



Универсиада по маркетингу Кейс отборочного этапа

НОВОЕ ДЕО



2026 год

НЕМНОГО О ФИЗИОЛОГИИ

Потоотделение – естественный точно контролируемый процесс в организме жизненно необходимый для его охлаждения – ведь если бы не существовало такой терморегуляции, то при физических нагрузках температура повышалась бы на 1°C каждые 5 минут и через 30 минут достигла бы критической температуры 42 градуса.

Все люди потеют

Вне зависимости от возраста, половой или расовой принадлежности

Когда начинается потоотделение?

Мы начинаем потеть вскоре после рождения.

Что инициирует активное потоотделение?

Эмоции, психическое напряжение
Повышение температуры окружающей среды, физические нагрузки

Главные причины использования ДЕО: БОРЬБА С ЗАПАХОМ И ПОТОМ

Женщины больше обращают внимание на влагу и пятна
Мужчины важно замаскировать запах, часто используют вместо парфюма

Главные барьеры категории

«Мне достаточно душа...»
«Я не пахну..»
«Ненатурально и небезопасно»

АНТИПЕРСПИРАНТ И ДЕЗОДОРАНТ: В ЧЁМ РАЗНИЦА?

Антиперспиранты – косметические средства личной гигиены для безопасного и эффективного контроля потоотделения и запаха тела, представленные в настоящее время на рынке в удобных для потребителя форматах аппликатора: **аэрозоль, карандаш, ролик, крем, гель и др.** Они бережно относятся и к коже тела, и к одежде.

Часто термины «антиперспирант» и «дезодорант» используются как взаимозаменяемые, но в действительности **они относятся к разным по действию продуктам.**

Антиперспиранты контролируют уровень потоотделения и неприятного запаха двусторонне:

- 1) предотвращают появление пота на поверхности кожи подмышек
- 2) подавляют жизнедеятельность бактерий, которые являются причиной неприятного запаха, за счет действия антибактериальных компонентов.

Дезодоранты отличаются от антиперспирантов тем, что они содержат только антибактериальные компоненты для защиты от неприятного запаха, но не контролируют потоотделение.

ФОРМАТЫ ДЕЗОДОРАНТОВ И АНТИПЕРСПИРАНТОВ



Шариковый антиперспирант приятно использовать: дешев, очень компактен, приятно массирует и освежает кожу, skin-friendly, но слегка влажный и липкий слой на поверхности кожи требует некоторого времени для высыхания, оставляет мало следов на коже и одежде.



Антиперспирант-карандаш – это твердый формат продукта, с наибольшей поверхностью нанесения. Это высокоэффективный, экономный и практичный формат, который легко и равномерно распределяется по поверхности кожи, оставляя ощущение мягкой сухости, но иногда этот слой продукта может быть отслаивающимся, а восковые отложения на коже и одежде могут усугублять проблему белых следов.



Антиперспирант-аэрозоль – сам баллон достаточно больших размеров, что часто не позволяет взять его с собой. Баллон перед каждым использованием необходимо встряхивать. Внутри баллона – газ под давлением, поэтому антиперспирант-аэрозоль следует оберегать от действия прямых солнечных лучей и нагревания свыше 50°C. Несоблюдение этих правил хранения могут привести к взрыву. Имеет склонность оставлять порошкообразные отложения на коже и одежде.



Антиперспирант-крем хорошо впитывается в кожу, оставляя на коже ощущение бархатистости, не сушит кожу, ультра-эффективен от пота и запаха.

ИСТОРИЯ БРЕНДА REXONA

- ✓ В 1908 году в Австралии появилось мыло под брендом Rexona
- ✓ В 30-е годы Lever Bros. приобрела бренд Rexona
- ✓ В 60-е году в Англии впервые запущены антиперспиранты под брендом Sure



ЛОКАЛИЗАЦИЯ
БРЕНДА В Q4'24



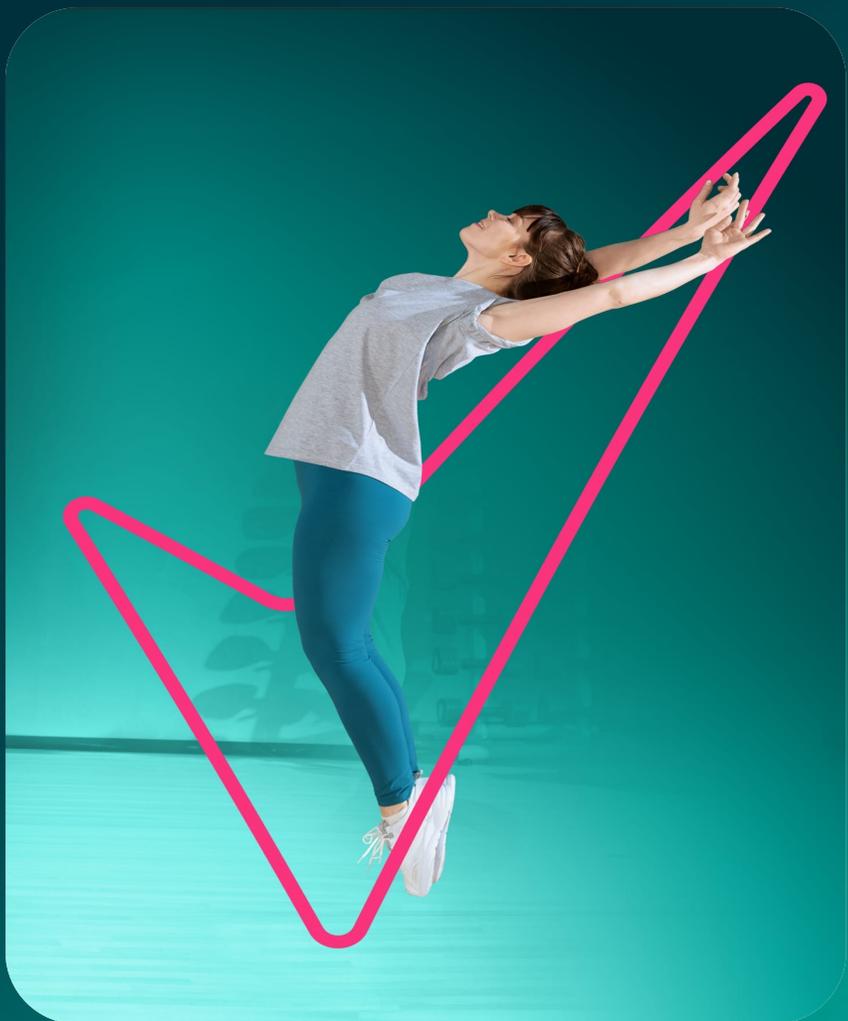
Rexona®



Рексона®



МИССИЯ БРЕНДА



МЫ СЧИТАЕМ, ЧТО ДВИЖЕНИЕ — ДЛЯ ВСЕХ

Независимо от пола, способностей тела, температуры за окном или места проживания. Ничто не должно тебя останавливать!

Вот почему мы делаем все возможное, чтобы мир начал двигаться и поддерживал это движение. От разработки технологий совершенной защиты от пота и запаха до вдохновения людей на поиск новых способов добавлять движение в каждый день.

НА РЫНКЕ С 1908 ГОДА

Твоё движение вдохновляет нас на создание новых технологий для надежной защиты от пота и запаха. Наш символ в форме галочки - это символ уверенного движения и знак того, что нам доверяют миллионы людей во всем мире. Антиперспиранты Рексона работают так же усердно, как и ты. Двигайся без ограничений. Мы не подведём.



ХАРАКТЕР БРЕНДА

СИЛЬНЫЙ И СМЕЛЫЙ

Мы говорим то, что думаем.
И мы думаем, что говорим.
Наша искренность обеспечивает
нам доверие и поддержку.

- ✓ Однозначный
- ✓ Напористый
- ✓ Прямолинейный
- ✓ Целеустремленный

ЗАРАЗИТЕЛЬНАЯ ЭНЕРГИЯ

Захватывающая, динамичная,
позитивная энергия, которая
приводит наших покупателей
в восторг.

- ✓ Увлекающий
- ✓ Вдохновляющий
- ✓ Быстро развивающийся
- ✓ Динамичный

**РЕКСОНА
ВЕРИТ
В СПОСОБНОСТЬ
ДВИЖЕНИЯ
ПРЕОБРАЖАТЬ ЖИЗНИ,
ХОТЯ УВЕРЕННОСТЬ
В ДВИЖЕНИИ
ЕСТЬ НЕ У ВСЕХ**

**ЧТО ДЕЛАЕТ НАС
ЕДИНСТВЕННЫМИ
В СВОЕМ РОДЕ**

В ДНК нашего бренда встроены три идеи.
Вся, что мы говорим, делаем, показываем,
должно отражать эти идеи. Потому что когда мы
что-то говорим, мы не просто говорим...
Когда мы говорим, мы прыгаем, приседаем,
бежим, твеем, толкаем!

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
УВЕРЕННОСТЬ
ДВИЖЕНИЕ**



**МЫ
БОРЕМСЯ
ЗА: МИР, В КОТОРОМ У КАЖДОГО
ЕСТЬ УВЕРЕННОСТЬ
ДВИГАТЬСЯ БОЛЬШЕ**

**МЫ
БОРЕМСЯ
ПРОТИВ: ОБЩЕСТВЕННЫХ
СТАНДАРТОВ, МЕШАЮЩИХ
ЛЮДЯМ ДВИГАТЬСЯ**



ЛИНЕЙКИ БРЕНДА

Защита 72 часа



НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ АНТИПЕРСПИРАНТОВ

Благодаря уникальным разработкам Рексона на протяжении 30 лет и формуле, активированной с кальцием и глицином, дезодорант работает стабильно 72 часа.²

Мы получили 17 патентов.

Для подтверждения эффективности технологии было проверено более 3000 покупателей, проведены клинические тестирования, и даже специальные тесты в "горячих" комнатах.

Эффективность защиты non-stop доказана более чем 200 клиническими тестами.

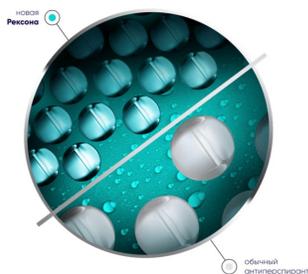
ИННОВАЦИОННАЯ МИКРОТЕХНОЛОГИЯ РЕКСОНА

СОЗДАЁТ НЕВИДИМЫЙ БАРЬЕР
ОТ ПОТА И ЗАПАХА

72 ЧАСА

АКТИВНОЙ ЗАЩИТЫ³

Никакого запаха пота - только приятный аромат свежести.



Клиникал



Линейка Клиникал дает самую длительную защиту² – до 96 часов.

И в 3х раза эффективнее базового антиперспиранта.¹

Усиленная формула **Defence+** регулирует повышенное потоотделение в любых ситуациях.

Для подростков

ТВОЙ ПЕРВЫЙ АНТИПЕРСПИРАНТ



Разукрась свой день, выбери, каким он будет. Тренировка в парке на улице? А может, урок танцев? Почувствуй свободу, откройся новым возможностям!

Что бы ты ни выбрала, твоя одежда всегда будет под защитой. С Рексона ты будешь уверена в себе в любой ситуации.

УВЕРЕННОСТЬ НА 48 ЧАСОВ¹

Будь собой: учишься, танцуешь, дружишь, тренируешься — Рексона обеспечит надежную защиту от пота и неприятного запаха на 48 часов. Будь уверена в каждом своем движении!

ВЫБИРАЙ СВОЙ ПЕРВЫЙ АНТИПЕРСПИРАНТ



Минеральная

ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

Рексона «Минеральная» высыхает всего за 3 секунды¹ и оставляет приятное ощущение на коже, без липкости и следов на одежде.

Антиперспирант с усиленной формулой действует в течение 72 часов² без необходимости повторного нанесения. Дерматологически протестировано.

Чем больше двигаешься, тем сильнее защита.



МИНЕРАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС

Высыхает за 3 секунды после нанесения¹

72 ЧАСА НОН-СТОП²

Усиленная защита от пота и запаха

НОВАЯ СЕНСОРИКА

Придает бархатное ощущение коже

ДЫШАЩИЙ МИКРОБАРЬЕР

Не забивает поры и создает защитный слой

ЛЕГКИЙ СВЕЖИЙ АРОМАТ

КОКОС ФРЕЗИЯ



«Минеральная пудра» имеет свежий цветочный аромат фрезий с нежным оттенком кокосовой воды. Антиперспирант обладает легким ароматом, не перебивает парфюм.

Почувствуй уверенность в каждом шаге!



ЛИНЕЙКИ БРЕНДА

Ультра невидимая

УЛЬТРА НЕВИДИМАЯ

3в1 **НЕТ ПЯТЕН**¹
НЕТ ПОТА
НЕТ ЗАПАХА



НА ОДЕЖДЕ ЛЮБОГО ЦВЕТА



НА ЧЕРНОМ, БЕЛОМ И ЦВЕТНОМ

НЕТ ПЯТЕН

²

Инновационная технология сохраняет вещи любого цвета и предотвращает появление белых следов и желтых пятен.

Мы снизили на 25% содержание солей алюминия,³ являющихся основной причиной возникновения пятен. А еще в состав антиперспиранта добавлен маскирующий компонент.

Это позволяет новой Рексоне создавать и поддерживать Ультраневидимый эффект. Как бы ты ни двигался, будь уверен в защите с Рексонею.

Парфюмированная

ПАРФЮМИРОВАННАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

ВЫБЕРИ СВОЙ АРОМАТ УВЕРЕННОСТИ

ЗАЩИТА ОТ ЗАПАХА И ПОТА НА 72 ЧАСА¹

О коллекции

К продуктам



ВЫБИРАЙ АРОМАТЫ ПОД НАСТРОЕНИЕ КАЖДЫЙ ДЕНЬ!

- Спрей с усиленной формулой* защищает от запаха и пота в течение 72 часов¹
- Коллекция создана совместно с ведущими парфюмерными домами
- Рексоне Perfume² имеет стойкий шлейфовый аромат



ЛИНЕЙКИ БРЕНДА

Для всего тела

НОВАЯ РЕКСОНА

ГДЕ БЫ ТЫ НИ ПОТЕЛ, ВЫБИРАЙ РЕКСОНУ ДЛЯ ВСЕГО ТЕЛА

[О линейке](#) [К продуктам](#)

**СВЕЖЕСТЬ
НА ВСЬ ДЕНЬ²**

для шеи и спины

для ладоней

под грудью

для подмышек

под коленями

для внутренней поверхности бедра

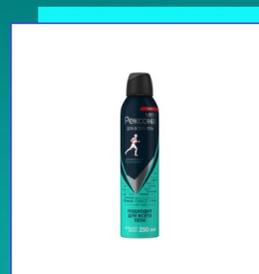
для пяток и стоп

подходит для всего тела

подходит для всего тела

подходит для всего тела

ПОПРОБУЙ НОВИНКУ: РЕКСОНА ДЛЯ ВСЕГО ТЕЛА



Рексона Мел дезодорант-антиперспирант мужской спрей для всего тела 250 мл



Рексона дезодорант-антиперспирант женский спрей для всего тела 250 мл



Рексона дезодорант-антиперспирант женский твердый стик для всего тела 50 мл



ТЕКУЩИЕ КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ - ЧАСЫ

48ч ЗАЩИТЫ
ОТ ЗАПАХА

13
CM



✓ Защита антиперспиранта 48ч — клинически подтверждена хот рум тестом

Продолжительность защиты на 48, 72 и 96 часов стала для потребителей привычным и понятным показателем эффективности антиперспирантов. При этом заявления о защите более 100 часов уже воспринимаются как избыточные и нереалистичные, поскольку подразумевают отсутствие гигиены на протяжении более четырёх суток.

Это поднимает вопрос о том: **какой критерий эффективности может стать следующим стандартом в будущем, помимо количества часов?**

72 ЧАСА
АКТИВНОЙ
ЗАЩИТЫ²



УСИЛЕННЫЙ БАРЬЕР ОТ ПОТА И ЗАПАХА

Антиперспиранты Rexona надежно защищают от неприятного запаха и следов пота в течение 72 часов². Они хорошо держатся на теле, легкий аромат не перебивает духи и парфюм.

Выбирай модные образы, одевайся под настроение и двигайся без стеснений.

Узнай больше

Узнай больше

96ч
ЗАЩИТЫ
ОТ ПОТА



11.5
CM

КЛИНИКАЛ — защита от запаха и пота, не оставляет следов на одежде.
УСИЛЕННАЯ ЗАЩИТА 72 ЧАСА — клинически подтверждена хот рум тестом.
Без запаха — антиперспирант, который не перебивает духи и парфюм.
96 ЧАСОВ ЗАЩИТЫ ОТ ПОТА — клинически подтверждено.

ЗАДАЧА

Определить, каким будет **НОВОЕ ДЕО** – Рексона следующего поколения. Рексона **NEXT GENERATION**

Разработать концепцию **Рексона Next Generation** — следующего поколения бренда Рексона, которое переопределяет саму логику защиты от запаха и пота.

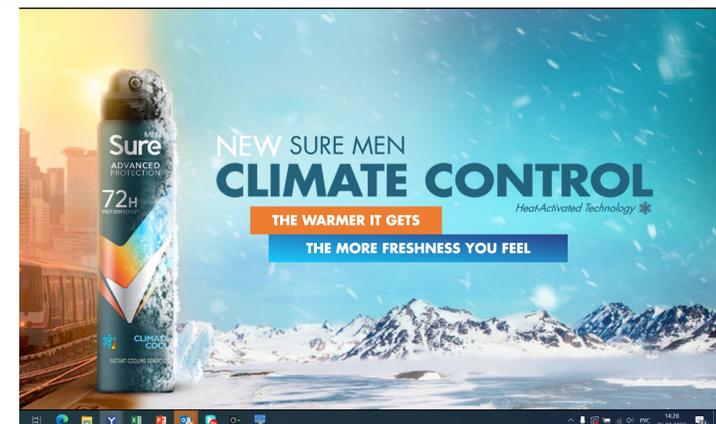
Необходимо **выйти за рамки существующего критерия эффективности в виде «количества часов защиты»** и предложить новый, принципиально иной критерий ценности, который может стать **новым стандартом категории**.

Исходя из того, что Рексона является экспертом в области уверенности, контроля запаха и защиты от пота, необходимо определить, какую дополнительную роль бренд может взять на себя, какую новую потребность закрыть и какую ценность предложить, которой сегодня нет на рынке.

В рамках задачи следует посмотреть на проблему шире и глубже: если причиной неприятного запаха являются бактерии, необходимо исследовать альтернативные, нетрадиционные решения, выходящие за рамки классических форматов спреев, роликов и стиков, включая новые технологии, форматы, ритуалы или сервисные модели.

Результатом должна стать **концепция инновации**, которая не улучшает существующий продукт, а **меняет правила игры в категории и формирует новое представление** о том, что такое защита от запаха и пота в современном мире. Новое решение должно иметь потенциал на массовость.

Ответьте на вопросы, представленные на слайдах ниже.



NEW Degree MEN STEALTH GEL

BREAKTHROUGH INVISIBLE GEL
3X ANTI-STAIN PERFORMANCE
3X ANTI-SWEAT PERFORMANCE



КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

Отразите прямых, косвенных конкурентов Рексона

Проведите сравнительный анализ (benchmarking)

Составьте карту позиционирования Рексоны + ключевых конкурентов

ПРОБЛЕМА, ПОТРЕБНОСТЬ И РЕШЕНИЕ

Укажите основные тренды в категории

Опишите проблему на рынке

Основные боли и неудобства потребителей по форматам

Ключевой инсайт потребителей

Потребность, которую закрывает инновация

ПРОДУКТ И СУТЬ ИННОВАЦИИ

Опишите инновационный продукт, его основные характеристики, принцип работы, УТП, ценностное предложение

Подробно опишите целевую аудиторию инновации

Опишите конкурентные преимущества инновации и дифференциацию

SUMMARY МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ

Заполните *summary* маркетинговой концепции.

	Основные вопросы для ответа
1. Описание продукта/концепции	Что это за продукт? Какой у него формат продукта/аромат/формат упаковки? Какая основная мысль этой концепции/продукта в общих словах?
2. Кто наш потребитель, его проблема/боль	С какими проблемами/болями потребитель сталкивается в данной категории/сегменте? Что особенно его беспокоит, для какой боли у него нет решения? Для какой боли есть решение, однако оно боль не закрывает/не до конца закрывает?
3. Пользовательская ценность	За какие бенефиты потребитель скажет продукту «ДА!». В чем ценность данного продукта для потребителя? Тот человек, который им непосредственно пользуется
4. Кто конкуренты и почему мы лучше конкурентов	Основные конкретные преимущества в сравнении с конкурентами, может быть какие-то спец ингредиенты/технологии и тп. Напишите несколько брендов конкурентов, с которыми вы сравниваетесь.
5. Ключевые УТП (фишки продукта)	Основные RTB продукта, уникальные бенефиты/фишечки/технологии
6. Какие есть риски и ограничения у продукта	С какими проблемами продукт не справится или не должен справляться?
7. Почему его будут брать	За какие бенефиты покупатель скажет продукту «ДА!». В чем ценность данного продукта для покупателя? Тот человек, который непосредственно покупает продукт и стоит у полки
8. Актуальность	Отвечает ли продукт каким-то трендам?

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ

Сделайте визуализацию инновации (создание картинки, мудборда, скетчей)

Допускается использование нейросетей для визуализации информации и изображений.

В обязательном порядке требуется:

- указать название нейросети*
- привести используемый промпт*

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Опишите стратегию вывода инновации на рынок

Каналы продвижения

Коммуникационную стратегию

Этапы маркетингового запуска

План и бюджет на маркетинг на 1 год

Требования к оформлению кейса

1. Максимальное количество слайдов - 12, включая титульный слайд и заключительный
2. Заключительный слайд должен содержать:
 - перечень источников данных и информации (ссылки)
 - указание используемых нейросетей и промтов, применённых для визуализации (изображения, графика и т.д.)
3. На соответствующих слайдах необходимо указывать источники информации, если используются данные из открытых источников.
4. Допускается использование нейросетей исключительно для визуализации информации и изображений. В обязательном порядке требуется:
 - указать название нейросети
 - привести используемый промт
5. Ссылки на Яндекс-диск, Гугл-диск или иные внешние источники не рассматриваются членами жюри при оценке решения кейса