



LINEX

Kako iz starega proizvoda narediti zvezdo?

Tatjana Klančnik-Breznikar
Izvršna direktorica zdravil brez recepta (OTC)

Portorož, 2. 6. 2009

-
- **Linex blagovna znamka – ali jo poznamo ?**
 - **Kaj so probiotiki ?**
 - **Kako smo iz starega proizvoda naredili zvezdo?**
 - **Ključna sporočila**
-

Linex – ali ga poznamo ?

- Linex je probiotično zdravilo brez recepta (OTC), ki se uporablja:
 - pri driskah,
 - porušenem ravnotežju v črevesni mikroflori (disbakterioza),
 - napenjanju,
 - drugih prebavnih motnjah.
- Linex se prodaja v več kot 30 državah sveta.
- Med probiotiki, ki se prodajajo v lekarnah, je drugi največji na svetu.



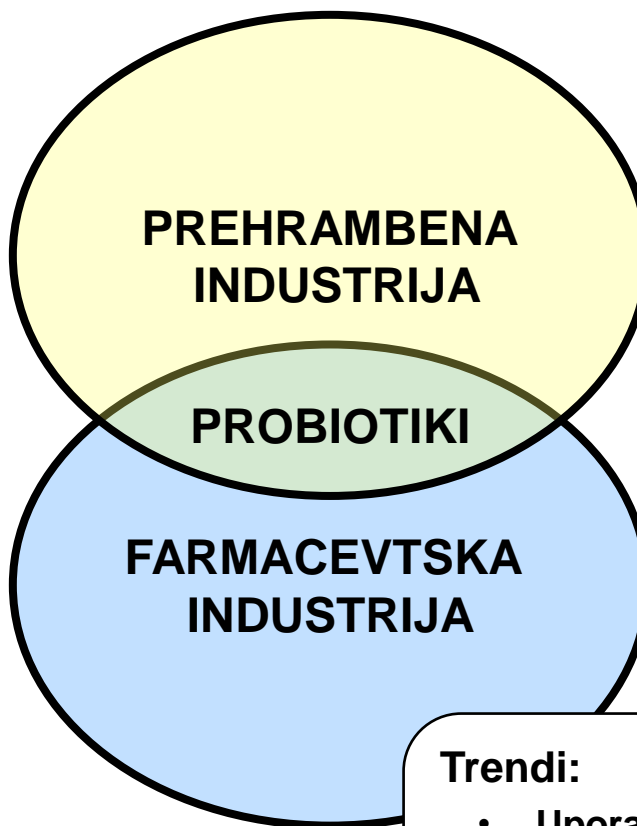
-
- Linex blagovna znamka – ali jo poznamo ?
 - Kaj so probiotiki ?
 - Kako smo iz starega proizvoda naredili zvezdo?
 - Ključna sporočila
-

Probiotiki so na trgu danes v domeni tako prehrambene kot farmacevtske industrije

FAO, 2002

Probiotik je živ mikroorganizem, ki ima koristne učinke na zdravje gostitelja, kadar ga zaužije v zadostnem številu

(varnost, učinkovitost morata biti znanstveno dokazani za vsak sev in izdelek)



- Hrana
- Prehransko dopolnilo
- Zdravilo

Trendi:

- Uporaba probiotikov v medicini narašča
- Vse več probiotičnih izdelkov registrirano kot zdravilo (dokazan pozitiven učinek)

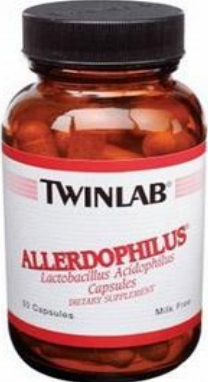
Primeri probiotikov: OTC zdravila, prehranska dopolnila in probiotična hrana



Probiotics

Positive Acting
Bacteria Delivered
Through Dairy Foods

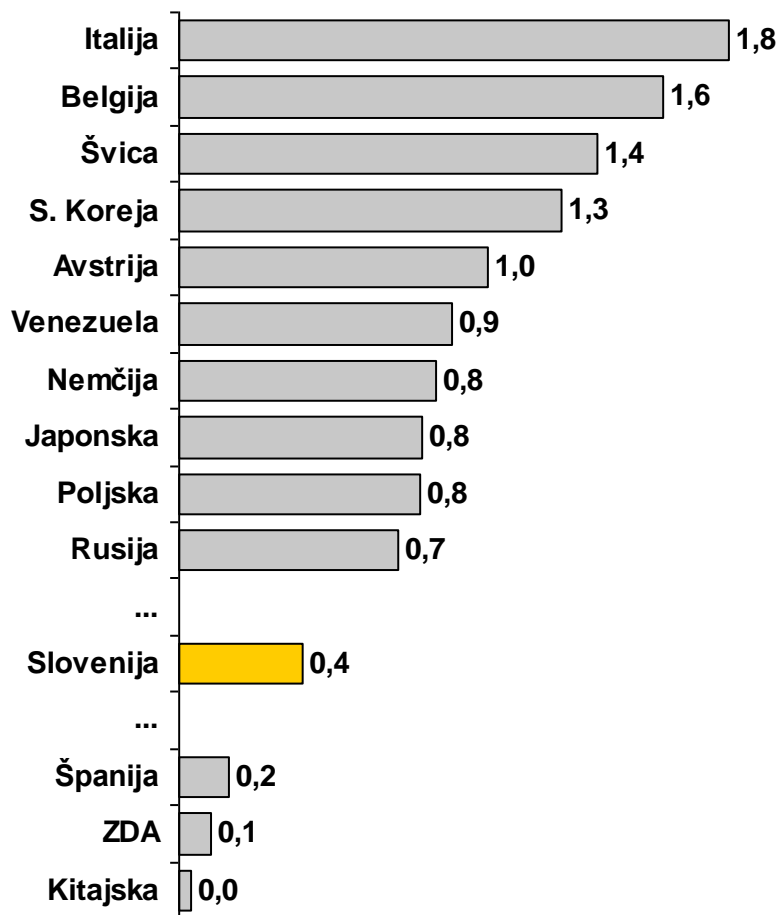
By Bill Haines, Ph.D.
Vice President,
Business to Business
Marketing
Dairy Management Inc.
Rosemont, IL



Priljubljenost / razvitost probiotikov je različna

Najbolj razviti probiotični trgi

Poraba probiotikov na prebivalca (USD na leto)



- Povprečna rast v zadnjih treh letih: 11 % finančno, 8 % v pakiranjih
- Najhitreje rastoči: Kanada, ZDA, Indonezija in Rusija
- Nekateri zahodnoevropski trgi (Italija, Francija, Belgija) že v fazi zrelosti (stagnacija oz. padec)
- Celoten trg probiotikov – prehranskih dopolnil je nemogoče oceniti, raste pa hitreje od OTC trga.

- **Linex blagovna znamka – ali jo poznamo ?**
 - **Kaj so probiotiki ?**
 - **Kako smo iz starega proizvoda naredili zvezdo?**
 - **Ključna sporočila**
-

Linexovih prvih 10 let: Status zdravila na recept (Rx) na trgih ex-Yu

Mejniki v razvoju Linexa

Število prodanih kapsul, vsi trgi

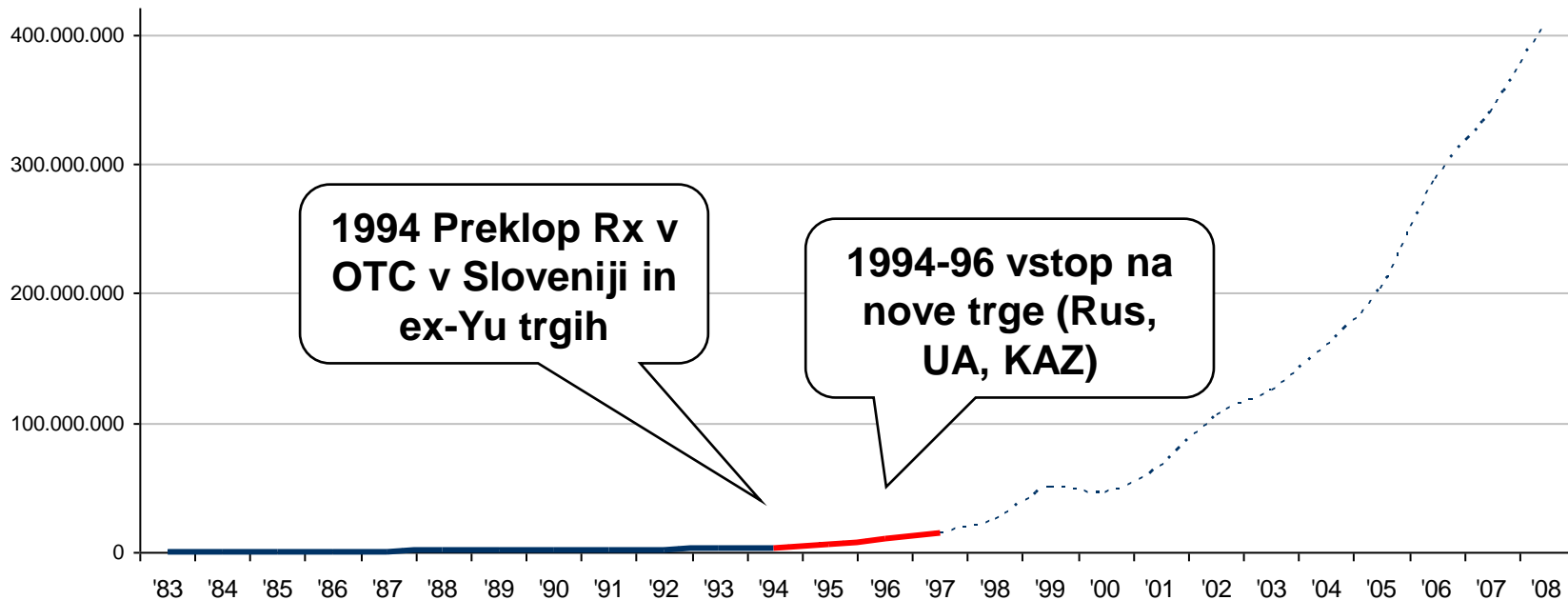


- Osredotočenje na zdravnike in farmacevte
- Pozicioniranje za antibiotično drisko
- Pod blagovno zamko Lekova domača lekarna
- Regulirana cena
- Promocija skupaj z antibiotiki pri zdravnikih

Linex 1994-1997: S pre-registracijo v OTC zdravilo se odprejo nove trženske priložnosti

Mejniki v razvoju Linex-a

Število prodanih kapsul, vsi trgi

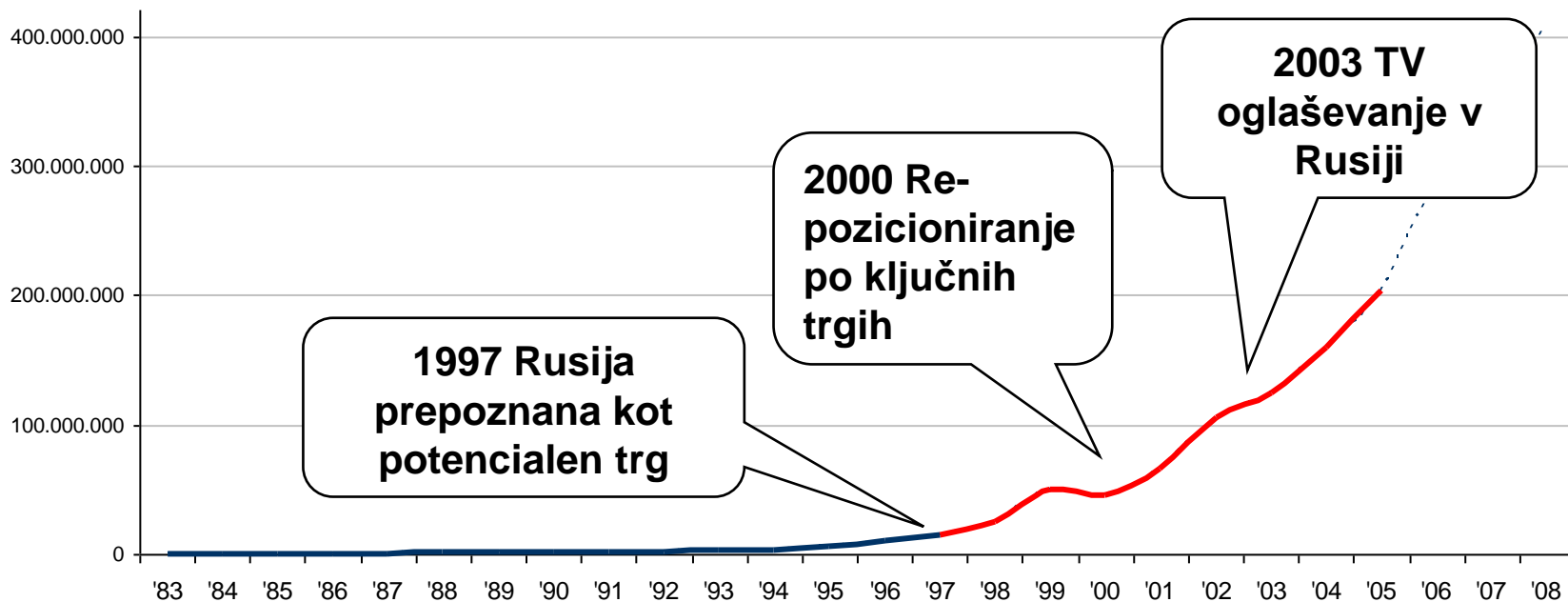


- Preklop iz Rx trženja v OTC trženje
- Poleg ex-Yu trgov vstop na nove trge (Rusija 94, Ukraina 95, Kazakhstan 96)

Linex 1997-2005: Linex re-pozicioniranje zdravila

Mejniki v razvoju Linexa

Število prodanih kapsul, vsi trgi



- Osredotočenje na Rusijo, Ukrajino in Kazakstan
- Povečanje trženjskih vlaganj
- Začetek TV oglaševanja
- Repozicioniranje Linexa - razširitev indikacij (iz driske na disbakteriozo)

Ključ do uspeha je najti “pravo” pozicioniranje na vsakem posameznem trgu

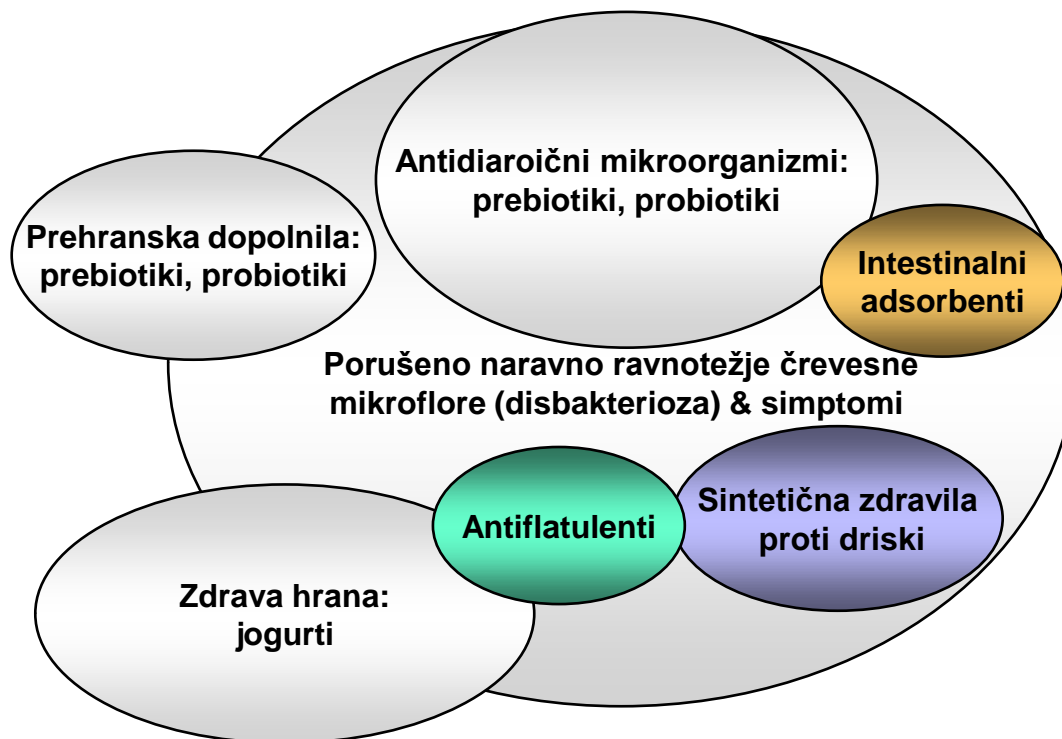
Linexovo širše konkurenčno okolje



Starokitajski pregovor:
“Vse bolezni izhajajo
iz črevesja”

“Osnovno” pozicioniranje Linexa – OTC zdravilo proti driski

Linexovo širše konkurenčno okolje



Slogan:

“Proti driski in napenjanju”

Indikacije:

- Driska
- Napenjanje

Razširjeno pozicioniranje Linexa - OTC zdravilo za porušeno ravnotežje črevesne mikroflore

Linex-ovo širše konkurenčno okolje



Slogan:

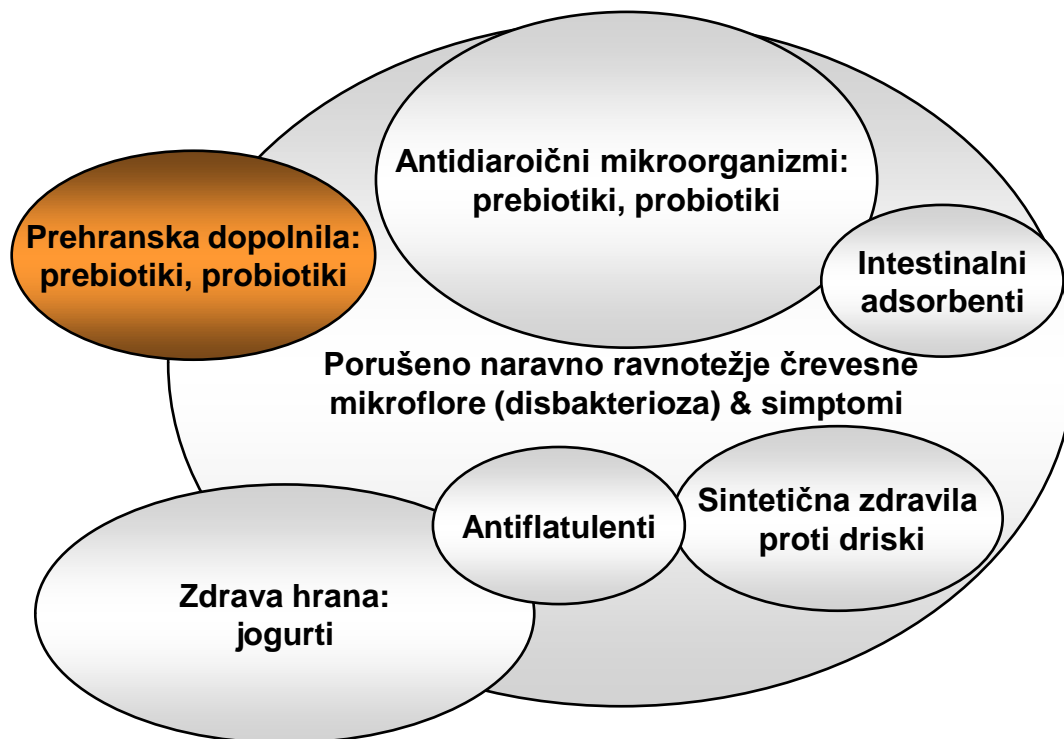
“Temeljito odpravi porušeno ravnotežje in posledice”

Indikacije:

- Driska
- Napenjanje
- Slabost
- Bolečine v želodcu
- Zaprtje

Pozicioniranje Linexa kot prehransko dopolnilo (“me too” proizvod)

Linexovo širše konkurenčno okolje



Slogan:
“Smo enaki drugim probiotikom”

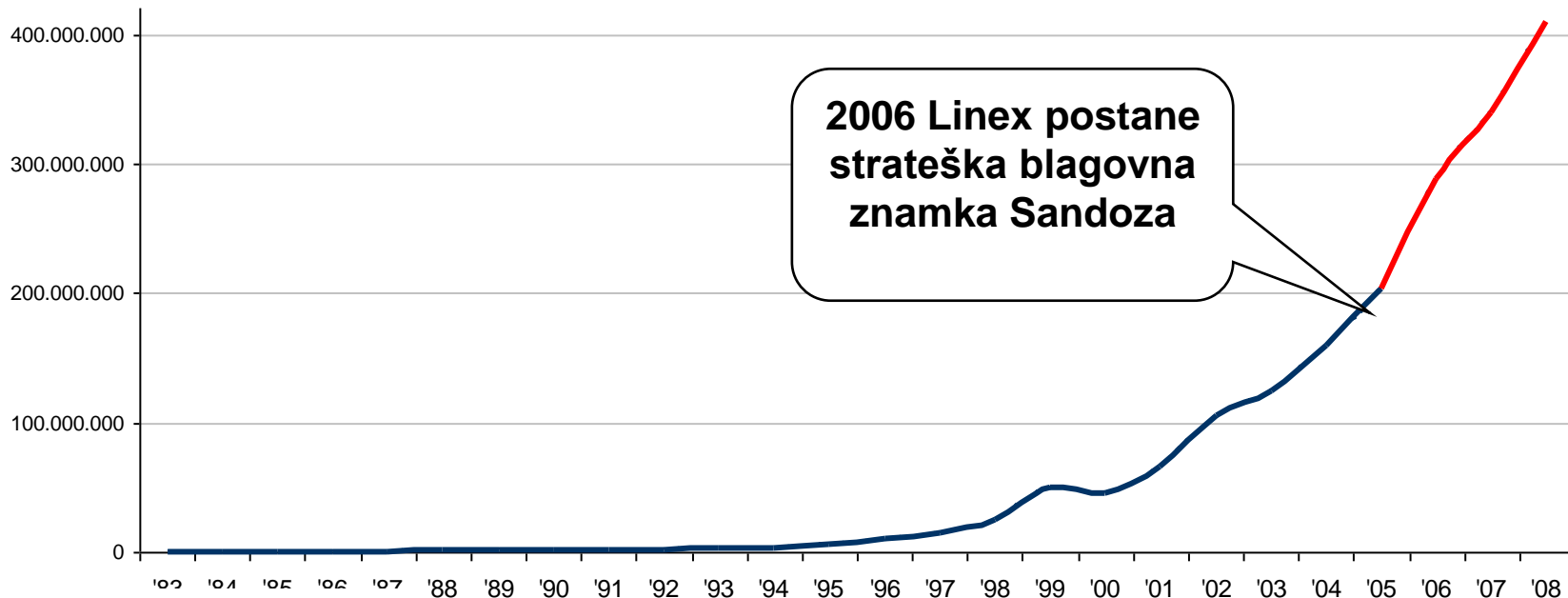
Razlikovanje do drugih probiotikov:

- Intenzivnost trženja
- Ugled podjetja (Sandoz)

Linex 2006-2008: Sandoz odpre vrata Linexu na globalne trge

Mejniki v razvoju Linexa

Število prodanih kapsul, vsi trgi

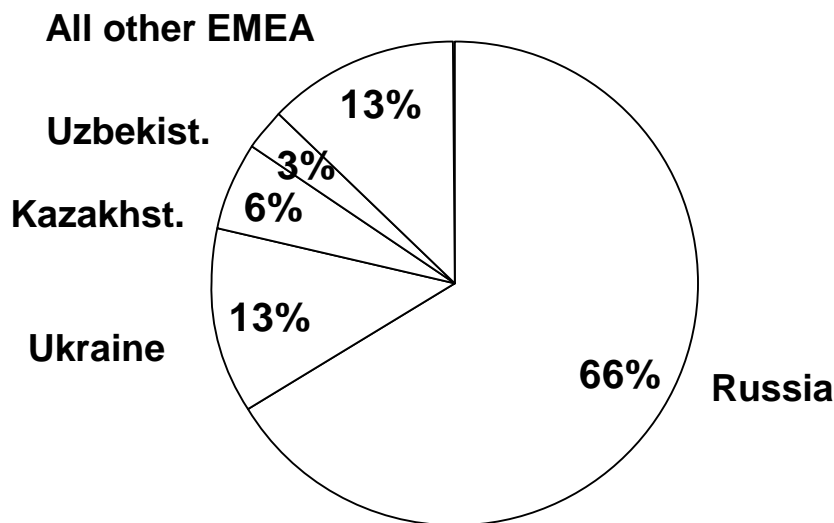


- Širitev na nove trge zahodne Evrope, Azije in Latinske Amerike
- Novi design embalaže
- Razvoj novih line-extensions (Linex forte,)
- Povečano vlaganje v trženje
- Razvoj OTC kompetenc

2008 Linex doseže 36 odstotno rast prodaje in se trži v 30 državah sveta

Geografska struktura prodaje Linex

2008, Vrednosti delež prodaje



- Vrednostna rast prodaje 2008 vs. 2007 doseže **36 %**
- Prodaja še vedno koncentrirana v 4 glavnih trgih
- V letu 2008 se Linex trži v **30 državah**
- V številnih drugih državah (Indonezija, Venezuale, Nigerija, Alžirija, Brazilija) je že v registracijskem procesu

Potencial za nadaljnjo rast še zdaleč ni izčrpan!

Dejavniki uspeha – najbolj relevantni za uspeh v zadnjih treh letih

Globalni trend rasti probiotikov

- Prehrambena industrija
- Prehranska dopolnila
- Medijska podpora probiotikom (OTC zdravilom)

Marketinško razvojna podpora razvoju Linexa

- Razširitev pozicioniranja ob močni strokovni podpori
- Vstop na nove trge Zahodne Evrope, Azije
- Razvoj line-extensions
- Razvoj marketinških kompetenc

Investiranje v blagovno znamko

- 4 Ps (OTC izdelek, optimalna cena, lekarna, pozicioniranje)
- Redizajn embalaže
- Znatna marketinška sredstva

Ali smo res vse, kar se je dalo, z Linexom že naredili?

Prvi line-extension (lansiran 2008)



-
- **Linex blagovna znamka – ali jo poznamo ?**
 - **Kaj so probiotiki ?**
 - **Kako smo iz starega proizvoda naredili zvezdo?**
 - **Ključna sporočila**

Ključna sporočila

Primer Linex dokazuje, da se tudi iz starega proizvoda da narediti “zvezdo”.

Predpogoji za uspeh:

- **Ugodne razmere na trgu**
- **Inovativni trženjski prijemi**
- **Kompetenten in predan tim**
- **Podpora celotne organizacije**

V primeru Linex:

- Trend rasti probiotikov
- Drugačen marketinški mix (laiki iz strokovna javnost)
- Razširitev pozicioniranja
- Optimalna cenovna strategija
- Visoka stopnja motivacije sodelavcev
- Nizka stopnja fluktuacije ključnih ljudi
- Osredotočenje v vseh poslovnih procesih (proizvodnja, razvoj...)
- Zagotovljena potrebna trženjska sredstva

HVALA!