



UVODNIK

Inovativnošću prema gore



Cedevita – brand gradimo progresivnošću u idejama i kreativnosti u odlukama

Ivana Herceg Batić, Marketing Manager, Vitaminski instant napitci, Atlantic Grupa d.d.

Cedevita je jedan od najuspješnijih i najdugovječnijih brandova na hrvatskom tržištu te tržišni lider u kategoriji vitaminskih instant napitaka.

Nakon izuzetno uspješnog redizajna kompletnog *core* asortimana u 2015., u 2016. godini smo se fokusirali na redizajn Cedevite KIDS. Uz osmišljavanje dizajna u obliku gusarske ekipe, dopustili smo našim najmlađim potrošačima da odaberu novi okus koji ćemo lansirati. Odluka je pala na okus TROPIC koji se najviše svidio djeci koja posjećuju naše edukativne radionice u Cedevitinoj tvornici. Koncept i dizajn napravljeni su tako da se dijete poslije konzumiranja proizvoda može nastaviti igrati s likovima, a uvjereni smo da ćemo u nadolazećim godinama izgraditi odličnu brand priču te *preslikati* naše likove i na Cedevita bombone namijenjene djeci. Redizajn Kids asortimana te uvođenje novog okusa pokazalo se kao pun pogodak te su rezultati premašili sva očekivanja. Cedevita Kids imala je podršku kroz jaku ATL kampanju te je jedna od ključnih stvari bila vidljivost na prodajnim mjestima koju smo osigurali kroz *in store* oglašavanje i POS materijale.

Uz KIDS, uspjeli smo aplicirati novi Cedevita dizajn i na Cedevita bombone te im povećati vidljivost na prodajnome mjestu, diferencirali ih od konkurencije, a samim time zaokružili i priču Cedevita redizajna.

Kontinuiran rad na razvoju branda, inovativnost te aktivacije u svim kanalima prodaje dovele su do toga da se Cedevita probila s četvrtog na treće mjesto na Valiconovoj listi top 25 brandova u Regiji, prema istraživanju o snazi brandova provedenom u 2016. godini. Na brandu se osim u *retailu* ozbiljno radi i u HoReCa kanalu gdje je Cedevita dobila još jednu potvrdu uspješne 2016. godine, a to je brončani Effie u kategoriji pića za kampanju *Osvoji Fiću u kafiću*. Na temelju slogana *Ideje koje djeluju*, nagrada Effie dodjeljuje se za najznačajnija postignuća u tržišnim komunikacijama na temelju kriterija učinkovitosti, tj. na temelju uspješnog povrata sredstava uloženi u marketinške kampanje.

U 2017. godini fokus stavljamo na širenje na međunarodna tržišta (Njemačka i Austrija) te na daljnji razvoj KIDS segmenta koji vidimo kao jako bitan za dugoročni strateški razvoj branda: Cedevita OTG portfelj širimo s još jednim KIDS okusom (naranča s dodatkom kalcija), dok se Puc Puc usklađuje s izgledom Cedevita kidsa, gdje također pripremamo iznenađenje u obliku Puc Puc okusa tropic.

Kao lider u kategoriji i jedan od vodećih brandova u regiji svjesni smo odgovornosti koje donose sve naše odluke. Kao Cedevita odlučili smo biti progresivni u svojim idejama i hrabro nastaviti biti kreativni u svojim odlukama koje će nas, ne sumnjamo, dovesti do uspjeha. ■