

Święta bez majonezu - niemożliwe!

data aktualizacji: 2013.11.29



Przedświąteczny popyt na majonez i chrzan rośnie samoistnie. Który produkt klient wrzuci do koszyka? To już zależy od producenta i detalisty. Wzmoczone promocje cenowe, kampanie wizerunkowe i konkursy konsumenckie a także wsparcie w punktach sprzedaży zadecydują, kto na świętach zarobi najwięcej.

Ponad 90 proc. Polaków nie wyobraża sobie świątecznej kuchni bez majonezu. Według ubiegłorocznych danych, pochodzących z Panelu handlu tradycyjnego (sklepy niezależne i tzw. miękka franczyza), prowadzonego przez Centrum Monitorowania Rynku (CMR), sprzedaż majonezów w grudniu wzrosła o blisko połowę w stosunku do listopada. Większym powodzeniem cieszyły się również chrzany - tu CMR zanotował wzrost grudniowej sprzedaży o niemal 110 proc. Świadczy to o dużej sezonowości popytu na ten sos, charakteryzującej się dwoma wyraźnymi pikami sprzedażowymi - większym przed Wielkanocą i nieco mniejszym przed Bożym Narodzeniem. Rotacja musztard w ciągu roku jest bardziej wyrównana, za to przed świętami chętniej wybierane są produkty z wyższej półki.

Lek na spadki sprzedaży

Na rynku majonezów widać trend spadkowy. Święta są jednak idealnym momentem, aby „podkreślić” sprzedaż i przypomnieć konsumentom nawet o produktach, które doskonale znają. Do takich należą m.in. rynkowy lider Majonez Dekoracyjny Winiary z oferty Nestlé Polska, Majonez Hellmann's (Unilever Polska) i Majonez Kielecki (WSP „Społem” w Kielcach). - W okresie przedświątecznym najważniejsze są atrakcyjne promocje oraz zapewnienie produktowi jak najlepszej widoczności - mówi Joanna Goszczyńska-Wronkowska z Unilevera. Dlatego, w odpowiedzi na wzmożone zapotrzebowanie, producent majonezów Hellmann's, ze sztandarowym Majonezem Babuni i Majonezem Oryginalnym, przygotował ofertę promocyjną oraz dodatkowe ekspozycje.

Promocje, promocje...

Kielecka „Społem” na czas przedświąteczny planuje kampanię reklamową Majonezu Kieleckiego. Z początkiem grudnia w TV, prasie, Internecie oraz na billboardach pojawią się spoty wzmacniające

wizerunek produktu. Zdaniem Zbigniewa Mojeckiego, wiceprezesa WSP „Społem”, specjalne oferty cenowe wciąż stanowią sedno działań prosprzedażowych. Dlatego Majonez Kielecki będzie dostępny również w powiększonych słoikach o poj. 0,7 l, z 150 ml produktu gratis. Producent ma w planach dodatkowe ekspozycje oraz obecność w gazetkach promocyjnych wybranych hurtowni i sieci handlowych.

Oprócz Majonezu Kieleckiego, w okresie zimowym dla firmy ważne znaczenie mają, wprowadzony na rynek w tym roku, Chrzan Luksusowy oraz znane od lat Musztardy Kieleckie, od września dostępne w odnowionym opakowaniu. Zmiany objęły zarówno wzór słoika, jak i projekt graficzny etykiety.

Choć oferta rynkowa musztard charakteryzuje się różnorodnością smaków, za największą sprzedaż odpowiada kilka wariantów. – Najpopularniejsza jest musztarda sarepska, na którą przypada ponad jedna trzecia wartości sprzedaży całej kategorii – mówi Magdalena Bartoszewicz, reprezentująca Kamis (McCormick Polska). Na jesień firma przygotowała promocję konsumencką „Kroi się mistrzowska uczta”, obejmującą najpopularniejsze przyprawy i musztardy Kamis, w której do wygrania jest 40 000 noży szefa kuchni marki Fiskars. Promocji towarzyszą materiały POS: postery, wobblery, topery, owijki paletowe oraz ulotki.

Wsparcie z każdej strony

Również Prymat wzbogaca ofertę o nowe musztardy: łagodną Musztardę stołową Prymat, jeden z popularniejszych smaków na rynku, oraz limitowaną Musztardę góralską, przygotowaną specjalnie na sezon zimowy. Reprezentująca firmę Marta Kłęka-Nowa podkreśla, że musztardy Prymat przez całą jesień promowane są w najpopularniejszych telewizyjnych programach kulinarnych. Ponadto na sezon przedświąteczny producent przygotował dodatkowe wsparcie sprzedaży. W połowie listopada na billboardach w największych miastach wystartowała kampania pod hasłem: „Cokolwiek na widelcu... musztardy Prymat. Smacznego!”.

Sprzedaż chrzanu bazuje na podstawowych, tradycyjnych smakach. W przypadku, należącej do Prymatu, marki Smak, największą popularnością w okresie przedświątecznym cieszy się Chrzan żurawinowy oraz Chrzan tarty, od niedawna dostępny także w poręcznej plastikowej butelce. □

(CHB)

Wiadomości Handlowe, Nr 11-12 (130) Listopad - Grudzień 2013

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/swieta-bez-majonezu-niemozliwe,1081>