



ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

Печенье для зуммеров в ассортименте Любимого Края

О компании



Лидер
российского рынка овсяного
печенья.
Штат свыше **400** сотрудников.



Первая фабрика открылась
в 1999 году в г. Отрадное
(Ленинградская обл.,
Кировский р-н)



Вторая фабрика открылась
в 2015 году в промзоне Горелово
(Ленинградская обл.,
Ломоносовский р-н)



Годовой оборот 2,4 млрд. руб.
(2019). **Объем производства** в
натуральном выражении **более**
23,6 тысяч тонн.



37% – доля компании на
рынке фасованного овсяного
печенья.



Посиделкино – бренд №1
овсяного печенья в России*

*Бренд «Посиделкино» – марка №1 овсяного печенья в России по потреблению и частоте покупки по данным исследовательской компании Kantar TNS (ЗАО) ТНС МИЦ, декабрь 2019).

Любимый Край входит в число крупнейших компаний на рынке МКИ

Рейтинг производителей (Топ 10) по итогам продаж 2018 года		
КАТЕГОРИЯ: СЛАДКОЕ ФАСОВАННОЕ ПЕЧЕНЬЕ	Доля от оборота в КГ, %	Доля от оборота в РУБ, %
ЧАСТНЫЕ МАРКИ	19,9%	12,7%
1. MONDELEZ INTERNATIONAL	14,4%	20,7%
2. KELLOGG	7,7%	7,3%
3. КДВ	6,6%	5,6%
4. ЛЮБИМЫЙ КРАЙ	5,0%	4,3%
5. ORION	4,8%	8,5%
6. LOTTE GROUP	2,5%	4,3%
8. ОБЪЕДИНЕННЫЕ КОНДИТЕРЫ	2,4%	1,9%
7. КУХМАСТЕР /САМАРА	2,4%	2,1%
9. БЕЛОГОРИЕ /БЕЛГОРОД	1,8%	1,6%
10. СЛАДКАЯ СЛОБОДА /КИРОВ	1,4%	1,1%

Категория:
Сладкое фасованное печенье

- 4 место по тоннажу
- 5 место по обороту в деньгах

Рейтинг производителей (Топ 10) по итогам продаж 2018 года		
КАТЕГОРИЯ: ПРЯНИКИ	Доля от оборота в КГ, %	Доля от оборота в РУБ, %
ЧАСТНЫЕ МАРКИ	25,5%	19,3%
1. ОБЪЕДИНЕННЫЕ КОНДИТЕРЫ	7,9%	12,5%
2. FAZER	5,8%	7,0%
3. КДВ	5,3%	6,5%
4. СЛАКОН /ЧЕЛЯБИНСК	4,2%	3,4%
5. АБ-МАРКЕТ ТРЕЙД /МОСКВА	2,5%	1,8%
6. ПЕРВЫЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ /ЧЕЛЯБИНСК	2,3%	2,1%
7. ЧАЙНЫЙ СОВЕТНИК /НОВОСИБИРСК	1,9%	1,5%
8. РУССКИЕ ПРЯНИКИ /ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,7%	1,7%
9. ЛЮБИМЫЙ КРАЙ	1,6%	2,1%
10. САМАРСКИЙ ХЛЕБОЗАВОД №2	1,2%	1,1%

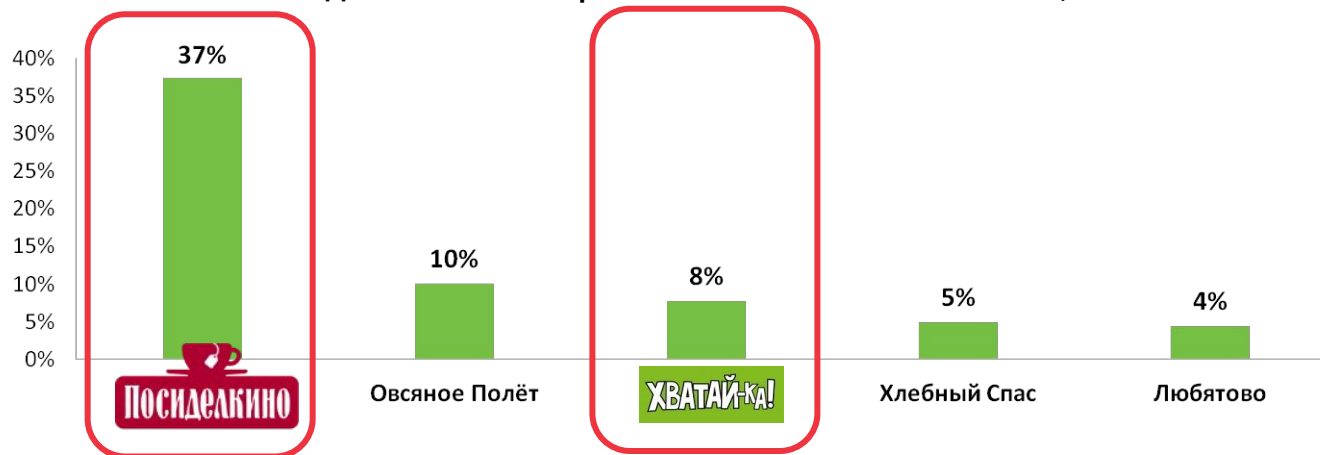
Категория:
Пряники

- 9 место по тоннажу
- 5 место по обороту в деньгах

Посиделкино – бренд №1

По данным розничного аудита AC Nielsen за период январь-декабрь 2018 г. Посиделкино – безусловный лидер сегмента Овсяное печенье по уровню продаж в РФ

Доля основных игроков в сегменте Овсяное печенье, %



- ✓ Посиделкино опережает ближайшего конкурента по уровню продаж более чем в 3 раза
- ✓ Хватай – ка - новая марка от производителя «Посиделкино», представленная в эконом-сегменте. За 3 года вошла в Топ-3 марок в овсяном печенье

Источник: розничный аудит AC Nielsen, вся городская Россия, население 10 тыс.+, январь-декабрь 2018

Бренды Любимого Края



Шмучки



Пряничное
Настроение

ХВАТАЙ-КА!

Вырок!



ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

Задание

Задание для студентов

- ✓ Разработать бренд печенья для Зуммеров
 - Новый бренд в МКИ (мучные кондитерские изделия) для зуммеров
 - Название бренда (нейминг)
 - Атрибуты бренда (бренд эссенс, тон и тд, элементы дизайна)
 - Ассортиментную линейку с приоритезацией по времени выхода (в какой последовательности)
 - И / или какую задачу решает какая линейка
 - Прописать коммуникационную стратегию с конкретными каналами коммуникации

- ✓ **Ограничения:**
- ✓ Имя должно быть уникально, по возможности должна отсутствовать даже созвучность с уже зарегистрированными марками
- ✓ Проверить уникальность имени можно в [базе данных о товарных знаках и их правообладателях](#)
- ✓ ВАЖНО! Для корректного поиска требуется выбрать класс товарного знака (наш класс – 30). Это можно сделать под строкой поиска, сноска «добавить класс»



ЛЮБИМЫЙ
КРАЙ

Обзорная часть

Глобальные тренды потребительского поведения

✓ Какие изменения, вызванные пандемией, останутся с нами надолго?



Чистота и
гигиена



Эксперименты с
едой



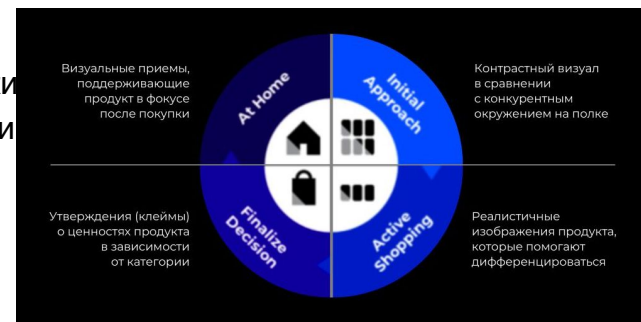
DIY в разных сферах
жизни



Удобств
о

Роль упаковки в принятии решения у полки

- ✓ Время на принятие решений о покупке в большинстве категорий не более 19 секунд
- ✓ Когда дизайн упаковки «выполнен правильно», показатели заметности и желания купить повышаются на 30%
- ✓ Исследования NielsenIQ свидетельствуют о том, что миллениалы в 3 раза чаще других поколений склонны переходить на новый продукт из-за привлекательности дизайна
- ✓ Только из-за упаковки делают покупку
 - 68% миллениалов
 - 45% беби-буммеров
- ✓ Обязательные элементы упаковки:
 - Реалистичное изображение продукта
 - Контрастный визуал, в сравнении с конкурентами
 - Визуальные приемы, поддерживающие продукт в фокусе после покупки
 - Утверждения (клеймы) о ценности продукта в зависимости от категории

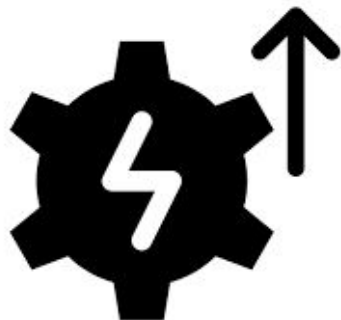


Источник: открытые данные исследовательской панели NielsenIQ, 2021

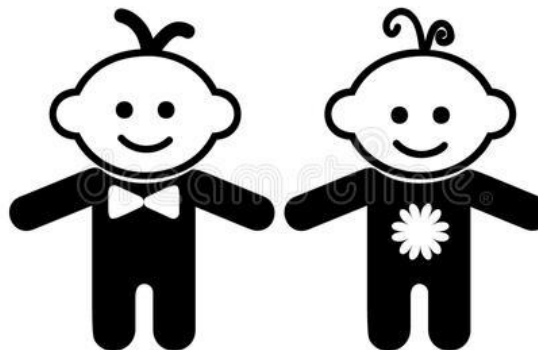
Роль упаковки в принятии решения у полки



Время на
принятие решений
– 19 секунд



«Правильная»
упаковка увеличивает
желание купить на

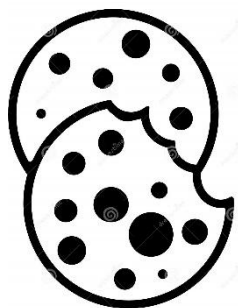


Миллениалы в 3 раза
чаще переходят на
новый продукт из-за
дизайна

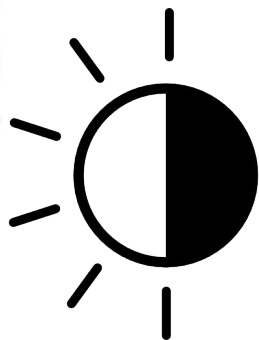
Только из-за
упаковки делают
покупку

-68% миллениалов
-45% беби-буммеров

Обязательные элементы упаковки



Реалистичное изображение продукта



Контрастный визуал, в сравнении с конкурентами



Визуальные приемы, поддерживающие продукт в фокусе после покупки



Утверждения (клеймы) о ценности продукта в зависимости от категории

КОНКУРЕНТЫ: АМЕРИКАНО



«Американо» – профессионалы вкуса. Продукт для сладкоежек, привыкших выбирать лучшее и наслаждаться.

Сдобное, рассыпчатое, тающее, с кусочками настоящего шоколада, это печенье просто завораживает сладкоежек!

Невозможно удержаться и не съесть еще одну штучку! Для взрослых и детей, для больших



КОНКУРЕНТЫ: ЗОЛОТАЯ СИМФОНИЯ



Праздник с золотой симфонией – каждый день! Название с претензией на близость к искусству создает ощущение изысканного времяпрепровождения. Яркая упаковка с золотыми акцентами претендует на классическую «дороговизну». При этом

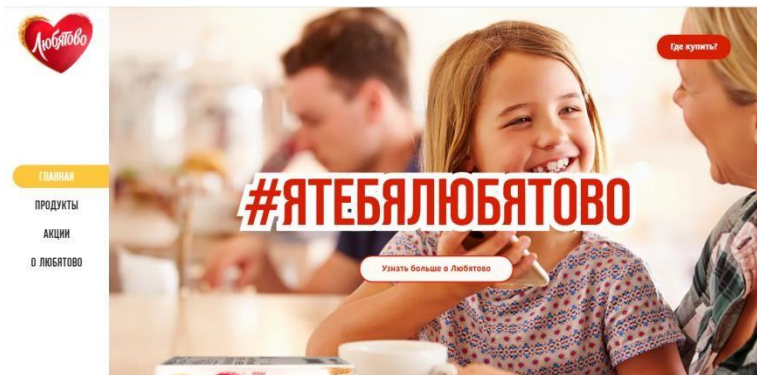
Нежнейшее, легкое, рассыпчатое, тающее печенье приятного золотистого цвета.

Восхитительные колечки прекрасно подходят к чаю или кофе, даря праздничное настроение каждый день!

ЛЮБЯТО



Печенье как средство выражения любви, «маленький знак семейной заботы» - любовь и эмпатия как основа позиционирования. Любятово – бренд, который ассоциирует себя с теплотой семейных чувств и видит свою роль в ее поддержании.



«Воздушное шоколадное» печенье – это **необыкновенно вкусное печенье** благодаря идеальному сочетанию насыщенного вкуса шоколада и рассыпчатой воздушной текстуры.

Это **изысканное лакомство** станет **отличным дополнением** и к завтраку, и к вечернему чаепитию.

ЯШКИ НО

Красное & Белое

ЯШКИНО
трубочки вафельные
190 г



ЯШКИНО
вафли с карамелью, 290 г



ЯШКИНО
печенье с кусочками
шоколада, 200 г



Не выделяют продукт как среди сходных собственного производства, так и в конкурентном поле: отсутствует эмоциональная составляющая УТП, акцент на функционале. При этом характеристика «американское» не подтверждается в продвижении.

Сдобное печенье с рассыпчатой структурой,
овсяными хлопьями и каплями из глазури.

Отстройка от конкурентов. Цветовое кодирование.



- Избежать традиционных для нижнего среднего (синий-желтый-красный) и эконом-сегмента (красно-белый) сочетаний
- Выразить ценовое позиционирование в хорошо заметных, но не кричащих контрастах и благородных цветах, избежав традиционно премиальных сочетаний (сине-золотой, черно-золотой)
- При этом цветовой ряд должен сохранять пищевые оттенки (не создавать ощущения искусственности)