



Corretto[®]

BUSINESS SUCCESS

Научный
руководитель:
Фам Хонг Куон

Зарапина
Ярослава
Гордеева Мария





КЕЙС

Компания Cornetto хочет позиционировать рожок с мороженым в качестве снека, чтобы увеличить свои продажи.





ПРОДУКТ CORNETTO - МОРОЖЕНОЕ



Product	Price	Promotion	Place	People
Малина рожок, 82г	67 руб.	Запускать новые вкусы мороженое, рекламироваться у блогеров	Глобус (гипермаркет)	15-25 лет
Манго- маракуйя рожок, 80г	67 руб.	Запускать новые вкусы мороженое, рекламироваться у блогеров	Глобус (гипермаркет)	15-25 лет
Enigma карамель рожок, 80г	73 руб.	Запускать новые вкусы мороженое, рекламироваться у блогеров	Глобус (гипермаркет)	15-25 лет
Мороженое – печенье OREO рожок, 77г	73 руб.	Запускать новые вкусы мороженое, рекламироваться у блогеров	Глобус (гипермаркет)	15-25 лет



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ CORNETTO



- Подростки (от 15 до 25)
- Активный образ жизни
- ЗП - 15.000 рублей / месяц
- Крупные города
- Мужчины и женщины





ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА



Социальная миссия Cornetto – помочь молодым людям растопить лёд и сделать первый шаг навстречу друг другу. И уже много лет марка делает всех людей счастливее и помогает делиться частичкой радости и любви друг с другом. Благодаря этому Cornetto стало самым популярным мороженым с сегменте рожков в мире





КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ



Сильные стороны:

- Бренд
- Высокое качество продукции
- Авторитет на рынке
- Хорошо налаженные каналы распределения
- Большой опыт работы

Возможности:

- Увеличение спроса
- Расширение ассортимента
- Увеличение доли рынка

Mars

Слабые стороны:

- Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия
- Высокая степень износа оборудования-до 80% по отдельным группам

Угрозы:

- Насыщенность рынка



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ



Сильные стороны:

- Посредники, торгующие продукцией компании, отличаются высоким профессионализмом
- Бренд
- Авторитет на рынке
- Высокое качество

Возможности:

- Увеличение спроса
- Расширение ассортимента
- Увеличение доли рынка

Слабые стороны:

- Высокая стоимость нового производственного оборудования
- Слабая трудовая мотивация работников
- Сезонная зависимость производства
- Зависимость уровня продаж от смены вкусов покупателей

Угрозы:

- Выход на рынок новых конкурентов и усиление позиций старых





КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ



Сильные стороны:

- Высокое качество продукции
- Наличие постоянных клиентов
- Отечественные производители

Слабые стороны:

- Маленький срок хранения продукции
- Маленькая сеть
- Уровень цен выше, чем в обычных продуктовых магазинах



Возможности:

- Увеличение доли рынка
- Развитие рекламы
- Санкции

Угрозы:

- Рост издержек
- Снижение спроса



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ



Сильные стороны:

- Высокая, мировая узнаваемость брендов
- Высокая техническая оснащенность фабрик
- Широкий ассортимент продукции
- Ориентированность на покупателя
- Запатентованные рецептуры

Возможности:

- Повышение производительности
- Разработка новых товаров
- Расширение деятельности, постройка новых заводов

FERRERO
ROCHER

Слабые стороны:

- Появление на рынке множества аналогов продукции
- Высокий уровень цен
- Рост конкурентных предложений с более низкой стоимостью

Угрозы:

- Недобросовестная конкуренция
- Отказ от продукции из-за уровня цен и наличия более доступных аналогов



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ



Сильные стороны:

- Высокая лояльность к бренду и узнаваемость бренда
- Популярный бренд, связанный с другими популярными продуктами в ассортименте
- Воспринимается как продукт высокого качества

Возможности:

- Может улучшить узнаваемость бренда и имидж бренда

Kinder

Слабые стороны:

- Низкое разнообразие в ассортименте (белый и темный шоколад)
- В продуктах есть фундук, который исключает потребителей, страдающих аллергией

Угрозы:

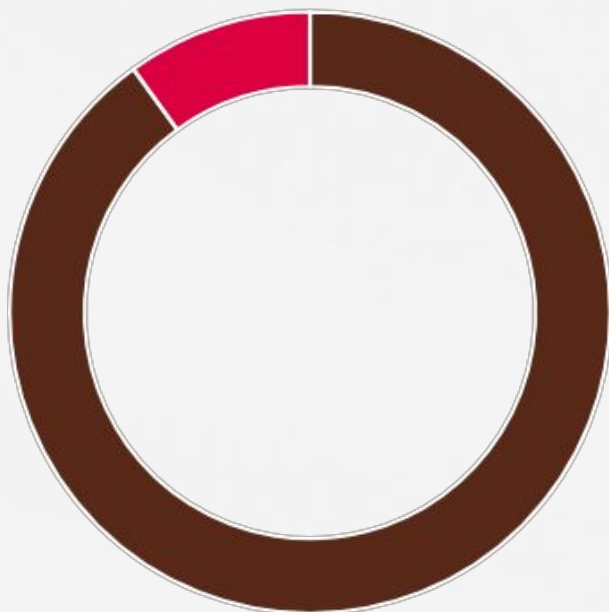
- Конкуренция с другими брендами: Twix, Mars, Kit Kat и другие.
- Рост стоимости сырья
- Проблема здоровья: диабет, ожирение...



ОПРОС

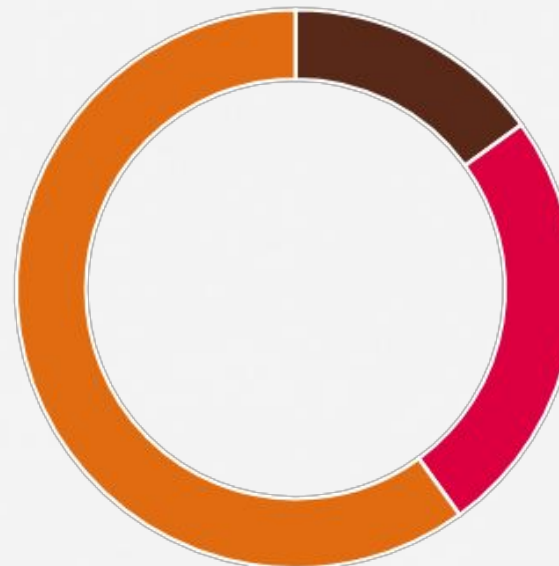


Любите ли вы мороженое?



■ Да ■ Нет

Какой вкус мороженого вы предпочитаете?



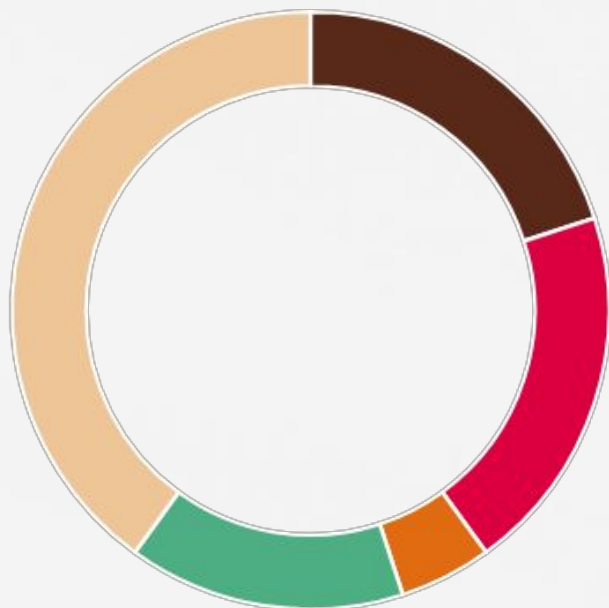
■ Шоколадное ■ Пломбир ■ Сорбет



ОПРОС

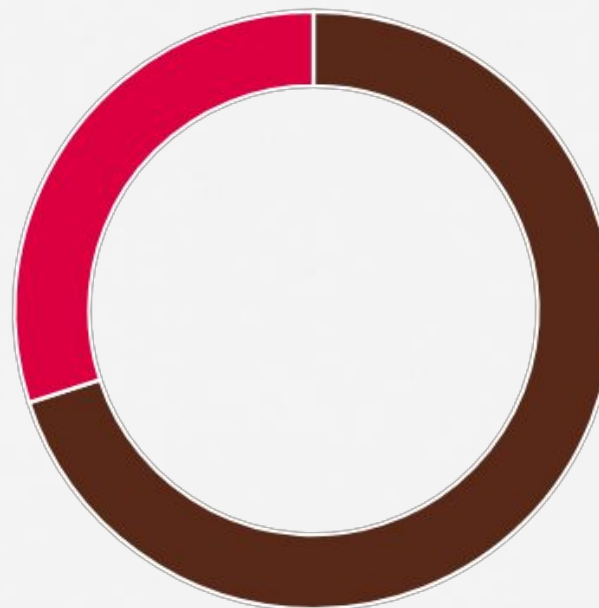


Какой формат мороженого вам удобнее?



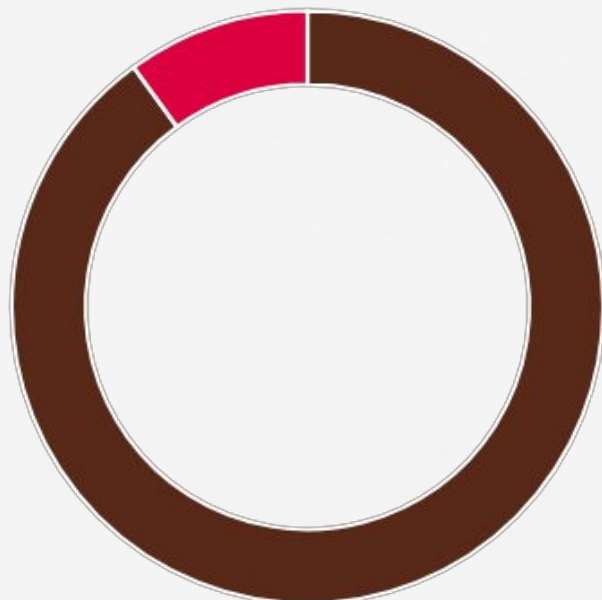
■ Рожок ■ Вафельный стаканчик ■ Бумажный стаканчик ■ На палочке ■ Другой

Вы покупаете мороженое как снэк или как десерт?



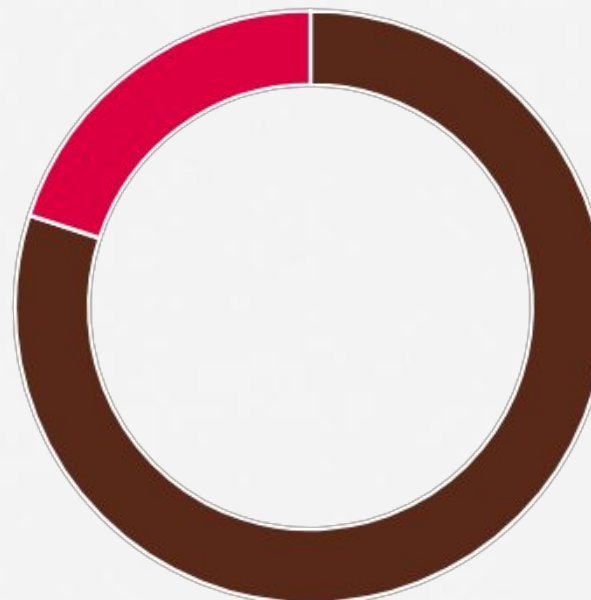
■ Десерт ■ Снэк

Знаете ли вы Cornetto?



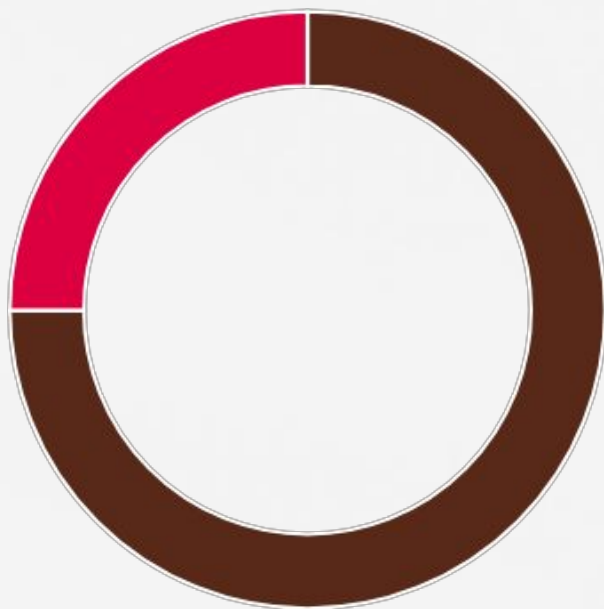
■ Да ■ Нет

Нравится ли вам Cornetto?



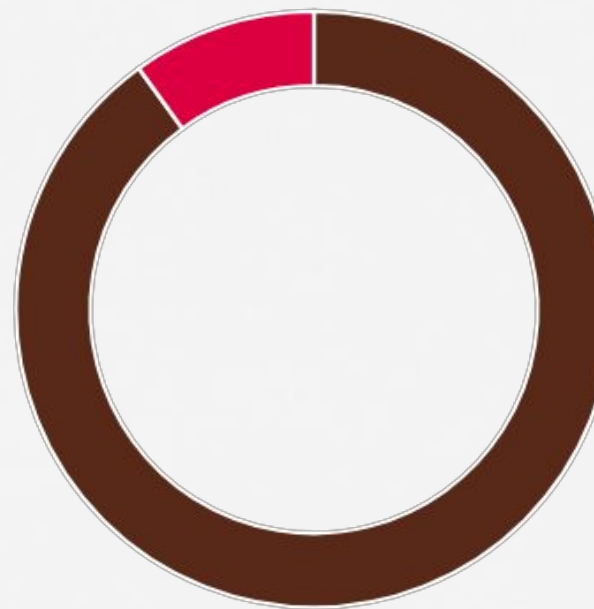
■ Да ■ Нет

Хотите ли вы чтобы Cornetto стало снеком?



■ Да ■ Нет

Хотите ли вы попробовать снек от Cornetto?



■ Да ■ Нет



НОВЫЙ ФОРМАТ МОРОЖЕНОГО



Мы учли все пожелания потребителей Cornetto и на основе опроса создали новое мороженое от Cornetto – снэк, которое обладает современной текстурой СТАЙС (Текстура позволяет заменить молоко (сливки) в рецептуре, улучшая текстуру мороженого, а также добавляя сливочный вкус.), идеальным вкусом, а также малокалорийно и полезно для всех. Благодаря стабилизатору СТАЙС нашим мороженым смогут наслаждаться люди с аллергией на лактозу. Существуют разные виды данного снэка.



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА



Созданный около 50 лет назад бренд Cornetto отрывается от своих корней сезонного угощения на открытом воздухе и присоединяется к снекам, которыми можно наслаждаться дома в любое время года. Рестайлинг сделал продукт более молодым, ориентированным на покупателей в возрасте 14-20 лет. Визуальное оформление меняет сообщение бренда и поддерживает целый ряд инноваций в продуктовой линейке. Это позволит поменять позиционирование бренда во всем мире



ЛЮДИ





РЕКЛАМА СНЕКА



Мы будем использовать несколько видов рекламы на сумму
3 000 000 рублей:

- Спот реклама
- ООИ
- InDoor



СПОТ РЕКЛАМА



	Москва (руб./мес.)	Санкт –Петербург (руб./мес.)	Аудитория	Эффективность
Авторadio (17:00 - 20:00)	130 000 x 5	70 000 x 5	От 12 лет	Еженедельная прослушиваемост ь: 40 % населения РФ
Дорожное радио (17:00 – 19:00) в будние дни	66 000 x 7	31 000 x 8	От 13 лет	Еженедельная прослушиваемост ь: 22 млн
Europa Plus (17:00 – 20:00)	77 650 x 6	22 000 x 10	От 12 до 40	Еженедельная прослушиваемост ь: 24.9 млн

Данные радиостанции мы подобрали по следующим критериям:

- Рейтинг радиостанции
- Аудитория (ЦА, охват аудитории)
- По количеству городов вещания



ООН



Москва

**Санкт -
Петербург**

Аудитория **Эффективнос
ть**

«Улица 1905 года»
180 540 руб.

«Василеостровско
й. Наличная
улица»
100 000 руб.

Все люди
проживающи
е в данном
городе

Наиболее
высокая, т.к. это
самые
густонаселенные
и популярные
города России

«Красногвардейски
й проезд»
75 402 руб.

«Адмиралтейский»
90 000 руб.

«Фрунзенская
набережная» В3
53 200 руб.

«Фрунзенская
набережная» А2
53 200 руб.



INDOOR



Магазин	Стоимость	Аудитория	Эффективность
О'кей	200 000	Семьи со средним доходом	Эффективность высокая, т.к. магазины и супермаркеты (гипермаркеты) сети располагаются в крупнейших городах России и пользуются популярностью
Азбука Вкуса	300 000	Семьи с высоким доходом	Эффективность высокая, т.к. супермаркеты и магазины данной популярной сети располагаются в крупнейших городах России рядом с жилыми комплексами
Перекрёсток	250 000	Семьи со средним доходом	Эффективность высокая, т.к. магазины и супермаркеты (гипермаркеты) сети расположены во многих популярных

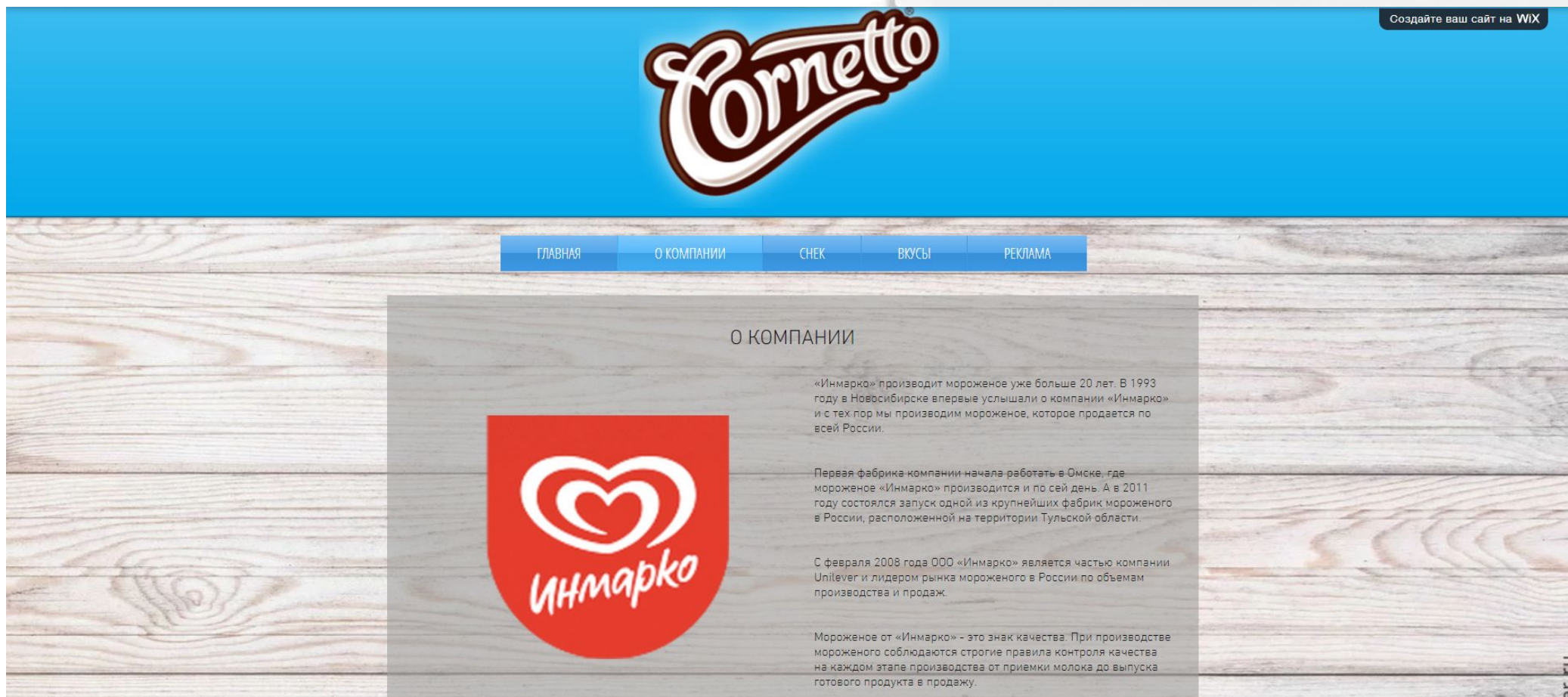


САЙТ (ГЛАВНАЯ)



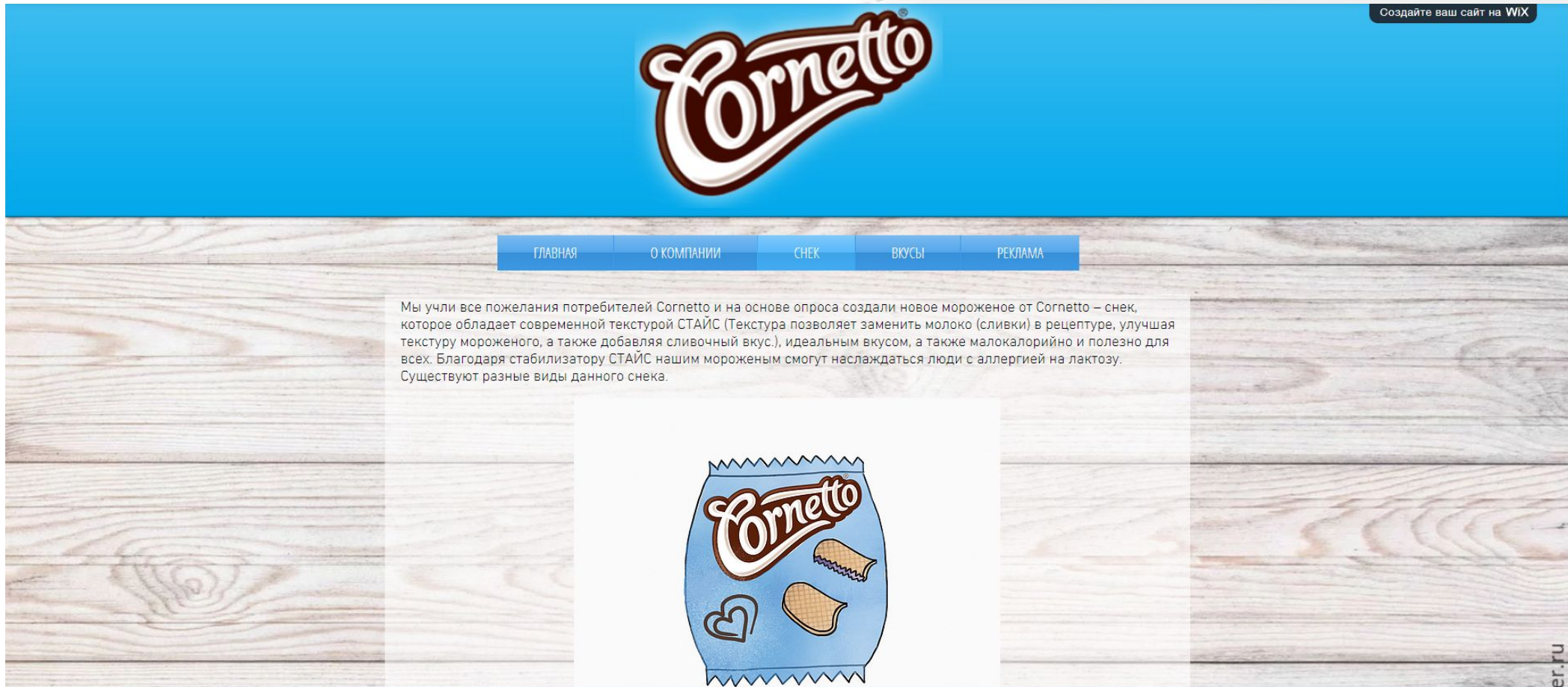


САЙТ (О КОМПАНИИ)





САЙТ (СНЕК)





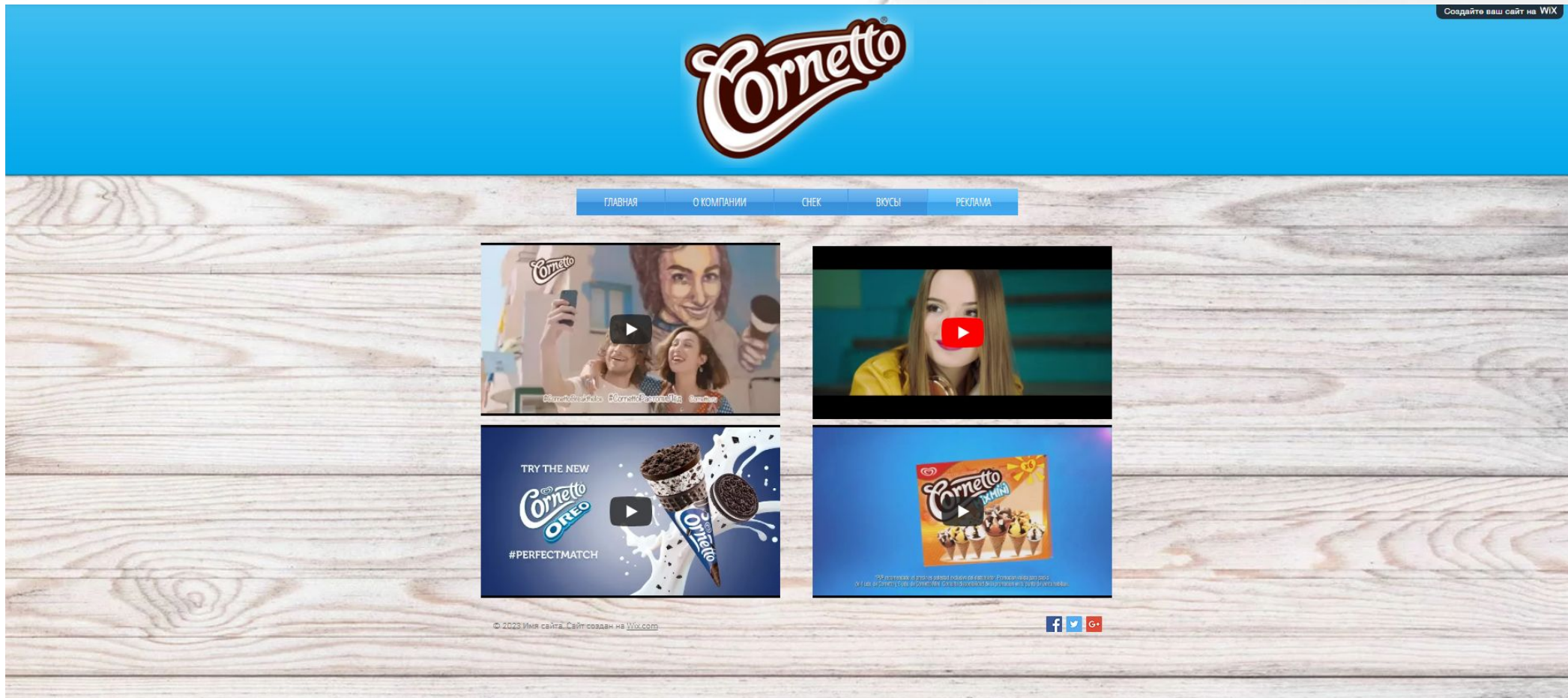
САЙТ (ВКУСЫ)



The screenshot shows the Cornetto website interface. At the top, there is a blue header with the Cornetto logo. Below the header is a navigation menu with buttons for 'ГЛАВНАЯ', 'О КОМПАНИИ', 'СНЕК', 'ВКУСЫ', and 'РЕКЛАМА'. The main content area features the text 'ВЫБЕРИ СВОЙ ВКУС!' (Choose your flavor!) above a grid of eight different Cornetto cones. The flavors shown are: Фисташка (Pistachio), Карамель (Caramel), Манго (Манго), Шоколад (Chocolate), Чок-чипсы (Чок-чипсы), Карбон Блэк (Carbon Black), Манго (Манго), and Малина (Raspberry). At the bottom of the page, there is a copyright notice: '© 2023 Умя сайта. Сайт создан на Wix.com' and social media icons for Facebook, Twitter, and Google+.

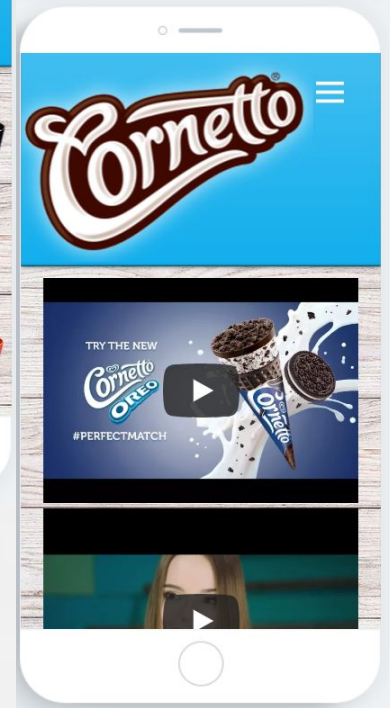
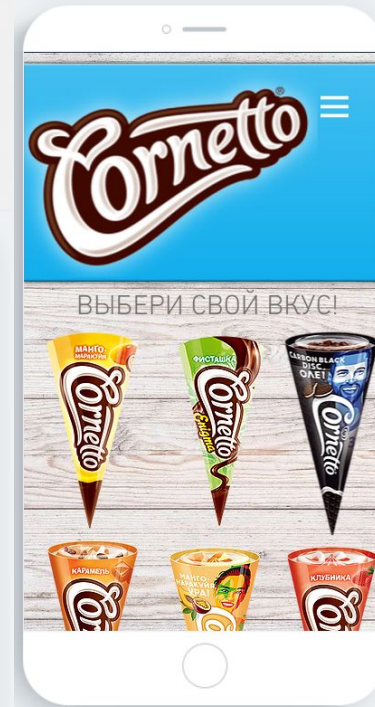
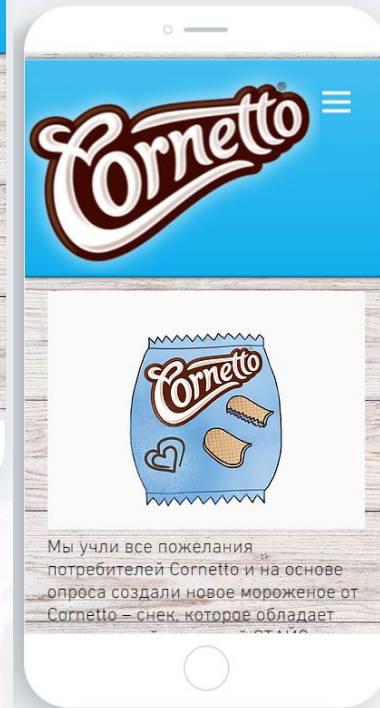
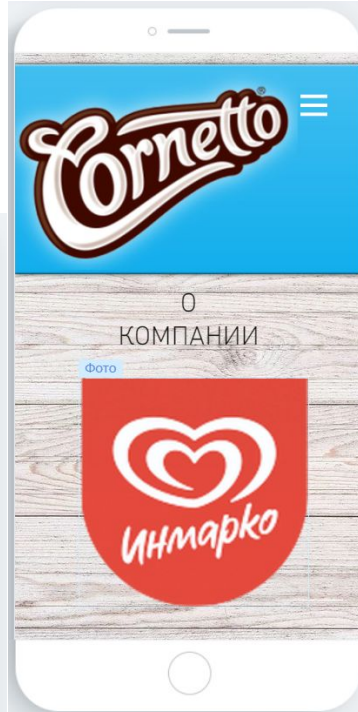
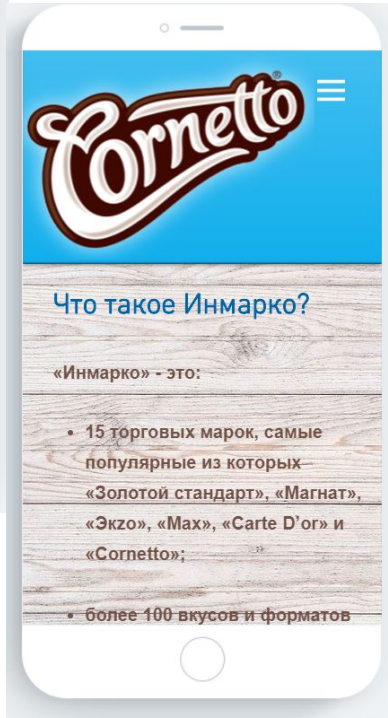


САЙТ (РЕКЛАМА)





САЙТ НА ТЕЛЕФОНЕ





СТОИМОСТЬ - CORNETTO



Стоимость: от 70 до 80 рублей
Масса нетто: 77 грамм
Цена за 100 грамм: от 91 до 104 рублей

Сегодня средняя цена мороженого Cornetto 70-80 рублей. В то время как люди не могут покупать мороженое по такой цене каждый день воспринимая его как снэк.



СТОИМОСТЬ - NESTLE



Стоимость: от 90 до 110 рублей

Масса нетто: 94 грамма

Цена за 100 грамм: от 96 до 117 рублей



СТОИМОСТЬ -KINDER



Стоимость: от 90 до 120 рублей

Масса нетто: 100 грамм

Цена за 100 грамм: от 90 до 120 рублей



СТОИМОСТЬ -ВКУСВИЛЛ



Стоимость: 54 рубля
Масса нетто: 35 грамм
Цена за 100 грамм: 154 рубля



СТОИМОСТЬ – FERRERO ROCHER



Стоимость: от 300 до 350 рублей

Масса нетто: 200 грамм

Цена за 100 грамм: от 150 до 175 рублей



СТОИМОСТЬ – MARS



Стоимость: от 20 до 30 рублей

Масса нетто: 50 грамм

Цена за 100 грамм: от 40 до 60 рублей



НОВАЯ СТОИМОСТЬ СНЕКОВ CORNETTO



Стоимость: от 60 до 70 рублей
Масса нетто: 77 грамм
Цена за 100 грамм: от 91 до 104 рублей



Стоимость: 65 рублей
Масса нетто: 80 грамм
Цена за 100 грамм: 81 рубль



Мороженое Cornetto следует продавать по средней цене 60-65 рублей, чтобы выполнить главную задачу, то есть сделать мороженое снеком. Новый вид мороженого будет стоить 65 рублей. Мы можем позволить себе такую низкую цену, т.к. продукты Cornetto пользуются достаточно большой популярностью



РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА



- Анализ бренда Cornetto
- Конкурентный анализ
- Опрос
- Cornetto – снек
- Рекламная кампания
- Сайт
- Анализ и сравнение стоимости снеков Cornetto и конкурентов





КОМАНДА



Зарапина
Ярослава



Гордеева Мария