



Tržište

Zdravlje i ljepota su dvije stvari kojima ljudi poklanjaju posebnu pažnju. Razvojem medicine i tehnologije mijenjaju se načini i sredstva kojima se do toga dolazi, ali želja da budemo zdravi i u najmanju ruku njegovani ostaje ista. Posebno se to odnosi na kategoriju univerzalne njege koja čini najveći dio hrvatskog tržišta njege tijela. Tržište je zadnjih godina snažno raslo, prije svega zbog povećanja kvalitete života i porasta svijesti o važnosti zdravlja. Kategorija univerzalne njege tradicionalno je vrlo segmentirana jer zbog prirode kategorije proizvode koriste i žene i muškarci, potrošači koji se prvi put susreću s kremama, kao i oni kojima su univerzalne kreme osnovna njega i zaštita kože. Na tržištu prevladavaju klasične formulacije poboljšanih receptura. Posljednjih godina povećava se broj proizvoda s hidratantnim recepturama koje vlaže kožu. Na tržištu dominiraju, uz domaće robne marke Melem i Rosal, veliki multinacionalni proizvođači: Beiersdorf, Unilever i Schwarzkopf-Henkel. Globalne robne marke, kao što je Nivea, nazočne su na tržištu u kontinuitetu više od 80 godina pa imaju visoki brand awareness i snažan imidž. Najveći domaći proizvođač, Neva, (član Atlantic Grupe, jednog od najvećih proizvođača kozmetičkih i higijenskih proizvoda u jugoistočnoj Europi u čijem se portfoliju nalaze Melem i Rosal), također ima tradiciju proizvodnje krema dulju od 50 godina. U odnosu na većinu proizvoda na tržištu, Melem je ipak vrlo teško uspoređivati s konkurencijom jer nijedan konkurent nema ni približno sličan proizvod.

Dostignuća

Od uvođenja na tržište prije trideset godina pa do danas, Melem je iz male tržišne niše došao do statusa kulture brand ikone. Takvu poziciju zaslužio je svojim jedinstvenim USP-om (*unique selling point*) i originalnom pozicijom na tržištu. Melem je jedina univerzalna krema za tijelo koja djeluje na simptome problematične kože, za razliku od većine proizvoda koji imaju zaštitno, hidratantno ili regenerirajuće djelovanje. Mogli

bismo stoga reći da je Melem najveći hrvatski kozmetički izum svih vremena.

Zahvaljujući originalnom sastavu i kvaliteti Melem je osvojio mnogobrojna međunarodna i domaća priznanja, od kojih treba istaknuti Zlatnu medalju na najvećem svjetskom sajmu inovacija Inpex 1999. godine u Pittsburghu, SAD, zatim potvrdu najvišeg standarda kvalitete Hrvatska kvaliteta, HGK, 1999. godine, kao i potvrdu visokog standarda kvalitete Izvorno hrvatsko, HGK, 2001. godine. Melem je dobio i prvu nagradu Turističke zajednice grada Zagreba za najbolji suvenir 2000. godine.

Na konkurentnom tržištu s globalnim imidžem stranih robnih marki Melem stalno povećava broj odanih potrošača svih dobi i socijalnih skupina. Čak 78% korisnika izjavljuje da ne bi kupili konkurentski proizvod u slučaju da Melem ne pronađu u prodajnom mjestu nego bi ga potražili u drugoj trgovini ili ljekarni (Izvor: Hendal, 2004). Još više od toga - Melem je uspio pokraj robnih marki kao što su Nivea i Solea, postati generičko ime i sinonim za univerzalnu kremu.

Melem je vrlo suvremena robna marka koja je davno prije današnjih trendova otkrila rastući potencijal potreba potrošača treće dobi, a apele usmjeravala prema funkcionalnim nišama potrošača, kao što su trudnice i dojenčad, pa je se s pravom može nazvati i inovatorom marketinške segmentacije potrošača na hrvatskom tržištu.

U kratkom vremenu nakon akvizicije od strane Atlantic Grupe 2004. godine i redizajna krajem 2005. godine, Melem je udvostručio tržišni udio i danas je druga najprodavanija robna marka univerzalne njege tijela u maloprodajnom kanalu. Melem konstantno povećava prodaju u pharma kanalu i drogerijama, gdje je predvodnik u kategoriji.



Istodobno, stvara nove destinacije kupnje kategorije u kanalu super i hipermarketa.

Melem je i globalni proizvod koji se uspješno prodaje kako na hrvatskom i tržištima šire regije, tako i na velikim tržištima Italije i SAD-a. Narudžbe Melema dolaze iz Njemačke, Finske, Švedske, Australije, Čilea i Brazila.

Povijest

Melem je izvorni hrvatski proizvod koji je prema vlastitoj recepturi 1977. godine stvorio inovator Ninko Nikšić. Po struci kemijski inženjer, Nikšić je, među inim, boravio u Njemačkoj i Australiji, gdje je radio na razvoju proizvoda u Imperial



Chemical Industry i predavao na Royal Melbourne Institute of Tehnology. Prigodom posjete tiskari Vjesnik 1977. godine jedan mu je radnik ispričao kako je na bivšem radnom mjestu u Švedskoj uvijek dobivao kremu kojom su radnici njegovali ruke kako bi tijekom cijelog dana bile zaštićene. Gospodin Nikšić se zainteresirao za tu ideju i nakon razvoja recepture, proizvod kojim je bio zadovoljan nazvao je Zagrebački Melem - prema tradicionalnom nazivu za farmaceutske pripravke za vanjsku uporabu. Melem je zahvaljujući svom aktivnom sastavu vrlo brzo pokazao puno širu primjenu kod najraznovrsnijih problema kože. 2004. godine preuzima ga Atlantic Grupa, jedna od najvećih hrvatskih kompanija i proizvođača u segmentu zdravlja i njege u jugoistočnoj Europi, u čijem su portfoliju, među ostalima, vodeća europska robna marka hrane za sportaše Multipower i vodeća regionalna robna marka



Melem za noge

U 1983. god. IZUJETA SIH ZAROPOLNA, KUSTIM JE NAJVIŠE ZA ISKUSALE PETE. PRUZ SAM POKUŠAVACA SA DAVOIM KREMANA I ALI SA PETE SE TO NIJE BAO. KVALITA IMA NA UŠEHM I NOZEM MELEMU KONSISTENCIJE I U BUDUĆE. RASTOMATE!

LJUBICA KOPRME ZAPREŠIĆ



Melem je prirodna zaštitna krema s višestrukim djelovanjem:

- vraća mekoću, gipkost i prirodnu vlažnost koži
- smanjuje hrapavost kod svih oblika suhe, tvrde i zadebljale kože nogu i stopala
- umiruje crvenilo kod opekline i iritacija te smanjuje napetost kože

O svojim iskustvima s Meleom pišite nam na adresu: Korisnik Melema, p.p. 232, 10002 Zagreb, e-mail: melem@melem.com

MELEM za sve

vitaminskih napitaka Cedevisa. Atlantic Grupa je hrvatska multinacionalna kompanija s tvrtkama i predstavništvima u osam zemalja, koja svoje proizvode izvozi na više od 30 tržišta diljem svijeta i vodeći je distributer robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi. Nakon akvizicije od Atlantic Grupe počinje intenzivno razdoblje razvoja i ekspanzije Melema u globalnu marku.

Proizvod

Melem je prirodna lanolinska krema za zaštitu osjetljive kože. Od važnijih sastojaka sadrži lanolin, pčelinji vosak i ricinusovo ulje. Zbog svojeg sto posto aktivnog sastava ima vrlo široku primjenu. Posebice je djelotvoran kod svih naslijeđenih ili stečenih stanja suhe i ispucale kože, kod ljuštenja ili perutanja kože, kao i kod tvrde kože, kod dugotrajnih pruridermatitisa (neurodermatitisa) na glatkoj koži odraslih i upornih dječjih, tzv. pelenskih ili amonijakalnih dermatitisa koji slabije reagiraju na standardna sredstva. Melem se koristi za kožu preosjetljivu na sunce, vjetar, suh zrak, toplinu, hladnoću, vlagu, deterdžente, ubode kukaca, bižuteriju, iritacije kod brijanja i depilacije te kod sprječavanja gljivičnih bolesti i alergijskih reakcija. Nezamjenjiv je gotovo svakomu, svakodnevno, u svakoj prilici, na svakome dijelu kože.

Pojedina djelovanja Melema višekratno su ispitivana i provjeravana na različitim klinikama u zemlji i inozemstvu, poput Vojne bolnice u Zagrebu, Zdravstvenoga centra Koper, Splošne bolnice Izola, i talijanskog Instituta za kožu i evaluaciju proizvoda ISPE iz Milana, a potvrde djelovanja dali su mnogi hrvatski dermatolozi i farmaceuti.

Melem se proizvodi prema integriranoj normi ISO 9001/14001. Dermatološki je ispitan i ne sadrži konzervanse, silikone, antibiotike ili kortikosteroide i nije testiran na životinjama. Nositelj je znakova kvalitete Hrvatska kvaliteta i izvorno hrvatsko.



Nedavni razvoj

Nakon Atlanticove akvizicije Melem se velikim koracima razvija u kontekstu ekspanzije robne marke u šire europsko okruženje. Proizvodnja se tehnološki modernizira. Prodaja Melema se značajno povećava u maloprodajnom i tradicionalnom pharma kanalu, kao i na inozemnim tržištima, posebice u SAD-u i Italiji. Neto numerička distribucija Melema na hrvatskom tržištu povećala se 300 % u posljednjih 30 mjeseci (Izvor: AC Nielsen, JA 2006).

Melem je 2005. godine dobio novi atraktivniji identitet robne marke. Zadržava svoje prepoznatljive vizualne konstante: logotip i colour code i uvodi veća, funkcionalnija pakiranja. Nove metalne teglice Melema proizvodi čuveni londonski proizvođač Roberts s tradicijom proizvodnje posuda za farmaceutske i kozmetičke pripreme od 1887. godine. Rebrandingom su obuhvaćeni category management i merchandising. Transformacijom identiteta Melem naglašava globalne vrijednosti robne marke zadržavajući prepoznatljiv hrvatski identitet.

Melem danas radi na povećanju potražnje i ekspanziji na nova tržišta na kojima se milijuni novih potrošača upoznaju s njegovim djelovanjima i primjenama.

Promocija

Jedan od najvažnijih elemenata tržišnog uspjeha Melema bio je originalni i nekonvencionalni način komuniciranja robne marke. Melem je stvorio svijest na tržištu tehnikama nekonvencionalnog, buzz marketinga, izravnim oglašavanjem te korištenjem testimoniala, stručnih i javnih osoba u komunikaciji. Malo je poznato da je Melem bio jedan od pionira viralnog marketinga u Hrvatskoj, ali i product placementa, endorsement oglašavanja i drugih sredstava izravnog oglašavanja koje danas obično nazivamo budućnošću marketinga. Melem je zaslužan za promociju niza medija namijenjenih potrošačima treće dobi, davno ukazavši na rastući potencijal ovog segmenta potrošača.

Danas je marketing Melema puno profesionalniji i

tehnologiziraniji nego što je to bio prije, ali i dalje prenosi marketinški kod kojim je ostvario prvotni uspjeh. U recentnoj komunikacijskoj strategiji Melem se obraća i povremenim potrošačima i nekorisnicima Melema jer je „Melem za sve“. Melem sa svojim potrošačima izravno komunicira preko poštanske i internetske adrese „Korisnik Melema“, a izjave potrošača objavljuju se u oglasima i na internetu. Sva promocijska sredstva, od upute proizvoda, preko oglasa, do prospekata i internetskih stranica, napravljena su direct response pristupom. Čak i mnoge poznate javne osobe potiču zanimanje za Melem. Isti koncept komuniciranja standardiziran je na inozemnim tržištima i zapravo je zapanjujuće kako robna marka dobiva isti pozitivan feedback na tržištima različitih mentaliteta i kultura.

Vrijednosti robne marke

Melem je u pravom smislu riječi hrvatska i globalna robna marka. Od razvojne faze i lansiranja krenuo je, kao svaka uspješna robna marka, originalnim istraživačkim putem stvaranja osobnosti proizvoda, inovativno proširujući granice kategorije u kojoj se nalazi. To ga je učinilo toliko jedinstvenim i različitim proizvodom od konkurentskih da Melem nikad i nije imao stvarnu konkurenciju. Rijetko je danas naći proizvod koji je nastao doslovno iz potrebe potrošača (grafičkih radnika), a ima dokazanu djelotvornost u najrazličitijim situacijama i kod najrazličitijih problema i tegoba te proizvod kojem ljudi u isto vrijeme vjeruju i povjeravaju se. Melem jednostavno ima USP. Potrošači ga percipiraju kao zdravu, prijateljsku, kvalitetnu, poštenu i prijateljsku robnu marku, a to su trajne vrijednosti robne marke koje se nijednim marketingom i oglašavanjem ne mogu nadoknaditi ili zamijeniti.

www.melem.com

JESTE LI ZNALI...

Melem

- Melem se nanosi u vrlo malim količinama i u vrlo tankome sloju. Dovoljno je uzeti količinu veličine zrna riže. S jednim gramom Melema može se pet puta namazati površina kože veličine dlana i to ga čini cjenovno najpovoljnijom zaštitom kože.
- Melem ne sadrži konzervanse, silikone, antibiotike i kortikosteroide.
- Glavni aktivni sastojci u Melemu imaju dugu tradiciju uporabe u terapijske svrhe, posebice u tzv. kućnoj medicini - poznato je da se pčelinji vosak koristio u medicini prije 2.200 godina, ljekovita svojstva ricinusovog ulja bila su poznata još starim Egipćanima prije 3.500 godina, a lanolin je još u prehistoriji štiti od hladnoće stanovnike naše planete.
- Melem je osvojio najviše vrhove na svijetu, jer su ga u svojim naprtnjačama nosili neki od najpoznatijih hrvatskih i stranih alpinista. Na primjer, Stipe Božić koristio je Melem pri osvajanju drugog najvišeg vrha na svijetu K-2 1993. godine.
- Malo je poznato da vrhunski hrvatski stilisti i manekenke Melem često koriste za skidanje šminke, kao i za oblikovanje frizura zbog prirodne čvrstoće i sjaja koju pruža kosi.
- Ime Melem može se čitati jednako i s lijeve i s desne strane, a dizajn je stiliziran prema glagoljaskim slovima.



Melem za lice i usne



Melem za osjetljivu kožu lica i usana

- njeguje, obnavlja i poboljšava opće stanje kože zadržavajući prirodnu regulaciju vlage
- štiti kožu od vjetra i hladnoće, sunca i suhog zraka te ostalih vanjskih faktora
- otklanja nadražaj kože nakon brijanja i depilacije

NIJA MALA KEI ANA DUVJEL TO ZIMI
IMA ČUVANJE I ŽELJE OBUKICE KAJE VINO
TOČELI MJESEVANI MELEMAH,
MINDAS ANA IMA BI ODVA I MELEM IMA
SVIJE KUPENO U YAGOLMAJ TERMECI.
VA NEOD NE IRE MINUB.
NARICA SELJAKI MANIČNO

© svojom identitetu s Melemom pišite nam na adresu:
Borovca Matkova, 23, 21000 Zagreb, e-mail: melem@melem.com

✿ Pišite nam o svom iskustvu s Melemom!

IME I PREZIME:
ADRESA:
TEL:

Korisnik Melema
P.P. 293
10002 ZAGREB



melem za sve

Ako vaše iskustvo s Melemom zahtijeva više prostora pošaljite nam pismo adresirano na istu adresu.