

WRIGLEY'S Winterfresh®

ПАЗАР

Winterfresh е нова марка на Wrigley, родила се през 1994 г. Днес тя вече е една от най-предпочитаните гъвки сред тийнейджърите в САЩ. Предлага се и в Европа.

В България Winterfresh навлезе през 2001 г., като понастоящем е втората най-предпочитана марка гъвки след Orbit.

Преди повече от 110 години Wrigley пуска на пазара първите си два продукта: гъвките Juicy Fruit® и Wrigley's Spearmint®. Днес продуктите на Wrigley се продават в над 180 страни, а асортиментът включва множество нови марки, които предоставят различни ползи за потребителя, сред които грижа за устната хигиена, свеж дъх, избелване на зъбите, витамини. Компанията Wrigley е най-големият производител на гъвки в света и всепризнат лидер в сегмента на гъвките и бонбоните с продажби в световен мащаб от над четири милиарда долара.

Днес асортиментът от продукти на Wrigley включва: Spearmint®, Doublemint®, Big Red®, Winterfresh®, Juicy Fruit®, Extra®, Freedent®, Orbit®, Eclipse®, Hubba Bubba®, Big League Chew®, Altoids®, Airwaves®, Cream Savers®, Life Savers® и Solano®. Някои от тях са създадени от компанията Wrigley, а други са придобити.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Новаторският дух е това, което прави Wrigley една от най-познатите и обичани компании в света с вълнуващи нови продукти, пазари и идеи. Уилям Ригли Джуниър, който оглавява компанията през 1999 г. след изненадващата смърт на баща си, успява да я поведе по напълно нов път. По това време печалбите са в стагнация, а персоналът работи по строго консервативен начин, наложен от баща му. След представяне на няколко продукта през 90-те – един от тях е Winterfresh – компанията пуска 72 нови продукта само през 2005 г., включително гъвка с вкус на капучино и кисели гъвчащи бонбони Life Savers. Wrigley придобива мен-



товите Altoids, обмисля пускането в продажба на шоколадови продукти и патентова гъвки за кучета.

Wrigley постоянно провежда изследвания, за да подобри продуктите си. В България Winterfresh е успешно репозиционирана през есента на 2005 г. с нова продуктова формула. Специалната съставка на новия Winterfresh е Ice Power®, предлагаща усещане за леденостудена и дълготрайна свежест.

Winterfresh има и нова опаковка. Синият и белият цвят внушават свежестта на леда, линиите са леки, но динамични и модерни – продукт за хората на XXI век.

ИСТОРИЯ

Историята на Winterfresh започва през 1994 г., повече от 100 години след основаването на Wrigley през 1891 г. С характерни само за тази марка име и вкус, Winterfresh създава icy cool маня след излизането си на пазара в Съединените щати. Уникалната и стилна реклама помага Winterfresh да се превърне в най-предпочитаната сред американските тийнейджъри гъвка.

Като бивш спонсор на състезанието за екстремни спортове X-Games, Wrigley стартира The Winterfresh Network, насърча-

вайки младите да създават видео-, радио- и печатна реклама, като най-добрите участват в рекламите на Winterfresh.

Репозиционирането на Winterfresh в България през 2005 г. (четири години след излизането ѝ на пазара) означава нова ера за известната марка на местния пазар.

ПРОДУКТЪТ

Общото между всички продукти на Wrigley е обещанието за качество, благодарение на нововъведенията, отличното таргетиране на продуктите, последователната маркетингова подкрепа, както и изключителната дистрибуция и мърчндайзинг на мястото на продажбата.

Една от най-популярните марки на Wrigley е Winterfresh – леденостудена, уникална ментова гъвка. Дъвковата основа на Winterfresh събира всички съставки в едно цяло и създава гладка, мека консистенция. Тя произлиза от редица натурални смоли, включително сорва и джелутог. Въпреки това някои от тези съставки се оказват недостатъчни, поради което са създадени нови, синтетични. Те правят възможни дълготрайния вкус, подобрената консистенция и по-малката лепливост.

Новата формула на Winterfresh от 2005 г. е специално разработена. Леденостудената съставка Ice Power предлага нови изживявания за потребителите. Те могат да се радват на по-силно усещане за свеж дъх и едновременно – на по-дълготраен, леденостуден вкус.



В България новата Winterfresh се предлага с три различни вкуса, всички със съдържание на Ice Power: Original, Icy Blast и Mountain Frost.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Вече повече от 100 години гъвките Wrigley са освежаваща част от ежедневието. Новаторският дух е това, което прави Wrigley една от най-познатите и обичани компании в света, с вълнуващи нови продукти, пазари и идеи.





В началото на 2005 г. Wrigley отвори в Чикаго център за глобални нововъведения на стойност 45 милиона долара. Същата година е впечатляваща по отношение на развитието на асортимента с пускането на 72 нови продукта.

ПРОМОЦИЯ

За Wrigley Всеки е потенциален потребител и затова компанията прави всичко възможно, за да привлече най-голям брой консуматори и чрез изключителната си дистрибуция и мърчандайзинг да осигури достъп до продукта на когото и когато го желае.

Маркетинговата и промоционалната стратегия на Wrigley цялостно създаването на търсене на продукта чрез въздействаща реклама и забележима, разпознаваема комуникация на мястото на продажба. Ако някой иска да усети какво е Winterfresh,



трябва просто да влезе в сайта на Winterfresh на www.coolbreathpower.com и да се потопи в един свят на забавления. Сай-

тът съдържа телевизионни реклами, песни, които могат да бъдат свалени, ринг тонове и т.н. Точно като любовта www.coolbreathpower.com може да няма просто обяснение, но със сигурност те забавлява. В България Winterfresh се комуникира предимно чрез телевизионна реклама, кампаниите на новите продукти могат да бъдат видени и в пресата. Използват се и различни PR похвати за изграждане на доверие у потребителя чрез персонализирани послания.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Уилям Ригли, основател на компанията Wrigley, казва: „Дори и в най-малките неща, като едно парче дъвка, качеството има значение.“ Тази философия е толкова важна за компанията днес, колкото е била и през 1891 г. Акцентът върху качеството и духът на новаторство гаран-

тират спечелването на клиента от страна на Wrigley.

Winterfresh е нова марка, създадена за младите духом. Самоуверена, желана, Winterfresh е най-добрият начин да имаш свеж дъх и да бъдеш сигурен в себе си. Winterfresh е ментовата дъвка, която младите хора трябва винаги да имат, когато им е необходим свеж дъх. Потребителят на Winterfresh е уверен в себе си, спонтанен, винаги взема най-доброто от живота. С Winterfresh е лесно да се справиш с напрежнатите моменти и да приемеш предизвикателствата.

www.coolbreathpower.com

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

WINTERFRESH

- > Дъвката е била позната още в древността. Древните гърци са дъвчели „философска дъвка“ – смола от мастиково дърво. Маите, индианска цивилизация от Централна Америка, са дъвчели смола от дървото саподила, което се намира на днешния мексикански полуостров Юкатан. Американските индианци пък са дъвчели смола, подобна на дъвка, получена чрез отрязване на кора от смърч.
- > Дъвченето на дъвка по време на работа повишава концентрацията. Много шофьори на камиони твърдят, че това им помага да бъдат нащрек зад волана.
- > Съвременната дъвка е разработена през 60-те години на XIX век, когато мексиканският генерал Антонио Лопес де Санта наел нюйоркския изобретател Томас Адамс да разработи нов вид гума на основата на смола. Адамс не успял да направи гума, но създал първата съвременна дъвка, която нарекъл „Адамс Ню Йорк № 1“.
- > Ментовата дъвка прави дъха сладък, овлажнява и освежава устата и гърлото.
- > Продажбите на дъвки в САЩ са на стойност над два милиарда долара на година. Това се равнява на повече от 190 дъвки на човек.

