



יוגורט זה פלא!

דנונה מחזירה את העניין לקטגוריה ומגיעה לשיא בנתח השוק

שם החברה: **שטראוס**

משרד פרסום: **באומן בר ריבנאי**

קטגוריה: **פליטיום**

דנונה כמוביל קטגוריית היוגורט הישראלי
אחראי להמשיך ולהצמיח את הקטגוריה.

אתגר מצד אחד, הזדמנות מצד שני.

מצד אחד, כולם אוהבים יגורט

קטגוריית היוגורט היא קטגוריה של 1.3 מיליארד \$ עם שיעור חדירה מהגבוהים בענף

מצד שני, תופסים את המוצר כמובן מאליו

מוצר צריכה בסיסי ויומיומי, שרוב הצרכנים לא מקדישים תשומת לב רבה למה שהוא מכניס לחיים שלהם

- ולכן השאלה המרכזית שעמדה בפנינו הייתה –
**איך צובעים קטגוריה "לבנה" ושגרתית,
בצבעים של עניין ורלוונטיות?**

כדי לצלוח את המשימה, התמקדנו בשני היבטים עיקריים:

1. מינוף מנוע הצמיחה העיקרי בקטגוריה סגמנט יוגרט החלבון לטובת הגדלת שיעור החדירה, לצד פנייה ממוקדת לקהלים וקהילות הן להגדלת שיעור החדירה והן להעמקת צריכה.
2. כינוס השפה התקשורתית תחת רעיון מותג אחד ברור, אטרקטיבי ומגובש, שיכול לשמש פלטפורמה למגוון המוצרים ותתי המותגים.

יוגורט הוא פלא, מוצר ייחודי שאין לו הרבה מקבילים בעולם המזון

הרעיון הגדול היה לחזור לאמת המוצרית, למה שהופך את היוגורט לכמעט מזון על, כזה שיש לו ערכים תזונתיים טובים וייחודיים. דנונה, המותג שמזוהה יותר מכל עם קטגוריית היוגורטים, יזכיר לצרכנים שיוגורט הוא פלא, נקודת מפגש בין תזונה בריאה והנאה.

כדי להפיץ את הפלא הזה בצורה הכי אפקטיבית,
יצרנו מהלך רב ממדי הבנוי משלושה רבדים מרכזיים
ופוגש את הצרכנים בהזדמנויות שונות.

- סיפור תקשורתי חדש
- חדשנות מוצרית
- עולם שלם של תוכן

סיפור תקשורת חדש



חדשנות מוצרית

אקטיביה צ'יה ושיבולת שועל – פנייה גם לצרכני wellbeing



דנונה פרו + תוספות פורצות דרך בעולם החלבון (כמו מגנזיום וקפאין)



דנונה מולטי עם אוולין הגואל



עולם שלם של תוכן



היי לכל אנשי הפלא שלנו!

הירשמו כאן - ותנו לנו להפתיע אתכם בתוכן איכותי על אורח חיים בריא, תזונת ספורט, מתכונים מופלאים, ועוד מלא טיפים שאתם פשוט חייבים לדעת מהנבחרת שלנו! השדות המסומנים בכוכבית הינם שדות חובה

שם פרטי *

*** כתובת מייל**

המידע שיימסר לנו או ייאסף באתר ישמש למטרות כגון שיפור השיחותים, המוצרים והפעלת האתר, כמפורט בתנאי מדיניות הפרטיות

אשמח שתעדכנו אותי ואני מאשר/ת קבלת מידע על הטבות, מבצעים ומידע שיווקי אחר מקבוצת שטראוס באמצעים שונים (כגון: דוא"ל, SMS, טלפון, דואר וכדו') בהתאם למדיניות הפרטיות

שלח

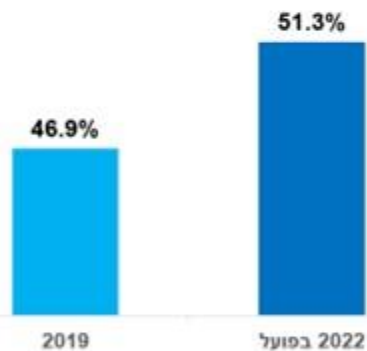
| | | | | | | |
|-------------------------------------|--|--|-----------------------------------|--|---|--|
| תמר פפר גיק תזונאית גסטרו | לייזה פאגליס, "הבוחשת ליוגורט" | ד"ר אסף בוך, דיאטן וחוקר תזונה | שני ארד, תזונאית שטראוס | גיא שלמון, דיאטן קליני וספורט, פיזיולוג מאמץ | יאיר להב, דיאטן קליני וספורט, פיזיולוג מאמץ | רקפת אריאלי, דיאטנית קלינית וספורט |
| | | | | | | |

כשההלך פלא – גם התוצאות פלא!

המהלך החזיר את העניין לקטגוריה כולה ולדנונה בפרט, והביא לצמיחה של 16% בשלוש שנים ולעלייה של 4.4 נקודות נ"ש.

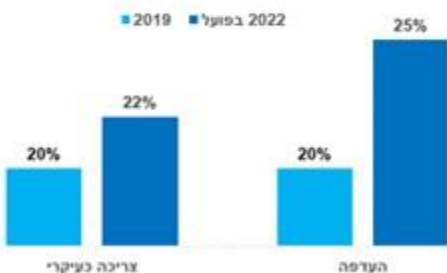
שיא בנתח שוק

נתח שוק דנונה בקטגוריית היוגורט, כספי

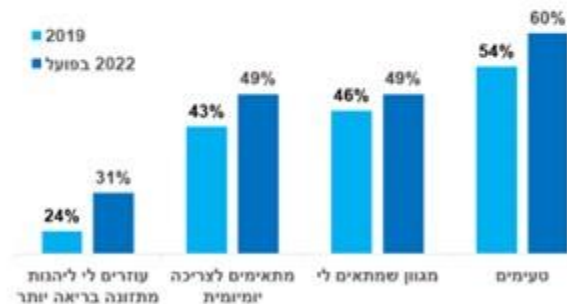


צמיחה והגעה לשיא בפרמטרים תדמיתיים

מעמד מותג העל דנונה על פני פרמטרים התנהגותיים



מעמד מותג העל דנונה על פני פרמטרים תדמיתיים



הגדלת הקטגוריה

מכירות דנונה ברמה שנתית, קטגוריית היוגורט, מיליוני ש"ח

