Termékbevezetési stratégia

Borsodi grillpác

This is HOT! Grillezési trendek

Az emberek több, mint 70%-a úgy gondolja, hogy továbbra is többet főz otthon, mint azelőtt (Borsodi).

A főzések kültérre tevődnek nyáron: 80% tervez grillezni nyaranta (Weber grill, US, 2020).

A grillezők 99%-a használ valamilyen fűszerkeveréket ízesítéshez (Weber grill, US, 2020).

Grillezés, mint program: 2020-ról 2021-re +8500%-kal nőtt azon keresések száma, ahol grillezési és kerti sütögetési lehetőséget biztosító szálláshelyet kerestek belföldön. A grillezés és kerti sütögetés a nyaralás részeként, önálló programként jelen van (Szallas.hu).

Források: [1] https://kruelovalogato.hu/zsengepenge/downloads/zsenge-penge-borsodi.pdf
[2] https://www.theshelbyreport.com/2020/07/21/weber-survey-americans-plan-grill/
[3] Szallas.hu Analytics

Kihívások

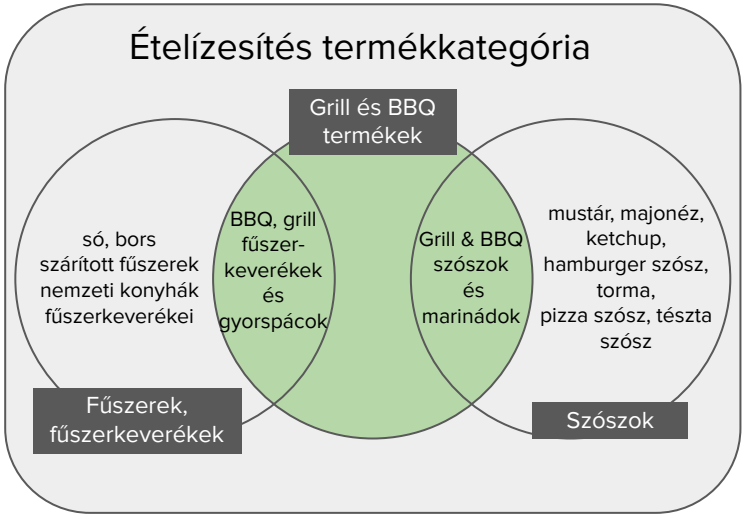
Érett, telített piacon új termékkel belépni a grill és BBQ termékek kategóriájába, adott kategóriában újnak számító márkával.

Nem csak a termék bevezetése a kihívás, hanem a termékkategóriáról a fogyasztók edukálása is.

Fogyasztói döntéshozatal

Hogyan kerül grill étel az asztalra?

- Én készítem el
  - Magam pácolom be a húst, zöldséget
    #legolcsóbb
    #élmény
    #időigényes
  - Előre bepácolt húst veszek
    #adalékanyagok
    #kisválaszték #drága
    #kényelmes
- Más készíti el
  - Étteremben eszünk
    #drága #szervezés
    #élmény
  - Házhozszállítást rendelek
    #drága #kényelmes



Mi történik a fogyasztóval?

/Familiarity principle / Ismerősség elve/

Az a jelenség, amikor **egyre inkább előnyben részesítünk dolgokat mert már korábbról ismerősek számunkra.**

Mikor, hogyan lép életbe?

AZ EGYÉN SZINTJÉN

Döntéshozatalkor sok választási opció esetén

“Melyik grillfűszert válasszam?”

Mire törekszik, aki puszta kitettség hatása alá kerül?

BIZONYTALANSÁG CSÖKKENTÉSE

Kevésbé vagyunk bizonytalanok valamiben, ha ismerjük.

KÖNNYEBB MEGÉRTÉS, ÉRTELMEZÉS

Agyunk: a legkevesebb ellenállás útját keresi, ezért inkább azokat az ingereket részesítjük előnyben, amelyeknek már ki voltunk téve. A puszta kitettség megkönnyíti a megértést. Az úgynevezett **„perceptuális gördülékenységben” jobban meg tudjuk érteni és értelmezni azokat a dolgokat, amelyeket már korábban láttunk.**

EGYSZERŰBB DÖNTÉSEK

A puszta expozíciós hatás egyszerűsíti a döntési helyzetben a variációkat az agyunk számára. Nem az optimális döntéshozatalhoz vezet.

Vendégségben (l)enni jó! ...de vendégül látni másokat fárasztó. A grillezés jó nyári program, de bonyolult előkészületeket igényel. A választás paradoxona, túl sok döntés: faszén? Hány fokos legyen a grill? Mit kéne választani a 40 féle pác közül?

FOGYASZTÓI PROBLÉMA

FOGYASZTÓI INSIGHT

Az urbánus Y generáció nem szereti húzni az időt helyette a pillanatot akarja élvezni.

“Mikor végre újra együtt lehet a társaság, nem akarok a konyhában robotolva kimaradni a sztorizásból, az éttermezés pedig drága mulatság. A főzés ne legyen macerás időtöltés.” (Béla)

VERSENYELŐNY

Borsodi: ismerős haverod aki leveszi a vendégvárás terhét. Segít kevés előkészülettel sok embert olcsón megetetni.

Az ismerős márka meghökkentő termékújdonsága kíváncsiságot ébreszt → megkönnyíti a döntést.

STRATÉGIA

Mutassuk meg, hogy a Borsodival olyan egyszerű a grillezés és barátok vendégül látása mint felpattintani a söröd.

Probléma

Vendégségben (l)enni jó, de vendégül látni másokat fárasztó.

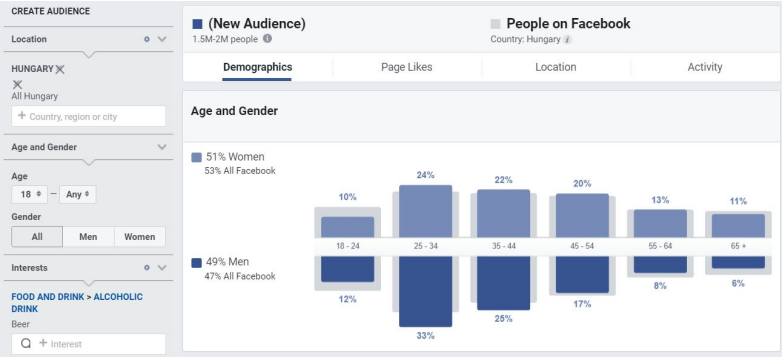
A grillezés jó nyári program, de bonyolult előkészületeket igényel.

- Faszén begyújtása, eszközök, pác elkészítése, hozzávalók előkészítése.
- A főzésben nem jártas fiatalság számára ijesztő útvesztő a pác receptjének és megfelelő hozzávalóinak kiválasztása. Attól hogy nincs meg a rutinod, még nem kell bonyolult legyen!
- A választás paradoxona: fűszerkeverék, marinád, előre pácolt készítmények..? Mégis melyik a legjobb választás? Inkább rendeljünk?!

Célcsoport, perszónák

Célcsoport: 20-35 éves fiatal felnőttek, akik sok időt töltenek nyáron a haverokkal, utazgatnak belföldön pl. rendszeresen látogatják a család balatoni nyaralóját vagy kibérelnek egy kisházat vidéken. A társasági program szerves része a közös sörözés (Borsodi), kajálás. Kiélvezik az élet mindennapi örömeit.

Sör iránt érdeklődő felnőtt magyar lakosság 51%-a nő (FB).



"SZOMSZÉD SRÁC"
Viktor, 32 (Budapest)

- Nem szeret főzni, ha muszáj, akkor nagyon egyszerű repertoárból megoldja.
- Ne kelljen mosogatni, mindent egy edényben igyekszik megoldani, méricskélni se kelljen.
- Komplex ízvilágot keres egyszerű összetevőkből → félkész alapanyagok, szószok stb. Használata
- Lehessen menőzni azzal, hogy finom lett
- Társasági összejövetel a lényeg, nem a kaja
- Nyaraláskor grillezés.

"SZOMSZÉD SRÁC HÚGA"
Vivi, 28 (Miskolc)

- Tud főzni, de nem szeret időt tölteni vele.
- Különleges alkalmakra több energiát tesz bele.
- Tudatosság - ne legyen tartósítószer, mesterséges színezék stb.
- Kacsintgat a vegánság felé
- Szeret új dolgokat kipróbálni.
- Vágyik a dícséretre, hogy finom lett ha mégis főznie kell.
- Hangulatért szereti a grilles összejöveteleket.

Stratégia

Mutassuk meg, hogy a Borsodival olyan egyszerű a grillezés és barátok vendégül látása mint felpattintani a söröd.

Nem kell azon habozni, milyen legyen a menü, csak élvezni kell az élet habos oldalát.

Akár otthon vagy nyaraláskor, az ismeretlen terep sem ijesztő, sőt, izgalmas, ha a Borsodi ismerős ízeivel maxoljátok ki az élményt.

Sőt, újra és újra megismételheted, a végeredmény garantáltan mindig ugyanolyan jó lesz.

Árazás: “Dobd fel a kaját egy doboz borsodi árából” → árérzékenység figyelembe vétele + kreatív csomagolási lehetőség

Csatornák, üzenetek

- ATL: TV, outdoor, gerilla megoldások márkaismertséghez
- BTL: TikTok foodhack challenge ➔ virális hatás
- Edukáció ➔ új termék + márka új kategóriában való megjelenése
- Cobrand stratégia:
  - Grillezés utazáskor ➔ Közös kampány szallas.hu-val (listaoldal grillezési lehetőségekkel ellátott szálláshelyekkel + programkuponok közé 10% kedvezmény a grillpác árából országos kiskereskedelmi partnereknél)
  - “Tartsd közel a versenytársat” stratégia ➔ Wolt / Netpincér közös kampány DIY grill szett házhozszállítással (husi, zöldségek, Borsodi Grillpác, könnyű recept)
  - Off-season: grill ízű chipsek együttműködésben pl. Lays márkával