



**МИФЫ О
МАРКЕТОЛОГАХ
ВСЕМОГУЩИХ**

Карлыгаш Рахимова
08.10.2020





ДРУГАЯ СТОРОНА МАРКЕТИНГА



МАРКЕТИНГ СО СВЯЗАННЫМИ РУКАМИ

DARK

MARKETING

В ЧЕМ

РАЗНИЦА?



**Вместительная,
удобная,
выключи
будильник!**



BRIMNES/БРИМНЭС
каркас кровати
с изголовьем, 160x200см
15 999.-



© Inter IKEA Systems B.V. 2018.
Цены в рублях. Предложение действительно, пока товар есть в наличии.

**Изящная,
раздвижная,
как в сказке**



MINNEN/МИННЕН
каркас раздвижной
кровати и реечное дно,
80x200см
6 799.-

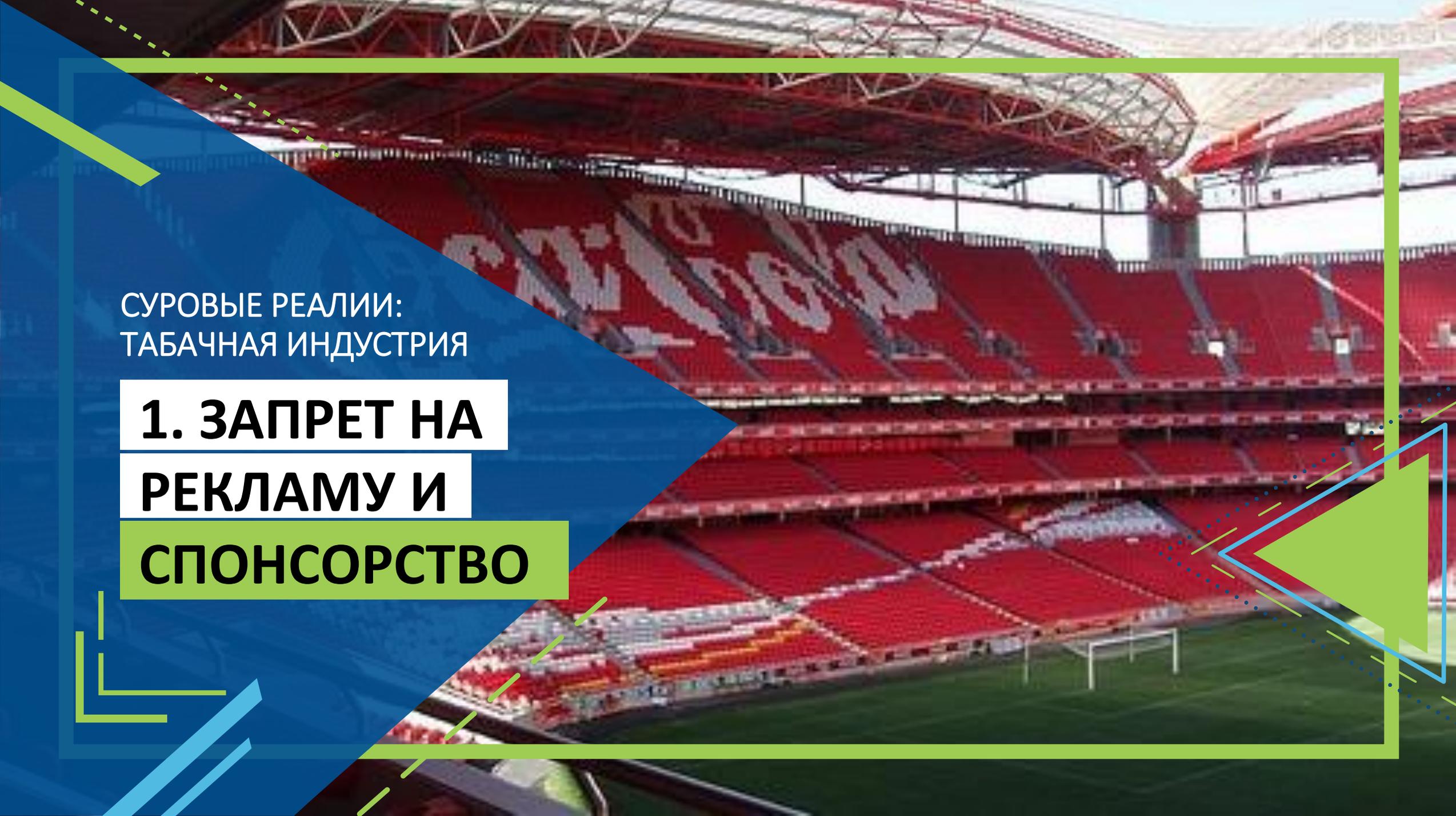


© Inter IKEA Systems B.V. 2018.
Цены в рублях. Предложение действительно, пока товар есть в наличии.

МОЖНО ЛИ СПАТЬ В ПОЕЗДЕ







СУРОВЫЕ РЕАЛИИ:
ТАБАЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

**1. ЗАПРЕТ НА
РЕКЛАМУ И
СПОНСОРСТВО**



СУРОВЫЕ РЕАЛИИ:
ТАБАЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

2. ТАБАЧНО- ТЕХНИЧЕСКИЙ РЕГЛАМЕНТ



140
CALORIES
PER CAN

12 FL OZ
(355 mL)



ЗАПРЕТ НА
НАНЕСЕНИЕ ДАННЫХ
О СОДЕРЖАНИИ
СМОЛ/ НИКОТИНА

ЗАПРЕТ НА ТЕРМИНЫ,
ВВОДЯЩИЕ
ПОТРЕБИТЕЛЯ В
ЗАБЛУЖДЕНИЕ



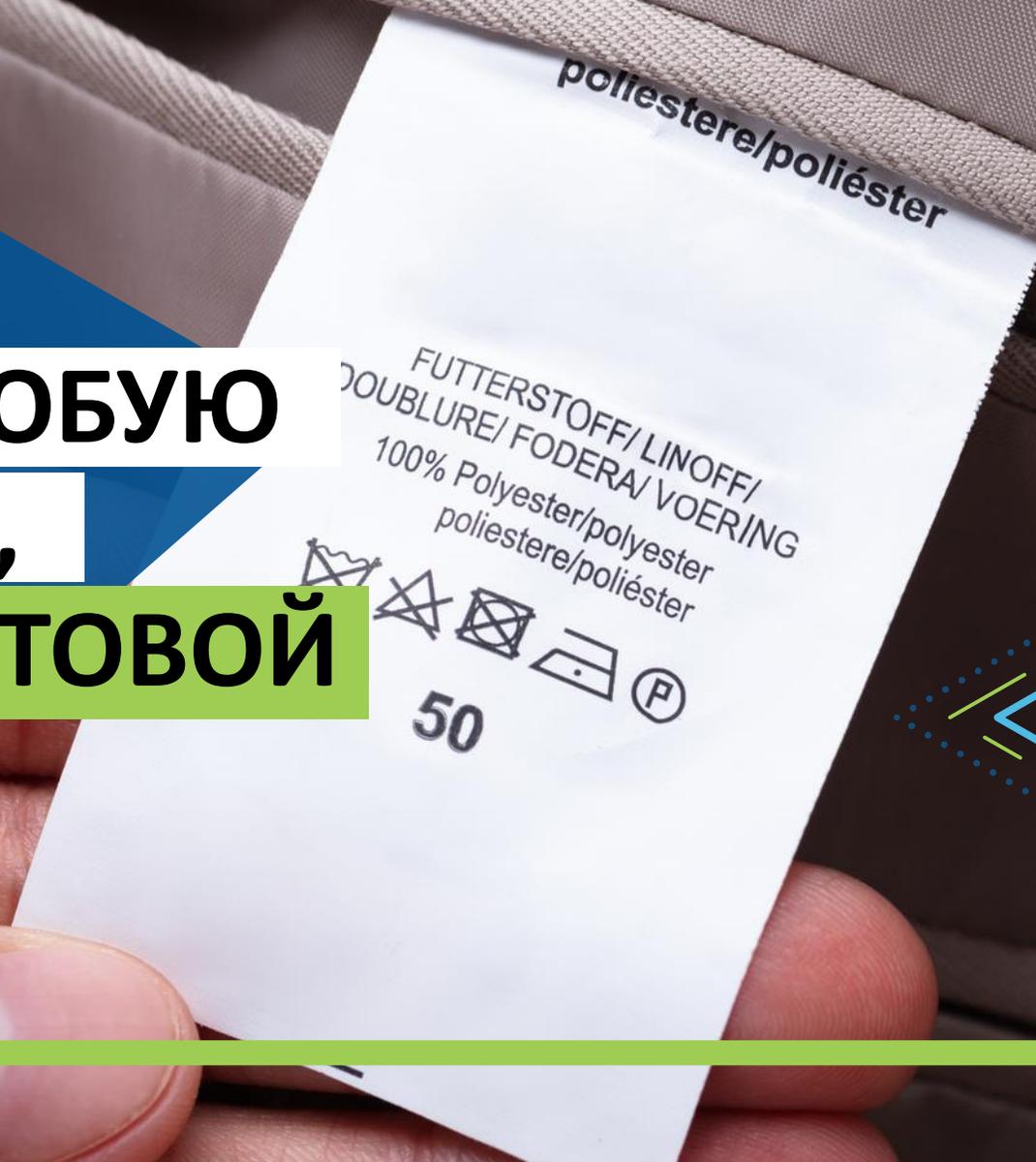


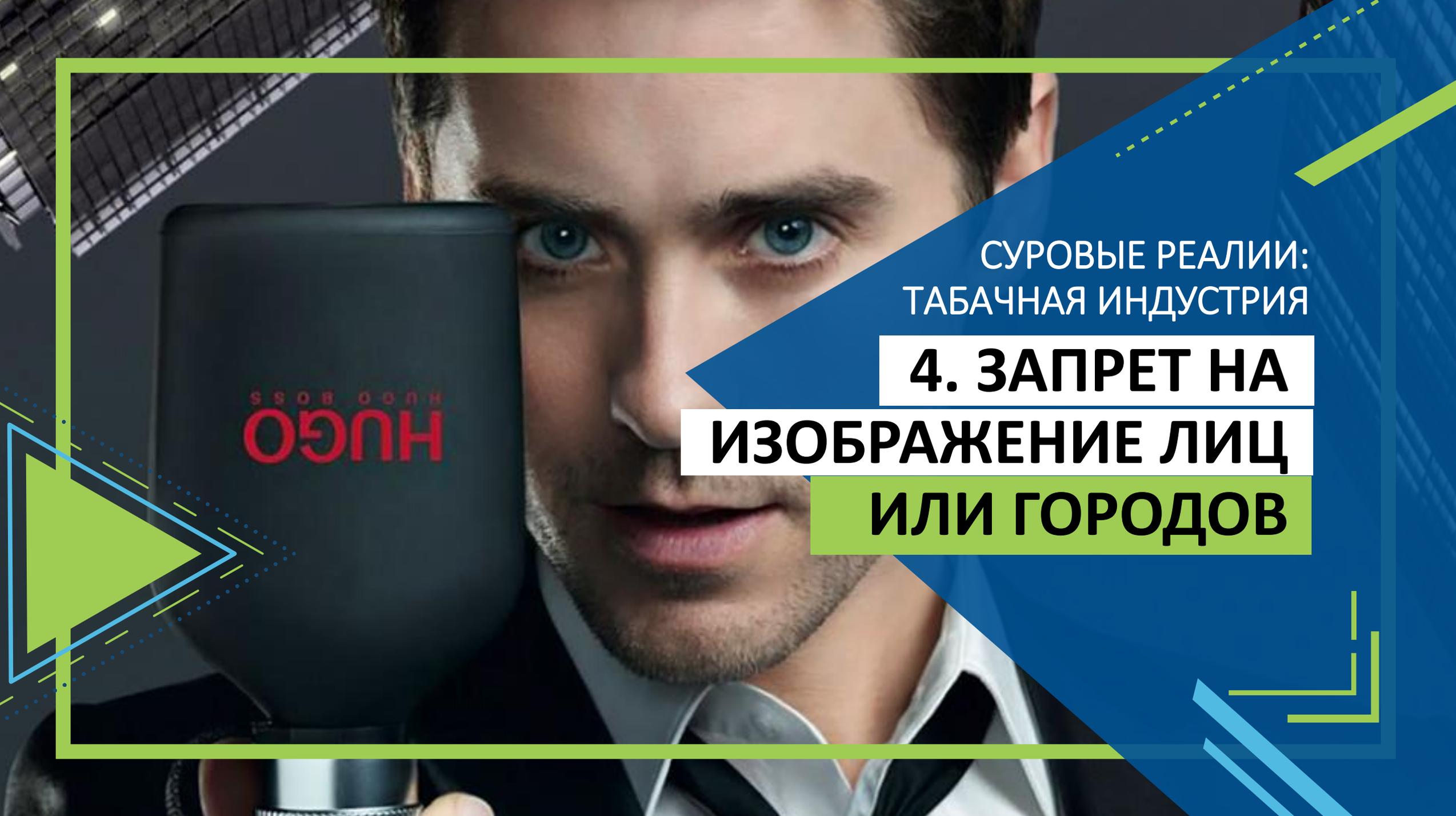
ЗАПРЕТ
НА ВСЕ ВИДЫ
КОММУНИКАЦИИ,
КРОМЕ УПАКОВКИ



СУРОВЫЕ РЕАЛИИ:
ТАБАЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

3. ЗАПРЕТ НА ЛЮБУЮ ИНФОРМАЦИЮ, КРОМЕ ПРОДУКТОВОЙ



A close-up photograph of a man with light blue eyes and a slight stubble, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie. He is holding a black microphone in front of his face. The microphone has a red logo that reads "СООБЩЕНИЯ ОЭПН" in Cyrillic. The background is dark and out of focus. The image is overlaid with a blue and green graphic design on the right side, featuring diagonal lines and a large white text box.

СУРОВЫЕ РЕАЛИИ:
ТАБАЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

**4. ЗАПРЕТ НА
ИЗОБРАЖЕНИЕ ЛИЦ
ИЛИ ГОРОДОВ**

СУРОВЫЕ РЕАЛИИ:
ТАБАЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

**5. 50% ГРАФИЧЕСКОЙ
КАРТИНКИ
С ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕМ
О ВРЕДЕ НА ПАЧКЕ**





СУРОВЫЕ РЕАЛИИ:
ТАБАЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

6. НИКАКИХ

МОЛОДЫХ

ПОТРЕБИТЕЛЕЙ –

ТОЛЬКО

**СОВЕРШЕННОЛЕТНИЕ
КУРИЛЬЩИКИ**

21+



ВТОРОЙ БИГ МАК В ПОДАРОК*

СУРОВЫЕ РЕАЛИИ:
ТАБАЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

**7. ЗАПРЕТ НА ПРОВЕДЕНИЕ
АКЦИЙ, РОЗЫГРЫШЕЙ,
ЛОТЕРЕЙ, СТИМУЛИРУЮЩИХ
ПРОДАЖИ**





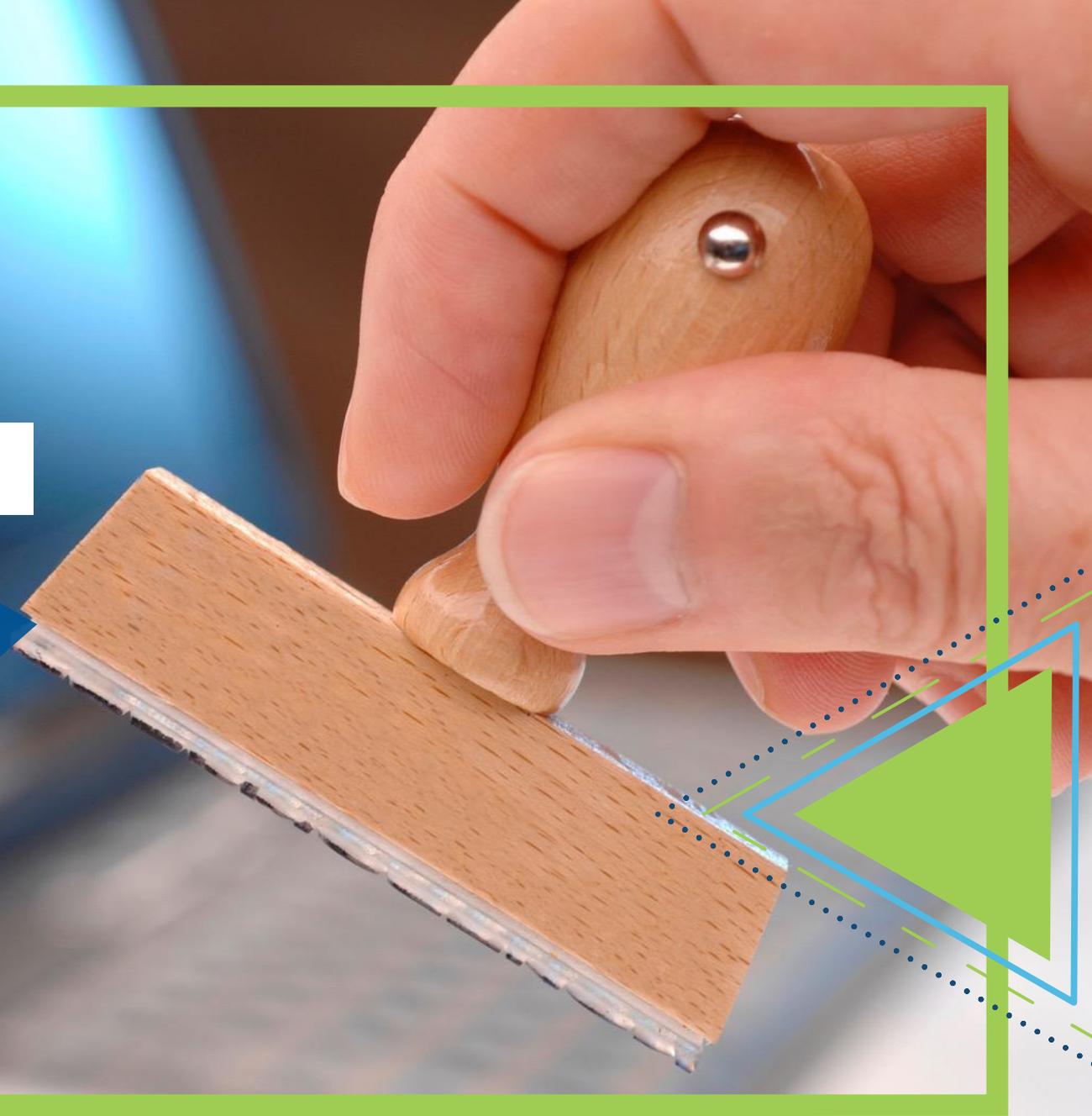
КАК ВЫ БУДЕТЕ
ПРОДВИГАТЬ СВОИ
БРЕНДЫ В ТАКИХ
УСЛОВИЯХ?

МАРКЕТОЛОГИ 360





**ГЛАВНЫЙ КОЗЫРЬ –
БЕЗУПРЕЧНОЕ
КАЧЕСТВО**





**КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА
ЗАКУПАЕМОГО
ТАБАКА**



100% ТАБАКА

ПРОВЕРЯЕТСЯ НА СООТВЕТСТВИЕ

ТРЕБОВАНИЯМ КАЧЕСТВА ПРИ

ЗАКУПКЕ У ПОСТАВЩИКОВ ПО

ВИЗУАЛЬНЫМ, ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИМ

И КУРИТЕЛЬНЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ



КАЖДАЯ ПАРТИЯ ТАБАКА
ПРОВЕРЯЕТСЯ НА ХИМИЧЕСКИЙ
СОСТАВ И ТОКСИЧНОСТЬ
ТАБАЧНОГО ДЫМА





100% ТАБАКА
ПРОВЕРЯЕТСЯ НА СКЛАДАХ РМІ
ПЕРЕД ОТПРАВКОЙ ПО ФИЛИАЛАМ
НА СООТВЕТСТВИЕ ТРЕБОВАНИЯМ
КАЧЕСТВА И САНИТАРНОГО
КОНТРОЛЯ



**СКОЛЬКО
СУЩЕСТВУЕТ SKU
НА ТАБАЧНОМ
РЫНКЕ?**



от 150
до 240

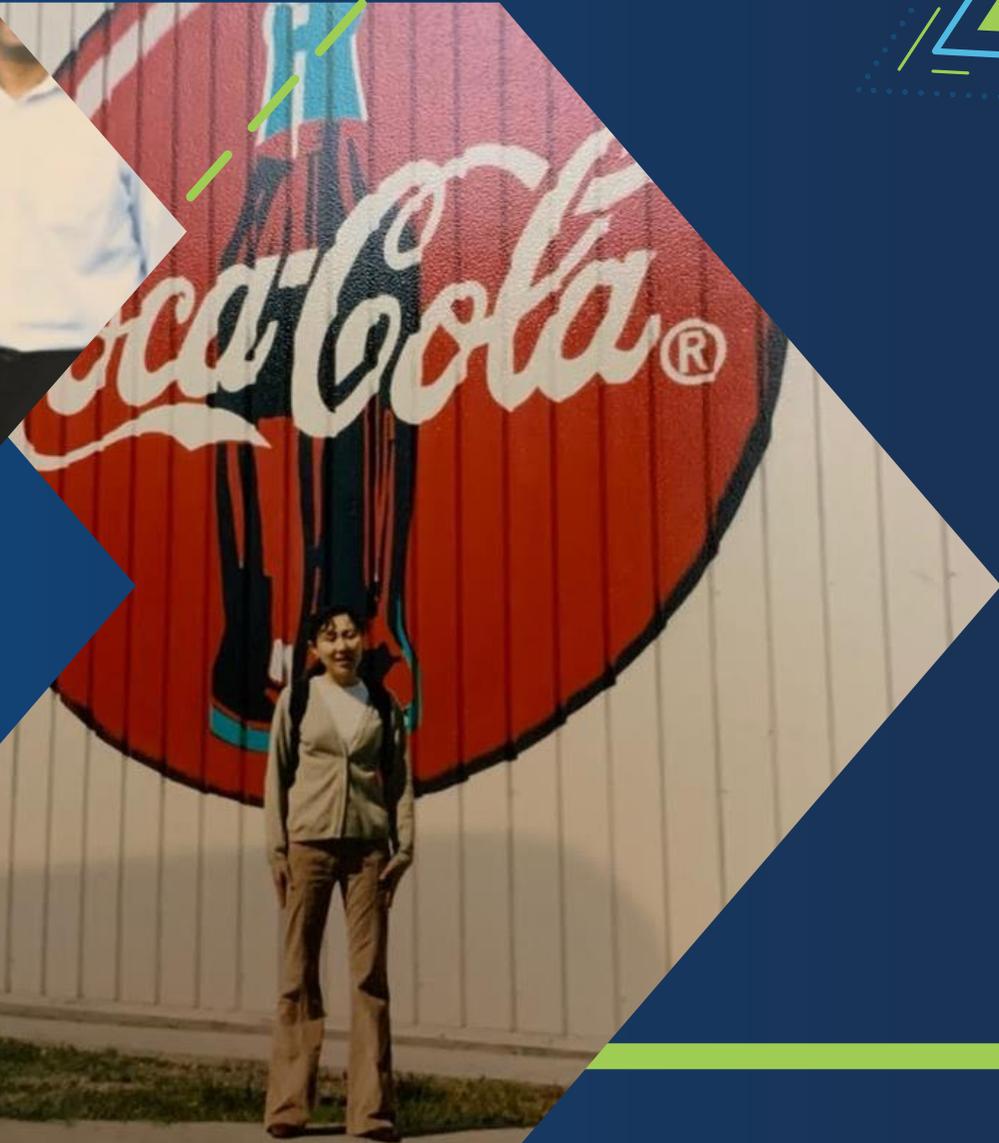




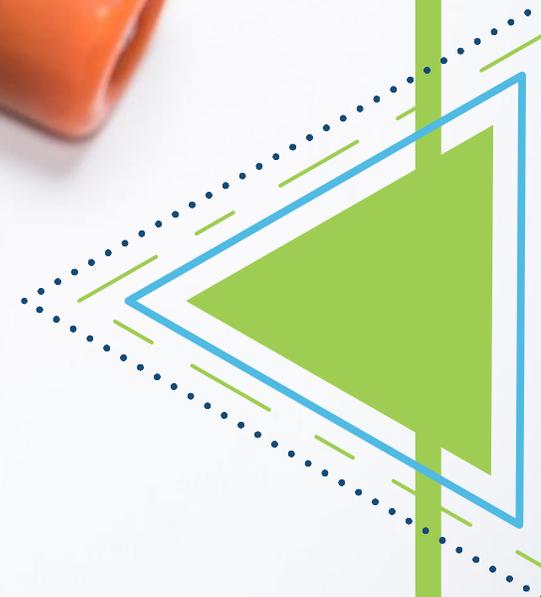
**КАК ПРОДВИГАТЬ
ТАБАЧНЫЕ БРЕНДЫ В
СИТУАЦИИ ЗАПРЕТОВ И
ОГРАНИЧЕНИЙ?**

**ЭТО
НАСТОЯЩИЙ
ВЫЗОВ!**





**ВОЗМОЖНОСТИ
КОММУНИКАЦИИ
ПРИ
ЗАКРЫТОЙ
ИНДУСТРИИ**



РАБОТА
ХОСТЕС С СК





РАБОТА С
ПРОДАВЦАМИ
В ТОРГОВЫХ
ТОЧКАХ



A photograph of a man and a woman in a kitchen. The man, on the left, has a beard, wears glasses, a yellow beanie, and a light pink shirt. The woman, on the right, has dark curly hair and is wearing a black top with a red collar. They are both looking at a smartphone held in the foreground, which is out of focus. The background shows a kitchen with white cabinets and shelves. The image is framed by a green border and overlaid with a blue and green geometric graphic on the left side.

**ПОТРЕБИТЕЛЬ –
В ЦЕНТРЕ
ВСЕГО!**

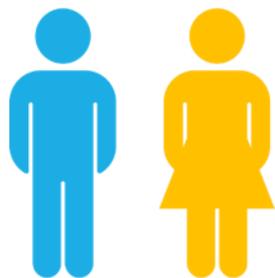
**ЧЕГО ЗАХОЧЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬ
ЗАВТРА?**



ПОТРЕБИТЕЛЬ В ТАБАЧНОЙ ИНДУСТРИИ

9.1 тiо

Общее количество населения, 21-65

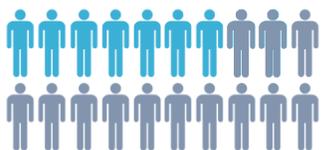


14

сигарет в день

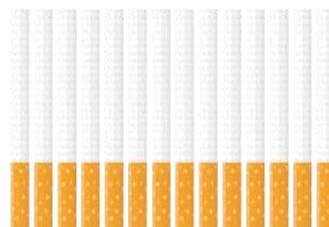
Доля СК, %

41.5%

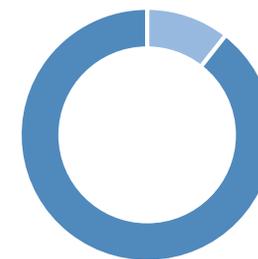


69%

31%



% переключения на другие марки



10.6%
(+1.4% vs pp)

ЧТО ВЫБИРАЮТ НАШИ КЛИЕНТЫ?



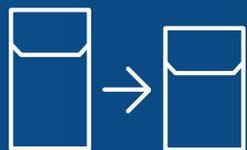
СИГАРЕТЫ С
СУПЕРЛЕГКИМ
ВКУСОМ

50%



СИГАРЕТЫ С
КАПСУЛАМИ

18%



СИГАРЕТЫ В
КОМПАКТНЫХ И
ТОНКИХ
ФОРМАТАХ

70%



ЧЕГО ХОТЯТ СК?



Меньше неприятного запаха во рту после курения

54.6%



Меньше запаха табачного дыма на одежде, на руках, волосах и на пальцах

53.9%



Привлекательный дизайн

52.8%



Приятный запах

50.7%



Легкий вкус

50.3%

ИССЛЕДОВАНИЯ СОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



**РЕГУЛЯРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**
(Tracking Research Data)



**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ
ПРОЕКТЫ**
(Ad-Hoc Research Data)



**НАБЛЮДЕНИЯ ЗА
СОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ
ПОТРЕБИТЕЛЯМИ**
(Consumer Observations)

РЕГУЛЯРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ –
ПРЕДПОЧТЕНИЯ
СОВЕРШЕННОЛЕТНИХ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В
РОЗНИЦЕ





РЕГУЛЯРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ –
ПРЕДПОЧТЕНИЯ
СОВЕРШЕННОЛЕТНИХ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОЗНИЦЕ



РЫНОК



ПРОДУКТ



ИНДИКАТОРЫ



ПЕРИОД



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ



ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ



ТЕСТИРОВАНИЕ
ПРОДУКТА



ОЦЕНКА ПРОДУКТА ПОСЛЕ ЕГО
ЗАПУСКА



НАБЛЮДЕНИЯ
ЗА СОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ
ПОТРЕБИТЕЛЯМИ



НАБЛЮДЕНИЕ
В РЕАЛЬНОЙ СРЕДЕ



НАБЛЮДЕНИЕ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ



ДИАЛОГ С
СОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ
ПОТРЕБИТЕЛЯМИ



**БЕЗДЫМНОЕ
БУДУЩЕЕ -
НАША СТРАТЕГИЯ**



ЗАЧЕМ

«МОРСКИМ КОТИКАМ»

СВЯЗЫВАЮТ РУКИ?



**КУРС
ВЫЖИВАНИЯ
ДЛЯ МАРКЕТОЛОГОВ
ОТ КАРЛЫГАШ
РАХИМОВОЙ**

ВОПРОСЫ?

