REXONA ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ Z
VIDEO КОНТЕНТ

REXONA ДЛЯ ТИНЕЙДЖЕРОВ

Команда REXONA

Определила незакрытую потребность на рынке и запустила антиперспиранты для

поколения Z

Ранний старт использования продуктов по уходу за собой тинейджерами.

12-14 лет – средний возраст пубертатного периода у подростков.

Отсутствие эффективных дезодорантов, подходящих подросткам.

ЗАДАЧА & ИНСАЙТ

ПРИВЛЕЧЬ GEN Z В КАТЕГОРИЮ ДЕЗОДОРАНТОВ

Сделать запуск заметным среди тинейджеров, подчеркивая ценности REXONA:

- активный образ жизни;
- дезодорант, который защищает весь день.

ЧЕМ ЖИВЕТ GEN Z?

Блоггеры
примеры для подражания

Танцы
одна из самых популярных активностей

Музыка
сопровождает по жизни

Видео
Самый популярный способ потребления контента

РЕШЕНИЕ

АМБАССАДОР ЗАПУСКА

топ-блоггер, участница Todas и исполнитель собственных песен

Катя Адушкина

IG: 4.1 млн. подписчиков
YT: 5 млн. подписчиков
TikTok: 2 млн. подписчиков

В духе Кати – активный образ жизни, позитив, постоянная мотивация, что также близко характеру Rexona.

ПЕСНЯ & КЛИП С КАТЕЙ

ПЕСНЯ («Каждый день») с интеграцией брендовых фраз и главного слогана бренда.

КЛИП с интеграцией элементов бренда и антиперспирантов REXONA teens для повышения узнаваемости запуска.

#REXONACHALLENGE ПОД ПЕСНЮ «КАЖДЫЙ ДЕНЬ»

В ОДНОМ ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ СРЕДИ ТИНЕЙДЖЕРОВ

REXONA& КАТЯ запустили челлендж в социальных сетях.

Повтори движения под песню «Каждый день» & **добавь** хештег

Выиграй:
Каждую неделю: 6 Rexona боксов
Главный приз: АК мерч + фитнесс трекер из клипа + Rexona бокс

ЗАПУСК ХЕШТЕГА

REXONA – **первый коммерческий бренд**, который использовал официальный хештег в России.

Баннер на главной

ТОП в листе хештегов

Музыкальная страница

Официальный аккаунт REXONA

С правилами и еженедельным и результатами от блоггеров

ПОДДЕРЖКА БЛОГГЕРАМИ

Блоггеры **повысили узнаваемость новой серии REXONA Teens,** интегрируя продукты в свои ролики.

#REXONACHALLENGE UGC

Многие участники снимали видео с продуктами **REXONA в кадре**, что повысило число контактов с брендом.

РЕЗУЛЬТАТЫ КАМПАНИИ

Кампания мотивировала аудиторию двигаться и верить в себя.

#REXONACHALLENGE	КЛИП (Катя А.)
более 15 000 участников	**5 600 000** Органических просмотров
270 000 000 Контактов с брендом по хештегу	**190 000** лайков
18% средний ER Катиных видео	**80%** Средняя длительность просмотра. *среднее по клипам Youtube 10-20%*
3 626 400 Просмотры видео у Кати	**10 600** комментариев
2 000 часов просмотров UGC	

Данные по 15.11.19

TAKE AWAYS

ИСПОЛЬЗУЙТЕ В ПОДДЕРЖКЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АУДИТОРИЕЙ И НЕПРЯМУЮ РЕКЛАМУ

ИСПОЛЬЗУЙТЕ АМБАССАДОРОВ ПОДХОДЯЩИХ КАК БРЕНДУ, ТАК И АУДИТОРИИ

БУДЬТЕ ТАМ, ГДЕ ВАША АУДИТОРИЯ

БУДЬТЕ ПРОСТЫМИ И ПОНЯТНЫМИ В АКТИВАЦИЯХ. НЕ ЗАБЫВАЙТЕ МОТИВИРОВАТЬ АУДИТОРИЮ

БОЛЬШЕ ДВИЖЕНИЯ БОЛЬШЕ ДРАЙВА

Короткова Надежда
Nadezhda.Korotkova@unilever.com
Лидер категории дезодорантов

Суркова Валерия
Valeriia.Surkova@unilever.com
JBM Rexona

Initiative

Rexona
Никогда Не Подведет.