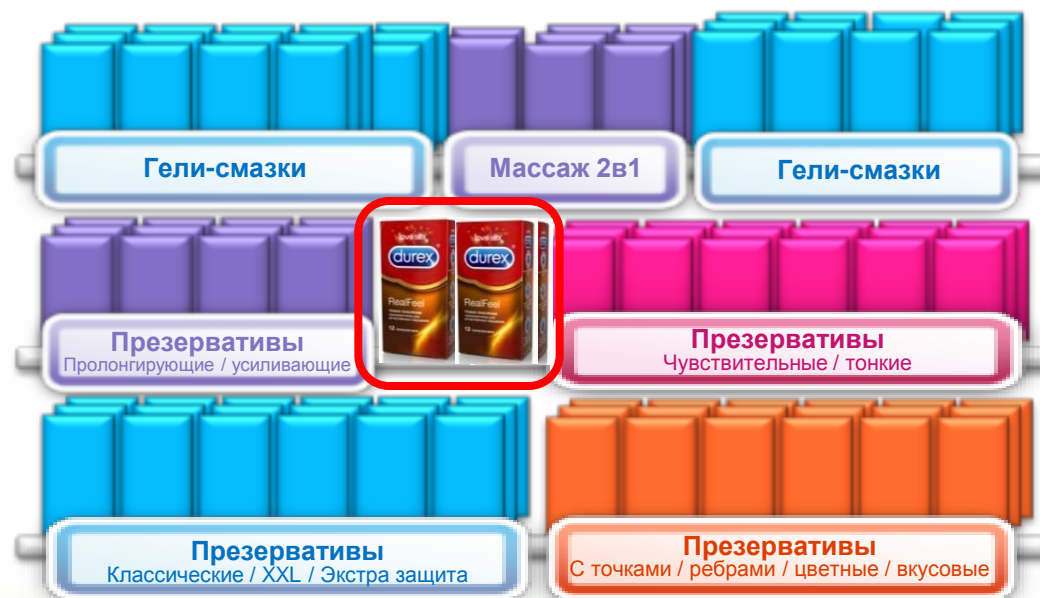
# Задачи отдела продаж

## 1. Присутствие / дистрибуция (presence)

- До конца февраля 2014 года - наличие Durex RealFeel в каждой торговой точке, где есть Durex Elite (все каналы продаж – Фарма и ТНП)
- До конца августа 2014 года - наличие в каждой торговой точке, где есть презервативы Contex (все каналы продаж – Фарма и ТНП)

## 2. Размещение / выкладка (placement)

- На основной полке **дополнительно** к текущему ассортименту (см. ниже)
  - В сегменте «Тонких / Чувствительных» презервативов, рядом с другими премиальными продуктами
  - На уровне глаз (золотая полка)
  - Минимум двумя фейсами (два ряда упаковок)
- На накопителях в прикассовой зоне **дополнительно** к текущему ассортименту



Организация выкладки категории презервативов и смазок на основной полке (все каналы продаж – Фарма и ТНП)

# План рекламной поддержки Durex 2014

Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

ТВ

Ролик «Feel every move»

Ролик «Telling smiles»

Новый ролик

Онлайн

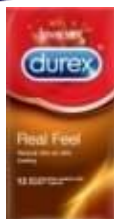
Ролик «Feel every move»

Ролик «Telling smiles»

Новый ролик

PR/Диджитал

ПОСМ / Театры



RealFeel

1-ая волна



Гели  
Durex



RealFeel

2-ая  
волна

**Durex  
Dual Extase**  
3pk & 12pk



Начало рекламной поддержки: **Январь 2015**

Продукт на стоке: **Октябрь 2014**

Образцы для листинга: **Август 2014**



# Подготовка к рекламной поддержке гелей с мая 2014

## Задачи отдела продаж

### ТОП-5 SKU для увеличения покрытия / дистрибуции

#### Massage 2in1 200ml

Sensual  
Stimulating



До конца апреля 2014 года  
- наличие в минимум 8 000  
активных торговых точек

#### Play 50ml

Feel  
Heat  
Very Cherry



До конца апреля 2014 года  
- наличие в каждой  
торговой точке, где есть  
Contex Wave 100ml



- Зачем конечному потребителю лубриканты?
- Основная функция —————> выгода ТТ.
- Виды лубрикантов.
- Технические характеристики. Разрешительные документы.
- Методы продвижения и медиаподдержка.

22 вопроса о товаре:

1. На кого конкретно рассчитан ваш продукт?
2. Для кого он идеально подходит?
3. Какие проблемы клиентов призван решить ваш продукт? (Если на самом деле он не призван решать какие-то проблемы, постарайтесь найти, придумать — хотя бы одну.)
4. В каких случаях желательно применять ваш продукт?
5. Что вы можете сказать об истории создания своего продукта или его отдельных компонентов?
6. Что вдохновило на создание вашего продукта?
7. Какие удивительные вещи можно сделать с помощью вашего продукта?
8. Какова главная функция вашего продукта?
9. Какова главная польза от вашего продукта?
10. Каких результатов позволяет достичь клиенту ваш продукт?
11. Что может усовершенствовать ваш продукт в жизни или работе клиента?

12. Чем конкретно ваш продукт отличается от конкурентных аналогов?

13. Есть ли у вашего продукта награды, знаки отличия и признания?

14. Как долго ваш продукт существует на рынке, каков спрос на него?

15. Назовите причины, по которым клиенту необходим ваш продукт.

16. Как работает ваш продукт?

17. Каков диапазон возможностей вашего продукта?

18. Для каких особенных случаев подходит ваш продукт?

19. Что может остановить клиента при покупке?

20. Какие виды тестирования использовались при создании продукта?

21. Какие вариации продукта есть у вас в наличии?

22. Почему, по вашему мнению, продукта может стать популярным?

# Удачных продаж!