

Кейс бренда «Рузком»



Специализация клиента

«Рузком» – крупный производитель и поставщик мясной и мясоконсервной продукции, а также специй и приправ. Всего у бренда насчитывается 250 наименований. В составе производственной группы «Рузком» два мощных подмосковных мясокомбината – Лыткаринский и Рузский.

Продукция компании поставляется в крупнейшие сетевые магазины



Предыстория

Сотрудничество с этим клиентом началось сразу же со сложной задачи. Представители бренда позвонили нам в понедельник, а уже в пятницу им нужно было заявить о себе на телеканалах и выпустить готовый видеоролик. Мы понимали, что с подобной задачей обратились не только к нам, поэтому было важно в максимально сжатые сроки показать отличный результат, опередив конкурентов. И нам это удалось.

Вся наша команда вышла в неурочное время, и всего за одну ночь мы придумали рекламный ролик, разработали коммуникационную стратегию и составили медиапланирование. На первую личную встречу мы приехали уже со всеми расчётами и сценарным планом рекламного ролика. Представители бренда были приятно удивлены нашим профессионализмом и оперативностью, поэтому мы быстро ударили по рукам.

Этапы работы

Меньше чем за три дня был снят и смонтирован рекламный ролик и улажены все необходимые вопросы с телеканалами. Реклама вышла точно в срок, как и хотел заказчик.



РУЗКОМ

План выполненных работ

ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА
Звонок от представителей компании «Рузком»	Личная встреча с представителями компании «Рузком»	Съёмка и монтаж рекламного ролика	Внесение корректировок в рекламный ролик	Результат: трансляция рекламного ролика на федеральных телеканалах
Разработка коммуникационной стратегии	Утверждение стратегии, медиа- и сценарного плана	Утверждение эфирной сетки времени на телеканалах	Утверждение готового ролика с представителями компании «Рузком»	
Наброски идей по рекламному ролику и написание сценарного плана	Запуск производства рекламного ролика		Отправка рекламного ролика на телеканалы	
Составление медиаплана				

Представители бренда были приятно удивлены нашим профессионализмом команды и оперативностью, поэтому мы быстро ударили по рукам.

Меньше чем за три дня был снят и смонтирован рекламный ролик и улажены все необходимые вопросы с телеканалами. Реклама вышла точно в срок, как и хотел заказчик.



Евгений Запотылок

Генеральный директор
медийного агентства
в офлайн и онлайн
«Формула Рекламы»

Получив первый заказ от компании «Руском», мы действовали как скорая помощь. Не каждый руководитель агентства готов брать на себя подобные риски: в нерабочее время собирать всю команду и работать сутками напролёт, чтобы показать результат, или без предоплаты договариваться о старте рекламной кампании с федеральными телеканалами. Мы очень рисковали, ведь если бы клиент передумал, отказался бы платить или задержал согласование рекламного ролика, то мы бы заплатили штрафы телеканалам за то, что впустую заняли эфирное время. Но - всё для клиента. Таков наш подход. Да и мне достаточно одной встречи, чтобы всё понять о человеке и спрогнозировать наше дальнейшее сотрудничество. Как руководителю, мне важно, чтобы в каждый проект мы вложились по максимуму, будь то единичная трансляция на региональном телеканале или целая рекламная кампания и многолетнее сотрудничество. Мы в любом случае работаем только на результат.

Дальнейшие этапы работы с брендом «Рузком»

Благодаря оперативности, компетентности и профессионализму нашей команды продажи клиента выросли на 30%. Так короткий проект превратился в долгосрочное сотрудничество. Рассказываем, как мы помогли бренду «Рузком» запустить такую рекламную кампанию, что спрос превысил предложение и заводы компании «Рузком» оказались в 100% загрузке.



Разработка медиастратегии. Исследование и позиционирование бренда

После удачного запуска рекламного ролика, мы стали объяснять заказчику, что лучше работать планомерно, просчитывая каждый шаг. В рамках сотрудничества мы сделали для «Руском» полномасштабную медиастратегию бесплатно – провели исследование и нашли новый способ позиционирования бренда.

Анализ рынка конкурентов

Когда мы начали анализировать рынок, поняли, что у нашего клиента очень сильные конкуренты с большими бюджетными возможностями. Например, конкурент «Останкино» тратит 1 миллиард рублей в год на ТВ-рекламу. У компании «Руском» был ограниченный бюджет, и нужно было прыгнуть выше головы. Поэтому необходимо было выделить бренд на фоне конкурентов.



Мы провели тщательный анализ конкурентов:

коммерческие предложения, тактики продвижения, стратегии позиционирования, рекламные бюджеты, телеканалы, на которых транслировали рекламу конкурентов, и многое другое. Нам нужно было найти идею, зайти в незанятую нишу, чтобы позиционировать бренд. И нам это удалось сделать.

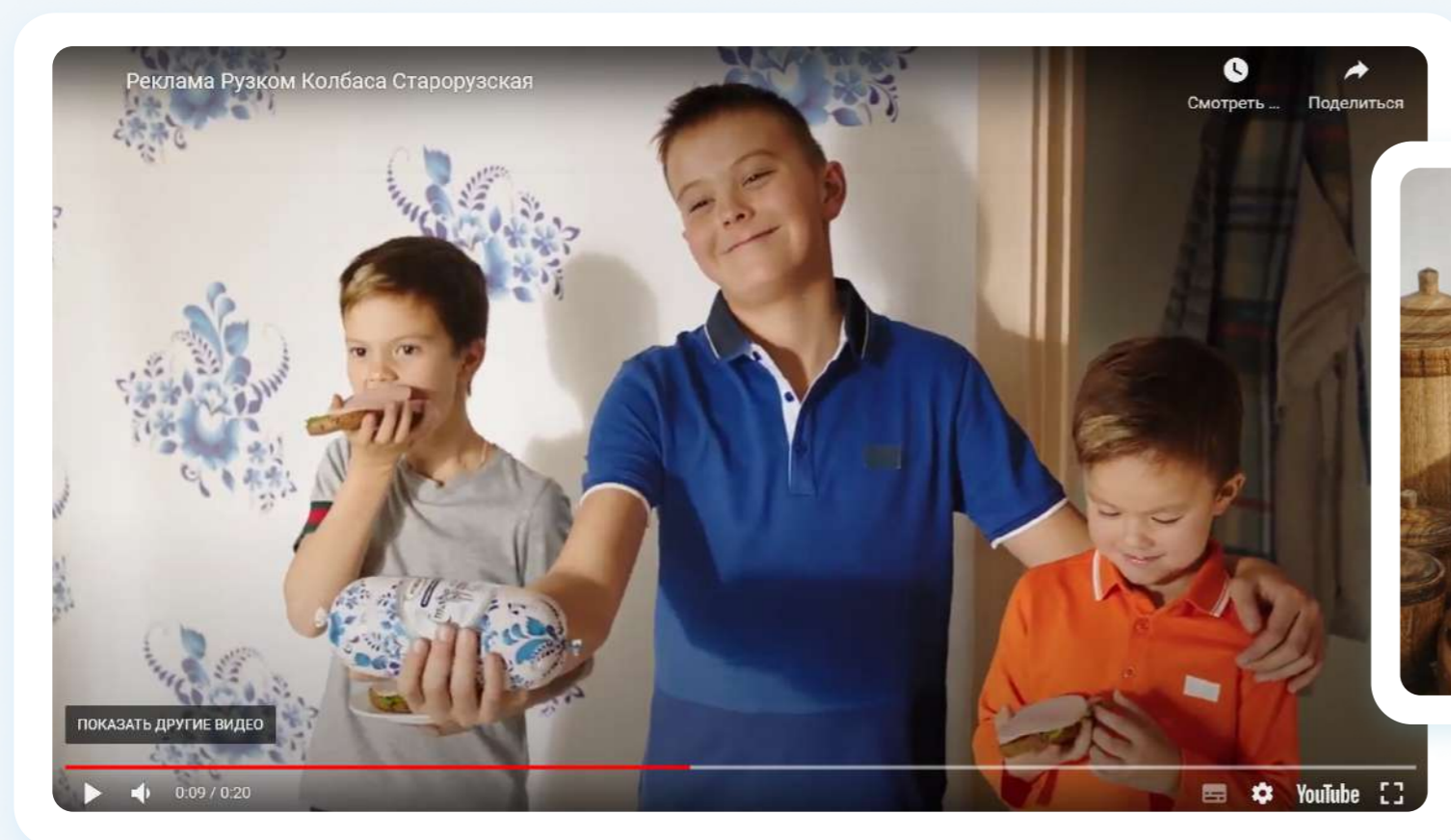
Карта позиционирования конкурирующих брендов

Мы нашли незанятую нишу на стыке семейных ценностей и традиций. И в этом ключе решили позиционировать бренд.



Новый рекламный ролик

В выбранную стратегию идеально вписалось главное требование заказчика. Владелец бренда «Руском» хотел, чтобы в новом рекламном ролике снялись его сыновья. Преемственность поколений, семейные ценности, бережное отношение к детям – все эти идеи были отражены в сценарии ролика. К тому же в продуктовой линейке компании «Руском» мы нашли колбасу в упаковке под гжель, именно на этот продукт мы и сделали акцент при съёмке рекламного ролика, что позволило подчеркнуть идею национальных традиций.



Региональная поддержка

После запуска рекламного ролика продажи бренда значительно выросли, особенно в крупных городах. Осталась лишь незначительная просадка в нескольких регионах. Поэтому мы локально запустили рекламу на региональных телеканалах и помогли компании «Рузком» решить эту проблему. Сейчас бренд вышел на новый уровень и пока не нуждается в рекламе: спрос превысил предложение, так что заводы бренда «Рузком» оказались полностью загружены производством рекламируемой продукции.



Личный пиар

Несмотря на то что рекламную активность бренд пока решил приостановить, наше сотрудничество с компанией продолжилось в новом ключе. Собственнику бренда была необходима сильная пиар кампания в СМИ с целью продвижения в общественной и социальной сферах, и мы согласились ему в этом помочь.

Ведение соцсетей для новой линейки бренда

Сейчас мы обсуждаем с представителями бренда «Рузком» стратегию продвижения в соцсетях новой молодёжной линейки продуктов. Поэтому совсем скоро сможем рассказать о первых результатах.



Каких результатов мы достигли

Кейс компании «Рузком» — это яркий пример того, как эффективная медиастратегия позволяет не только резко увеличить уровень продаж, но и превратить малоизвестную компанию в бренд, который у всех на слуху. Результаты данного проекта в очередной раз доказали, что качественная работа всегда приводит к долгосрочному сотрудничеству.



Итоги предпринятых нами действий:

- + помогли бренду увеличить продажи на 30%;
- + решили проблему просадки продаж в регионах;
- + помогли клиенту найти дилеров для продажи и увеличить показатели розничной торговли;
- + продолжаем работу с новыми направлениями бренда.

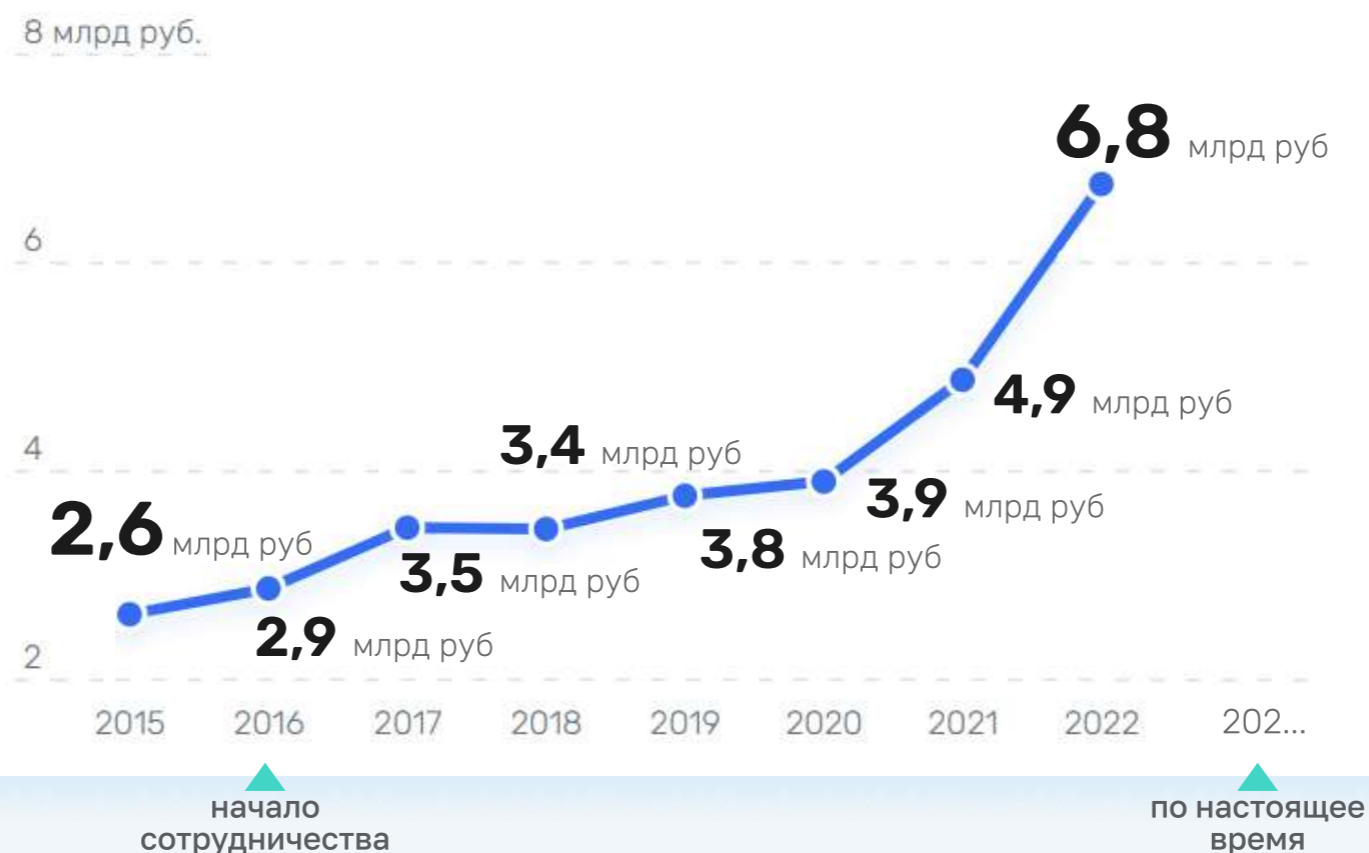


Выручка компании с 2015 по 2022 год выросла

на **4,2** млрд руб

+261%

Динамика выручки



Данные представлены [rusprofile](https://rusprofile.ru)