

CASE STUDY – Dział Marketingu

Firma Bakalland jest bezwzględnym liderem rynku w kategorii bakalii oraz batonów zbożowych, zarówno pod względem wartości, jak i ilości sprzedaży. Wyróżnia się przede wszystkim wysoką jakością swoich produktów. Marka Bakalland istnieje obecnie w kategoriach produktowych tzw. „mało przetworzonych: bakaliowych i zbożowych, bazując na produktach pochodzących prosto z natury, jednocześnie podkreślając te walory. W ofercie Bakalland można znaleźć bakalie (suszone owoce i orzechy), batony zbożowe, batony proteinowe oraz musli. Spójne dla wszystkich linii jest dbałość o surowce, nie tylko wysoką jakość, ale również eliminację niepożądanych składników, jak np. syropu glukozowego, tłuszczów utwardzonych.

Ambasadorką marki jest znana i lubiana aktorka Katarzyna Bujakiewicz.

Nowość - w 2018 roku firma Bakalland wprowadziła nowy produkt w segmencie batonów - **Batony owocowe BA! 100% natury 40g** – to naturalna przekąska składająca się tylko z owoców, orzechów i ziaren, dostępna w trzech wariantach smakowych: BA! Daktyle & Pomarańcza z prażonymi arachidami i zbożem, BA! Daktyle & Kakao z prażonymi arachidami i zbożem, BA! Daktyle & Malina z prażonymi arachidami i zbożem. Nowe batony nie zawierają dodatku cukru, syropu glukozowego, tłuszczu palmowego i tłuszczów utwardzonych, a dzięki wysokiej zawartości błonnika stanowią pełnowartościową, dodającą energii przekąskę.



Grupa docelowa to aktywna kobieta, w wieku 20-39 lat. Żyje bardzo intensywnie, wie czego chce od życia i sukcesywnie to realizuje, ale zawsze z uśmiechem na twarzy. Jest optymistką, ma w sobie dużo pozytywnej energii, którą dzieli się z innymi. Dużo pracuje, ale sporo czasu poświęca również swoim bliskim i zainteresowaniom. W ciągu dnia nie zostaje jej dużo czasu dla siebie. Czas, który ma, chce wykorzystać jak najlepiej: zdrowo i aktywnie. Stara się codziennie znaleźć trochę czasu na ruch: krótki bieg z samego rana czy fitness późnym popołudniem. Zależy jej przecież żeby być w formie. Potrzebuje więc zdrowej dawki energii, aby móc działać. Jest świadomą konsumentką, więc wybiera produkty zdrowe i naturalne, ale jednocześnie takie, które nie wymagają czasu na przygotowanie. W ciągu dnia lubi przekąsić coś, co ładuje jej baterie: coś szybkiego, smacznego, ale bez wyrzutów sumienia.

ZADANIE:

Na podstawie powyższych informacji przygotuj:

- plan wsparcia mediowego - dobierz odpowiednie kanały komunikacji wraz z hasłem kampanii
- stwórz informację prasową o powyższej kampanii