



БРЕНД АРОМАТОВ ДЛЯ ДОМА И БЫТОВОЙ ХИМИИ

Универсиада по маркетингу 2025

Кейс отборочного этапа



ARLUNI –

АРОМАТЫ ДЛЯ ДОМА И БЫТОВАЯ ХИМИЯ
ДОПОЛНЕНИЕ БЫТА НОВЫМИ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ

[САЙТ](#)
[АССОРТИМЕНТ](#)
[VK](#)

БРЕНД ARLUNI СОЗДАН БУДУЩИМ ДЛЯ НАСТОЯЩЕГО: ПРИ ПОМОЩИ НЕЙРОСЕТЕЙ

Название

AR – это сокращение от augmented reality, дополненная реальность

Визуальный код

Стильный лаконичный дизайн без лишнего визуального шума

Ассортимент

Свежий взгляд на привычные ароматы: новые сочетания

НАЗВАНИЕ И ЛЕГЕНДА

ARLUNI – это современный бренд ароматов для дома и бытовой химии, созданный при помощи искусственного интеллекта.

ЦЕЛЬ БРЕНДА – СОЗДАТЬ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ВОЗМОЖНОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ СВОЙ БЫТ,
ДОПОЛНЯЯ ЕГО НОВЫМИ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ.

Дополняя впечатления – наши бытовые задачи или даже уход за собой могут превратиться в рутину, но когда в наши действия добавляются впечатления, нам становится интереснее проживать эти моменты.



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

ЭФФЕКТ,
ДОПОЛНЕННЫЙ
ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ

Сочетание прагматичного подхода (от технологий и диджитализации) и эмоциональной составляющей (от людей) позволило найти идеальный баланс:

ФУНКЦИЯ + ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Идеальный результат и эстетическое удовольствие от использования дополняют друг друга.

Освежитель воздуха нейтрализует запах, наполняет ароматом, а в дополнение еще хорошо вписывается в интерьер.

КЛЮЧЕВЫЕ КАТЕГОРИИ БРЕНДА



ОСВЕЖИТЕЛИ ВОЗДУХА



КОНДИЦИОНЕРЫ ДЛЯ БЕЛЬЯ



ГЕЛИ ДЛЯ СТИРКИ

ОСВЕЖИТЕЛИ ВОЗДУХА: АССОРТИМЕНТ 20 SKU



10 ароматов освежителей
2 формата упаковки



(на ~10% дешевле ключевых конкурентов)

ПРЕИМУЩЕСТВА ОСВЕЖИТЕЛЕЙ ВОЗДУХА

**ЛИДЕРЫ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ:
№1 НА WB И ТОП-3 НА OZON***

- Более 23 тысяч отзывов, средняя оценка 4,8
- **Яркие, сочные ароматы, необычные сочетания:**
 - Кашемир & Дерево
 - Персик & Пион
 - Фиалка & Бергамот
 - Жасмин & Ваниль
- **Стильный, современный дизайн**
- Не оставляет следов: сухое распыление



АРОМАТЫ ДЛЯ ДОМА ARLUNI В 2025: ПОКРЫТИЕ ВСЕХ СЕГМЕНТОВ КАТЕГОРИИ

ТЕКУЩИЙ АССОРТИМЕНТ

2025



20 SKU: ТРИГГЕРЫ 250 МЛ
И СМЕННЫЕ БАЛЛОНЫ

3 SKU:
СВЕЧИ



3 SKU: БАЛЛОНЫ
300 МЛ



5 SKU: НОВЫЕ АРОМАТЫ
ТРИГГЕРЫ 250 МЛ И 300 МЛ



3 SKU: ВОДНЫЕ
СПРЕИ 300 МЛ



3 SKU: АРОМА
ДИФФУЗОРЫ

НОВЫЕ ФОРМЫ И АРОМАТЫ



НОВЫЕ ПРОДУКТЫ: ВОДНЫЕ ОСВЕЖИТЕЛИ И ДИФФУЗОР



АССОРТИМЕНТ КОНДИЦИОНЕРОВ И ГЕЛЕЙ: 20 SKU



5 АРОМАТОВ = 5 ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СЕГМЕНТОВ

- Сирень и тонка: для деликатных тканей
- Клевер и роса: для цветных вещей
- Орхидея и амбра: для светлых вещей
- Ландыш и мускус: универсальный
- Хлопок и мускус: для темных вещей

5 АРОМАТОВ

- Жасмин, ландыш, мускус
- Лаванда, сандал, лемонграсс
- Миндаль, пачули, корица
- Ваниль, персик, амбра
- Яблоко, цветы, амбра



ПРЕИМУЩЕСТВА КОНДИЦИОНЕРОВ ARLUNI

ЛИДЕРЫ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ: ТОП-10 НА WB И OZON

- Более 10 тысяч отзывов, средняя оценка 4,8
- Деликатные ароматы, необычные сочетания
- Эффективные формулы: смягчение тканей, стойкая ароматизация и свежесть белья, антистатический эффект
- Стильный, современный дизайн
- Удобный формат упаковки: мерный колпак, бутылка с ручкой





ПРЕИМУЩЕСТВА ГЕЛЕЙ ДЛЯ СТИРКИ ARLUNI

- Эффективные формулы: удаляют загрязнения, сохраняют структуру тканей
- Деликатные ароматы, необычные сочетания
- Стильный, современный дизайн
- Демократичная цена
- Удобный формат упаковки: мерный колпак, бутылка с ручкой



РАЗВИТИЕ АССОРТИМЕНТА: НОВЫЙ ОБЪЕМ 1Л

ЯНВАРЬ 2024



РРЦ: 699 руб.

КАНИСТРА 5 ЛИТРОВ



РРЦ: 399 руб.

БУТЫЛКА 2 ЛИТРА



РРЦ: 299 руб.

НОВЫЙ ОБЪЕМ: 1 ЛИТР



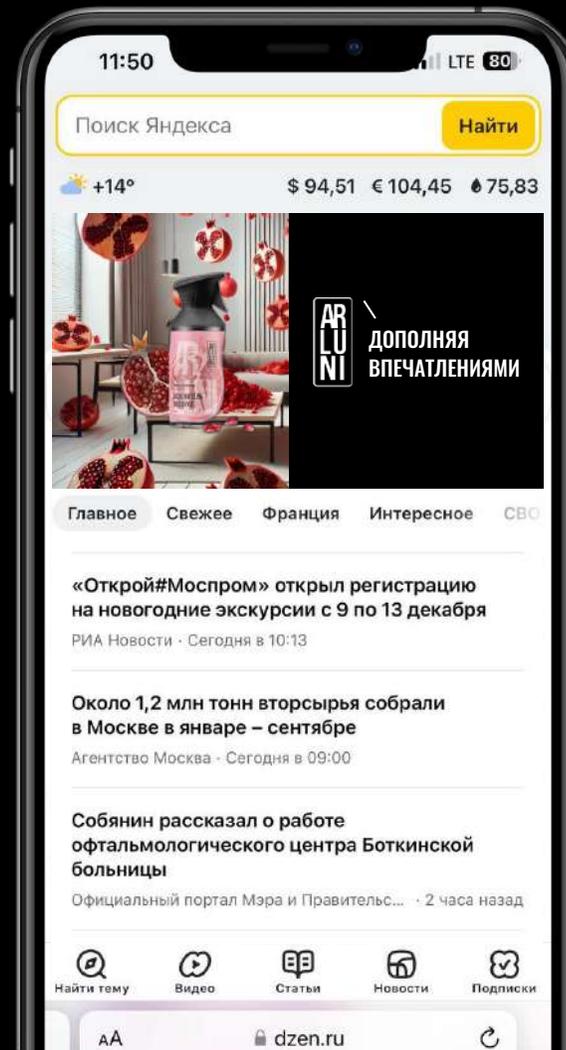
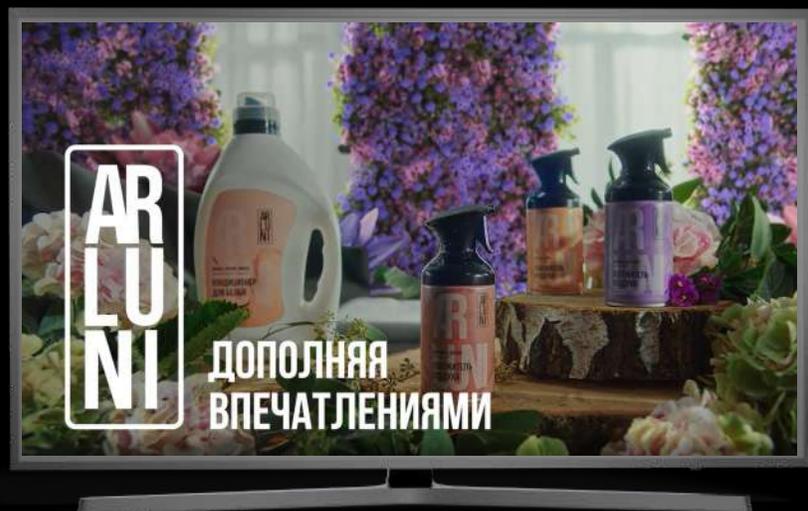
MARKETINGOVAYA
PODDERZHKA

ARLUNI – БРЕНД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Запуск ТВ-рекламы в горячий сезон на федеральных каналах

Период: 1 ноября-14 декабря 2024

Охват: **17 млн** представителей ЦА



+ Маркетинговая поддержка в digital:

Кампания, нацеленная на охваты и продажи: OLV, баннерная реклама и сотрудничество с блогерами

ТВ РОЛИК ARLUNI

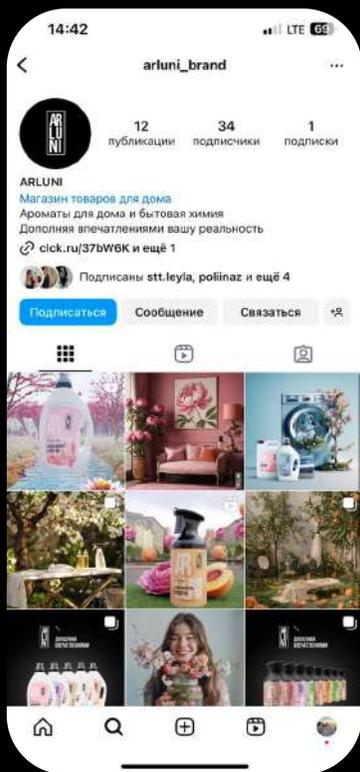


ПРОВЕДЕНИЕ АКТИВНЫХ КАМПАНИЙ С БЛОГЕРАМИ



СОЦ. СЕТИ

Ролики и картинки генерирует искусственный интеллект



DIGITAL ИГРА

Нейросеть изобразила, какие ассоциации вызывают ароматы ARLUNI. Разгадайте аромат, дополните атмосферу помещения и заберите подарок!



[Ссылка на игру](#)





КЕЙС

КЕЙС



Часть 1: Маркетинговые спецпроекты

1.1. Предложите 2-3 релевантных бренду спецпроекта, вовлекающих целевую аудиторию, основанных на частичном использовании искусственного интеллекта. Опишите механику спецпроектов.

1.2. Опишите, какую выгоду сможет получить пользователь от взаимодействия с брендом во время спецпроектов, а какую выгоду – сам бренд.

1.3. Конкретизируйте ЦА каждого спецпроекта.

1.4. Продумайте KPI - ключевые индикаторы эффективности, по которым можно будет оценить результаты спецпроектов.

Спецпроект – любая нестандартная коммуникация бренда, направленная на поддержку и реализацию задач. Это может быть необычная механика акции, ивент, коллаборация или даже игра. Например, чтобы усилить ассоциацию бренда с нейросетями, ARLUNI на [специальном лендинге](#) предлагал пользователям угадать аромат Освежителя воздуха из ассортимента по картинкам, сгенерированным ИИ. За отгаданные 3/6/9 ароматов пользователь получал скидку 5%/10%/15% на товары ARLUNI.

КЕЙС



Часть 2: Инновации в категориях

2.1. Для основных категорий бренда (освежители воздуха и средства для стирки) предложите 2-3 релевантных бренду новинки, инновации или обновления— это может быть новый аромат, совсем новый продукт, новый функционал средства или обновления в упаковке.

2.2. Приведите аргументы и обоснования в пользу того, что предложенные в 2.1 новинки, инновации или обновления повысят продажи бренда.

2.3. Предположите, какой может быть количественная оценка эффективности предложений из пункта 2.1 (в процентах или в абсолютном значении). Аргументируйте предположения любыми релевантными данными из открытых источников или используйте исследования, где потребители поделились своими потребностями в новинке/инновации/обновлении.

Пожалуйста, оформите свою работу по двум частям кейса в объёме до 15 слайдов в формате pdf.