



K A F A



Tržište

Kompanija Grand Prom je lider na tržištu kafe i jedna od najuspešnijih domaćih kompanija u prehrambenoj industriji. Ovu poziciju stekla je poštujući osnovne principe uspešnog poslovanja, nudeći svojim kupcima isključivo najviši kvalitet proizvoda i usluga, poštujući najviše standarde prerade kafe, radeći uvek s vodećim liderima u svojim strukama i opredeljujući se samo za vrhunsku tehnologiju.

Grand Prom je postao lider na tržištu prvenstveno zbog vrhunskog kvaliteta kafe, ali i zbog toga što konstantno prati ukus i očekivanja potrošača. Vizija Granda je da bude vodeća kompanija u prehrambenoj industriji, da nastavi put dalje regionalne integracije i da se potpuno afirmiše kao lider u regionu. Ambicija ovog uspešnog preduzeća je da permanentno implementira svetsku tehnologiju i trendove, uz očuvanje i razvijanje već stvorenih vrednosti.

Dostignuća

Grand kafa, najpoznatiji proizvod kompanije Grand Prom, stvorena je devedesetih godina kao prva privatna robna marka crne kafe na domaćem tržištu.

Za samo nekoliko godina, zahvaljujući vrhunskom i ujednačenom kvalitetu i originalnosti, Grand kafa zadobila je poverenje više miliona ljubitelja kafe i postala je vodeći brend u našoj zemlji.

Grand je već godinama lider na domaćem tržištu i najveći je regionalni uvoznik kafe. Konstantnim ulaganjem u tehnologiju, poštovanjem savremenih trendova na svetskom tržištu kafe i pažljivim praćenjem želja i očekivanja svojih potrošača, kompanija već godinama stvara proizvode koji su pozicionirani na samom vrhu. U pripremi su stalno noviji, savremeniji i atraktivniji proizvodi, sprovode se ispitivanja tržišta, u proizvodnju se stalno uvodi nova tehnologija, a tim stručnjaka svakodnevno radi na kontroli i kreiranju originalne recepture.

Grand Prom je u stalnoj ekspanziji i danas predstavlja sinonim za uspeh, najviši kvalitet proizvoda, moderno poslovanje i istančan pristup potrošačima i tržištu.

Poštujući želje potrošača i nudeći im i više od ukusa, kompanija je izgradila ceo koncept uživanja u crnoj kafi - uvek najbolji kvalitet, vrhunski estetski užitak i dostupnost u svakom trenutku i na svakom mestu.

U jedinstvena dostignuća ove kompanije se, svakako, ubrajaju i promene koje je ona napravila u srpskom advertajzingu, kreirajući reklame visokog umetničkog kvaliteta.

Istorijat

Krajem 1997. godine, kada su tržištem kafe u Srbiji vladale male, privatne pržionice kafe koje su proizvodile i prodavale kafu sumnjivog kvaliteta, Slobodan Vučićević, osnivač i generalni direktor kompanije Grand Prom, odlučio je da uđe u projekat stvaranja prve domaće privatne robne marke kafe. Poslovna namera Slobodana Vučićevića, ideja koja će kasnije prerasti u njegovu poslovnu viziju, bila je da na tržištu kafe stvori domaći brend vrhunskog kvaliteta. Osnovao je kompaniju Grand Prom i uz pomoć visokokvalitetnog stručnog kadra i opreme, uz poznavanje svetske tehnologije u proizvodnji i načinu organizacije, otvorio je vrata novije istorije na domaćem tržištu kafe.

Grand je svoju poslovnu aktivnost započeo kao društvo s ograničenom odgovornošću, odnosno preduzeće sa stranim ulogom. Svoju osnovnu

delatnost, preradu i distribuciju Grand kafe, kompanija je započela sredinom 1998. godine.

Nakon što je Grand za izuzetno kratko vreme osvojio tržište i pronašao svoj put do kupaca, uspesi kompanije Grand Prom nizali su se jedan za drugim. Svaki novi proizvod koji je lansiran iz njenih proizvodnih pogona, bio je pogodak u metu.

Brzometni uspon kompanije rezultirao je otvaranjem fabrike kafe u Bosni i Hercegovini 2004. godine i sličnog proizvodnog pogona u Makedoniji naredne godine.

Proizvodi/usluge

Grand De Luxe je prva crna kafa superior kvaliteta na našem tržištu, namenjena pravim poznavocima i ljubiteljima: ima sofisticiran ukus, raskošan miris i prijatno blagu gorčinu. Grand De Luxe je Premium proizvod u paleti crnih kafa, a njeno luksuzno pakovanje čini je idealnom za poklon. Najmodernija forma pakovanja, originalni Zip Pak, omogućava lako otvaranje i zatvaranje kesice. Na ovaj način kafa ostaje u potpuno svežem stanju i može se čuvati u originalnoj ambalaži.

De Luxe je napravljena od pažljivo prbranih zrna arabike, s najboljih brazilskih plantaža. Celokupan proces, od izbora zrna kafe, preko blendovanja mešavine, pa sve do posebne tehnologije mlevenja, pod kontrolom je tima vrhunskih stručnjaka.

Grand Aroma Light je prva Light Quality kafa koja se pojavila na našem tržištu. Kreirana prema najnovijem svetskom standardu, posebnim postupkom rigorozne selekcije zrna uz primenu originalne tehnologije za svetlo prženje i fino mlevenje, proizvedena je kao odgovor na potrebe ljubitelja zdrave ishrane, modernog i aktivnog načina života. Namenjena je onima koji žele da uživaju u kafi bogatog a laganog ukusa. Grand Aroma Light dobija se od sasvim blage arabike. Nova Easy Open tehnologija omogućava brzo i jednostavno otvaranje.

Grand Aroma nastala je kao odgovor na želje Grandovih konzumenata za drugačijim, sofisticiranim





ranijim i urbanijim konceptom uživanja u crnoj kafi. Grand Aroma je prvi proizvod koji se na tržištu SCG pojavio u unapređenom Easy Open pakovanju koje omogućava brzo i jednostavno otvaranje. Grand Aroma je ekskluzivna mešavina pržene mlevene kafe ekstra kvaliteta od probiranih vrsta kafe s plantaža Indije, Srednje i Južne Amerike.

Grand Gold je originalna mešavina odabranih vrsta kafe, napravljena prema specijalnoj recepturi i namenjena ljudima koji uživaju u tradicionalnom ukusu domaće, jake kafe s obilnom penom. Ovo je najprodavaniji proizvod kompanije Grand Prom i ujedno najprodavanija kafa na domaćem tržištu. U svesti potrošača pozicionirana je kao prva prava kafa posle perioda divljih pržionica, što joj je obezbedilo kontinuiranu, višegodišnju lojalnost njenih potrošača.

Grand Espresso je mešavina koja omogućava uživanje u punom i kvalitetnom, prefinjenom ukusu prave italijanske espresso kafe. Grand je dugo radio na testiranju i pronalaženju prave recepture, stvorivši espresso od najfinijih i najkvalitetnijih zrna kafe po ukusu naših potrošača.

Grand Choco, topla čokolada, proizvod je premium kvaliteta i karakterišu je sve osobine prvoklasne tople čokolade - bogat, pun ukus i optimalna gustina.

Najnoviji poduhvati

Za zaposlene u Grand Promu 2005. godina bila je godina strateških odluka i velikih poslovnih uspeha. To je godina koja predstavlja prekretnicu za razvoj ovog domaćeg lidera.

Tada je zaključeno strateško partnerstvo sa slovenačkom kompanijom Droga Kolinska, jednim od najvećih proizvođača hrane u regionu. Ubrzo potom, iste godine, Grand Prom je postao vlasnik domaćeg lidera konditorske industrije, kompanije Soko Štark.

Osnivač i generalni direktor Grand Proma Slobodan Vučićević postao je izvršni direktor grupe Droga Kolinska za jugoistočnu Evropu, čime su proizvodima Granda i Soko Štarka otvorena vrata za tržište Evropske unije i Rusije.

Promocija

Osnivač i generalni direktor kompanije Grand Prom, predsednik Upravnog odbora Soko Štarka i izvršni direktor grupe Droga Kolinska za jugoistočnu Evropu, Slobodan Vučićević, proglašen je

početkom juna 2006. godine za menadžera godine Beograda.

Grand Prom je ove godine poneo i titulu najbolje kompanije u Srbiji u 2005. godini i dobitnik je nagrade Kapetan Miša Anastasijević koju Medija Invent, zajedno sa TV Novi Sad, Privrednom komorom Vojvodine i Fakultetom tehničkih nauka iz Novog Sada, već šestu godinu zaredom dodeljuje kolektivima i pojedincima zaslužnim za podsticaj i afirmaciju preduzetništva Srbije.

Na ovogodišnjem Međunarodnom poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu svi proizvodi Grand Proma koji su kandidovani za ocenu kvaliteta osvojili su najvrednija priznanja ove eminentne međunarodne manifestacije. Ovoj kompaniji pripao je Veliki šampionski pehar za širok asortiman i visok kvalitet proizvoda, a proizvodi najvećeg domaćeg proizvođača kafe osvojili su čak 34 priznanja za kvalitet proizvoda, od čega devet zlatnih medalja za kvalitet kafe i pet zlatnih medalja za kvalitet čajeva.

Kao društveno odgovorna kompanija, Grand Prom je pomogao mnogo projekata iz kulture, posebno kinematografije i aktivno je učestvovao u podsticanju razvoja domaćeg sporta.

Naime, Grand Prom je sponzor i pokrovitelj brojnih kulturnih i sportskih manifestacija. Pomenimo samo neke od njih: generalni sponzor FEST-a 2004. i 2005.

godine, sponzor predstavnika Srbije i Crne Gore na Eurosongu 2004, sponzor koncerta Zdravka Čolića u Novom Sadu, sponzor Veslačkog saveza Crvena zvezda, Košarkaškog kluba Crvena zvezda, Rukometnog kluba Partizan, Atletskog kluba Surčin, Vaterpolo saveza SCG, revijalnog košarkaškog turnira Diamond Ball.

Kad je reč o filmovima i pružanju podrške domaćoj kinematografiji, treba reći da je Grand Prom pomogao nastanak velikog broja filmova i serijala. Kompanija je bila sponzor filmova Mali svet Mилоša Radovića i Gori vatra Pjera Žalice, serije Viza za budućnost, Niškog filmskog festivala, te domaćih serija Stižu dolari i Porođično blago.

Od svog osnivanja Grand Prom je generalni pokrovitelj humanitarne organizacije Naša Srbija koja se brine o deci koja su u ratovima na prostoru bivše Jugoslavije ostala bez jednog ili oba roditelja. Takođe, kompanija je pomogla i Udruženju samohranih majki, Dečjoj klinici u Tiršovoj, kao i Centru za brigu o deci.

Vrednosti brenda

Kad je reč o prepoznatljivosti, iskustvu, razmatranju kupovine, upotrebi i lojalnosti brendu, Grand kafa nalazi se na prvom mestu u konkurenciji vodećih domaćih brendova, pokazalo je istraživanje firme Strategic Marketing, rađeno na Product Group Manager modelu početkom 2005. godine. U društvu domaćih brendova, Grand kafa se nalazi na prvom mestu s indeksom uspešnosti 70, a kada se domaći proizvodi nađu u društvu stranih brendova, i dalje ubedljivo vodi Grand kafa. Rezultati nekomercijalnog istraživanja Najuticajnijih brendovi u Srbiji kompanije Synovate, koja se bavi istraživanjem tržišta i javnog mnjenja iz novembra 2005. godine, pokazali su da je Grand i dalje u samom vrhu prepoznatljivosti - na listi

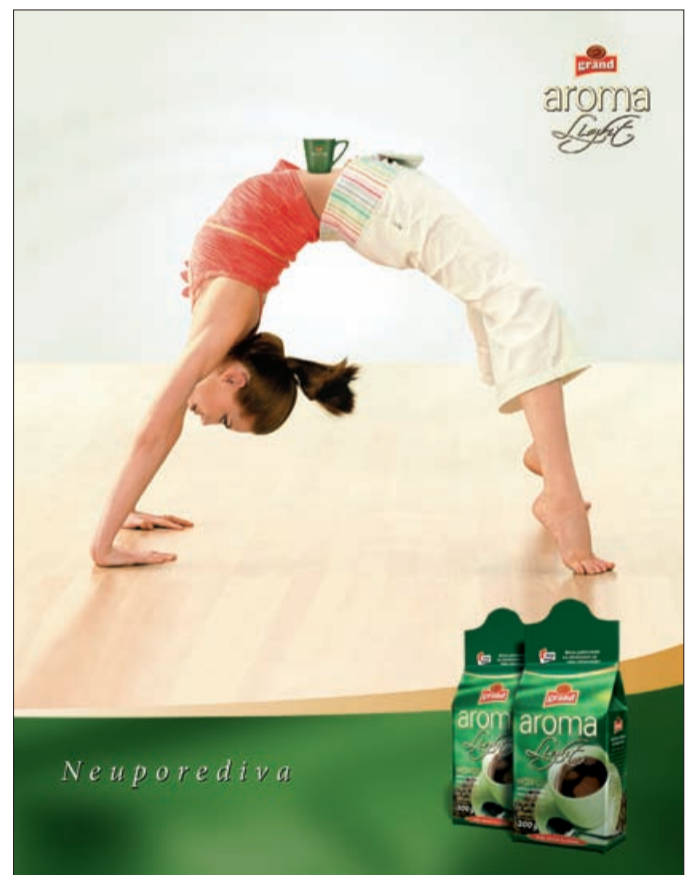
top-deset brendova, po kriterijumu spontana poznatost, u jakoj konkurenciji multinacionalnih brendova nalaze se samo dva domaća brenda, a jedan od njih je Grand kafa. Kada se uzme u obzir da je istraživanje ove agencije, čija se mreža prostire na pet kontinenata, u 46 zemalja i 24 vremenske zone, pokazalo da se u mnogim okolnim zemljama na listi pomenutih brendova nije pojavila nijedna domaća robna marka - ova titula ima posebnu težinu. I GfK Omnibus istraživanje, koje se sprovodi na nacionalnom i reprezentativnom uzorku od hiljadu građana uzrasta 15 i više godina, metodom licem-u-lice u kućama ispitanika, potvrdilo je da odrasli građani počev od 15 godina na teritoriji bivše SCG najviše kupuju Grand kafu - njih 40 odsto.

Interesantno je da se Grand kafa prema različitim istraživanjima prepoznaje kao uspešan brend ne samo u Srbiji i Crnoj Gori, već i u regionu, gde se izdvaja kao jedini brend s ovih prostora koji je uspeo da se probije i nametne na tržištu izvan granica naše zemlje.

Pažljivim i dugotrajnim istraživanjem tržišta, ulaganjem u marketing i dobro osmišljenim kampanjama s poznatim ličnostima koje su se u Grandovim reklamama pojavile u potpuno drugačijem svetlu, otvoreno je novo poglavlje u srpskom advertajzingu.

Serijska reklama s perfektnom glumom, nenametljivim humorom i specifičnim šarmom postala je svojevrsan fenomen, do tada neviden na ovim prostorima.

www.grandkafa.co.yu



ONO ŠTO NISTE ZNALI

Grand kafa

- Slogan „I miris i ukus“ jedan je od najomiljenijih, ako ne i najpoznatiji slogan u Srbiji.
- Grand kafa ima najniže cene proizvoda u regionu.
- Kaper je osoba koja se svakodnevno u kompaniji bavi degustiranjem tj. kontrolom kvaliteta kafe.
- U Italiji se služi čak 30 vrsta espresso kafe a nepisano pravilo je da se ovaj napitak pije iz dva gutljaja.