

KAiN: Produkty innowacyjne - jak rozpoznać, które mają szansę na sprzedażowy sukces?

data aktualizacji: 2019.09.19



O trzech najważniejszych punktach, które należy ocenić, zanim zainwestujemy w nowy produkt na sklepowej półce opowiadał na Kongresie Alkohole i Napoje 2019 Michał Kaszuba, Business Manager z Distell.

- W zależności od źródła 70 do 90 proc. innowacji się nie udaje. A jednak mimo wszystko co roku na rynku alkoholi mocnych mamy kilkanaście, jeśli nie kilkadziesiąt innowacji - rozpoczął. Wobec takiej liczby nowości coraz ciężiej zorientować się, które produkty mają szansę na powodzenie.

Ekspert przypomniał, że przebojami na rynku alkoholi jest piwo bezalkoholowe, wina musujące, wina smakowe i smakowe whisky oraz likiery mleczne. Preferencje w branży alkoholowej pokrywają się z innymi trendami, które towarzyszą nam na co dzień - health&wellness (piwa bezalkoholowe) i flavours, czyli poszukiwania i odkrywania nowych smaków, premiumizacja i wygoda. - Te trendy pokazują, którym kategoriom należy poświęcać więcej uwagi i miejsca na półkach - uważa Kaszuba.

Jakimi kryteriami możemy się kierować oceniając innowacje? - Po pierwsze istotność oferty, czyli to, na ile ta oferta jest rzeczywiście istotna dla klienta, wpisuje się w te główne trendy, ale także kluczowe atrybuty dla danej kategorii. W wódce może np. chodzić o czystość, w whisky o proces, o

dojrzewanie, czy starzenie się tego produktu - tłumaczy Kaszuba.

Kolejnym krokiem, który pomoże ocenić, czy nowy produkt ma szansę zagrzać miejsce na rynku jest klarowność komunikacji. O to na rynku alkoholu ciężko, bo jego reklama jest bardzo obostrzona. - Jesteśmy na rynku regulowanym, więc komunikacja przede wszystkim płynie z butelki. Trzeba zwrócić uwagę, na ile butelka jest zauważalna i przekazuje wiadomość, te atrybuty, które producent chce przekazać konsumentowi.

Ostatnim punktem, jaki warto rozważyć, jest zasięg produktu. - Po trzecie zasięg i zauważalność aktywacji. Czyli to, co dalej będzie się działo z produktem, jaki jest plan aktywacji. Ile osób ma produktu spróbować, kupić, do kogo ma dotrzeć - wskazuje podstawowe wskaźniki, które pomagają nam ocenić potencjał rynkowy alkoholu Michał Kaszuba.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/kain-produkty-innowacyjne-jak-rozpoznać-które-mają,57043>