

# ЛИНЕЙНОЕ РАСШИРЕНИЕ:



В  
?

Презентацию выполнила  
студентка группы 1309  
Мягких Ольга



Alpen Gold

ChocoLife

CHOCOLATE

бучи

Alpen Gold

ChocoLife

# Немного о бренде

- ◎ Бренд Alpen Gold принадлежит компании Kraft Foods, наряду с марками Воздушный, Milka и Toblerone.
- ◎ С **1992** года началось производство шоколадных плиток в России
- ◎ С **2005** года началось производство шоколадных конфет Alpen Gold Composition

# шоколадных изделий в России по сегментам за 2009 год



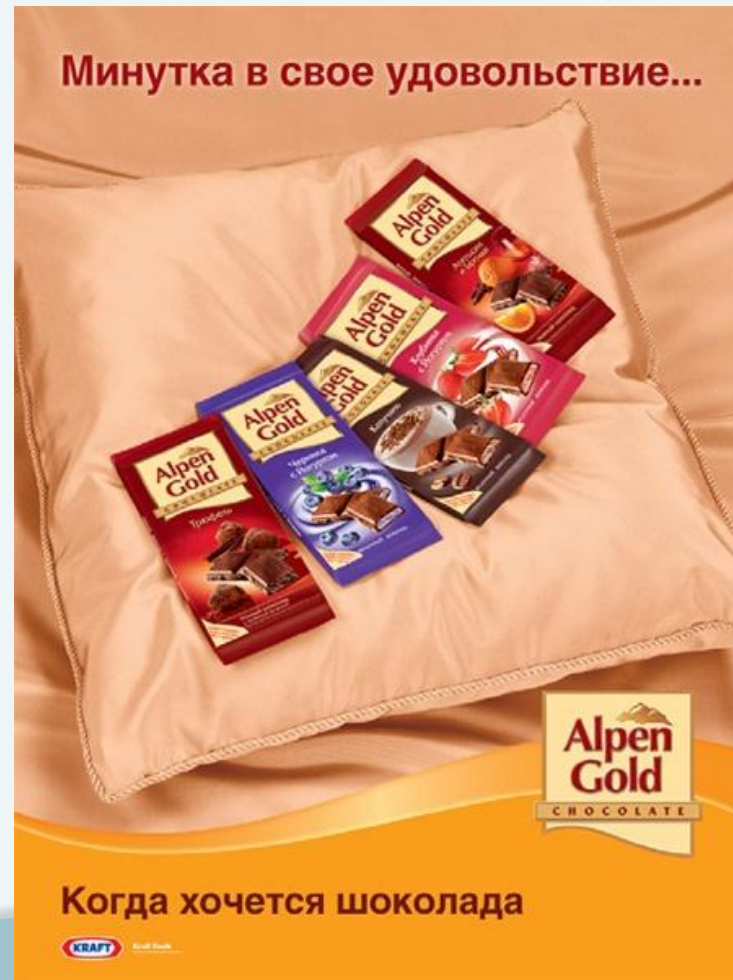
**Источник:** статья «Что вам надо? Шоколада?» Ольги Дурасовой, аналитика компании «Бизнес аналитика», 2010г.

Объем Российского рынка шоколада составил по итогам 2009 года  
**645 тыс. тонн.**

<b>ЭКОНОМИЧНЫЙ</b>	<b>Места в рейтинге</b>	<b>ПРЕМИАЛЬНЫЙ</b>	<b>Места в рейтинге</b>
«СладКо» (КО «СладКО»)	1	«Dove» (ООО «Марс»)	1
«Шоколад с начинкой» (КФ «Бабаевская»)	2	«Вдохновение» (КФ «Бабаевская»)	2
«Русский шоколад» (КФ «Русский шоколад»)	3	«Коркунов» («Одинцовская кондитерская фабрика»)	3
«Люкс» (КФ «Бабаевская»)	4	«Золотая марка» (КО «Россия»)	4
«Особый» (КФ им. Н. К. Крупской)	5	«Toblerone» («Крафт Фудс Россия»)	5
<b>СРЕДНИЙ ЦЕНОВОЙ</b>		<b>СУПЕРПРЕМИАЛЬНЫЙ</b>	
«Alpen Gold» («Крафт Фудс Россия»)	1	«Lindt Excellence» («Lindt»)	1
«Воздушный» («Крафт Фудс Россия»)	2	«ВК» («Верность качеству»)	2
«Бабаевский» (КФ «Бабаевская»)	3	«Cote d'Or» («Крафт Фудс Россия»)	3
«Milka» («Крафт Фудс Россия»)	4	«Lindt Swiss Premium» («Lindt»)	4
«Аленка» (КФ «Красный Октябрь»)	5	«Lindt» («Lindt»)	5

# Кампания 2008 года

- ✓ **Наружная реклама** (Постеры в метрополитене, на автобусных остановках)



# Каналы коммуникации:

- ✓ **Телевидение** (Рекламный ролик «Котёнок»)
- ✓ **Промо-акция** «Шоколадомания»
- ✓ **Сэмплинг** на бортах самолетов
- ✓ **Промо-акции** на улицах, в магазинах



**Alpen Gold**  
CHOCOLATE

**100 000**  
гарантированных  
**призов**  
акция  
**Шоколадомания-2**

www.kraftfoods.ru  
8 800 100 10 80

Пришли 9 упаковок от шоколада Alpen Gold на а/я Alpen Gold до 15 мая 2008 года и получи модную сумку для покупок!

**KRAFT** since 1876



ДО

ПОСЛЕ



# Две стороны ребрендинга



- ⦿ Потребитель «автоматом» берет знакомую упаковку
- ⦿ Сокращение затрат на рекламу
- ⦿ Постоянные покупатели шоколадных плиток Alpen Gold обязательно попробуют новинку



- ⦿ Возможная потеря части целевой аудитории

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**

**Время для Ваших  
вопросов!**