

# jogood

## Tržište

Tržište mlečnih i kiselomlečnih napitaka i proizvoda u Srbiji pokazuje značajne strukturne promene i kretanja u poslednjih nekoliko godina. Jasno se može uočiti trend rasta potrošnje kako mleka, tako i subkategorije fermentisanih mlečnih proizvoda.

Unutar kategorije proizvoda, koji se kolokvijalno nazivaju voćnim jogurtima, prilično je široka i divergentna grupa unutar segmenta kiselomlečnih proizvoda. Iza ovog naziva krije se niz artikala specifičnih karakteristika, i tu kategoriju bismo mogli podeliti na tečne voćne jogurte (koji se piju), guste voćne jogurte (koji se jedu kašičicom), jogurte s voćnim ukusom ili jogurte s komadićima voća. Osim toga, na tržištu su zastupljeni i probiotski voćni jogurti, kao i voćni jogurti s dodatkom žitarica.

Ponuda ovih proizvoda se u Srbiji postepeno, ali veoma intenzivno širi i bogati.

Kategorija voćnih jogurta čini nešto manje od jedan odsto od total kategorije mlečnih proizvoda, a dva odsto od kategorije jogurta. Udeo Imleka na tržištu u kategoriji voćnih jogurta iznosi 30 odsto.

Kategorija voćnih jogurta na tržištu Srbije je u stalnom porastu.

## Dostignuća

Imlek ad je najveća kompanija domaće mlekarске industrije. Uspeh ove kompanije leži u kombinaciji znanja, duge tradicije i najsavremenije tehnologije sa svetskim standardima kvaliteta.

Značajno poboljšanje kvaliteta i povećanje obima proizvodnje, kao i ubrzana konsolidacija i modernizacija, potvrđuju leadersku poziciju Imleka na tržištu mleka i mlečnih proizvoda na našim



prostorima. Vrhunski kvalitet sirovog mleka i konstantna kontrola gotovih proizvoda predstavljaju preduslov kako bi se Imlek ravnopravno uključio i na svetsko tržište, kao proizvođač sa prepoznatljivim markama i kvalitetom svojih proizvoda.

Najznačajnije priznanje 73. međunarodnog poljoprivrednog sajma za kvalitet u kategoriji mleka i mlečnih proizvoda - Veliki šampionski pehar za vrhunski kvalitet širokog asortimana proizvoda - pripalo je Danube grupaciji, a Jogood je osvojio nagradu u kategoriji voćnih jogurta - i to za Jogood jabuku sa žitaricama i mrvljenim biskvitom.

## Istorijski

Imlek, prateći svetske trendove, proizvodi voćni jogurt poslednjih deset godina.

Prvi je na tržište uveo masovnu proizvodnju voćnog jogurta i na taj način postavio standarde kvaliteta i inicirao razvoj tržišta.

Imlek je svojim proizvodima u kategoriji

voćnog jogurta otišao i korak dalje i nastavio da razvija ovo tržište, uvođenjem značajnih inovacija. To su bili novi, nekonvencionalni tip pakovanja, koji je apsolutno odgovarao funkciji samog proizvoda - kartonsko pakovanje sa širokim otvorom i aplikovanim kašičicom za instant - on the go - potrošnju; kombinovani koncept snack proizvoda i funkcionalne hrane; savremeni dizajn i naglašen branding. Veoma atraktivan (po oceni potrošača) dizajn ambalaže nedvosmisleno je ukazivao na uživanje, bogatstvo ukusa, prirodnost. Potrošači su takav pristup nagradili pozitivnim stavovima, ceneći upravo ono što odlikuje i Jogood i ceo Imlek: opšti kvalitet proizvoda, konstantnost kvaliteta, privlačno pakovanje, funkcionalnu ambalažu.

Prvi Imlekov voćni jogurt upravo se tako i zvao - voćni jogurt.

Tako je ostalo sve do 2005. godine, kada u skladu s mnogobrojnim istraživanjima i kao odgovor na želje potrošača Imlek odlučuje da svojim voćnim jogurtima da novi imidž. Kategorija voćnih jogurta unapređuje se i u proizvodnom i vizuelnom smislu. Uz podršku stručnjaka kreira se nova ambalaža, a istovremeno se osmišljava i novi naziv (brand name) - Jogood.

Plasiraju su novi proizvodi: na tržištu se pojavljuju Jogood musli, najpre u samo dva ukusa - s ukusom jabuke i s ukusom šljive. Dobra reakcija potrošača navela je Imlek da vrlo brzo izbacii na tržište nove ukuse Jogood muslija: kupinu, višnju i jabuku sa mrvljenim biskvitom.

## Proizvodi/usluge

Jogood je Imlekov voćni jogurt, koji se na tržište plasira kroz dva osnovna varijeteta u više







različitim ukusa. To su Jogoood voćni i Jogoood sa žitaricama.

Voćni jogurt Jogoood se na tržištu može naći u pakovanjima od 330 g i pravi se sa sledećim ukusima: kajsija, višnja, jagoda, šumsko voće. Nedavno je lansiran Jogoood voćni jogurt s ukusom maline. To je voćni jogurt s velikim komadima pažljivo odabranog voća, potpuno prirodan, bez konzervansa.

Jogoood musli je voćni jogurt sa žitaricama koji sadrži dva odsto mlečne masti. To je idealno izbalansiran obrok, koji se može konzumirati u bilo koje doba dana i na bilo kojem mestu, zahvaljujući vrlo funkcionalnom pakovanju.

Obe vrste Jogoooda su odličnog ukusa i ne sadrže konzervanse. Jogoood je i prirodan izvor kalcijuma, o čijem je značaju izlišno govoriti. Sadrži sve vitamine, mineralne materije i ugljene hidrate iz dodatog voća i jogurta, a ima i visoku nutritivnu vrednost.

Za proizvodnju voćnih jogurta koristi se najkvalitetnije mleko prema evropskim standardima makrobiološke ispravnosti.

Jogoood karakteriše i to što nije termički obrađen, dakle pripada kategoriji svežih voćnih

jogurta.

Istraživanja pokazuju da su najbrojniji potrošači voćnog jogurta Jogoood uzrasta od 15 do 40 godina, i da je to uglavnom urbana populacija oba pola.

### Najnoviji poduhvati

Imlek je tržištu predstavio novi Jogoood voćni jogurt s ukusom maline.

Aktivnosti kojima se planira nastavak komunikacije na tržištu, u narednom periodu uključuju novi TV spot i radio-reklamu, promocije na mestu prodaje širom Srbije u cilju upoznavanja potrošača s novim ukusom voćnog jogurta Jogoood s velikim komadima voća i novim ukusom Jogoood malina. U planu su promocije u 50 maloprodajnih objekata, koji su izabrani po frekventnosti, lokaciji, veličini i uređenosti.

U skladu sa svetskim trendovima i novim ukusom u paleti Jogoood voćnih jogurta, ambalaža za Jogoood ponovo je redizajnirana (agencija Grey) početkom 2007. godine.

### Promocija

Tokom 2004. i 2005. godine urađen je niz

promotivnih aktivnosti koji je pratio inovacije tj. predstavljanje novih proizvoda, ukusa i ambalaže.

U 2004. godini, u saradnji sa New Moment New Ideas Company, osmišljena je ATL kampanja, koja je obuhvatala TV reklamu i print rešenja za uvođenje novog proizvoda na tržište – Jogoood muslija. Reklama je bila emitovana širom zemlje, a print rešenja implementirana su kroz sve eminentne štampane medije. Ta reklama ušla je u najuži izbor Noći reklamoždera za najpopularniju domaću reklamu u 2004. godini.

Posebno su bile zanimljive akcije promocija na mestu prodaje i degustacije u svim većim prodajnim centrima. Imlek ovim aktivnostima uvek posvećuje posebnu pažnju, jer pored dinamike i zabave svih koji su uključeni u te promotivne akcije, one su značajne i zbog direktne komunikacije s potrošačem, što i jeste cilj svake ozbiljne kompanije.

I 2005. i 2006. godinu obeležile su nove promotivne aktivnosti.

### Vrednosti brenda

Jogoood, voćni jogurt proizveden je po najvišim tehnološkim standardima. Sadrži sve vitamine, mineralne materije i ugljene hidrate iz dodatog voća i jogurta i ima visoku nutritivnu vrednost. Namenjen je svim uzrastima. Svoje kvalitete Jogoood najbolje opisuje sam na svojoj ambalaži: Tajna dobrog raspoloženja je u stvarima u kojima najviše uživaš! Savršena slatkoća komadića voća, koji se tope u svakom zalogaju, izvor je čistog zadovoljstva.

[www.imlek.co.yu](http://www.imlek.co.yu)

### ONO ŠTO NISTE ZNALI

#### Jogoood

Jogoood i italijanska moda naziv je akcije koja je realizovana pod pokroviteljstvom italijanske ambasade. Tom prilikom u italijanskoj ambasadi održana je modna revija italijanskih kreatora, koji su prikazali svoje najnovije kreacije. Tako je još jednom Jogoood našao svoje mesto među populacijom koja prati svetske trendove i brine o kvalitetnom i zdravom načinu života.

Voćni jogurt Jogoood sadrži samo 84 kalorije.

