

Анна Курилёнок
КОНТУРЫ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ
ЙОГУРТОВ «САВУШКИН ПРОДУКТ» НА РЫНОК ПОЛЬШИ

Главной целью развития белорусской экономики в ближайшие годы является наращивание ее экспортного потенциала. Для этого необходимо расширение товарной номенклатуры внешних поставок, закрепление позиций белорусских производителей на традиционных и освоение новых рынков сбыта с высокой покупательной способностью. В решении поставленной задачи особый интерес для Беларуси представляет взаимовыгодное торгово-экономическое сотрудничество со странами Европейского союза, в частности с Польшей. Дальнейшая экспортная стратегия белорусских предприятий в этом регионе должна базироваться не только на традиционных поставках готовой продукции, но и на укреплении здесь своих позиций через инвестиционные вложения. В том числе путем создания совместных производств, которые могли бы стать плацдармом для поставок продукции на рынки третьих стран.

Компания “Савушкин продукт” несет радость и здоровье людям, создавая качественную натуральную продукцию. Чтобы продукция компании неизменно оставалась натуральной, сырье для ее производства поступает из экологически чистых районов, а в процессе производства не используются консерванты. Продукция ОАО “Савушкин продукт” изготовлена без применения генномодифицированных источников, из натурального продовольственного сырья, полученного от животных, выращенных без применения антибиотиков, стимуляторов откорма, гормональных препаратов. Сегодня успех на стороне тех компаний, которые отдают приоритет качеству, от технологии производства до используемых стандартов в обслуживании клиентов и поставках продукции. В связи с этим руководством предприятия было принято решение о разработке и внедрении систем менеджмента.

ОАО “Савушкин продукт” «первым среди предприятий молочной отрасли Республики Беларусь сертифицировал систему менеджмента качества на соответствие требованиям национальных стандартов СТБ ИСО 9000, которые являются аутентичными международным (в 2000 г. выдан сертификат на соответствие требованиям СТБ ИСО 9001-96; в 2003 г. — сертификат на соответствие требованиям новой версии СТБ ИСО 9001-2001)» [1]. Это был первый шаг по усовершенствованию системы управления предприятием. Сейчас в организации также разработаны и действуют следующие системы: с 2003 года – система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов на основе анализа рисков и критических контрольных точек (НАССР) в соответствии с

требованиями СТБ 1470; с 2004 года – система управления окружающей средой в соответствии с требованиями национального СТБ ИСО 14001, а с 2006 года – и международного ИСО 14001; с 2006 года – система менеджмента охраны здоровья и безопасности труда в соответствии с требованиями OHSAS 18001; с 2009 года – система менеджмента безопасности производства и хранения сухих молочных продуктов в соответствии с требованиями СТБ ИСО 22000-2006. Кроме того, компания использует закрытый тип производственного процесса (контакт персонала с продукцией сведен к минимуму); весь производственный участок разделен на зоны (зеленая, желтая и красная), попасть в которые может персонал только со специальным разрешением, и уделяет особое внимание соблюдению требований гигиены. В области технологий и оборудования партнерами компании выступают широко известные и заслуживающие доверия фирмы из Швейцарии, Австрии, Польши, Швеции и Германии.

“Савушкин продукт” всегда стремится максимально учитывать желания и потребности покупателей. Поэтому у продукции компании – любимые вкусы и удобная упаковка, а ассортимент отличается таким разнообразием – более 200 наименований. Сегодня в портфеле компании 6 торговых марок: “Савушкин”, “Оптималь”, “СуперКид”, “На100ящий”, “Брест-Литовск”, “Ласковое лето”, среди которых каждый сможет найти что-нибудь для себя. Кроме того, что компания “Савушкин продукт” заботится о качестве своей продукции, большое внимание уделяет ее доступности в розничной торговле, а именно системе логистики. Товаропроводящая сеть ОАО “Савушкин продукт” включает 6 торговых филиалов, 1 торговое представительство и более 50 торговых представителей на территории Беларуси. Интересы компании за рубежом представляют ее многочисленные партнеры. Немаловажно, что “Савушкин продукт” поддерживает высокие этические стандарты ведения бизнеса.

В настоящее время можно выделить три основных вида йогурта. 1. Неароматизированные йогурты без добавления фруктов. Они не содержат сахар, а также ингредиентов и добавок. Данный вид йогурта – наиболее полезный. 2. Ароматизированные йогурты. В их состав входят ароматизаторы, как натуральные, так и идентичные натуральным. Такие ароматизаторы не являются вредными, однако и пользы особой не несут. 3. Йогурты с кусочками фруктов. Являются наиболее популярным видом йогуртов. Различные фрукты и ягоды занимают примерно 30% его объема. При этом выполняются все требования к содержанию необходимых кисломолочных продуктов.

Итак, подробно рассмотрим возможности продвижения йогуртов “Савушкин продукт” на рынок Польши, на примере йогурта “Греческий”, который «производится традиционным для этого продукта способом исключительно из натуральных компонентов без использования стабилизаторов, искусственных красителей и ароматизаторов и сухого молока. Благодаря этому греческий йогурт “Савушкин” в отличие от классического содержит в 2 раза больше белка и гораздо меньше углеводов, что делает его особенно ценным и полезным» [2]. К тому же он имеет более густую кремовую консистенцию и богатый насыщенный вкус ягод в йогурте с ягодным наполнителем. Компания “Савушкин продукт” предлагает попробовать как натуральный “Греческий” йогурт, так и в сочетании с вишней, клубникой и черникой. Его можно назвать незаменимым продуктом здорового питания: это отличная альтернатива высококалорийным десертам, удобный, готовый к употреблению перекус в любое время дня.

Греческий йогурт — это одно из самых популярных молочных лакомств на Западе. Во многих странах Средиземноморья его относят к традиционным и даже национальным продуктам. За счет своей густой кремовой консистенции и неповторимого нежного вкуса он быстро завоевал любовь потребителей и всемирную славу. Секрет этого популярного во всем мире продукта – в технологии его производства. По традиционному греческому рецепту из йогурта после сквашивания удаляется лишняя сыворотка, что делает его консистенцию более густой и кремообразной. Это позволяет заменить им сметану и даже майонез, а, значит, сделать блюдо менее калорийным и, что самое главное, увеличить полезность.

Важно, что именно рекламная кампания йогурта должна способствовать повышению качества торгового обслуживания покупателей. При помощи рекламы покупатели быстрее найдут необходимый товар, приобретут его с наибольшими удобствами и наименьшей затратой времени. А эти все моменты являются ключевыми при экспорте белорусского йогурта в Польшу, так как всё это поможет лучше узнать новый товар. И, следовательно, он сможет уже свободно конкурировать с польскими конкурентами.

В Польше требования к используемому сырью очень высокие. Производителям приходится тратить немало времени на поиск проверенных поставщиков. Именно поэтому “Савушкин продукт” с проверенными технологиями производства продукции может составить конкуренцию не только польским, но товарам из других стран. К тому же «в последнее время на большинстве польских производств используется резервуарный метод изготовления йогуртов, так как продукт, приготовленный

таким образом, хотя и не может называться полностью натуральным, но имеет более длительный срок хранения и реализации» [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на высокую конкуренцию на польском рынке, компания “Савушкин продукт” может занять достойное место среди других производителей йогуртов. Во-первых, потому что ее йогурты отличаются от других высоким уровнем качества и самого производства товара. Во-вторых, правильная рекламная кампания, а также частные дегустации продукции компании позволят сделать йогурты известными польским потребителям и создать положительный образ фирмы. В-третьих, “Савушкин продукт” отличается широким разнообразием йогуртов, это позволит покупателям выбирать именно тот продукт, который им наиболее понравился: от самых классических вкусов до экзотических новинок компании.

Литература

1. Почему нашей продукции доверяют // Савушкин [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.savushkin.by/about/today>. – Дата доступа: 22.12.2015.
2. Йогурт “Греческий” // Савушкин [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.savushkin.by/23.html>. – Дата доступа: 22.12.2015.
3. Производство йогуртов в Польше // Опен [Электронный ресурс]. – 2005. – Режим доступа: <http://www.openbusiness.ru/dop11/yogurt.htm>. – Дата доступа: 22.12.2015.