



«Фабрика Мороженого»

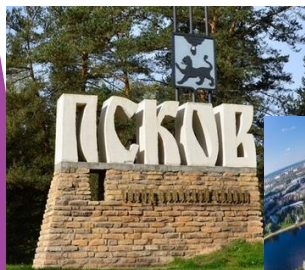
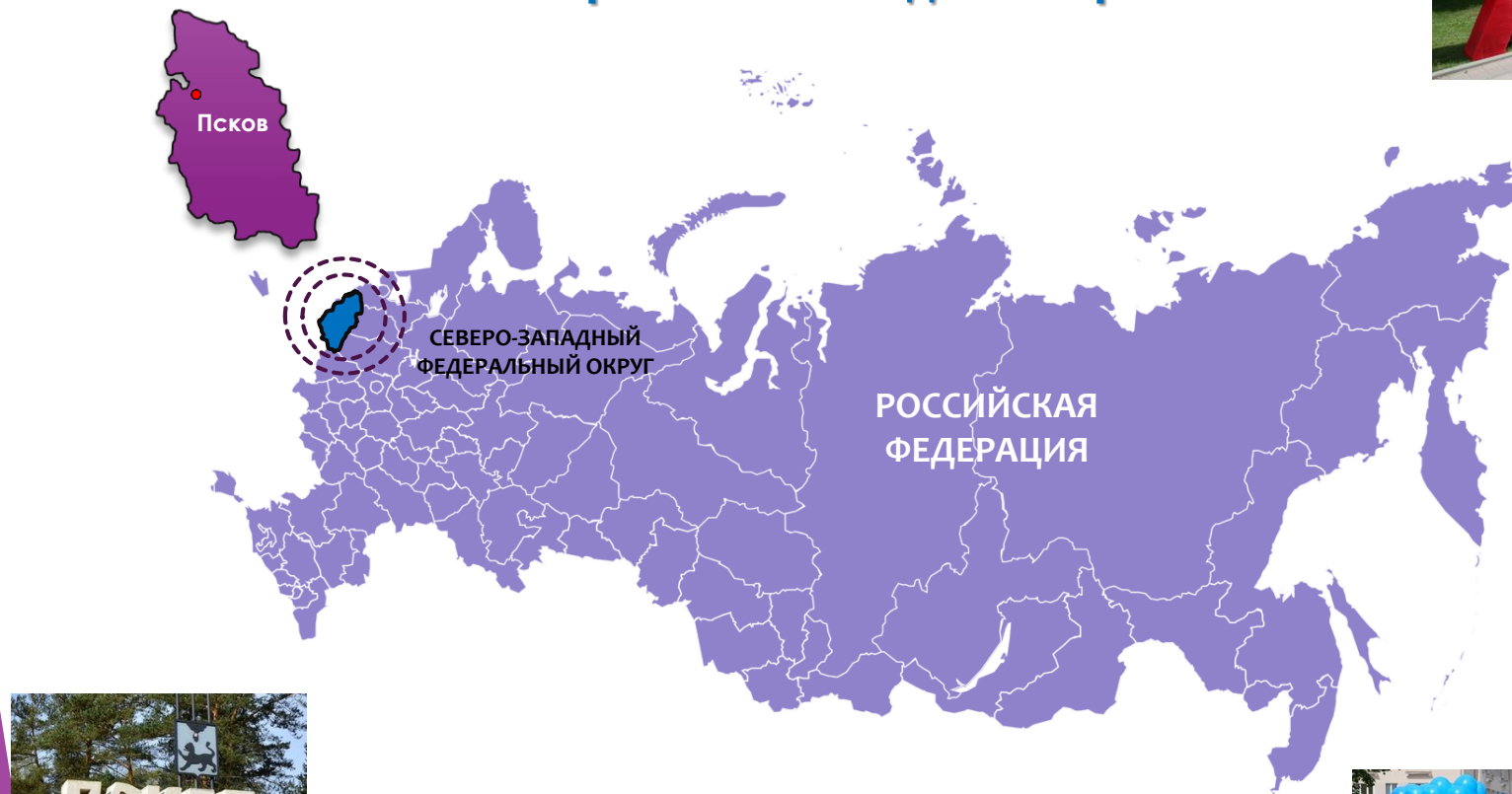
Эволюция бренда.

Кооперация местных производителей.

Этнокультура в бренде (на примере продукции ООО "Фабрика
мороженого" г.В.Луки)

Локация:

Псковский регион – Западные ворота России



Наши клиенты:

Клиентская база насчитывает около 2 000 Контрагентов и более 3 500 Торговых точек, в их числе:



Клиент для нас в первую очередь - Партнер.

Мы следим за Его развитием, оказываем маркетинговую поддержку, у нас гибкая система скидок и надежная система доставки.

Целевая аудитория:



- Самая массовая группа потребителей - семьи с детьми от 4х до 14 лет, а так же мужчины и женщины 19-30 лет;
- Доход средний и ниже среднего.



Система качества:



На предприятии
«Фабрика Мороженого»
действует система
безопасности качества
производства НАССР.



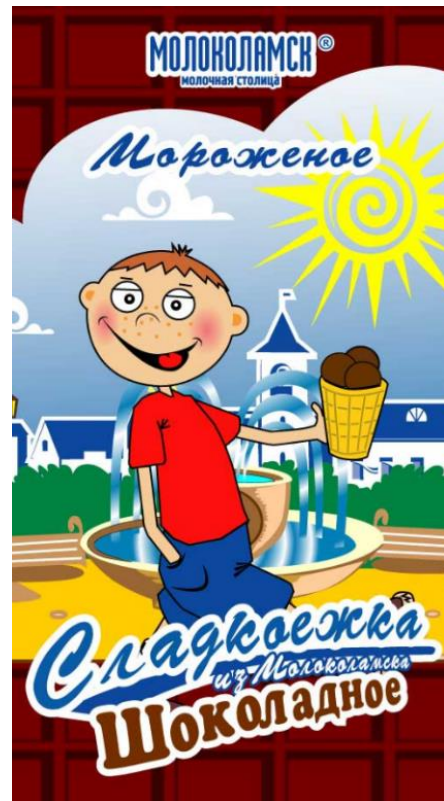
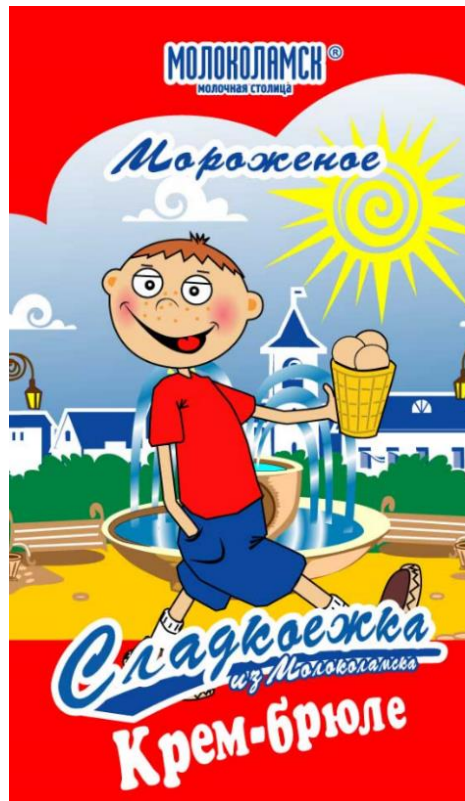
Процесс производства:



Эволюция бренда:



В 2000 г. на упаковке великолукского мороженого поселился веселый мальчик «Сладкоежка», тогда продукт выходил под торговой маркой «Молоколамск».



Эволюция бренда:



В 2007 в ходе обновления линейки мороженого на рынок вышел самый известный продукт фабрики - мороженое в вафельных стаканчиках под торговой маркой «Фестино», что в переводе с итальянского - «маленький праздник». Название досталось продукту от лаборатории итальянских и немецких дизайнеров, трудившихся над его созданием.



Эволюция бренда:



Достаточно долгое время «лицо» марки не менялось, но в 2017 г. началась работа по его изменению.

Пробовали уйти от фирменного знака на упаковке - «ленточки»:



Эволюция бренда:



Но потом приняли решение оставить его, лента не только узнаваема, но и является связующим звеном всей линейки, выстраивает выкладку.

Было:



Стало:



Эволюция бренда:



Но в ходе работы над дизайном было принято решение пересмотреть концепцию - решили создать для линейки не только новый вид, но и новое название, более аутентичное - «Славестино».

Было:



Стало:



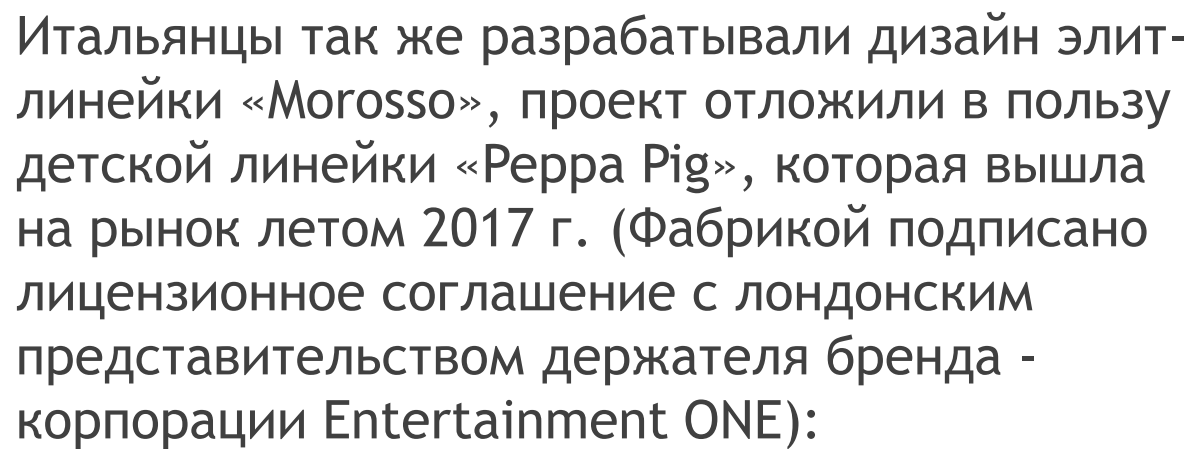
Эволюция бренда:



Сейчас идет работа над поиском нового дизайна Торговой марки, чтобы он был одновременно узнаваем Конечным потребителем, но в то же время имел своё «лицо»:



ФАБРИКА
МОРОЖЕНОГО



Все эти вкусы представлены так же и в весовом варианте

Кооперация местных производителей:



В ходе поиска новых направлений, совместно с нашими Партнерами - Псковским областным союзом потребительских обществ, была разработана новая линейка под Торговой маркой «Вкусно».

Натуральное мороженое, без красителей, с местными вкусами, рецептура стаканчика включает льняное масло.

Основная целевая аудитория - туристы и дачники, у которых местный продукт всегда вызывает неподдельный интерес



Кооперация местных производителей:



Ведется работа над выпуском на рынок к сезону линейки под Торговой маркой «Столбушинский продукт». Эта марка уже известна многим и за пределами области, поэтому новое мороженое безусловно найдет своих почитателей.



Псков - маленький Лондон



Бытует мнение, что мороженое не может стать причиной гастрономического туризма, но по многочисленным откликам туристов это совсем не так. На примере Лондона видно, что этот десерт давно «поселился» в блогах и фото наравне с Биг-Беном и красными телефонными будками. Его нельзя увезти с собой, как сувенир, но можно увезти гораздо больше - впечатления!



Псков - маленький Лондон



Будем стремиться к развитию гастрономического туризма в сфере мороженого и в нашем городе!



Спасибо за внимание!



Козлова Людмила Эдуардовна
Директор по производству ООО «Фабрика мороженого», «ГК «Мега Холод»
г. Великие Луки, ул. Маршала Жукова д.5
тел. 8(811-53)7-64-06

Густова Ирина Ивановна
Категорийный менеджер отдела закупок ООО «ГК «Мега Холод»
г. Псков, Советской Армии ул., 56
тел. 8(811-53) 7-17-83, 7-17-84 (доб.118)

www.pskovice.ru