



LJUBLJANSKE MLEKARNE

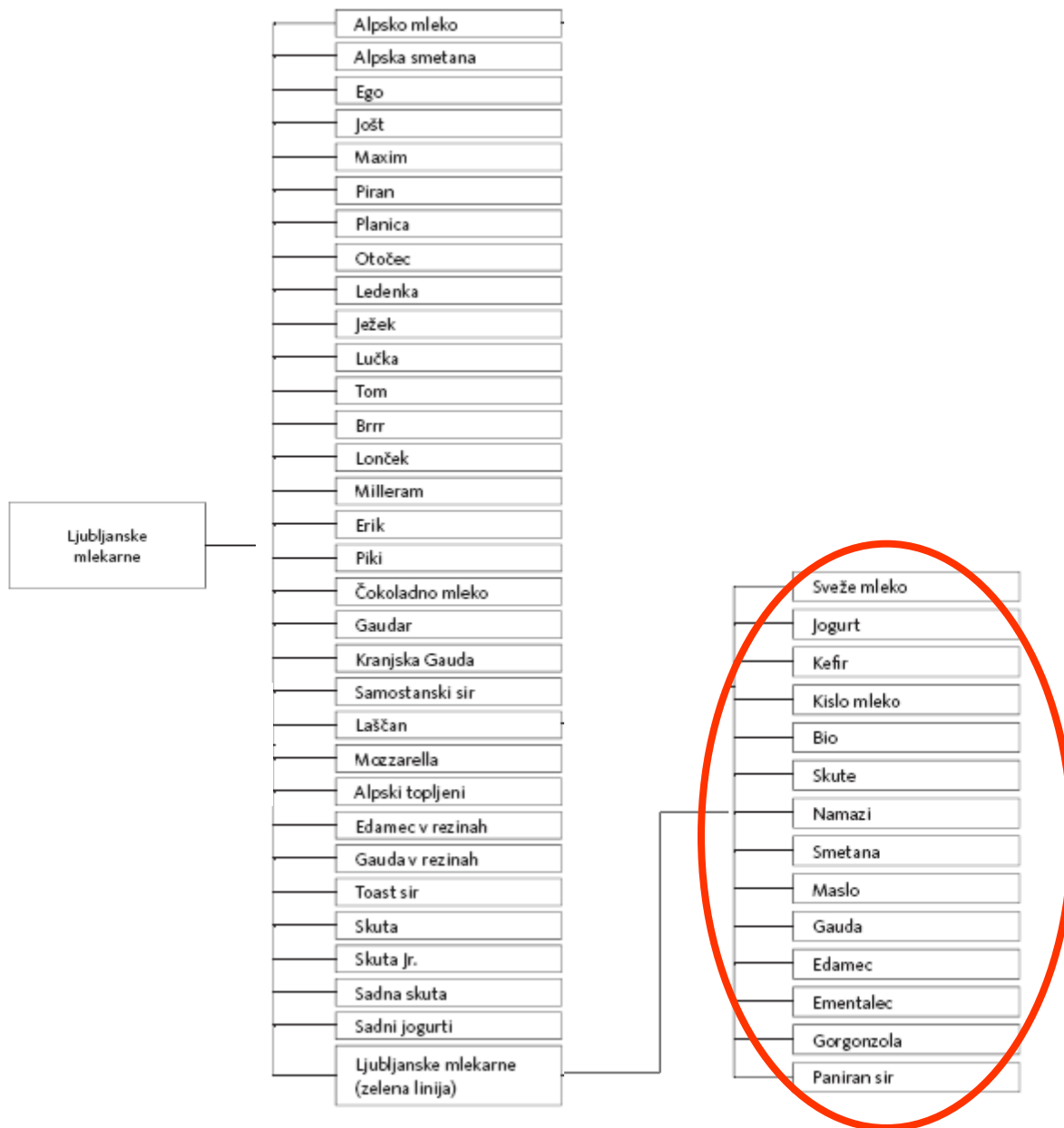
# **Prenova blagovnih znamk Ljubljanskih mlekarn**

mag. Tina Kumelj

Ljubljana, september 2009

- I. Prenova arhitekture blagovnih znamk Ljubljanskih mlekarn
- II. Razvoj nove blagovne znamke
- III. Testiranje koncepta
- IV. Lansiranje znamke
- V. Evalvacija

# ZNAMKE IN IZDELKI LJUBLJANSKIH MLEKARN: STARO STANJE



# KLJUČNE BLAGOVNE ZNAMKE

BLAGOVNA ZNAMKA	IZDELČNA KATEGORIJA	VSEBINSKI KONTEKST
	trajno mleko	tradicija, kakovost, skrb
	funkcionalni mlečni izdelki	zdravje, funkcionalna prehrana
	desertni jogurti, sladoled, puding s smetano	uživanje, razvajanje
	siri	vsakdanji prigrizek, praktičnost
	sladoledi	slovenska tradicija
Zelena linija	sveže mleko, namazi, jogurti, skute, smetane itd.	<b>REDEFINICIJA!</b>

# ZELENA LINIJA – POTREBA PO SPREMEMBI

- V preteklosti odigrala pomembno vlogo povezovanja razpršenega asortimana, ki je nastal z združevanjem mlekar (Gorenjska, Kočevska in Mariborska)
- Nova situacija na trgu v zadnjih letih: porast trgovskih blagovnih znamk, ki so utrdile prepoznavno generično grafično kodo.
- V novem kontekstu je zelena linija zaznana (pre)blizu TBZ – pridih generičnosti



# ZELENA LINIJA – POTREBA PO SPREMEMBI

- Težave pri ustvarjanju dodane vrednosti
- Veliko število izdelkov – pomanjkljiva razlikovalnost med njimi
- Zaprt grafični sistem – problemi pri umeščanju novih izdelkov
- Korporativna znamka ni odigrala ustrezne vloge kot izdelčna znamka – nejasna identiteta, težji vstop na tuje trge.



# ZELENA LINIJA – KATEGORIJE IZDELKOV

**SAMOSTOJNI OBROK**  
jogurti, sveže mleko, namazi, siri

**KUHANJE**  
smetane, maslo, skute, siri



**IZDELKI S TRADICIONALNO  
RECEPTURO**  
zorjeni siri, kajmak,  
kmečko kisló mleko, kefir ...

**MLEČNI IZDELKI  
ZA OTROKE**  
čokoladno mleko, pudingi,  
junior skute



Sklep: krovna znamka + podznamke

# ZELENA LINIJA – OPREDELITEV IDENTITETNEGA SISTEMA

## Področje produkta

Mlečni izdelki za kuhanje:

- sladka (brez smetane za kavo)
- kisla smetana za kuhanje (sveža in trajna)
- milleram
- nepasirana skuta
- maslo 250g
- ricotta
- ribani sir

## Lastnosti produkta

Mlečni izdelki visoke kakovosti, bazilni (brez funkcionalnih dodatkov), primerni za kuhanje ali kot priloga jedem.

## Kakovost/vrednost

Izdelki srednje in visoke vrednosti (nizkega cenovnega razreda ni).

## Uporaba

V krogu družine, doma.

## Uporabniki

Vse skupine uporabnikov, ki kuhajo.

## Lastnosti organizacije

Sodobnost, zgrajena na tradiciji.

## Lokalno vs. Globalno

Regija Alpe-Adria.

## Značaj

Dobrodušen, prljazen, skrben, ljubeč, uživač, radoveden kuhar.

## TZ-potrošnik odnos

TZ je občutek doma.

## Vizualna podoba in metafore

Bela in zelena, narava, elementi doma (kuhinja, miza, pogrinjek, kuhalnica, kuharska kapa).

## Dediščina TZ

Latvica, Milleram, "Skrb, tradicija, zanesljivost".

## Funkcionalne koristi

Naravne sestavine (mleko), hranljivost mleka, korist za zdravje, izdelki prilagojeni za kuhanje.

## Emocionalne koristi

Občutek pripadnosti in varosti; uživanje ob kuhanju in ob obedu.

## Koristi izhajajoče iz možnosti samoizražanja

Postanem ustvarjalen, radoveden kuhar.

Dokumentirana opredelitev elementov identitete.

Primer: linija kuhanje (MU Cuisine)



- I. Prenova arhitekture blagovnih znamk Ljubljanskih mlekarn
- II. Razvoj nove blagovne znamke**
- III. Testiranje koncepta
- IV. Lansiranje znamke
- V. Evalvacija

# RAZVOJ NOVE BLAGOVNE ZNAMKE

Natečaj: vabljene tri agencije

Zahteve:

- novo ime in grafična podoba
- ohranjanje osnovnih barv zelene in bele
- odmik od zeleno-belega minimalizma
- krovna znamka s podznamkami
- možnost vključevanja novih izdelkov



© FUTURA DDB

## KREATIVNO IZHODIŠČE

Vse dobre stvari so preproste.  
Glede mleka so zato stvari jasne.

Mleko je živilo naravnega izvora.  
Za njegov nastanek sta najpomembnejši dve stvari:



Krava in trava.



# NOVA GRAFIČNA PODOBA



# PODZNAMKE

KUHANJE



IZDELKI S  
TRADICIONALNIMI  
RECEPTURAMI



IZDELKI ZA  
OTROKE



*op. delovni logotip!*

SMOOTHIE



# NOVA GRAFIČNA PODOBA MU CUISINE



Sodelovanje z Borutom Jakičem, kuharskim mojstrom, dobitnikom medalj s kuharskih olimpijad.



# VSEBINA

---

- I. Prenova arhitekture blagovnih znamk Ljubljanskih mlekarn
- II. Razvoj nove blagovne znamke
- III. Testiranje koncepta**
- IV. Lansiranje znamke na trg
- V. Evalvacija



# SIMULACIJA PRODAJNE POLICE





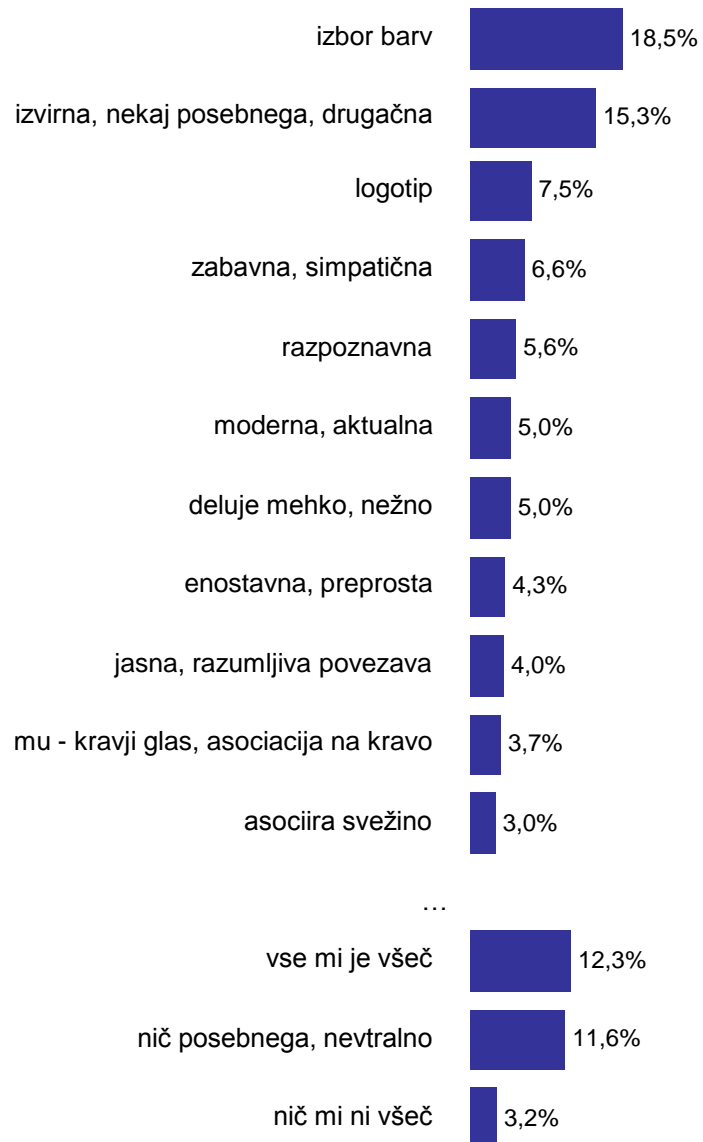
# SIMULACIJA PRODAJNE POLICE



# SIMULACIJA PRODAJNE POLICE



# TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV



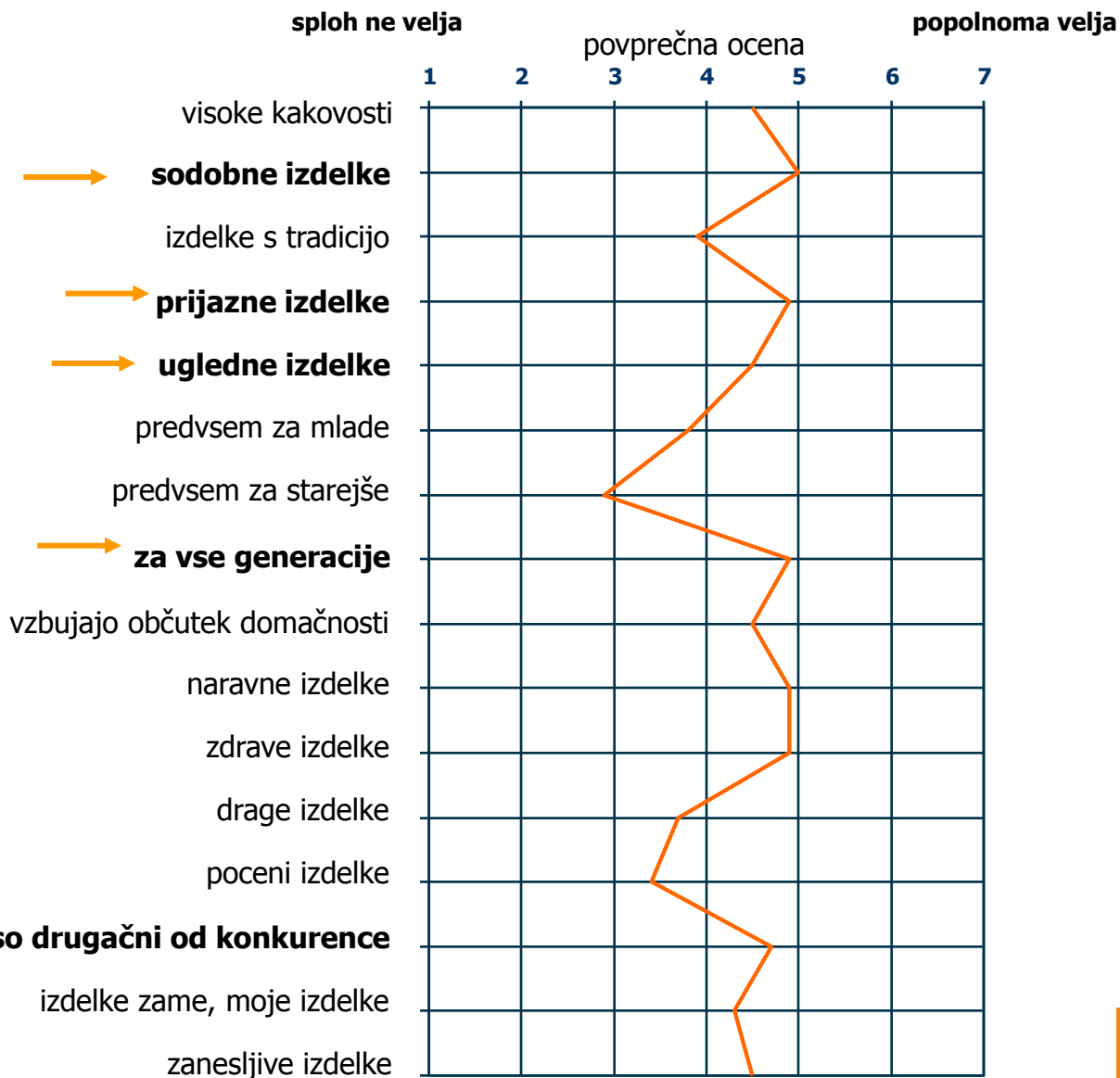
## Ocena embalaže - vsečni elementi





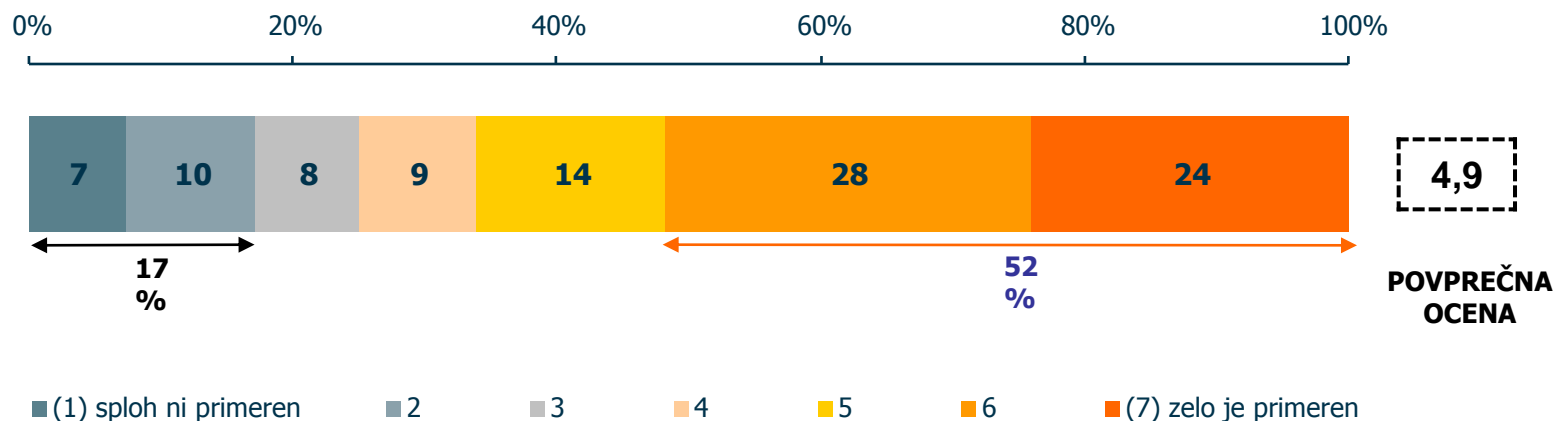
# TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV

V kolikšni meri design  
embalaže izraža, da  
gre za izdelke ...



# TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV

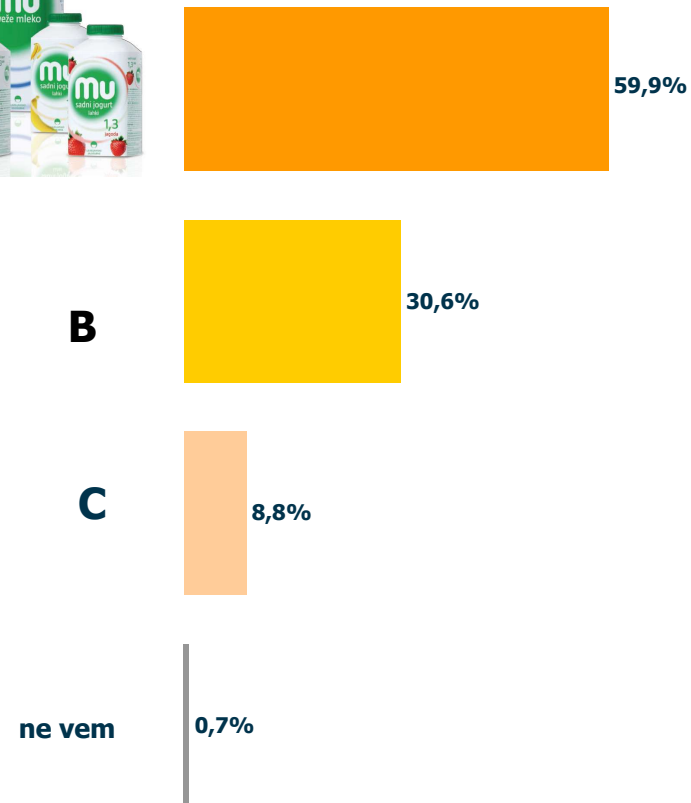
Primernost novega designa za linijo mlečnih izdelkov LM:



# TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV



## PREFERENCA IDEJNIH REŠITEV



- I. Prenova arhitekture blagovnih znamk Ljubljanskih mlekarn
- II. Razvoj nove blagovne znamke
- III. Testiranje koncepta
- IV. Lansiranje znamke**
- V. Evalvacija

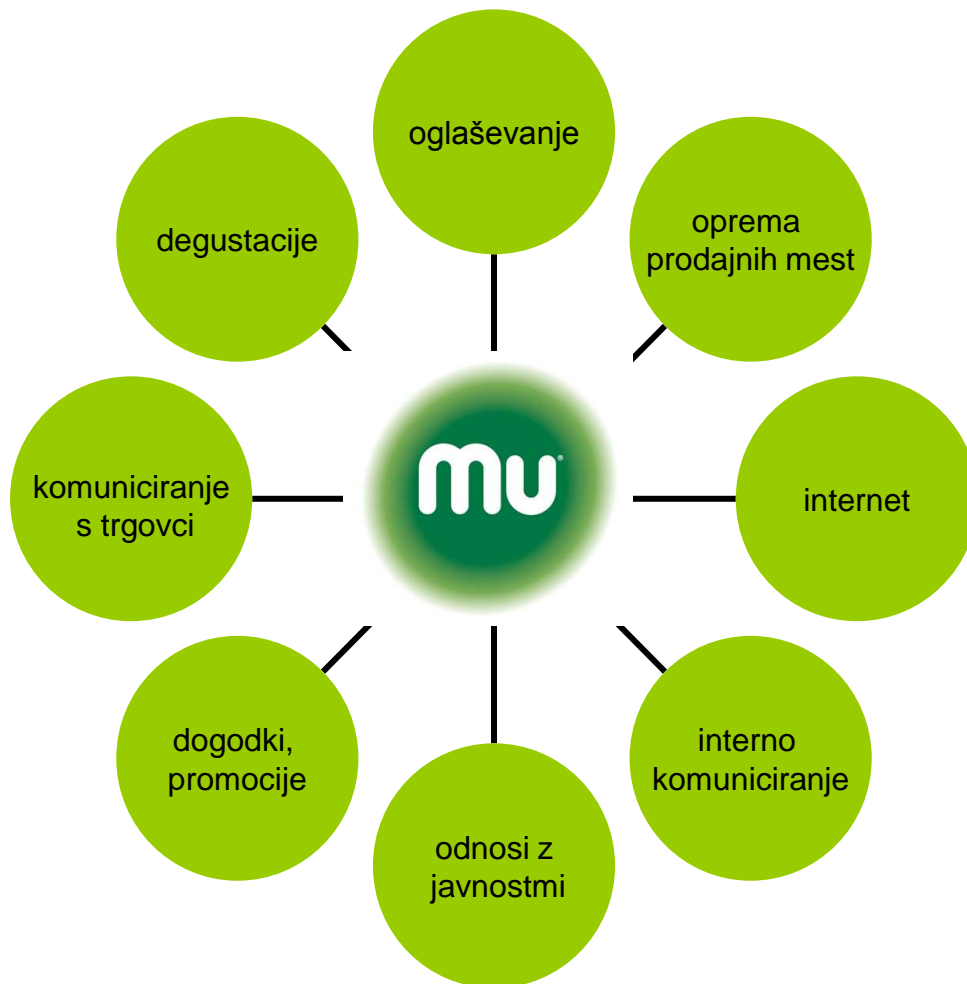
- Vključenost širše projektne skupine: prodaja, nabava, razvoj, proizvodnja
- Postopno uvajanje znamke na trg: vezano na zaloge in posodobitve proizvodnje
- Časovnica:
  - Junij 2008: sveže mleko & tekoči jogurti
  - Avgust 2008: namazi
  - September 2008: jogurti v lončkih & smetane in skute MU Cuisine



# NALEPKE NA STARI EMBALAŽI

Pred lansiranjem, nalepke na stari embalaži (maj 2008):





Komunikacija najprej usmerjena v informiranje potrošnikov o novi podobi, šele kasneje image oglaševanje.

# SVEŽE MLEKO IN JOGURT V NOVI EMBALAŽI



LJUBLJANSKE  
MLEKARNE



**Čeprav se spreminjamo, smo znotraj ostali isti.**

# TISK – PRODUKTNE PASICE



**Čeprav se spreminjamo,**

**smo znotraj ostali isti**



SVEŽE MLEKO IN JOGURT  
V NOVI EMBALAŽI



**Čeprav se spreminjamo,**

**smo znotraj ostali isti**



SVEŽE MLEKO IN JOGURT  
V NOVI EMBALAŽI



TUDI NOVI OKUSI!

**Čeprav se spreminjamo,**  
**smo znotraj ostali isti**



SIRNI IN MLEČNI NAMAZI V NOVI EMBALAŽI



**Čeprav se spreminjamo,**  
**smo znotraj ostali isti**



JOGURTI V LONČKIH V NOVI EMBALAŽI







## Mleko 1 l



**Sveže mleko**  
s 3,5% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800040172  
EAN koda DE:  
3838800045023



**Sveže mleko**  
z 1,6% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800040189  
EAN koda DE:  
3838800045030



**Sveže mleko**  
s 3,5% m.m. PP

EAN koda izdelka:  
3838800040158  
EAN koda DE:  
3838800045009



**Sveže mleko**  
z 1,6% m.m. PP

EAN koda izdelka:  
3838800040165  
EAN koda DE:  
3838800045016

➔ Pakiranje: 1 karton: 12,  
na 1 paletl: 60# (720 KOS)

## Jogurt 1000 g

iz pasteriziranega mleka



**Tekoči jogurt**  
s 3,2% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800039220  
EAN koda DE:  
3838800039695



**Tekoči jogurt**  
s 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800039251  
EAN koda DE:  
3838800039718



**Tekoči sadni jogurt**  
gozdni sadeži 1,3 TT

EAN koda izdelka:  
3838800038247  
EAN koda DE:  
3838800038254

➔ Pakiranje: 1 karton: 12,  
na 1 paletl: 48# (576 KOS)

## Jogurt 500 g

iz pasteriziranega mleka



**Tekoči jogurt**  
s 3,2% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800039213  
EAN koda DE:  
3838800039688



**Tekoči jogurt**  
z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800039244  
EAN koda DE:  
3838800039701



**Tekoči sadni jogurt**  
banana, ananas z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800040349  
EAN koda DE:  
3838800040356



**Tekoči sadni jogurt**  
jagoda z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800038223  
EAN koda DE:  
3838800038230



**Tekoči sadni jogurt**  
gozdni sadeži z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800038209  
EAN koda DE:  
3838800038216



**Tekoči sadni jogurt**  
brusnica, vanilija z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800046815  
EAN koda DE:  
3838800046822



**Tekoči sadni jogurt**  
brusnica z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800049670  
EAN koda DE:  
3838800049687

➔ Pakiranje: 1 karton: 12,  
na 1 paletl: 96# (1152 KOS)

## Jogurt 250 g

iz pasteriziranega mleka



**Tekoči jogurt banana,**  
ananas z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800046778  
EAN koda DE:  
3838800046785



**Tekoči jogurt jagoda**  
z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800046730  
EAN koda DE:  
3838800046747



**Tekoči sadni jogurt gozdni**  
sadeži z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800046754  
EAN koda DE:  
3838800046761



**Tekoči sadni jogurt brusnica,**  
vanilija z 1,3% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800046792  
EAN koda DE:  
3838800046808



**Tekoči jogurt**  
z 3,2% m.m. TT

EAN koda izdelka:  
3838800039572  
EAN koda DE:  
3838800039589

➔ Pakiranje: 1 karton: 12,  
na 1 paletl: 190# (2280 KOS)

Mleko in jogurt  
v stari in novi  
podobi!





Ideja blagovne znamke:  
Mu. Nahranite otroka v sebi.

- I. Prenova arhitekture blagovnih znamk Ljubljanskih mlekar
- II. Razvoj nove blagovne znamke
- III. Testiranje koncepta
- IV. Lansiranje znamke
- V. Evalvacija**

# OCENA PRENOVE:

---

- Uspeli zaustaviti trend padanja prodaje in ga obrniti v nasprotno smer v ključnih kategorijah: namazi, tekoči jogurti.
- Pri namazih in tekočih jogurtih smo, v primerjavi s prvim polletjem 2008, letos dosegli nekaj odstotno rast, kljub recesiji.
- Prenova ni zaustavila trenda padca v vseh kategorijah, npr. kategoriji svežega mleka.
- Znamka MU je v kratkem času dosegla želeno prepoznavnost in pozitiven odziv s strani potrošnikov ter nam omogočila dodajanje tudi novih izdelčnih skupin.



- Prenova znamke zahteva temeljit premislek v izhodiščih: kje, kam in kako želimo razvijati znamko.
- Vpletenost različnih organizacijskih struktur (marketing, nabava, razvoj, prodaja, proizvodnja)
- Komunikacija navznoter pomembna enako kot navzven.
- Negotovost pred končnim rezultatom vedno prisotna še posebno, če poleg podobe spreminjamo tudi ime in koncept znamke. Testiranja idejnih konceptov pri potrošnikih manjšajo možnosti napak.
- Sama prenova podobe BZ ni vedno dovolj za poslovno rast, če ni optimizacije tudi drugih elementov marketinškega spleta.



Hvala za pozornost!