

Крепость Русский Форпост. Создание и вывод на рынок нового продукта в топ 20 за один год.

Отрасль	Производство алкогольных напитков. Дистрибуция
Компания, бренд	ООО «Статус-групп», «Крепость Русский Форпост»
Год	Пресс-релиз о выходе на рынок - Август 2011
Первоисточник	Олег Глазунов, автор бренда, директор по маркетингу ООО «Статус-Групп».
Источник	http://www.alcoonline.ru/?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=6404&cntnt01detailtemplate=sample_news&cntnt01returnid= http://gor.org.ru/brand_forpost
Автор-«упаковщик»	Глазунов Олег
Принял (акцептовал)	Березин Игорь
Проблема (использованная ниша)	Выход компании на второй по привлекательности после водки рынок крепкого алкоголя в России – рынок коньяка. Создание бренда в наиболее объемно-образующем среднем ценовом сегменте (50% рынка).
Задача	Создание бренда с нуля. Выход в ТОП-20 брендов рынка. Построение федеральной дистрибуции.
Решение	<p>В результате качественного исследования потребителя российского коньяка в данном сегменте методом психосемантики в 2011 году было выяснено, что коньяк для российских потребителей – это лекарство для активизации интеллектуальной деятельности. Мотивационно-эмоциональный посыл: глубокомыслие, как у японцев, при этом:</p> <ul style="list-style-type: none"> • достижение успеха, организованность, работоспособность и целеустремленность, как у китайцев; • социальное одобрение, естественность, демократичность, приятность, гармоничность, натуральность; • а также очарование и элегантность, как у французов. <p>Нейминг. Имя «Крепость Русский Форпост» - сохранность традиций, истории, принципов мужества. Дает ощущение причастности к миру достойных людей, которые умеют принимать правильные решения. За основу дизайна было принято решение взять генерала русской армии Ермолова, освободителя Кавказа. Его профиль вынесен на этикетку. Дизайн - VQB.</p> <p>Упаковка: 3 года: 0,5л, 0,25л; 4 года: 0,5л, 0,25л; 5 лет: 0,5л, 0,25л, 0,1л.</p> <p>Купаж. Российский коньяк, созданный по классической технологии производства коньяка путем купажирования 100% отборных российских коньячных дистиллятов, выдержанных в дубовых бочках из кавказского дуба. Купажи коньяков разработаны на основе анализа вкусовых предпочтений российского потребителя с учетом дегустационной оценки потребителями уровня качества и флейвора конкурентного окружения.</p>
Трудности	Скорость входа в федеральные сети
Стоимость	Рекламные и трейд-маркетинговые бюджеты отсутствуют.

<p>Результат</p>	<p>Показатели 1 года продаж (2012):</p> <ul style="list-style-type: none"> - достижение доли рынка 2,8% (ТОП-20 брендов), - sell-in – 107 000 дал, - sell-out – 102 000 дал, - АКБ – 19 000, - оборачиваемость – 0,6 дал. <p>Показатели 2 года продаж (2013):</p> <ul style="list-style-type: none"> - доля рынка – 1,5% (ТОП-20 брендов), - sell-in – 67 000 дал, - sell-out – 87 000 дал, - АКБ – 15 000, - оборачиваемость – 0,8 дал. <p>Показатели 2015 года</p> <ul style="list-style-type: none"> - sell-in – 18 000 дал, - sell-out – 19 000 дал, - АКБ – 23 000, - оборачиваемость – 0,8 дал. <p>Бренд введен в федеральные сети: Лента, Линия, Верный, Бристоль, Ашан, Атак, Пятерочка, Перекресток, Карусель</p>
<p>Фото</p>	