



ПАЗАР

Добрата технология, качествените суровини и професионализмът превърнаха „КЕН“ в един от ключовите играчи на пазара на колбаси у нас. Потребителите възприемат „КЕН“ като марка с високо качество, на която могат да се доверят.

Производството на месни продукти е бизнес, който е сред най-динамично развиващите се в България. Оцеляването и израстването на пазара е трудно, а борбата за всеки клиент е на всички „фронтове“ – реклама, дистрибуция, усъвършенстване на продукти и опаковки, създаване на нови, интригуващи артикули.

Допълнителни предизвикателства предстоят след присъединяването на страната към Европейския съюз. Естествен процес тогава ще е наблизането на нови и значителни производители на месни продукти, което според прогнозите на специалистите в бранша ще доведе до сериозно намаляване на пазарните дялове на участниците в този пазар към момента.

За да оцелее на този пазар, една марка трябва да има характер, качества и стил. „КЕН“ успява да доказва вече повече от петнадесет години, че ги притежава. Според проучвания на фирмата общата консумация на малотрайни колбаси за страната „КЕН“ има 10–12% пазарен дял. За сегмента „Кренвирши“ дялът е 22–24%. Продуктите са позиционирани в средния ценови клас. Сред основните конкуренти на „КЕН“ са фирми с национална дистрибуция като „Бела България“, „Браво“, „ТАНДЕМ“, „Цвятко Лалов“ и с регионална – „Нолев“, „Чико“, „Дона“, „Ивет“ и др. „КЕН“ има много добре изградена дистрибуторска мрежа в Южна България, а в Северна България работи предимно в по-големите градове – Враца, Монтана, Плевен, Велико Търново, Русе, Добрич, Шумен и Варна. По продажби на малотрайни колбаси и кренвирши в Южна България „КЕН“ е абсолютният лидер.

У нас колбаси консумират най-много 24–45-

годишните, а 70% от клиентите са жени. Кой е типичният потреби-



МЕКСИКАНСКА НАДЕНИЦА



КРЕНВИРШИ



ЛИОНСКА НАДЕНИЦА



ДЕБЪРЦИНИ



МАКЕДОНСКА НАДЕНИЦА



БИРЕНКА

тел обаче, е трудно да се определи, тъй като колбасите се асоциират с „бърза храна“ и се купуват от почти всички социални групи.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

„КЕН“ присъства на пазара от 1991 г. и е сред най-добре познатите марки. В началото на своята дейност фирмата възражда интереса на потребителите към традиционните за българската трапеза месни продукти – кренвирши, биренка, македонска наденица, хамбургски салам, колбас „Камчия“. Постепенно се превръща в една от

водещите фирми на пазара на малотрайни колбаси.

Отличният старт на „КЕН“ не остава незабелязан от специалистите в бранша. Тяхната положителна оценка носи продуктови и фирмени грамоти и награди от изложения на месопеработвателите и от Международния панаир в Пловдив. Признанието на гилдията е не само заради регистрирания висок потребителски интерес към продуктите на марката, но и заради високотехнологичната среда, в която те се произвеждат.

Производството на колбасите се извършва по специфични технологии със съвременно оборудване от световноизвестни производители на машини за месопеработка като Seydelmann, Fessmann, Handtmann, Poly-Clip, Multivac.

... С КЕН ...
... Всеки ден

ИСТОРИЯ

„КЕН“ е основана през 1991 г. в Стара Загора от Румен Нонов, Румен Кузманов и Пламен Исионов. Фирмата първоначално е само търговска. Постепенно производството на колбаси се превръща в основна дейност на компанията. През 1997 г., след обстойни проучвания и анализи на предпочитанията на потребителите, фирмата решава да съсредоточи усилията си само върху производството на продукти с доказан търговски успех. Така портфолиото е прецизирано до две основни групи: трайни и малотрайни варено-пушени колбаси.

През годините марката продължава да инвестира в съвременно оборудване, да усъвършенства технологията на производство и да представя нови продукти. През 2000 г. „КЕН“ добавя към своя асортимент дебрисцини, варена наденица и салам „Бургас“.

Освен върху вкуса, във фирмата работят и върху визията и качествената опаковка, които също са важни критерии за нивото на една марка. От 2002 г. малотрайните колбаси с марка „КЕН“ се предлагат и в съвременна вакуумирана опаковка. Година по-рано на пазара успешно е лансиран хамбургският колбас „КЕН“ във вариант с естествена обвивка, а през 2005 г. – и телешкият колбас с естествена обвивка. Най-новото допълнение са мексиканската наденница и салам „Боруй“.

Особено труден период за фирмата е 1995–1996 г., но въпреки кризите тя продължава да инвестира в техника, персонал и обучение. През 2000 г. е завършен строежът на новата ѝ фабрика. В близките инвестиционни планове на компанията е изграждането на още едно месопереработвателно предприятие. Така ще станат възможни по-нататъшното разширяване на асортимента и значителното увеличаване на производствения капацитет.

ПРОДУКТЪТ

Портфолиото на фирмата включва шестнадесет продукта, но лидер в продажбите на „КЕН“ са кренвиршите. Те заемат 45% от общия дял на продажбите на марката. Останалите продукти са варена, лонска, македонска и мексиканска наденница, биренка, дебърцини, колбас „Камчия“, телешки колбас, хамбургски салам (телешкият и хамбургският колбас са и във вариант в естествена обвивка), салами „Веслец“, „Бургас“, „Боруй“ и шпеков салам. Стремешът на компанията е да ги развива, като инвестира в качествени суровини, атрактивни опаковки и промоции.

Продуктите на „КЕН“ отговарят на съвременния ритъм на живот и затова са лесни за приготвяне от всички в домакинството, дори и от деца. Те са чудесен избор както за бърза обработка в микровълновата печка, така и за барбекю с приятели през уикенда. С продуктите „КЕН“ винаги могат да се приготвят вкусни сандвичи.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Стартирала с малоброен персонал, „КЕН“ вече има екип от над 130 души и производствена база с капацитет за производство на 35 тона продукция дневно. За последните десет години фирмата увеличава продажбите си повече от дванадесет пъти.



Месопереработвателното предприятие на „КЕН“ АД е едно от малкото, класифицирани от Регионалната ветеринарномедицинска служба още през месец май 2004 г. в първа категория като отговарящо на изискванията на Европейския съюз, а през 2005 г. в „КЕН“ е разработена и европейската система Hazard Analysis and Critical Control Points (НАССР), която гарантира безопасността на храните.

Уникални за българския пазар са два нови продукта в портфолиото на марката – мексиканска наденница с приятен пикантен вкус и салам „Боруй“, който по неповторим начин съчетава качествата на траен варено-пушен салам и на кашкавал „Ементал“. Двата продукта се предлагат у нас единствено от „КЕН“. В бъдеще фирмата ще остане насочена към малотрайните колбаси и предвижда да увеличи броя на продуктите.

ПРОМОЦИЯ

Подкрепата на марката с медийна реклама и промоции винаги е била част от политиката на фирмата за изграждане на доверие към „КЕН“. Рекламният девиз „С „КЕН“ всеки ден“ и изпълнените с хумор рекламни послания още будят приятни усещания. Сякаш потребителите се озовават в детството, където всичко е бързо и весело. Новото мото „Доказан вкус за Вас“, придружено със стилна и елегантна рекламна визия, подсказва новите хоризонти, към които марката се е устремила – тя е по-зряла, уверена в себе си и сигурна в бъдещето. Освен телевизионна и радиореклама, „КЕН“ използва и VTL дейности – реклама в търговските обекти, игри за крайния клиент от типа „Купи и спечели“, брандиране на фирмените автомобили.

„КЕН“ промоцира продуктите си на варненския пазар, организирайки игра с награда автомобил Toyota Yaris. Политиката на фирмата е да продължи да залага на интересни игри и да подарява специални награди на почитателите на продуктите ѝ. Фирма „КЕН“ насърчава спортните таланти и беше спонсор на женския баскетболен отбор в Стара Загора. Тя подкрепя и много забавления на най-ревностните си почитатели – децата.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

При разработването на марката нейните създатели следват своята собствена жителска философия. Стремешът им е „КЕН“ да възпява нещата, на които те държат най-много. Това, на първо място, е качеството, което означава качество на живот, на хранене, на отношения. След това е естетиката, защото никои потребител не би се впечатлил от грозен продукт. И накрая,



но не на последно място, е приятелството, тъй като щом един клиент харесва своята марка, ти получаваш неговото доверие и симпатии.



www.ken.bg

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

КЕН

- Марката „КЕН“ съчетава глаголите „знам“ и „мога“: едно от значенията на сап (англ.) е мога, а една от думите в английския език, означаващи знание, е ken. С други думи, „КЕН“ знае от какво се нуждаят и какво желаят клиентите на марката и може да им го даде.
- Интересен факт е, че първите асоциации на името „КЕН“ са с куклата Кен – половинката на Барби, а целевата група свързва „КЕН“ по-скоро с увенчал мъж на около 40 години, джентълмен (тоест внушава сигурност), с добър външен вид и облекло, весел, общителен и приятелски настроен (тоест близо до своите потребители).
- За разлика от повечето си конкуренти „КЕН“ произвежда само един асортимент от продукта кренвирш – от свинско месо.
- В началото на миналия век, когато от воюващата Германия нахлуват бежанци в САЩ, по улиците на Ню Йорк се появили колички с постоянно димящи печки. Там на скарите затопляли кренвиршите, които германските емигранти слагали в разрязано хлябче и продавали на минавачите. Те кръстили тези сандвичи „хот-дог“ (горещо куче) заради това, че количките по улиците били теглени от кучета.