

**... UGLED, UGLED, UGLED ...**  
**... PRODAJA, PRODAJA, PRODAJA ...**

Repozicioniranje blagovne znamke Dacia



# ZMEDA V LETU 2008

**MEDNARODNA IDENTITETA  
ZNAMKE  
IN NJENO OGLAŠEVANJE**

**REGIJSKI POTENCIAL**

**NEPOZNAVANJE / PERCEPCIJA  
ZNAMKE**



**PUBLICIS**

# MEDNARODNA IDENTITETA BZ

**GENEROUS**



**INVENTIVE**



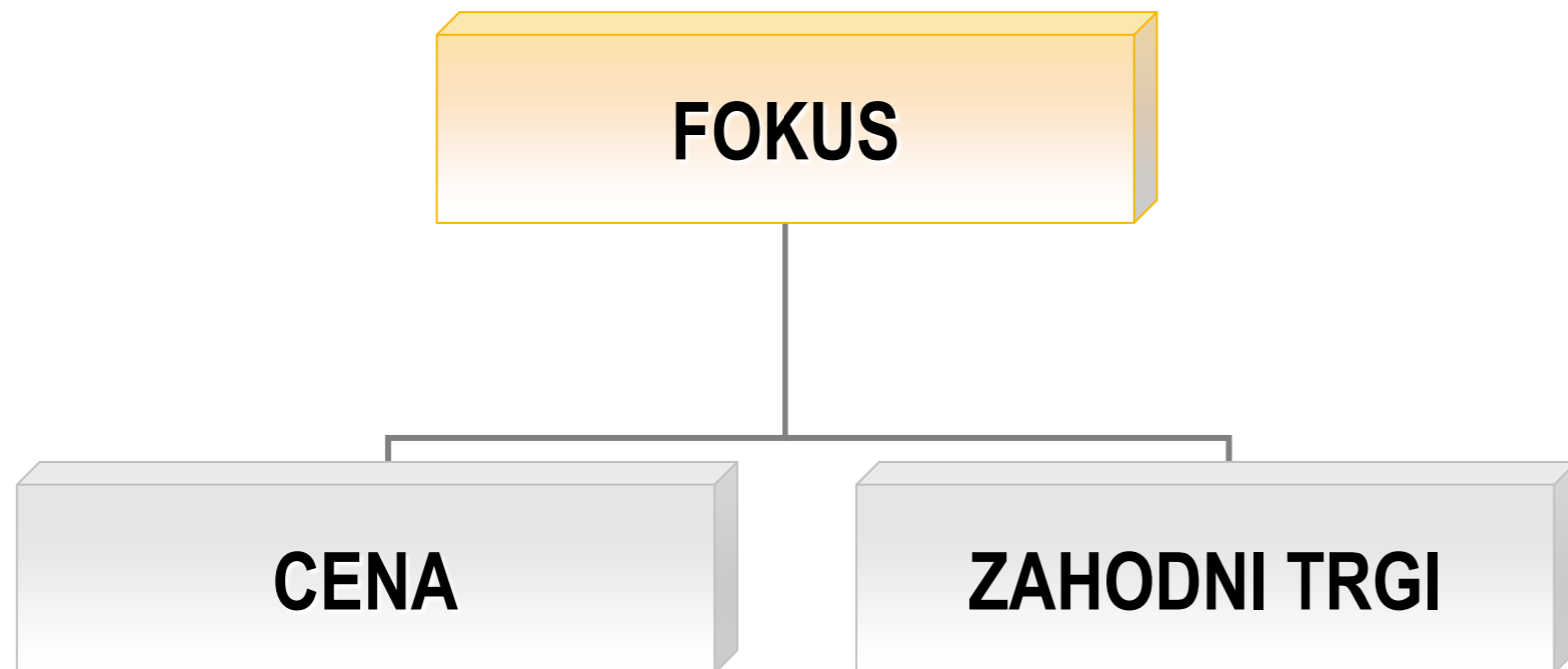
**PUBLICIS**

# MEDNARODNA KREATIVA



PUBLICIS

# MEDNARODNA KREATIVA



**KO  
T**

**SAMAND**

**AUTO CENTAR SIDŽIS 5B**  
GENERALNI UVOZNIK, DISTRIBUTER I OVLAŠTENI SERVISER

- IMOBILIZER
- PODESIV SERVO VOLAN
- EL. PODIZAČI STAKALA
- EL. PODESIVI RETROVIZORI SA GRUČAČMA
- AIR BAG
- KLIMA SA MIKRO FILTEROM
- ABS
- CENTRALNO ZAKLJUČAVANJE SA DALJINSKOM KONTROLOM
- RADIO CD, MP3 I ZVUČNIKA (ALPINE)
- PARKING SENZORI
- ALUMINIJSKE FELGE 15"
- METALJK BOJA
- INT. VOICE ALARM

Uštedite 2000,00 KM

DO REGISTRACIJE SAMO ~~20.936,00 KM~~  
Sada **18.936,00 KM**  
Samo do isteka zilha

OPREMA:

www.sidzis5b.com TEL/FAX: +387 33 777 090

Auto Servis ASI Igrani d.o.o.  
Bila Samira Čalčičić 10  
Ovlašteni serviser i distributer  
Sedište: Čazin  
Gam: +387 61 163 421  
+387 33 718 540

Vertikal d.o.o.  
Ovlašteni serviser i distributer  
Sedište: Čazin  
Gam: +387 61 163 421  
+387 33 718 540

GARANCIJA NA LIM 12god.  
GARANCIJA NA MOTOR 3god.



PUBLICIS

# POTENCIAL V REGIJI

TRŽNI DELEŽI ZNAMK  
NIŽJEGA CENOVNEGA  
RAZREDA

TRŽNI DELEŽ  
DACIE

SLOVENIJA

→ 14,84 % → 0,67 %

HRVAŠKA

→ 18,31 % → 1,33 %

SRBIJA

→ 35,16 % → 4,76 %



PUBLICIS

# NEZNANJE O ZNAMKI DACIA



PUBLICIS

# NEZNANJE O ZNAMKI DACIA

**“NE VEM NIČ”**

**“VIDIM, DA SE NEKAJ SPREMINJA”**

**V VSAKEM PRIMERU PA JE PREMALO “BELIVERJEV” – V NAJBOLJŠEM PRIMERU IMAMO LJUDI  
Z ODNOSOM “LET’S WAIT AND SEE”**



PUBLICIS

# PERCEPCIJA ZNAMKE

1. Podpovprečen ugled BZ na celotnem teritoriju Adriatic-a
2. "No other choice" znamka – brez privlačnosti
3. Nejevera v zanesljivost in kvaliteto znamke



PUBLICIS

# AKCIJSKI PLAN

- Cena ne more in ne sme biti edini argument.
- Postopno prepričevanje, da je Dacia dober avto:
  - => najprej vključiti in prepričati tiste, ki so v procesu nakupa
  - => šele nato z argumenti prepričevati vse “nejeverne Tomaže”
- Počasi graditi ugled znamke, ki temelji na dolgoročni viziji, brez obratov



PUBLICIS

# 1. PREPRIČEVANJE ZNOTRAJ NAKUPNEGA PROCESA



**LASTNIKI DACIE SO NAVAJENI DOBITI VEČ**



PUBLICIS

# REZULTATI pri PRODAJI

TRŽNI DELEŽ	2008	2009	2010
<b>SLOVENIJA</b>	0,67 %	0,76 %	1,19 %
<b>HRVAŠKA</b>	1,33 %	2,04 %	2,68 %
<b>SRBIJA</b>	4,76 %	6,36 %	8,99 %



PUBLICIS

# REZULTATI pri PRODAJI

- Rezultati so omejeni tudi zaradi dejstva, da se soočamo z velikimi proizvodnimi omejitvami (prodaja na zahodnih trgih, proizvodne kapacitete), ki onemogočajo prodajo večjih količin in s tem doseganje boljšega tržnega deleža
- Rezultat v Srbiji je pa še posebej zavidljiv, kjer se soočamo z lokalno proizvodnjo Fiata (subvencija države, dumpinška cena, medijska pokritost) – Fiat obvladuje cca 30 – 40% trga.



PUBLICIS

# REZULTATI pri UGLEDU



1. Večinoma pozitivne asociacije
2. Izredno dober "value for money"
3. Nekaj pripomb ostaja, vendar jih je malo

**LASTNIKI**



**TISTI, KI SO V NAKUPNEM PROCESU**



1. So opazili spremembe
2. Imajo pozitivne asociacije, vendar tudi negativne
3. "significant others" odsvetujejo nakup



**PUBLICIS**

# NAPAD NA “SIGNIFICANT OTHERS”

- Neodvisne mednarodne raziskave vsakič znova dokazujejo:
  - => zadovoljstvo z BZ ( 3. mesto, Auto Plus 2010, 2. mesto, TNS Sofres 2010, 2. mesto JD Power, Auto Test)
  - => zanesljivost BZ (2. mesto, Que Choisir 2010, 9. mesto ADAC 2010)
  - => stroškovno učinkovitost / kakovost storitev BZ (2. mesto Auto Plus 2010)



**RELIABLE. NO MATTER WHAT.**



PUBLICIS