



Izzivi gradnje trga prehranskih dopolnil mass market – primer in izkušnje JA!

FARMICOM GROUP



SLOVENIJA

- M&S aktivnosti za trge JV Europe (Rx, OTC, MP in PD)
- Lastna proizvodnja



POLJSKA

- M&S aktivnosti na Poljskem (Rx, OTC, MD in DS)
- Lastna proizvodnja

Lastne blagovne znamke



Lekarniški kanal, PD in MD



Mass market PD



Lekarniški kanal, OTC, DS, MD in RX



Nišna onkološka zdravila

- Letni promet

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| FARMICOM GROUP | 850.000 EUR | 7 MIL. EUR | 13 MIL. EUR | 16 MIL. EUR |



J A!

HITRA REŠITEV ZA HITRO ŽIVLJENJE.



JA!

IDEJA

- TESTNI TRG: SLOVENIJA
- PRODAJNI KANALI: ŠIROKA POTROŠNJA
- *PROIZVODI: Prehranska dopolnila vrhunske kvalitete v obliki pastil z osvežujočimi okusi, namenjena M+Ž med 18 in 50 letom starosti.*
- OGLAŠEVANJE: MOČNA TV MEDIJSKA PODPORA



LANSIRANJE

PRISOTNOST

Živilske trgovine

Drogerije

Bencinski servisi

Kioski, trafike

Lekarne

Spec.prodajalne

POZICIONIRANJE

MASS market

- Segment zdrave prehrane
- Samostoječa promocijska stojala (Petrol)

LEKARNE

- Prodajni pult
- Izložbe



Stojala JA! v lekarnah



Redne police živilskih trgovin



Stojala JA! na bencinskih servisih



Komunikacijska orodja

ATL

TV oglaševanje (30 sec in 4 x 6 sec spoti)

Oglaševanje na spletnih portalih

Oglaševanje na city light-ih, izložbah, billboardih

BTL

Promo material (brošure, letaki, plakati, stojala, ...)

Promo dogodki (znotraj/zunaj trgovskih centrov)

JA! spletni portal





JA! Oglaševanje na city lightih



Oglaševanje na billboardih



JA! Oglaševanje na internetu

24ur.com, vizita.si, bibaleze.si, zadovoljna.si, cekin.si, golfportal.info, ...



JA! Oglaševanje v izložbah lekarn



PRODAJNI REZULTATI

| + | - |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Lekarne- DM- Dobre pozicije v mass marketu- Dobre pozicije bencinski servisi | <ul style="list-style-type: none">- Kioski- Slabe pozicije- Trgovine široke potrošnje |



KOMUNIKACIJSKA ORODJA

| + | - |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Samostoječa stojala/ viseča stojala- Promocije na prodajnem mestu<ul style="list-style-type: none">- Promocije na športnih in namenskih prireditvah<ul style="list-style-type: none">- Izložbe lekarn- TV | <ul style="list-style-type: none">- City light- Jumbo plakati- TV oglas (preveč image, premalo produkt) |



RAZISKAVA VALICON JA!

+

- Praktična embalaža
 - Ime izdelka
- Dostopni povsod (hkrati slabost)

-

- Dostopni povsod (hkrati prednost)
- Delujejo kot bonboni
 - Previsoka cena
 - Ne zaznavajo vsebnosti aktivnih učinkovin



RAZISKAVA VALICON- prehranska dopolnila

- Dostavni sistem: tablete
- Mnenje o prehranskih dopolnilih: služijo **boljšemu zdravju in s tem tudi počutju**
- Trg je prenasičen
- Odločitev za nakup:
 - 1. namen*
 - 2. pretekle izkušnje*
 - 3. priporočilo drugih*
 - 4. cena*
- Preferiran kraj nakupa: lekarna - čeprav na splošno dvomijo o njihovem delovanju
 - To pojasnjuje, zakaj se izdelki JA! **bolje prodajajo v lekarni**. Prisotnost in izpostavljenost v lekarnah je tako zelo pomembna.



JA!

UKREPI

| UKREP | POSLEDICA/PROBLEM |
|--|---|
| ZNIŽANJE VSEBNOSTI AKTIVNIH UČINKOVIN | SLABŠE DELOVANJE PROIZVODA |
| ZNIŽANJE CEN | NI MOČ NIŽATI CENE V MASS MARKETU! SAMO NOVE DOBAVE |
| NOVA EMBALAŽA | ZALOGA PROIZVODOV! |



JA!

ZAKLJUČEK

Izkušnje z izletom izven obstoječih prodajnih kanalov našega podjetja so sledeče:

- **zelo visoki vstopni stroški (zahteve trgovcev)**
- **visoki stroški pozicioniranja**
- **kategorija prehranskih dopolnil (samozdravljenje) s strani trgovcev je v razvoju**
- **cena izdelkov**



JA! prihodnost

- Blagovno znamko JA! bomo razvijali v bodoče, predvsem v kategoriji hujšanje.
- Izkušnje iz Slovenije prenašamo na naslednje trge:

| TRG | LANSIRANJE |
|----------|------------|
| BIH | DEC 2010 |
| ROMUNIJA | FEB 2011 |
| HRVAŠKA | APRIL 2011 |





Hvala za pozornost