

Poli Pate

Slavko Ficko

Direktor strateškega marketinga

1



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Kriza nam ponuja “once in a life time”
priložnost, da izboljšamo svoj tržni delež
in s tem oslabimo konkurenco.



Kakovost
QUALITY

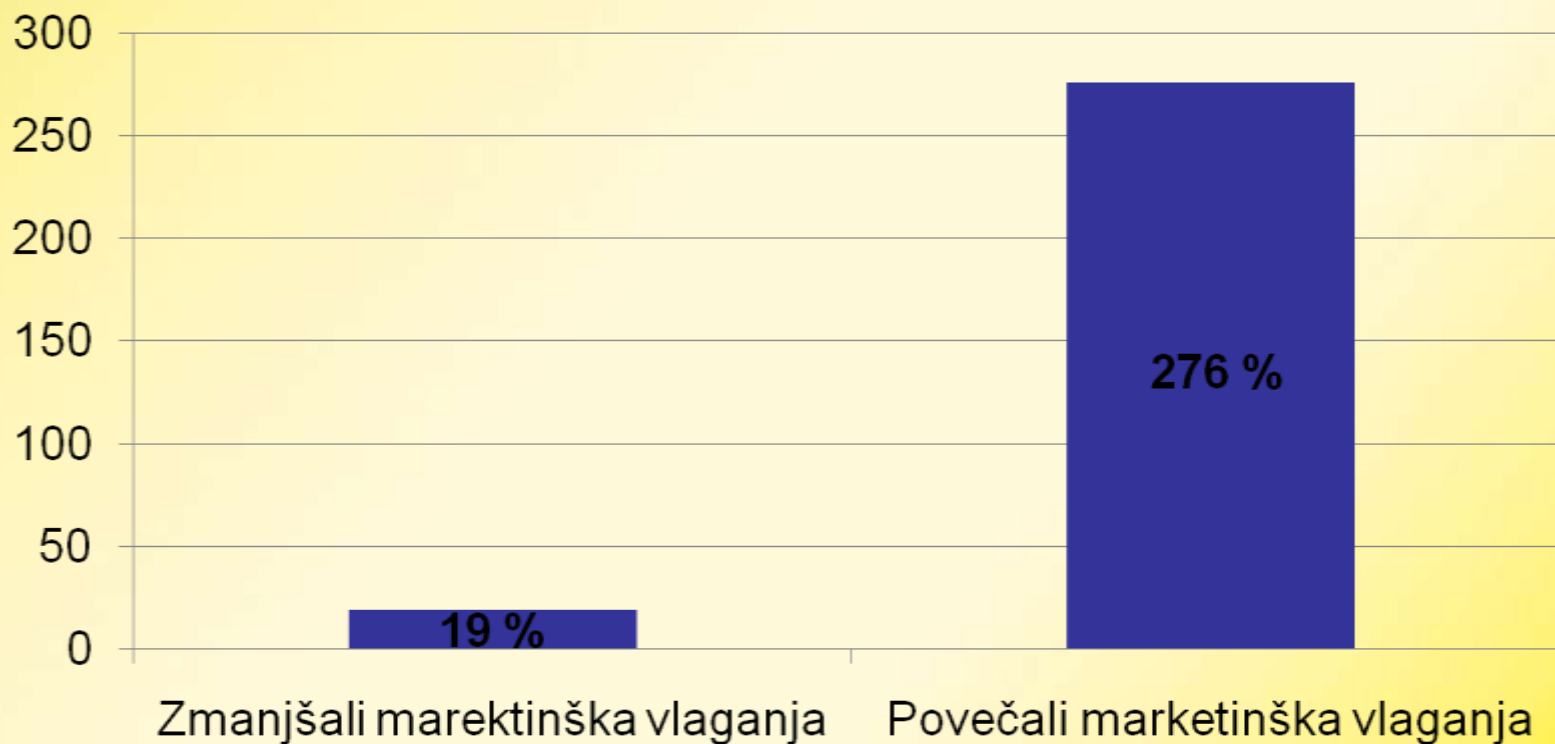
Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Kriza 1980

vir: AC Nielsen

Rast podjetij 5 let po krizi



3



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

In tako smo zaposlili slona!



4



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Perutnina Ptuj Group



Proizvodnja v 4
državah



Podjetja v 7 državah



5



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Poli - njen trg je širši od njene domovine



6

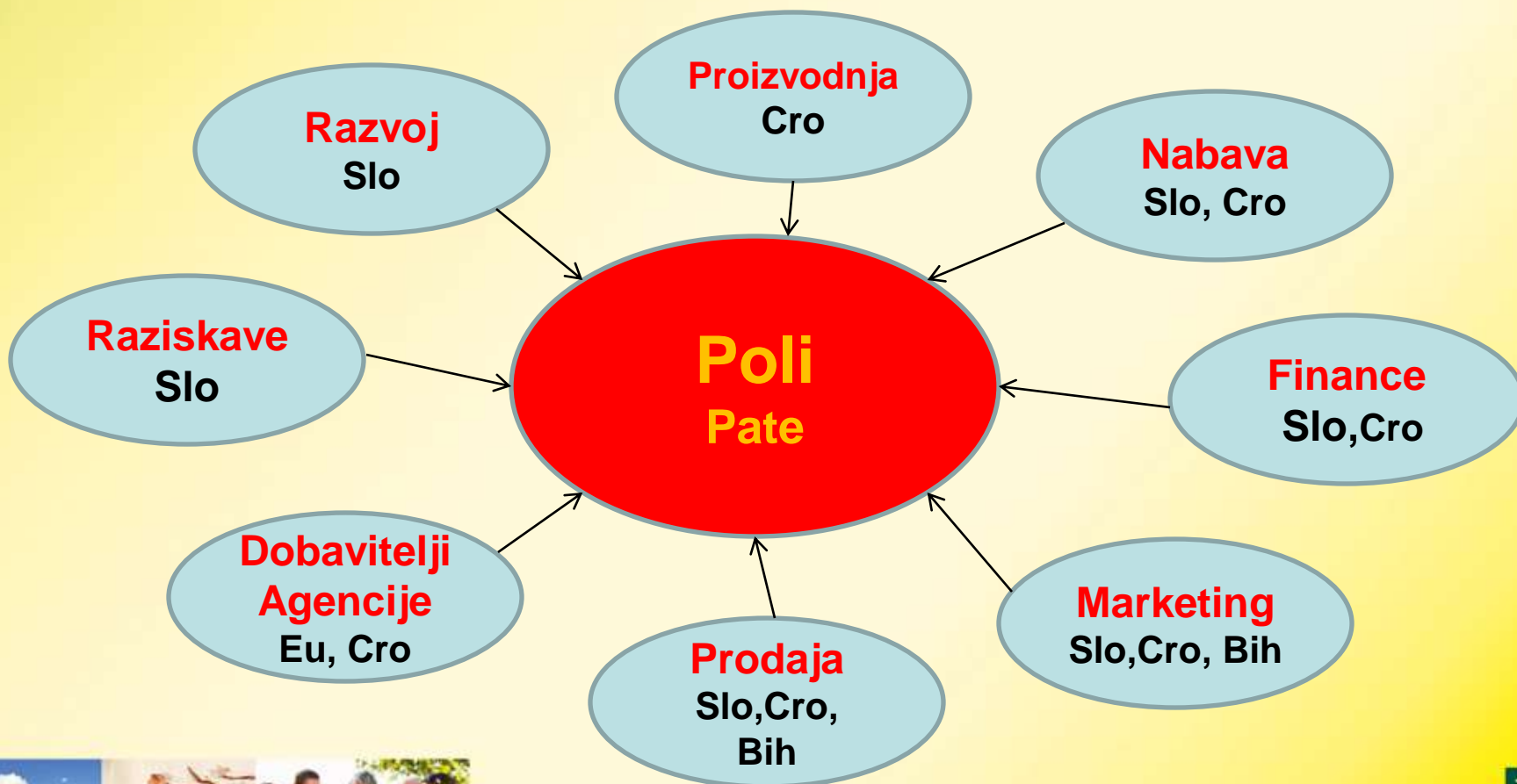


Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Projektno vodenje in usmerjenost k potrošniku



7



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Trženjsko – razvojni načrt



8



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Strategija BZ Poli v regiji

- Prva piščančja klobasa v regiji = No. 1 Chicken Sausage in Europe
- Širitev BZ Poli v druge blagovne skupine
- Nova Outdoor promocija = Poli Snack

9



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Strategija BZ Poli v regiji

- Na emocijah grajena promocija
- Inovativen pristop pri razvoju embalaže
- Cenovno top pozicionirana piščančja klobasa
- Ohranjanje visoke stopnje indeksa distribucije v retailu in nenehno iskanje novih distribucijskih poti

10



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Sprejemljivost 4 predlogov



PAŠTETA POLI:

- Predlog ni bil pripisan BZ Poli temveč predvsem podjetju Perutnina Ptuj, d.d.
- Intenca nakupa se je po razkritju BZ Poli zvišala
- Direktni nivo širitve BZ Poli v drugo blagovno skupino
- Neformalna širitev --> sedaj dobrih 10% (ne)uporabnikov misli, da je pašteta že v programu izdelkov BZ Poli.

Vir: Kline&Partner, 2006



Poli Pate – popolna inovacija

- Poli je vstopila v novo kategorijo: paštete
- Tudi tu ostaja blagovna znamka Poli dosledna v svoji kakovosti:
 - Dvakrat višji delež piščančjega mesa (60%) od večine konkurence.
 - Lahka pašteta (nižja vsebnost maščob in kalorij)
- Inovativna embalaža omogoča ponovno zapiranje in s tem večdnevno uporabo.
- Upoštevan okoljski vidik same embalaže

12

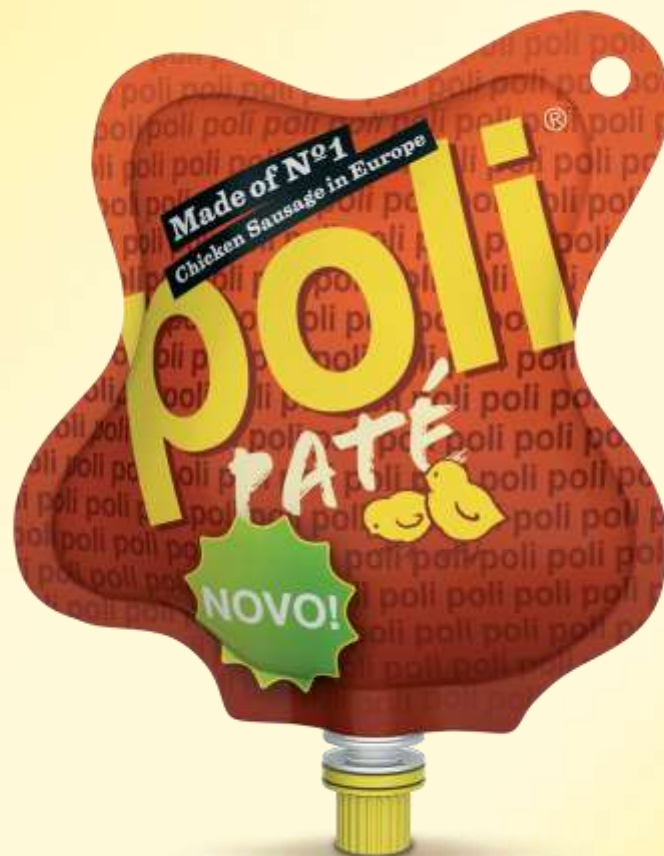


Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Inovativno pakiranje



13



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY







Analiza trga paštet v regiji

(Slo, Cro, BiH, Srb)

- Velikost trga
- Konkurenca
- Cenovno pozicioniranje
- Tržni deleži



Marketinški cilji

Država	RM	Lojalnost	Tržni del. (kvant.)	Tržni del. (vred.)	Prodaja tone
SLO	 	X	X	X	X
CRO	 	X	X	X	X
BIH	 	X	X	X	X

15



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Ostali elementi trženjsko razvojnega načrta

- Plan investicij
- Lokacija proizvodnje
- Plan tržnega komuniciranja
- Plan prodaje
- **Projekcija poslovnega rezultata**



Plan tržnega komuniciranja

Primarni cilj: vzpodbuditi prvi nakup

Država	ATL	BTL	Skupaj
Slovenija	X	X	X
Hrvaška	X	X	X
BiH	X	X	X
Skupaj	X	X	X

17



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Projekcija poslovnega rezultata

- proizvodnja CRO -

PROIZVODNJA HRVAŠKA

	CILJNA MP CENA	neto pc/kg		
Prodaja v:		€/kg	kg	€
SLOVENIJA				
HRVAŠKA				
BIH				
SRBIJA				
MAKEDONIJA				
KOSOVO				
ČRNA GORA				
EU				

neto PRIHODKI

STROŠKI PROIZVODNJE

UVOZNE DAJATVE

TRŽNO KOMUNICIRANJE

NEKONSOLIDIRAN POSLOVNI IZID

Kakovost *Varnost* *Sledljivost*
QUALITY SAFETY TRACEABILITY



Projekcija poslovnega rezultata

- proizvodnja SLO -

PROIZVODNJA SLOVENIJA

Prodaja v:	CILJNA MP CENA	neto pc/kg	
		€/kg	kg €
SLOVENIJA			
HRVAŠKA			
BIH			
SRBIJA			
MAKEDONIJA			
KOSOVO			
ČRNA GORA			
EU			

neto PRIHODKI

ODHODKI PROIZVODNJE

ODHODKI ZARADI UV DAJATEV

TRŽNO KOMUNICIRANJE

NEKONSOLIDIRAN POSLOVNI IZID



Zakaj Poli Pate?

- Ker je Poli več kot le piščančja klobasa
- Inovativna povsem nova embalaža v celi regiji
- Pašteta po okusu identična Poli- edinstvenem okus
- Cenovno top pozicionirana v blagovni skupini paštet
- Optimalno locirana proizvodnja in s tem tudi distribucija

20



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Zakaj Poli Pate?

- Duhovita, “nora” promocija
- Timing lansiranja v kriznem obdobju
- Izgrajuje moč blagovne znamke tudi osnovnemu izdelku
- Svojo ekspanzijo vrši na potrebah svoje primarne ciljne skupine, to je generacija Y in mladi
- **Visoko profitabilen izdelek**

21



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY


Perutnina Ptuj
1905

Skratka, cilji so:

- **Slovenija**
 - ohraniti visoko lojalnost BZ Poli v višini 44%
 - Povečati TD med paštetami za 4X
 - Povečati TD med klobasami za 3 odstotne točke
 - Doseči planirano prodajo
- **Hrvaška**
 - Povečati lojalnost BZ POLI iz 15% na 18%
 - Povečati TD med paštetami za 4x
 - Povečati TD med klobasami za 2 odstotni točki
 - Doseči planirano prodajo

22



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY

Skratka, cilji so:

- **BiH**
 - Povečati lojalnost BZ Poli iz 38% na 40%
 - Doseči planirano prodajo

**Doseči načrtovani poslovni rezultat v višini
X €**



Družina Poli



24



Kakovost
QUALITY

Varnost
SAFETY

Sledljivost
TRACEABILITY