

от златните ръце на баба

ПАЗАР

Киселото мляко е традиционна храна за българина, с много висока консумация в България – повече от осемнадесет килограма на човек от населението. Над 90% от пазара на свежи млечни продукти се заемат от натуралното кисело мляко. Със своите незаменими съставки то е един от здравословните продукти, които ежедневно са на масата на българина. Неслучайно киселото мляко е толкова препоръчвано от специалистите по хранене като продукт, който задължително трябва да присъства в менюто.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

„На баба“ е пазарен лидер в сегмента на натуралното кисело мляко. Това е марката, която само за три години успя да завладее сърцата на потребителите и се радва на най-висок процент познаваемост. Усмивката на бабата „грее“ от всеки шанс за млечни продукти. „На баба“ е и марката с най-голяма национална дистрибуция.



от детството си, които почти винаги са свързани с баба: с ароматите и най-вкусните неща от кухнята на баба, с любовта ѝ към внучето, с игрите на улицата и в дворовете.



„На баба“ като име печели с огромен резултат. Отзивите от първоначалните проучвания са изключително позитивни. Очакваният успех става факт след лансирането на марката. Названието има толкова силно въздействие върху потребителите, че работи за марката почти без друга реклама.



ИСТОРИЯ

През 2002 г. се ражда идеята за национална, свързана с традицията, марка кисело мляко. Под „лупа“ се разглежда всеки елемент от бъдещия маркетингов микс. Продуктът се разработва дълго, след сериозни пазарни проучвания, интервюта с потребители и индустриални тестове. Киселото мляко „На баба“ е продукт, избран от потребителя след многократни тестове. Названието също е вдъхновено от потребителите. Оказва се, че българинът тай най-мили спомени



Дизайнът на опаковката следва естествено концепцията за традиционна марка. Едно време млякото се е продавало в гърнета. Предизвикателството беше как да се адаптира традицията към съвременните индустриални условия. Решението беше в уникалната кофичка, различна от съществуващите на пазара, с много добра разпознаваемост в магазина.

Визията на самата баба е резултат от кастинг по снимки на много български баби. Идеята беше тя да бъде обобщаващ образ на бабата на всеки един потребител. И не на последно място – цената. Киселото мляко „На баба“ е позиционирано във високия сегмент кисели

млека. Това, че марката е пазарен лидер, доказва, че потребителят е готов да плати цената на доброто качество.

ПРОДУКТЪТ

Натуралното кисело мляко „На баба“ се появява на пазара през април 2003 г. в два варианта: „На баба“ с 4,5% масленост и с 2,9% масленост. И двата продукта печелят безапелационно първото място на проведените тестове с потребители. Година по-късно започва да се предлага кашкавал „На баба“. През 2005 г. успешно се лансира уникалният двуслоен продукт кисело мляко със сладко „На баба“, а от месец май 2006 год. марката „На баба“ се предлага и бяло сирене в саламура. Продуктите са в уникални за пазара опаковки, което ги прави разпознаваеми за потребителите.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

„На баба“ е марка, обвързана с традицията, и като такава се стреми да предлага традиционни за българския вкус продукти. Компанията продължава да развива този сегмент и да обогатява пазара с продукти, които в миналото са били произвеждани само у дома. Марката е символ на безкомпромисно качество: продуктите трябва наистина да са толкова вкусни и добри, колкото и приготвяните от баба – както навремето, така и сега.

ПРОМОЦИЯ

Близостта на марката до хората и тяхната любов към баба са водещи в комуникационната стратегия на марката. Затова и образът на усмихнатата баба присъства навсякъде: бабата

щрака с пръсти, за да покаже, че е много вкусно, гържи лъжица като знак, че готвенето е в кръвта ѝ, казва „шшшт“, за да си спомним, че готварските рецепти на баба не са никак лесни и за приготвянето им се искат златни ръце. Голям успех постигат организирани дегустации, в които участват истински баби, представящи продукта.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Основна цел пред марката е да запази и да прегаде традицията от поколение на поколение. Една от силните връзки и живата история на

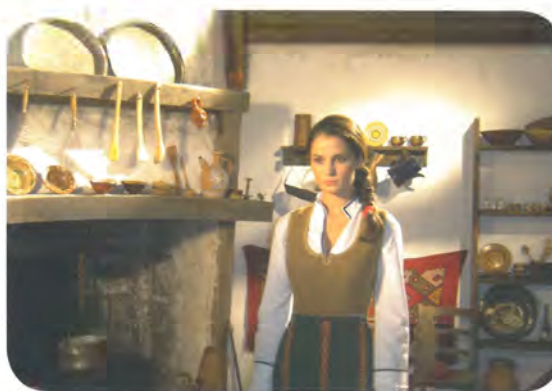


всяко семейство е бабата. Традицията не е общо, неясно понятие; тя се свързва със родовата памет, с родителите ни, с нашите дядо и баба.

Марката не търси новостите, тя се връща назад, в миналото на България, към домашното кисело мляко, простите, но невероятно вкусни десерти, жълтия като българското слънце кашкавал и качественото сирене, направено от десетилетия в страната. „На баба“ цели да запази спомените живи в ежедневието и в националната кухня.

Кой българин сяда на маса без кисело мляко, кой не обича сирене със слънчеви домати? И кой не посяга към буркана със сладко и към киселото мляко, за да приготви любимия десерт от детството?

Киселото мляко за българина е гордост, начин на хранене и здраве.



ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

НА БАБА

- „На баба“ е марката с най-голяма познатост сред потребителите – над 80% в национален мащаб я посочват.
- При разработването на продукта са направени над 50 теста, за да бъде създаден продукт, отговарящ на очакванията на потребителите.
- „На баба“ е най-разпространената марка в страната – над 70% от магазините предлагат поне един продукт от тази марка.

