

Moja Kravica

Tržište

Sva istraživanja pokazuju da je Moja Kravica apsolutni lider na domaćem tržištu dugotrajnog mleka.

AD Imlek je najveća kompanija domaće mlečarske industrije u Srbiji. Receptura uspeha ove kompanije zasniva se na spoju znanja, duge tradicije i najsavremenije tehnologije sa svetskim standardima kvaliteta. Pokriva 40 odsto ukupne proizvodnje mleka u Srbiji. Imlek 80 odsto svoje proizvodnje plasira na domaću, a 20 odsto na inostrano tržište.

Mleko vrhunskog kvaliteta sakuplja se od 13.000 proizvođača sa 50 odsto teritorije Srbije i dnevno se prerađuje oko 750.000 litara mleka. U 15 specijalizovanih mlečara primenjuje se vrhunska svetska tehnologija. Sve to omogućava da se širok asortiman visokokvalitetnih mlečnih proizvoda uvek sveži i kvalitetan dostavi nakon prerade i pakovanja potrošačima širom zemlje. Kompanija Imlek u svom raznovrsnom proizvodnom programu nudi potrošačima oko 80 mlečnih proizvoda koji dnevno zadovoljavaju potrebe nekoliko miliona potrošača.

Dostignuća

Uvođenjem nove opreme i tehnoloških postupaka, Imlek prati svetska dostignuća mlečarske tehnologije. Kontinuiranu prednost na tržištu ostvaruje zahvaljujući, pre svega, standardno visokom kvalitetu proizvoda i savremenom dizajnu novih vrsta pakovanja. Potvrda uspešnog poslovanja su i brojna priznanja kao apsolutni šampion kvaliteta, koja već godinama osvaja na



u 9002 u svim mlečarama Imleka i formiranjem službi za neprekidnu kontrolu rada i kvaliteta. Značajno su unapređeni kvalitet i obim proizvodnje koji će u narednim godinama proći kroz period ubrzane konsolidacije i unapređenja, kako bi Imlek ad mogao ravnopravno da konkuriše i na svetskom tržištu.

Istorijat

U modernom advertajzingu postoje brendovi koji nose titulu *lovemark*. To su oni brendovi koje

samo dobila sopstveni identitet, već je postala simbol celog Imleka. Za početak, sami potrošači nazvali su je Kravica. Kravica je vremenom postala jedinstveni i sastavni deo imidža Imleka. Lik kravice počeo je da se pojavljuje na skoro svim Imlekovim proizvodima – postajući jasan i autentičan simbol kvaliteta. Uprava Imleka želela je da udovolji željama potrošača i stavila naziv Moja Kravica na pakovanje.

Proizvodi/usluge

Mleko je jedan od najmoćnijih izvora kalcijuma, kao i još osam hranjivih elemenata koji su neophodni za stvaranje i održavanje svakodnevne energije. Svaka čaša mleka zadovoljava određen procenat neophodnog dnevnog unosa hranjivog paketa: 30 odsto kalcijuma koji pomaže održavanju koštane mase, 25 odsto vitamina D koji pomaže apsorpciju i korišćenje kalcijuma, 24 odsto riboflavina, vitamina B2 koji pomaže transformaciju hrane u energiju, 20 odsto fosfora koji održava snagu kostiju i stvara energiju u ćelijama, 16 odsto proteina koji su važni za razvoj i reparaciju mišića, 13 odsto vitamina B12 koji je jedan od ključnih elemenata u formiranju crvenih krvnih zrnaca, 11 odsto kalijuma koji reguliše i održava normalan krvni pritisak, 10 odsto nijacina koji omogućava normalan metabolizam šećera u organizmu i 10 odsto vitamina A koji pomaže održavanju zdravog vida i kože.

Moja Kravica je dugotrajno mleko koje se na tržištu može naći u tetrabrik pakovanjima od 0,5 litara i jedan litar, ali isto tako s različitim postotkom mlečne masti, od 0,5 odsto mlečne masti (novina na tržištu), 1,6 odsto, 2,8 odsto i 3,2 odsto mlečne masti, kao i Moja Kravica dugotrajno mleko obogaćeno vitaminima A i D, sa 3,2 odsto mlečne masti.

Najnoviji poduhvati

Kada je jedna kompanija lider na tržištu i kada je velika kao Imlek, ona se suočava s ogromnim izazovima kada je potrebno pratiti tokove na svetskom i istovremeno razvijati nove tokove na domaćem tržištu.

Tokom 2003. i 2004. godine Imlek je postao deo investicionog fonda Salford.

Imleku je 2007. godine pripojena zaječarska mlečara Impaz. Nove investicije omogućile su neophodnu modernizaciju proizvodnje, poboljšanje kvaliteta i količine sirovog mleka, kao i ono najvažnije - sigurnost u vrhunski kvalitet proizvoda koji se nalazi na tržištu.

Prva faza ulaganja odnosila se na investiranje u primarnu poljoprivrednu proizvodnju, čime se postiglo povećanje kvaliteta i kvantiteta u otkupu sirovog mleka. Proširivanjem i modernizacijom sirovinske baze i pre-

orientacijom proizvodnje malih seoskih gazdinstava na razvijene industrijske farme ostvaruje se produkcija višeg kontrolisanog kvaliteta mleka, koja obezbeđuje zauzimanje većeg dela tržišta.



nizu sajamskih manifestacija.

Veliki doprinos vrhunskom kvalitetu sirovina, tehnologije rada i proizvoda postignut je uvođenjem Sistema kvaliteta ISO standarda 9001

ne biramo samo razumom već i srcem. Jedan od nekoliko takvih brendova na tržištu Srbije je i Moja Kravica. Ona je pre mnogo godina bila tek Imlekovo dugotrajno mleko, ali je vremenom ne

Promocija

Nekada nije dovoljno biti najbolji. Kada jedan brend prevaziđe sve svoje suparnike, najteže bitke tek predstoje: nadmašiti samog sebe postaje najveći izazov. Kada je neko na vrhu, teško mu je da oceni šta bi mogao kod sebe da poboljša. Baš zato Imlek je odlučio da savet traži od svojih potrošača. Istraživanja su pokazala da potrošači Moju kravicu vide kao brend koji ima dugu tradiciju, ali koji je istovremeno moderan; potrošači su hvalili sveprisutnost brenda na mestima prodaje, dugotrajnu svežinu proizvoda koja ih nikada nije izneverila, mogućnost da kupe Moju kravicu u različitim količinskim pakovanjima i s različitim procentima mlečne masti, lakoću otvaranja i stalnost ukusa i kvaliteta, jedinstvenost tj. različitost u odnosu na druge slične proizvode. U sferi racionalnog Moja kravica položila je ispit s visokim ocenama. Ali, u sferi emotivnog nije bila zadovoljna svojim uspehom. Izostali su odgovori potrošača da ih podseća na detinjstvo, da podstiče nežnu porodičnu atmosferu i osećanje bliskosti s decom. Bilo je vreme za redizajniranje ambalaže. Došlo se do zaključka da je kravicu na pakovanju „pregazilo vreme“, da je postala staromodna. Stara kravica imala je neprirodan položaj tela i zatvorene oči. Pošto je kravica vremenom postala simbol celog Imleka, redizajniranje kravice nosilo je i podmlađivanje imidža firme. Nekoliko umetnika uradilo je odlična idejna rešenja, ali nijedno nije dobilo jednoglasnu podršku. Odluku su morali da prepuste potrošačima. Raspisano je takmičenje za najlepšu kravicu. Očekivalo se stotinak, a stiglo ih je više od 11.000 crteža. Uporedo s neočekivano velikim odzivom na konkurs, brojni su bili i pozivi potrošača koji su zahtevali da kravica ostane nepromenjena. Specijalni žiri je napravio uži izbor i odabrao 202 kravice. Organizovana je izložba i glasanje za najlepšu kravicu. Celo dešavanje dobilo je neverovatnu podršku medija. Konačno je najlepša kravica proglašena, a na opšte iznenađenje dizajnirao ju je jedanaestogodišnji dečak Aleksandar Kocić. Ubrzo su na bilbordima predstavljeni talentovani dečak i njegova Moja kravica. Reakcije potrošača bile su odlične. Tako je projekat redizajniranja Imlekove kravice nadmašio sva očekivanja i spontano postao najuspešnija PR akcija Imleka.

Vrednosti brenda

AD Imlek, najveća kompanija domaće mlekarske

www.imlek.co.yu



industrije, spaja znanje, dugu tradiciju i najsavremeniju tehnologiju sa svetskim standardima kvaliteta. Dominira tržištem jakim brendovima koje podržava odlična organizacija prodaje i inovativna komunikacija s potrošačima. Rad, znanje i vrhunski standardi omogućavaju da se širok asortiman visokokvalitetnih mlečnih proizvoda nakon prerade i pakovanja dostavi uvek svež i kvalitetan potrošačima širom zemlje.



ONO ŠTO NISTE ZNALI

Moja kravica

- U Srbiji svaki stanovnik u proseku popije oko 100 litara mleka godišnje.
- Mleko sadrži tzv. funkcionalne peptide, delove mlečnih belančevina koji mogu pospešiti fiziološke korisne funkcije u organizmu kao što su imunitet, regulacija krvnog pritiska, bolje usvajanje minerala i vitamina.
- Aleksandar Kocić, dečak čija je kravica osvojila prvu nagradu na takmičenju za najlepšu Moju kravicu, pevao je u TV i radio reklami Mlekarena.

