КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

FITONAUKA & FITPILLS

ДВА СОВРЕМЕННЫХ РЕШЕНИЯ

ДЛЯ ДЕТСКОЙ ВИТАМИННОЙ КАТЕГОРИИ

ПРОДУКТЫ, КОТОРЫЕ ОБЪЕДИНЯЮТ **ИНТЕРЕС РЕБЕНКА** И **ДОВЕРИЕ РОДИТЕЛЯ**



ЛИНЕЙКА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

СИКСЭВЭН & 67

Большинство детских БАД конкурируют составами. Мы решили добавить **еще один фактор выбора.**



Сегодня название **СИКСЭВЭН (67)** уже стало частью современной интернет-культуры и хорошо знакомо детям и подросткам.

Мы использовали этот культурный феномен не ради тренда, а **чтобы привлечь внимание ребенка к действительно полезному продукту.**

Так появились современные детские БАД, в которых узнаваемое название сочетается **с качественным составом и понятной пользой для родителей.**

То, что раньше существовало только в цифровой среде, стало дополнительной точкой внимания к продукту на полке и помогает выделяться среди однотипных предложений категории.



ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ

Большинство детских БАД выбирает только родитель. Для ребенка это просто «нужно выпить витамины», поэтому интерес к продукту обычно отсутствует, а прием нередко превращается в уговоры.

Мы изменили саму механику выбора

СИКСЭВЭН & 67

РЕБЕНОК

- узнает название
- проявляет интерес
- хочет попробовать



РОДИТЕЛЬ

- оценивает состав
- убеждается в качестве
- принимает решение о покупке



Мы не заменяем рациональный выбор родителя.
Мы усиливаем его интересом ребенка.

Именно сочетание этих двух факторов помогает продукту **выделяться в категории и создает дополнительный потенциал для продаж.**

ПОЧЕМУ ЭТО ВЫГОДНО ВАМ

ВЫШЕ ВЕРОЯТНОСТЬ ВЫБОРА
→ интерес ребенка дополняет рациональный выбор родителя.

ВЫДЕЛЯЮТСЯ НА ПОЛКЕ
→ современная концепция и узнаваемые названия помогают привлечь внимание среди однотипных продуктов категории.

ФОРМИРУЮТ ДОВЕРИЕ
→ качественные составы и понятное позиционирование соответствуют ожиданиям родителей.

РАСШИРЯЮТ КАТЕГОРИЮ
→ два самостоятельных продукта закрывают разные покупательские сценарии и не конкурируют между собой.

СОЗДАЮТ ПОТЕНЦИАЛ ПОВТОРНЫХ ПОКУПОК
→ интерес ребенка и комфортный формат приема способствуют регулярному спросу.

УСИЛИВАЮТ КОММЕРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАТЕГОРИИ
→ помогают расширять аудиторию покупателей и увеличивать потенциал продаж.

Мы предлагаем не просто новые продукты, а современную ассортиментную концепцию, которая помогает привлекать внимание покупателей, усиливать категорию и создавать дополнительный коммерческий потенциал.

67 ОТ FITONAUKA

ЕЖЕДНЕВНАЯ ВИТАМИННАЯ ПРИВЫЧКА

Современный мультивитаминный комплекс в формате жевательных мармеладных конфет для ежедневной витаминно-минеральной поддержки детей старше 3 лет. Продукт сочетает удобный ежедневный прием, узнаваемую концепцию и востребованный состав.

ПОЧЕМУ ИМЕННО 67

67

67 мармеладок в упаковке

1

1 мармеладка в день

вкусный формат, понятный ребенку



2+

более двух месяцев ежедневного приема*

число, которое стало частью концепции продукта



67 ОТ FITONAUKA

ЕЖЕДНЕВНАЯ ВИТАМИННАЯ ПРИВЫЧКА

16 ВИТАМИНОВ И МИНЕРАЛОВ

A E B D_3 C Zn I

ключевые компоненты

- витамины A, C, D3, E и K1
- полный комплекс витаминов группы B
- цинк • йод • селен
- фолиевая кислота
- экстракты бузины, облепихи, шиповника, черники и брусники

КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОДУКТА

- понятный ежедневный сценарий покупки
- высокая востребованность категории детских мультивитаминов
- современный формат, повышающий интерес ребенка к продукту
- узнаваемая концепция, помогающая выделиться среди однотипных продуктов категории
- потенциал повторных покупок благодаря ежедневному применению

СИКСЭВЭН ОТ FITPILLS

СИКСЭВЭН

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ДЕТСКИХ МУЛЬТИВИТАМИНОВ

Современный комплекс жевательных таблеток, который сочетает витамины, минералы и компоненты микробиома в одном продукте.

ПОЧЕМУ ИМЕННО СИКСЭВЭН

- 67 мармеладок в упаковке
- 3 уровня поддержки в одном продукте
- удобный формат жевательных таблеток
- веганская формула
- Halal
- современная узнаваемая концепция





СИКСЭВЭН
ОТ FITPILLS

СИКСЭВЭН

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ДЕТСКИХ МУЛЬТИВИТАМИНОВ

12 ВИТАМИНОВ И МИНЕРАЛОВ + МИКРОБИОМ

Витамины и минералы
витамины C • D3 • E • K1
комплекс витаминов группы B
магний • цинк • йод • хром



3 компоненты микробиома
- Bifidobacterium animalis subsp. lactis
- Lactobacillus acidophilus
- Lacticaseibacillus rhamnosus



Пребиотик
ФОС (фруктоолигосахариды)



КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОДУКТА

расширяет ассортимент категории детских мультивитаминов

выделяется современной функциональной формулой

формирует два разных сценария покупки вместе с продуктом **67**

повышает ценность предложения внутри категории

сочетает витамины, минералы, компоненты микробиома и пребиотик в одном продукте

ДВА САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ SKU –

ОДНА АССОРТИМЕНТНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Вы получаете два самостоятельных SKU, которые не конкурируют между собой, расширяют ассортимент категории и позволяют охватить больше покупательских сценариев.



- → разные покупательские потребности
- → разные сценарии выбора
- → расширение охвата покупателей внутри категории
- → единая современная концепция

ПРОДУКТЫ, КОТОРЫЕ ЗАМЕТНЫ

ЕЩЕ ДО ТОГО, КАК ПОКУПАТЕЛЬ НАЧАЛ СРАВНИВАТЬ СОСТАВЫ

- → современная концепция
- → узнаваемые названия
- → удобные детские форматы
- → понятное позиционирование
- → два самостоятельных сценария покупки



СИКСЭВЭН

FITONAUKA & FITOPILLS

МЫ СОЗДАЕМ ПРОДУКТЫ, КОТОРЫЕ ПОКУПАТЕЛЬ ПОНИМАЕТ И ХОЧЕТ ВЫБРАТЬ

- **более 6 лет** на российском рынке
- собственные продуктовые концепции
- научно обоснованные формулы
- сотрудничество с проверенными производственными партнерами
- полный комплект разрешительной документации
- бренды, созданные с учетом реального поведения покупателей



для нас важно не просто вывести новый продукт на рынок, а создать решение, которое будет **востребовано покупателем и эффективно работать на полке.**

МЫ ПОДДЕРЖИВАЕМ ПРОДАЖИ

продвижение на маркетплейсах

социальные сети

работа с блогерами

POS-материалы

сезонные активности

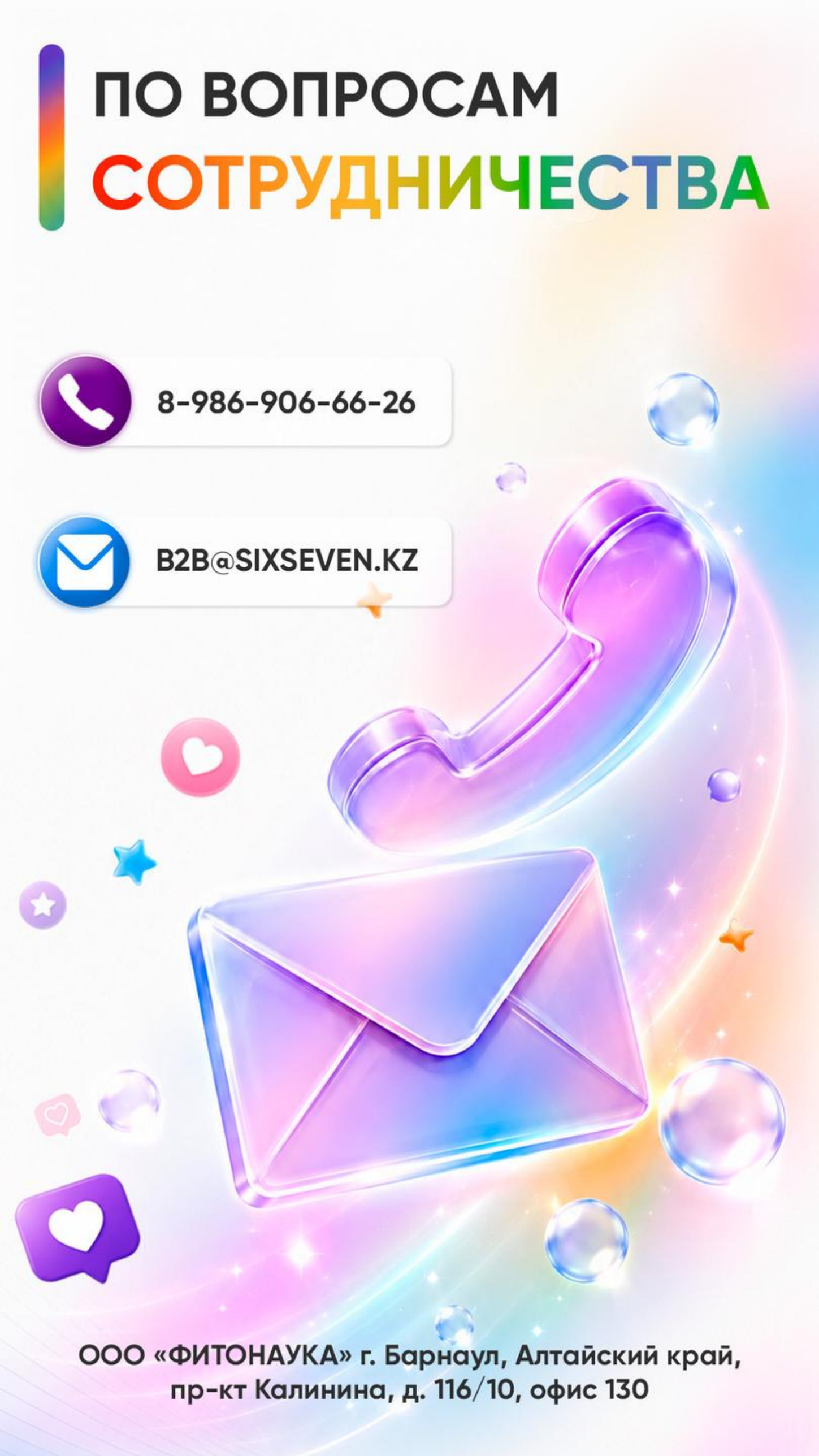
СИКСЭВЭН



ПО ВОПРОСАМ СОТРУДНИЧЕСТВА

8-986-906-66-26

B2B@SIXSEVEN.KZ



ООО «ФИТОНАУКА» г. Барнаул, Алтайский край,
пр-кт Калинина, д. 116/10, офис 130

СИКСЭВЭН & 67



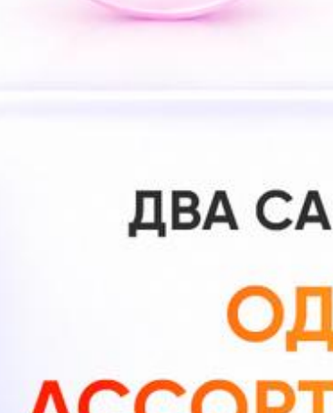
&

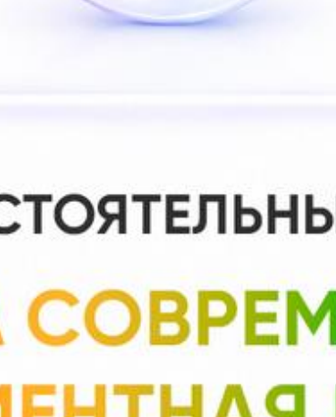


→ ИНТЕРЕС РЕБЕНКА

→ ДОВЕРИЕ РОДИТЕЛЯ

→ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОСТА ПРОДАЖ







ДВА САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТА

ОДНА СОВРЕМЕННАЯ АССОРТИМЕНТНАЯ КОНЦЕПЦИЯ