



Маркетинг план компаније „Еликсир Воћко“

Аутори:

Чланови тима „Трио Фантастико“

Кристина Варга

Марија Васиљевић

Милица Мартић

У Кули, март 2018. године

Садржај

Кратак резиме.....	3
Увод.....	4
Производ.....	6
Цена.....	11
Дистрибуција.....	14
Промоција.....	15

Кратак резиме

У досадашњем пословању компанија „Еликсир“ се бавила производњом искључиво воћних сокова и џемова и представља једну од десет највећих компанија у Србији које се баве оваквом врстом делатности.

У првим годинама пословања, компанија је бележила само раст продаје. Међутим, последњих пет година тржишно учешће компаније опада због конкуренције која производи сокове са 100% воћа. Компанија „Еликсир“ је припојила аквизицијом предузеће „Воћко“ које поседује своје воћњаке и самим тим обезбедила себи сигуран извор сировина. Променила је назив у „Воћко Еликсир“.

Пред менаџмент тимом компаније се појавио проблем који се морао решити што пре како компанија не би и даље бележила пад тржишног учешћа и продаје. Донета је одлука да се компанија прилагоди тржишту и да почне да производи органску храну за бебе (кашице) и сокове за бебе, као и сокове са 100% воћа које могу да користе и дијабетичари и да се џемови производе само од воћа које је органски узгајано са процентом шећера и пектина дозвољеним за дијабетичаре.

Циљ компаније је да за три године постане водећи произвођач органске хране за бебе и сокова за дијабетичаре на територији Србије захваљујући томе што ће остварити европске стандарде квалитета, а дугорочни циљ је излазак на тржиште земаља у окружењу и земаља Европске Уније.

Из асортимана компаније се издвајају органске кашице за бебе, сокови за бебе и одрасле, погодни за дијабетичаре и традиционални џемови са мањом количином шећера и пектина. Издваја се и амбалажа сока за бебе, која има могућност стављања цуцле.

Цене више од цена конкурената су допринеле да се добар квалитет оправда и високом ценом. И обрнуто! Циљна група купаца су млади брачни парови (за своје бебе као потрошаче), дијабетичари и сви људи који мисле на своје здравље и поштују еколошке принципе.

Промоција је интензивна првих шест месеци због чињенице да је компанија стагнирала један период и које је и довело до високог позиционирања на тржишту Србије.

Велику предност за компанију „Еликсир Воћко“ представљају разрађени канали дистрибуције, тако да се производи наше компаније могу наћи у свим боље снабдевеним малопродајним и велепродајним објектима широм земље, а производи за бебе и у апотекама.

Увод

Предузетнички пројекат је уобличен на темељу идеје менаџмент тимова компанија „Еликсир“ и „Воћко“ да изврше аквизицију предузећа „Воћко“ од стране компаније „Еликсир“. Реч је о тзв. пријатељској аквизицији јер су обе стране сагласне да се спроведе ова пословна комбинација.

У досадашњем пословању компанија „Еликсир“ се бавила производњом искључиво воћних сокова и џемова. По подацима добијеним истраживањем тржишта од стране независне маркетиншке куће, компанија „Еликсир“ представља једну од десет највећих компанија у Србији које се баве оваквом врстом делатности.

У првим годинама пословања, компанија је бележила само раст продаје. Међутим, последњих пет година тржишно учешће компаније опада. Детаљном анализом је утврђено да је један од главних разлога за пад продаје појава конкуренције која се бави производњом исте врсте производа, али са већим уделом воћа у самим производима. Тај удео достиже и савршених 100%.

Пред менаџмент тимом компаније „Еликсир“ се појавио проблем који се морао решити што пре како компанија не би и даље бележила пад тржишног учешћа и продаје. Донета је одлука да компанија почне да производи **органску храну за бебе (кашице) и сокове за бебе, као и сокове са 100% воћа које могу да користе и дијабетичари и да се џемови производе само од воћа које је органски узгајано са процентом шећера и пектина дозвољеним за дијабетичаре.**

После разматрања две опције, менаџери су одлучили да се спроведе аквизиција над предузећем „Воћко“. Предузеће „Воћко“ се бави производњом сировог воћа. Капацитети предузећа „Воћко“ у потпуности задовољавају потребе компаније „Еликсир“ за сировинама. Ако на ову чињеницу додамо и податак да у предузећу „Воћко“ раде посвећени и лојални радници са великим искуством, менаџери компаније „Еликсир“ су сигурни да су донели исправну одлуку. Осим што ће се трошкови материјала овом аквизицијом умногоме смањити, ова аквизиција ће омогућити да се добију искусни радници који ће бити постављени на одговорна места.

Аквизитер „Еликсир“ је донео одлуку да се уз назив своје компаније дода и назив аквизитираног предузећа „Воћко“, тако да се нова компанија зове „Еликсир Воћко“. Овим потезом ће се привући пажња потрошача који су упознати са радом предузећа „Воћко“ и имају позитиван став о овом предузећу. На овај начин „освежила се“ стара компанија „Еликсир“.

Највећу иновацију за компанију представља производња кашица и сокова за бебе од органских сировина из нашег узгоја. Мало мања иновација су 100% воћни сокови и органски џемови, с обзиром да је компанија и пре аквизиције имала

технологију за производњу сокова и џемова, али није производила чисте органске производе без шећера погодне за дијабетичаре. Сокови за бебе имају отвор који одговара цуцли било ког произвођача флашица за бебе (стандардизовано је), тако да се може брзо и једноставно дати беби. Само се замени наш чеп цуцлом и беба може да сиса сок из наше флаше, не мора да јој се пресипа у посебну флашицу. Ову, на изглед, малу иновацију врло добро разумеју и воле маме које хране своју децу и оне је сматрају великом новином на тржишту. Пошто су младе и мање младе мајке наша циљна група ми, пре свега желимо да удовољимо њиховим потребама и спремни смо на све кораке како би њима олакшали један од најбитнијих периода живота, а то је период након доношења једног новог живота на свет.

Приоритет у производњи и промоцији компанија даје линији производа за исхрану деце и одојчади (кашице и сокићи).

У Србији је мало предузећа која се баве производњом дечије хране, тако да видимо своју шансу у тој чињеници. Компанија је аквизицијом добила јефтиније и квалитетније сировине (воће) и искусне и стручне раднике.

Визија

Компанија „Еликсир Воћко“ ће постати водећи произвођач органске хране за бебе и сокова за дијабетичаре на територији Србије захваљујући томе што ће остварити европске стандарде квалитета. Позитивно ћемо мењати стварност у Србији, чувати нашу традицију и у току следећих десет година ћемо ући на тржиште земаља у окружењу са производима од сировина из Србије.

Мисија

Компанија „Еликсир Воћко“ ће чинити максималне напоре да своје потрошаче снабдева здравим и органским производима и тако обезбеди квалитетнији и дужи живот својим потрошачима.

Производ

Компанија „Еликсир Воћко“ производи:

1. Органску храну за бебе у облику каше
2. Сокове за бебе
3. Сокове са 100% воћа – погодне за дијабетичаре
4. Џемове органског састава – погодне за дијабетичаре

1. Кашице за бебе



Кашице производимо од следећих сировина:

- бресква,
- кајсија,
- јабука,
- крушка
- и шаргарепе.

Производ је савршено прилагођен развоју бебе и малог детета. За све кашице се бира само посебно строго контролисано воће. Користе се само посебне благе, киселином сиромашне врсте воћа, које су имале довољно времена за зрење, па су тако потпуно природно могле да развију свој пун воћни укус – без додатка арома и шећера.

Нудимо две величине кашица. Мања износи 130 грама, а већа 200 грама. Цена мање кашице је 130,00 динара, а веће је 200,00 динара.

2. Сокови за бебе

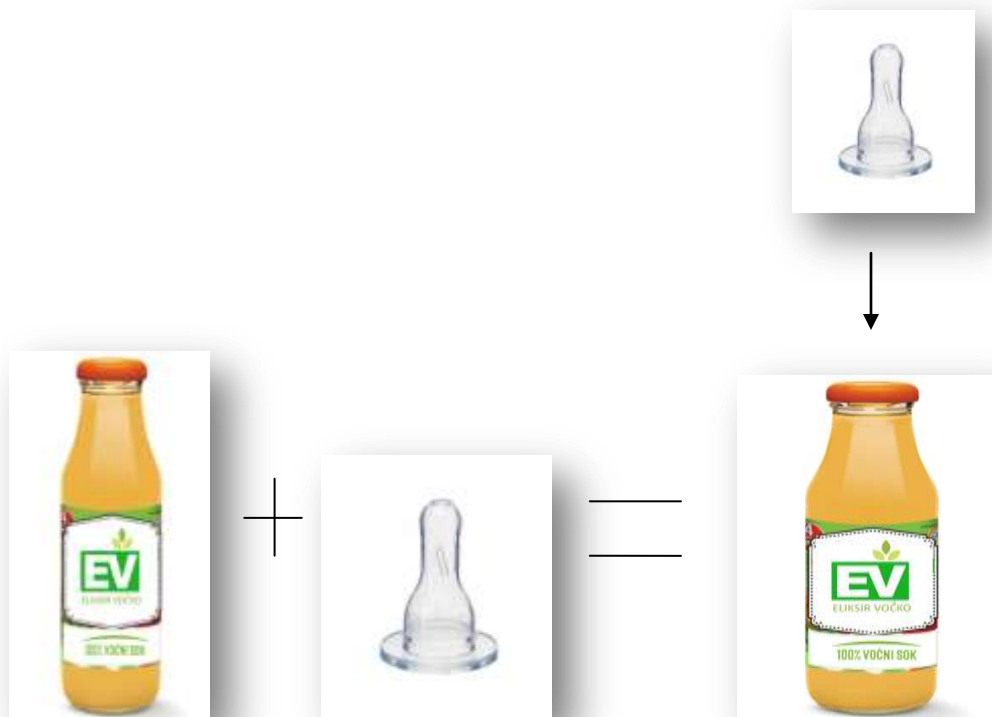


Сокове производимо од следећих сировина:

- бресква,
- касија,
- јабука,
- крушка
- и шаргарепе.

Сокови су 100% био сокови и производе се од воћа које је сазрело на сунцу. Сок од шаргарепе се директно цени из свежје убране шаргарепе. Воће и шаргарепа расту у складу са строгим директивама биолошке пољопривредне производње – без вештачких ђубрива и средстава за прскање. Оставља им се неопходно време за зрење, па тако потпуно природно развијају свој посебан укус. Због тога им није потребно ни додавање шећера или ароме. Богати су витамином Ц, садрже мало киселине, па су тако прилагођени осетљивом организму бебе. Сокови су идеални као извор витамина уз оброке допунске хране. Витамин Ц у соку поспешује апсорпцију гвожђа из оброка са поврћем и житарицама.

Иновирали смо флашицу сокића за бебе. Направили смо отвор на флашици величине која одговара цуцлама за сисање сока, тако да мајке могу да понесу само цуцлу и да је ставе на нашу флашицу и да понуде бебу соком на било ком месту. Не морају да мисле о томе да ли су понеле флашицу, да ли се она испрљала у торби, да ли се сок који су понеле од куће можда већ покварио...



Сокић за бебе производимо само у једном паковању. Реч је о стакленој флашици од 150 мл и цена му је 100,00 динара.

3. Сокови 100% воће (погодни за дијабетичаре)



Сокове 100% воће за одрасле, а погодне и за дијабетичаре производимо од следећих сировина:

- бресква,
- касија,

- јабука,
- крушка
- шаргарепе
- цвекла

Сокови су 100% био сокови и производе се од воћа које је сазрело на сунцу. Сок од шаргарепе се директно цени из свеже убране шаргарепе. Сок из цвекле се добија мљењем свеже цвекле. Воће и поврће расте у складу са строгим директивама биолошке пољопривредне производње – без вештачких ђубрива и средстава за прскање. Оставља им се неопходно време за зрење, па тако потпуно природно развијају свој посебан укус. Због тога им није потребно ни додавање шећера или ароме. Богати су витамином Ц, садрже мало киселине, па су тако прилагођени осетљивом организму бебе. Сокови су идеални као извор витамина уз оброке допунске хране. Витамин Ц у соку поспешује апсорпцију гвожђа из obroка са поврћем и житарицама. Сво воће је изванредна хранљива намирница за дијабетичаре, само треба пазити на количину и динамику којом се узима. Воће је најбоље јести са кором (где се кора једе), и наши сокови су направљени од воћа са кором. Наша технологија и органски узгој нам то омогућава, јер кора нашег воћа и поврћа не садржи инсектициде, пестициде и хербициде.

Паковање сокова је у стакленој флаши од 1 литре и кошта 200,00 динара.

4. Џем



Производимо 6 врста џема. Наши технолози знају да би се производ желирао (а џем спада у желиране производе), потребно је добро познавати хемијски састав воћа, услове желирања и својства пектина. Сви састојци у нашем џему се једним делом обезбеђују сировином, али се редовно и додају како би се постигле оптималне

вредности киселост рН 2,8 до 3,2, концентрација шећера изнад 50% и потребна количина високоестерификованог пектина. У нашој производњи се шећер додаје само око 30% и користи се нискоестерификовани пектин, како би наш џем могли да користе и дијабетичари.

За производњу џема користимо следеће воће:

- бресква,
- кајсија,
- јабука,
- шљива,
- малина и
- вишња

У понуди имамо два паковања. Мање паковање је у стакленој теглици етно дизајна и тежи 700 грама, а веће је од 2,5 кг и у амбалажи је у облику кантице. Цена мањег паковања је 650,00 динара, а већег паковања је 2.200,00 динара.

Цена

При одређивању политике цена узели смо у обзир цена конкурентских производа на тржишту, цена супститута и трошкови пословања. Управљачко рачуноводство је доставило менаџерима цене коштања по јединици производа, за сваки производ појединачно по количини и паковању. После добијања података из управљачког рачуноводства менаџери су урадили детаљну и озбиљну анализу како би одредили праву цену за своје производе.



Анализа је садржала 4 следећа питања:

1. Која цена је толико ниска да би потрошачи довели у питање квалитет производа?
2. Која је највиша цена по којој би производ и даље био оцењиван као добра куповина?
3. Која је то цена када производ постаје скуп?
4. Која је то цена по којој производ постаје прескуп да би се уопште узела у обзир могућност куповине?

Анализирајући ова питања и имајући у виду своју визију, мисију и циљ пословања, компанија „Еликсир Воћко“ је одлучила да спроведе стратегију **ВИСОКИХ** иницијалних цена. Одлучено је да цене наших производа буду за 10% веће од цена главних конкурената – предузећа „Swisslion Takovo“ (Јувитана – фабрика дечије хране) и „Нипр“ (из Аустрије)

Као искусна компанија „Еликсир Воћко“ је искористила слабост својих конкурената и реаговала у право време са лансирањем хране за бебе. Наиме за име „Нипр“ – храна за одојчад и малу децу се често везују негативни коментари, па је марта 2017. године Србија забранила увоз једне од најпродаванијих кашица за бебе на нашем тржишту – „Хип био инстант кашица – пиринчане пахуљице“, а разлог је био повећан садржај арсена. Наша компанија је у овоме видела додатну шансу, а нарочито што ово није први пут да се спомиње садржај недозвољених састојака у хранама за бебе иностраних произвођача.

„Еликсир Воћко“ рачуна на то да ће потрошачи најстроже осудити потез предузећа „Нипр“ и потражити новог произвођача који „не трује њихову децу“. Рачунајући и на свест потрошача у Србији да би требало да купују српске производе („купујмо наше!“), компанија је сигурна да вишим ценама није угрозила своју продају.

Наша стратегија да будемо скупљи за 10 % од конкуренције нам обезбеђује став код потрошача о нама као о произвођачима квалитетнијих производа. Чест је психолошки ефекат да виши квалитет подразумева вишу цену и сигнал је значаја и статуса купаца. Циљна група наших купаца су млади родитељи и дијабетичари. Млади родитељи имају тенденцију да се такмиче међусобно и да преко деце граде статус у друштву. Користећи наше производе они ће се издвојити из просечних потрошача и тај „снобовски ефекат“ доноси бенефит нашој компанији. Цене више за 10% од цена конкурената, с друге стране, нису велики додатни трошак за младе родитеље који у Србији имају помоћ од родитеља, па чак и од баба и деда. Пошто је реч о артиклима који се купују само у одређеном периоду дететовог живота, чињеница је да већина родитеља жели да за тај период деци обезбеде врхунску, здраву и незатровану исхрану без обзира на цену.

Следеће чиме смо се водили приликом одређивања цена је ефекат заокружених цена. Одлучили смо да цене наших производа буду заокружене на 50 и 100 динара. Доказано је да заокружена цена у главама потрошача ствара утисак квалитетнијег производа, па смо искористили то сазнање из психологије и применили га у пракси.

Трећа одлука менаџмент тима је да послујемо са једнаким малопродајним ценама по принципу рабата. Оваквом укалкулисаном разликом у цени обезбеђујемо и заокружене цене, а иста малопродајна цена у целој Србији ствара имиџ квалитетнијег производа и озбиљнијег произвођача.

Табела број 1. Приказ наших производа по називу, саставу, паковању и цени.

Naziv proizvoda	Sastav	Pakovanje (gramaža)	CENA (u dinarima)	
Kašica (malo pakovanje)	Breskva Kajsija Jabuka Kruška Šargarepa	130 g	130,00	
Kašica (veliko pakovanje)	Breskva Kajsija Jabuka Kruška Šargarepa	200 g	200,00	
Sokić za bebe (staklena flašica sa mogućnošću postavljanja cucle)	Breskva Kajsija Jabuka Kruška Šargarepa	150 ml	100,00	
Sok (100% voće, pogodan za dijabetičare)	Breskva Kajsija Jabuka Kruška Šargarepa Cvekla	1 litra	200,00	
Džem (standardna tegla)	Breskva Kajsija Jabuka Šljiva Malina Višnja	700 g	650,00	
Džem (velika tegla)	Breskva Kajsija Jabuka Šljiva Malina Višnja	2,5 kg	2200,00	

Дистрибуција

Наши производи захтевају примену стратегије интензивне дистрибуције. То значи да они треба да се налазе у свим малопродајним објектима у којима има прехранбених производа, као и у угоститељским објектима и апотекама.

Пошто наша компанија већ има разрађене канале дистрибуције, наставићемо да продајемо производе у продајним местима у којима смо и до сад продавали наше производе. Због тога што смо једна од водећих компанија у Србији, имамо добре односе са нашим купцима, тако да само настављамо добру пословну сарадњу. Наши најбољи купци, а уједно и дистрибутери наших производа су: Идеа, Макси, Темпо, Родић МН, Универ, Метро, Темпо, Меркатор и многи други.

Очекујемо веће трошкове што се тиче паковања, манипулације и чувања сировина јер је реч о лако кварљивој роби, тј. воћу и поврћу.

Искористићемо и дистрибутивне канале које је предузеће „Воћко“ имало пре аквизиције.

Највише производа ћемо продавати у великим тржним центрима, суперетама и самоуслугама. Све апотеке смо снабдели нашим кашицама и сокићима за децу и одрасле. Такође, наше производе продају и локални малопродајни објекти.

Промоција

Слоган: Наше воће за ваше здравље

Слоган је резултат „Олује идеја“. Овај предлог се искристалисао међу 55 других предлога због изузетности и по питању значења и по питању једноставности. Некад је мање више. Овај слоган нам говори да нашим потрошачима нудимо само оно што бисмо и сами користили. Такође, рачунамо и на патриотски ефекат речи „наше“. Многи испитани потрошачи су ту реч схватили као „домаће“, а не као „компанијино“, што је нама јако драго, с обзиром на нашу дугорочну стратегију развоја српског бренда. Кад је реч о храни и пићу, поверење је јако битна карика између произвођача и потрошача. Зато спајамо „наше“ и „ваше“ у једну целину и остварујемо симбиозу измеђи произвођача и потрошача.

Направили смо сајт компаније „Еликсир Воћко“ који можете да видите на доле наведеној адреси.

Онлајн промоција: <http://vockoeliksir.webs.com/>

Промоција се одржава:

1. У тржним центрима (Темпо, Метро, Родић МБ, Идеа, Универекспорт, Ушће, Сваког викенда током прва четири месеца (промотери су искључиво студенти обучени у униформе зелено-беле боје, са играчкама које испуштају звуке на штанду да привуку пажњу деци, да би деца тражила од родитеља да виде играчку, а приласком штанду родитељи ће имати прилику да виде наше производе; дегустација кашица и сокова; дељење портикли и балона бебама...)
2. Мерење нивоа шећера у крви у тржним центрима на нашем штанду бесплатно (промотерке) и дегустација сока погодног за дијабетичаре
3. На два билборда на путу Е-75 између Новог Сада и Суботице (код Фекетића) и на улазу у Београд из правца Ниша на 50-ом километру од Београда у току првих шест месеци
4. У часопису „Мама и дете“ реклама за кашицу и нову флашицу за сокић.
5. Купљене производе пакујемо у папирне биоразградиве кесе са нашим логом и тиме промовишемо еколошке стандарде

6. Наградне игре за послатих 10 чепова било ког нашег производа, сви добијају портиклу и цуцлу, а срећни добитници 3 летовања за две особе на 7, 10 и 12 дана у бањама Србије.

Лого:



Марка и лого:

„Еликсир Воћко“

Резултат спајања компаније Еликсир и предузећа Воћко.

Асоцира на квалитет. Довољно је општа, да можемо да рачунамо на актуелност на дужи временски период, а опет довољно и посебна да асоцира само на нас.

Зелена боја означава здравље и природу. Спојена слова Е и В показују начин настанка наше компаније, а то је спајање или аквизиција.

Лист траве изнад слова В је био на првобитном логу компаније Еликсир пре аквизиције, тако да смо сматрали да то не треба да мењамо. Он асоцира на природу, а „Природа зна најбоље“.

Изглед флајера (предња и задња страна)



Naziv proizvoda	Sastav	Pakovanje (grami/lt)	CENA (u dinarima)
Kakao (ovako pakovanje)	Besikva Kajuga Jabuka Kruška Sargarepa	150 g	150,00
Kakao (veliko pakovanje)	Besikva Kajuga Jabuka Kruška Sargarepa	200 g	200,00
Sokci za bebe (praktična balica sa mogućnošću postavljanja vode)	Besikva Kajuga Jabuka Kruška Sargarepa	150 ml	100,00
Sok (100% voća, pogodan za djetetima)	Besikva Kajuga Jabuka Kruška Sargarepa Cvjeta	1 litar	200,00
Dijetna (zdravstvena tegla)	Besikva Kajuga Jabuka Sljiva Malina Viljoza	700 g	450,00
Dijetna (velika tegla)	Besikva Kajuga Jabuka Sljiva Malina Viljoza	2,5 kg	2000,00

Изглед порткили:



за дечаке



за девојчице

Мало агресивнији текст и доста искључив. У суровом пословном свету некада се морају показати и мали знаци препотенције и самоуверености. Ми овим текстом показујемо да верујемо у наше производе.

Изглед промотерки:



Акција мерења нивоа шећера у крви од стране наших промотерки



Изглед промотивног балона



ЗАКЉУЧАК

Компанија „Еликсир Воћко“ је увођењем нових производа пребродила кризу у коју је запала у последњих 5 година. Данас, када је развијена свест људи о значају органске хране и природних производа, ова компанија је одабрала прави пут ка остварењу својих и друштвених циљева.

Производима за бебу ће се истаћи као један од водећих произвођача те врсте производа и прекинути дугогодишњу владавину једине конкурентске компаније у земљи.

Поштујући природу задовољиће потребе и најзахтевнијих потрошача. Иако је финансијска моћ потрошача у Србији на изузетно ниском нивоу, за куповину производе за бебе и децу, као и за здравље, наш народ не штеди, тако да ће компанија „Еликсир Воћко“ сигурно остварити зацртане циљеве.