



LJUBLJANSKE MLEKARNE

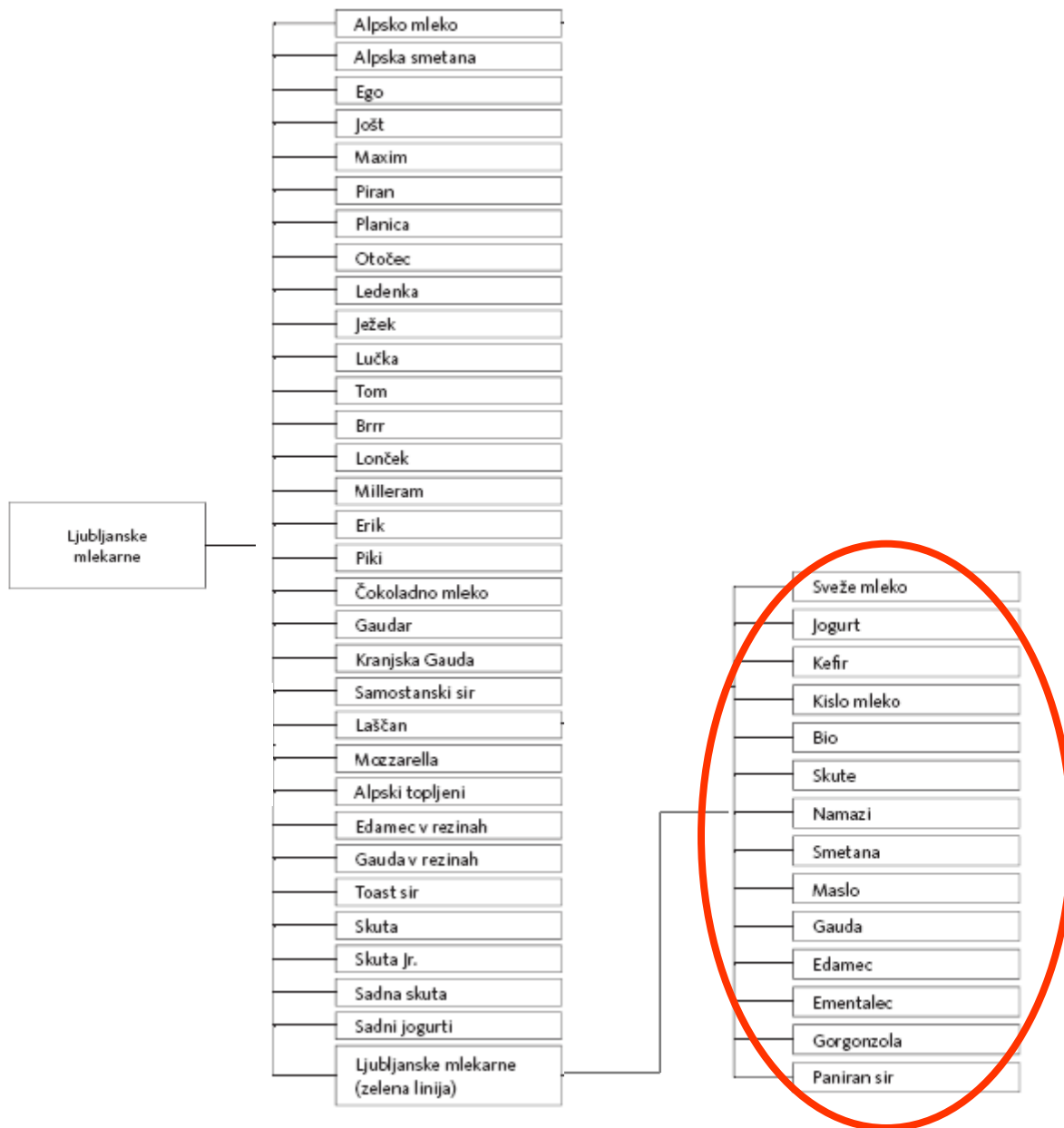
Prenova blagovnih znamk Ljubljanskih mlekarn

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.	REDEFINICIJA!

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)
- mileram
- 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, Mileram, "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



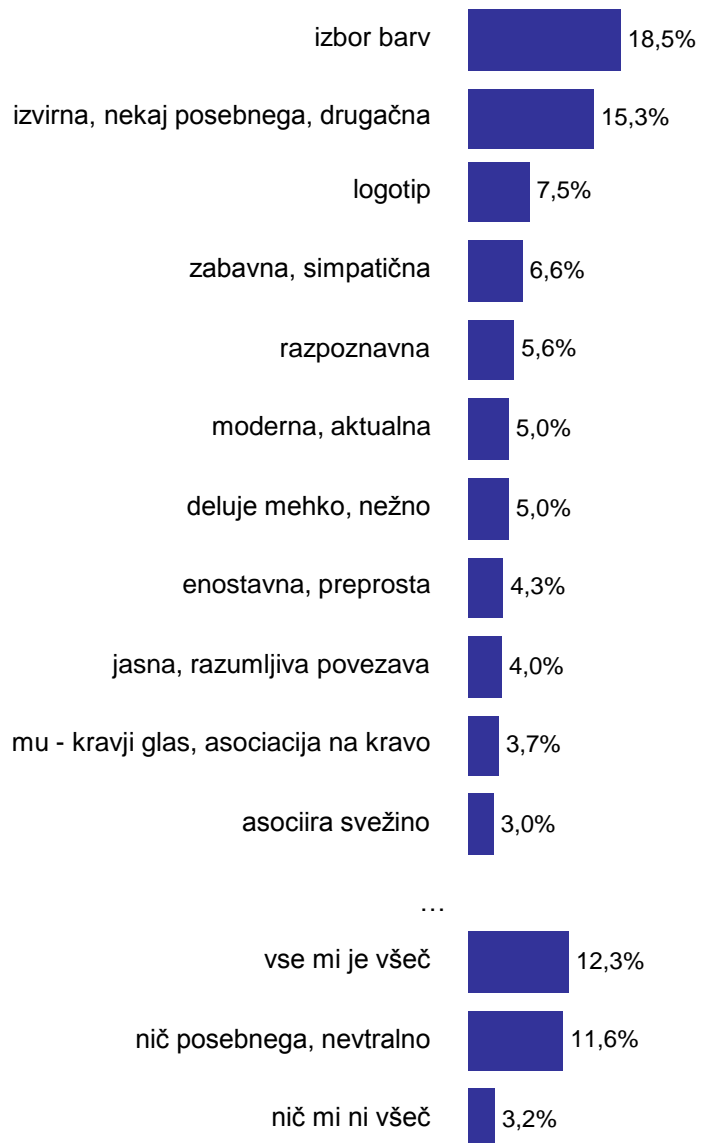
SIMULACIJA PRODAJNE POLICE



SIMULACIJA PRODAJNE POLICE



TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV

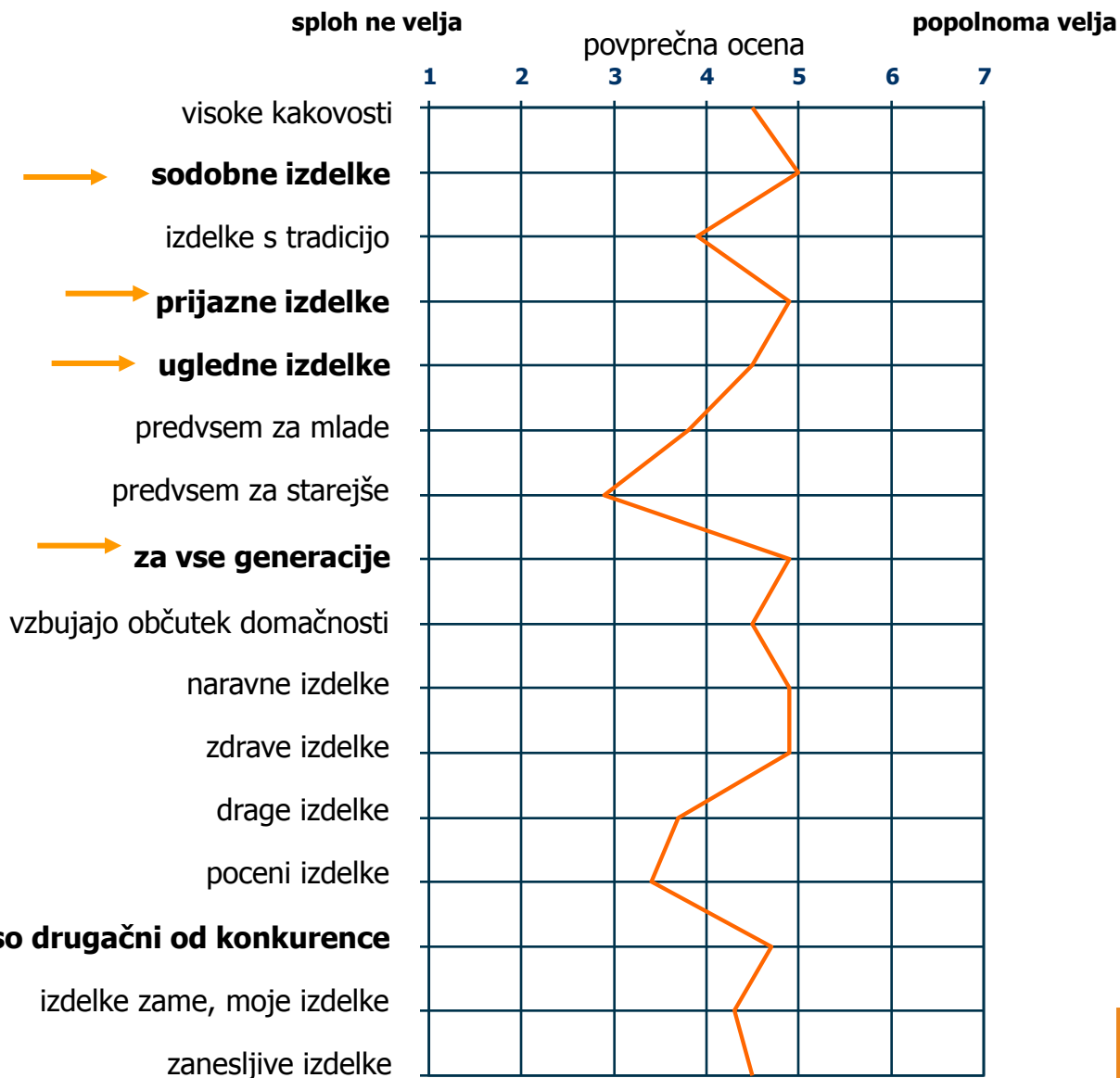


Ocena embalaže - všečni elementi



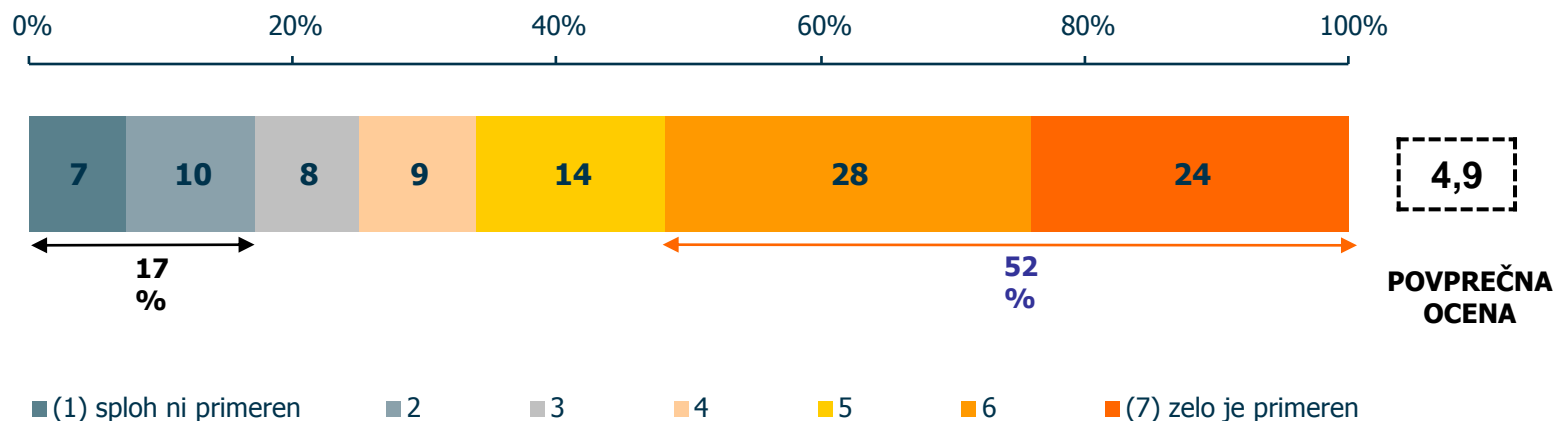
TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV

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



TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV

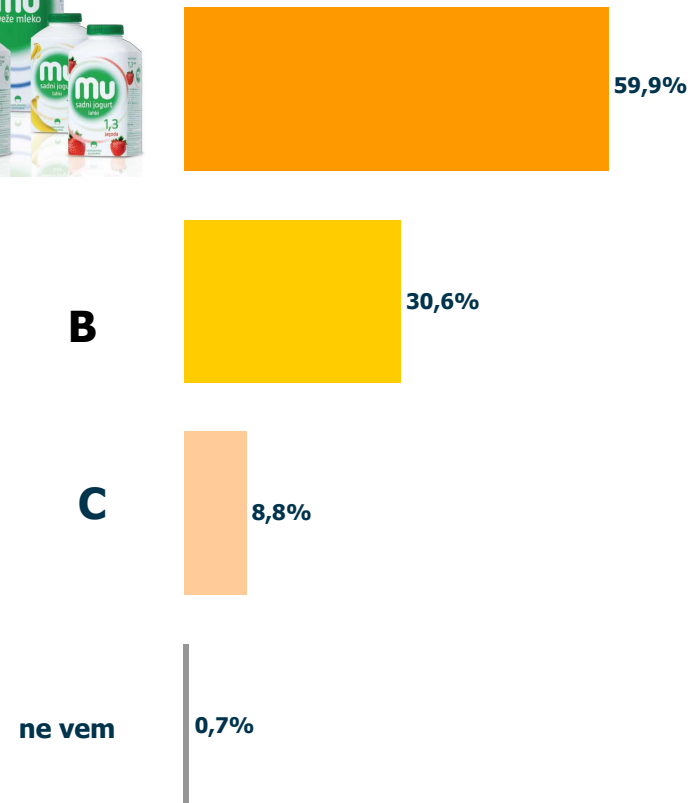
Primernost novega designa za linijo mlečnih izdelkov LM:



TESTIRANJE IDEJNIH REŠITEV



PREFERENCA IDEJNIH REŠITEV



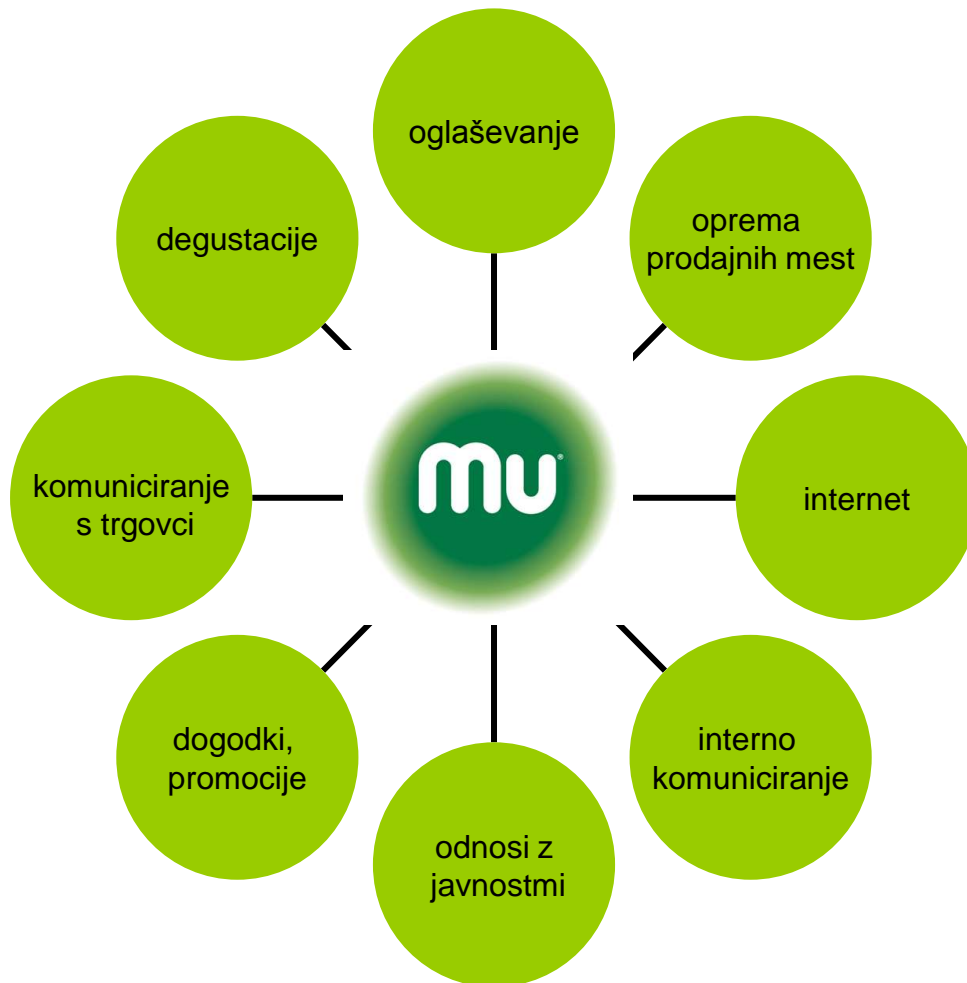
- I. Prenova arhitekture blagovnih znamk Ljubljanskih mlekarn
- II. Razvoj nove blagovne znamke
- III. Testiranje koncepta
- IV. Lansiranje znamke**
- V. Evalvacija

- 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



LJUBLJANSKE
MLEKARNE



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



SVEŽE MLEKO IN JOGURT
V NOVI EMBALAŽI



LJUBLJANSKE
MLEKARNE



TUDI NOVI OKUSI!

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



SIRNI IN MLEČNI NAMAZI V NOVI EMBALAŽI



LJUBLJANSKE
MLEKARNE



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



JOGURTI V LONČKIH V NOVI EMBALAŽI



LJUBLJANSKE
MLEKARNE



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 mlekarn
- II. Razvoj nove blagovne znamke
- III. Testiranje koncepta
- IV. Lansiranje znamke
- V. Evalvacija**

- 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!