



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



КЕЙС «КОНЦЕПЦІЇ РОЗРОБКИ НОВОЇ ЛІНІЙКИ ХЛІБА»



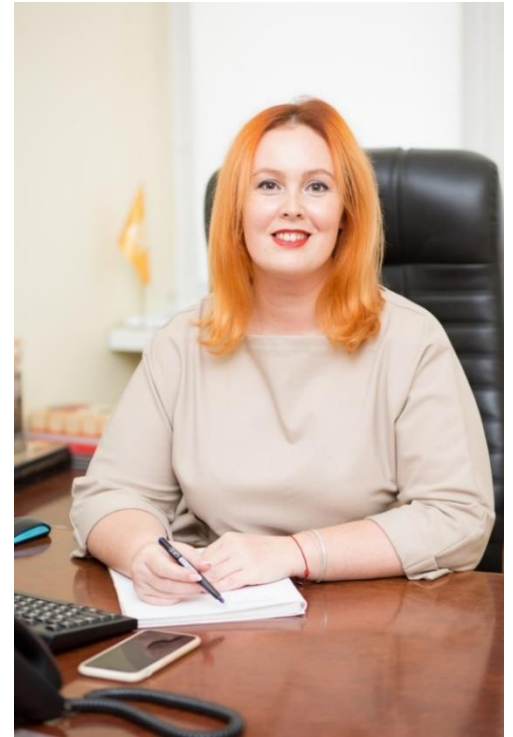
***Вітаємо Вас, учасники кейс - чемпіонату!
Раді вітати Вас на нашому кейс-чемпіонаті!***

***Мене звали Олена
Дмитерко!***

***Я - Директор з
персоналу та зв'язків з
громадськістю
ПрАТ «Концерн
Хлібпром».***

Наша Компанія вірить в інтелектуальну конкурентну здатність української молоді та дає можливість реалізувати її в українському бізнесі.

Ми шукаємо таланти, які мають чітку мету в житті, прагнуть професійного та кар'єрного розвитку. Сподіваємося, що Ваша енергія та запал допоможуть Вам проявити себе та в майбутньому стати професіоналами своєї справи, зокрема у нас в Компанії!



***Я - Олександра Борук,
директор з маркетингу
ПрАТ «Концерн
Хлібпром» -***

***однієї з найбільших
національних Компаній
на ринку харчових
продуктів.***

Нам цікаво створити смачний та комфортний продукт, який би став топ-виробом у Вашому кошику покупок. Допоможіть нам у цьому, адже Ви найкраще знаєте, чого прагнете.

Саме зараз ми хочемо створити щось абсолютно нове на хлібному ринку та пропонуємо Вам взяти участь у розробці нової сучасної лінійки хліба та взяти участь у запуску її виробництва!

«Концерн Хлібпром» - авторитетний учасник хлібного ринку! 20 років поруч зі своїм споживачем

Компанія розпочала свою діяльність у 2003 року і вже 20 років утримує позиції сильного гравця ринку.

Ми - добросовісний та авторитетний виробник

Ми - надійний партнер

Наша команда нараховує 3000 працівників різних професій



Підприємство складається з 5 виробництв у Львівській та Вінницькій областях:

- Львівський хлібозавод №1
- Львівський хлібозавод №5
- Завод хлібобулочних напівфабрикатів «Цех кондитерських виробів»
- ВП «Вінницяхліб»
- ВП «Явірмлин»

Компанія також надає повний спектр послуг з організації кавового бізнесу в Україні та пропонує комплексне рішення із забезпечення харчовими продуктами та напоями :

Постачання зеленої кави, обсмажування, брендування кави власною ТМ Harmony Sentivi, продажі кави через формати B2B, B2C, Ногеса та мережі

Постачання професійного кавового обладнання від провідних європейських виробників, забезпечення сервісом і налагодженням техніки в режимі 24/7 з покриттям усієї території України

Навчання та майтер-класи для фахівців кавового напрямку



ЦИФРИ

300 SKU

4000 торгових точок пропонує нашу продукцію щодня

8000 постійних партнерів

Нашу продукцію смакують у **10 країнах** світу на **3 континентах**, постачаються Україною, країнами Європи, США.

13 млн км на рік проїжджають наші вантажівки, доставляючи хлібну продукцію

Серед наших партнерів великі та авторитетні ритейли - **METRO, Auchan, «АТБ»**, заправні станції **ОККО!**



ДОСЯГНЕННЯ

Наша продукція задає тренди та формує нову культуру споживання хліба

Ми першими в Україні реалізували інноваційну технологію – чабата шокового заморожування.

Сформували культуру та вивели на ринок **виробництво продукції для допікання**

Ми одні з найперших перших в Україні перевели виробництво на стандарти **НАССР**

Наші підприємства першими в Україні втілюють концепцію **«порізаного хліба»**

Наш фірмовий **«Сихівський батон»** - визнана візитівка **Львова**

Наші технологи розробили **ексклюзивні рецептури** хлібобулочних виробів, аналогів яких немає на українському ринку.



Ми всі об'єднанні та згуртовані, а сьогодні ще й працюємо на перемогу та міцно тримаємо тил країни!



Сегмент продукції Концерну Хлібпром

СВІЖИЙ ХЛІБ



ХЛІБ
БАТОНИ
БАГЕТИ
БУЛОЧНІ
ВИРОБИ

КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ



ЗДОБА
ТОРТИ
ПЕЧИВО
КРУАСАНИ
МАФІНИ

ЗАМОРОЖЕНІ ВИРОБИ



НАПІВФАБРИКАТИ
ЗАМОРОЖЕНІ
ВИРОБИ

КАВА



ОБСМАЖУВАННЯ
ВЛАСНІ КУПАЖІ
НАВЧАННЯ
СЕРВІС

БРЕНДИ КОНЦЕРНУ ХЛІБПРОМ



Bandinelli®

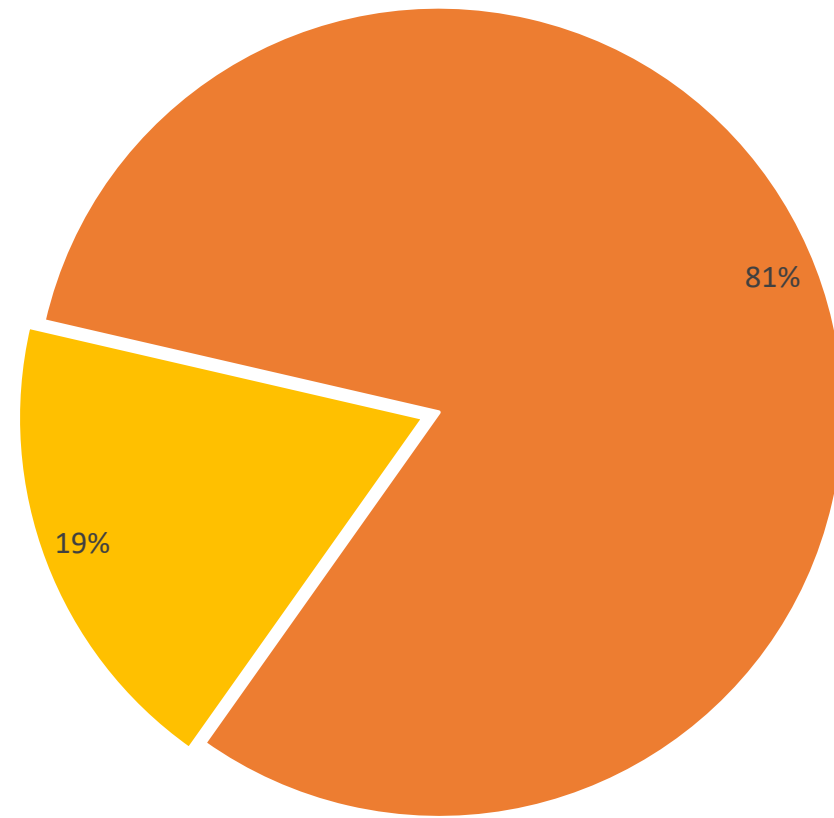
Leopolis

1593

Любляна®



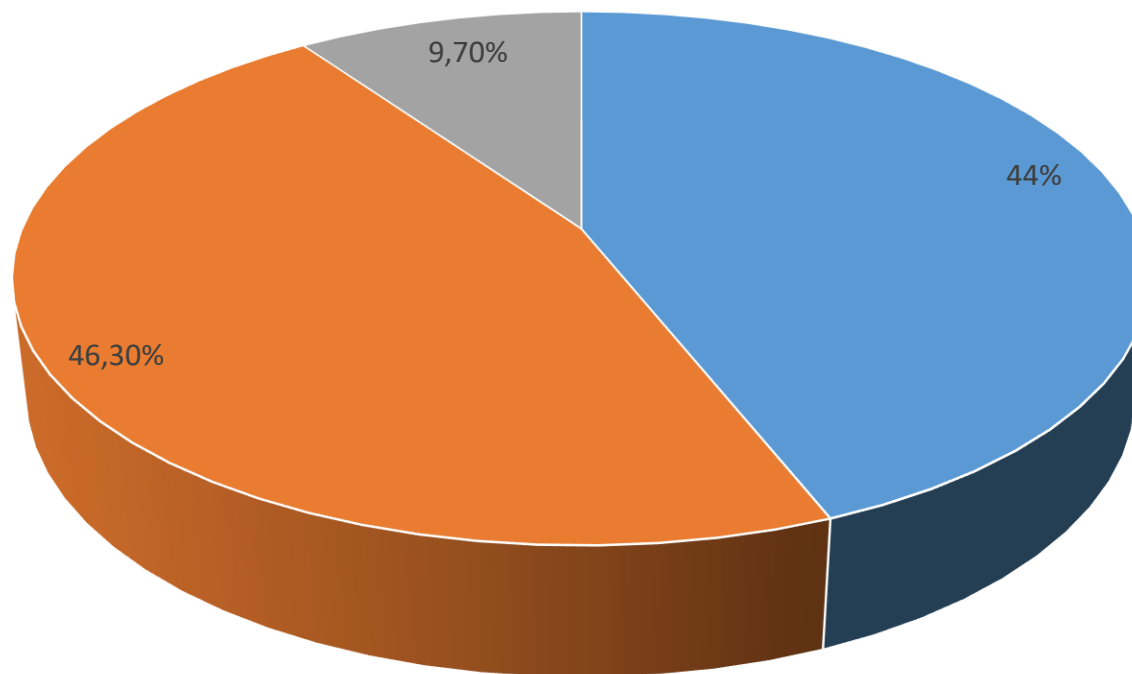
**ХЛІБ ЗАЙМАЄ КЛЮЧОВЕ МІСЦЕ В ПОРТФЕЛІ КОМПАНІЇ
ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄ БЛИЗЬКО 80% ДОХОДІВ КОМПАНІЇ**



80%

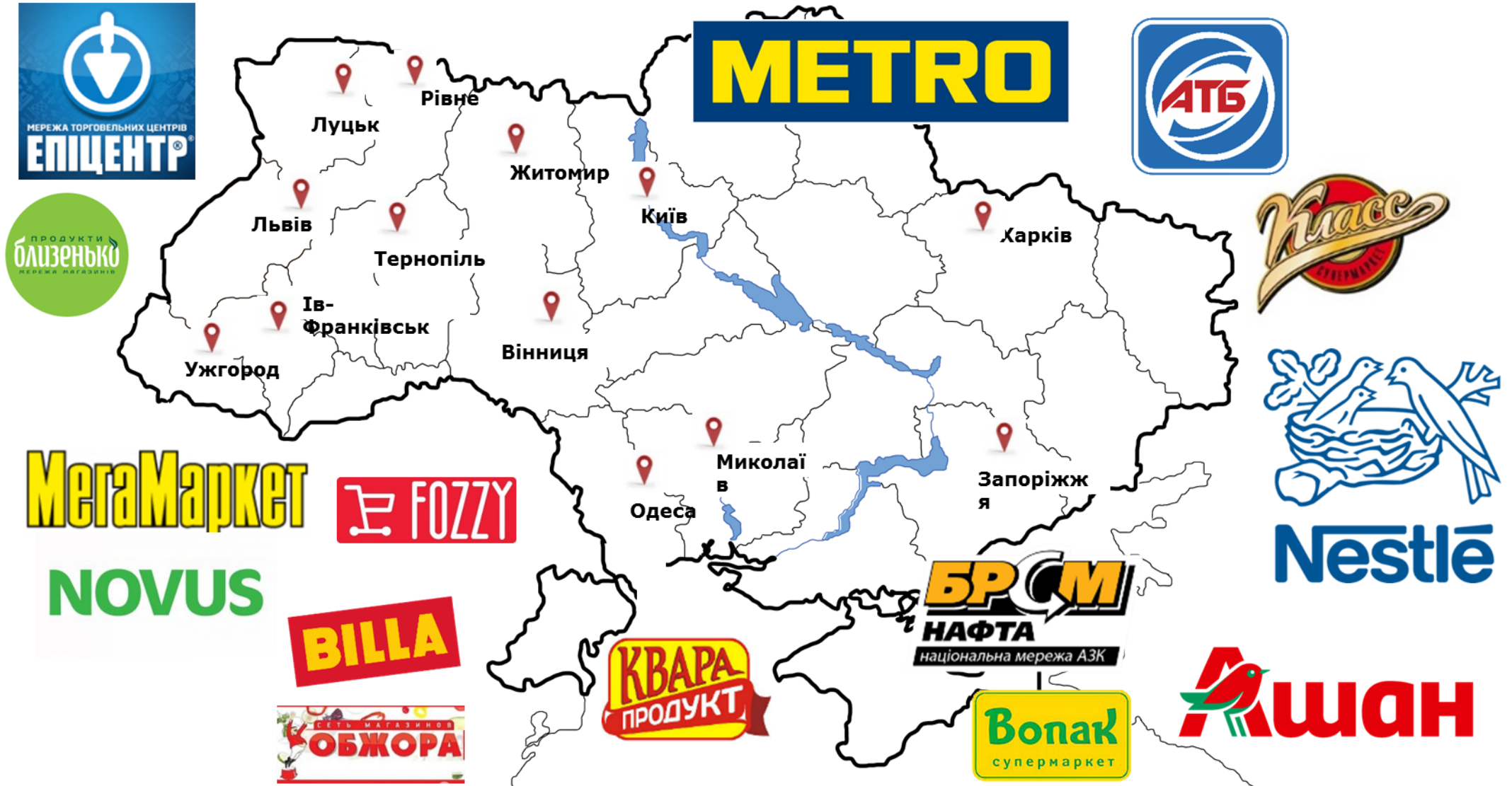
■ Свіжий хліб ■ Інші вироби

ЧАСТКА СВІЖОГО ХЛІБА В ПРОДАЖАХ 2022 Р.



- Сучасний формат
- Традиційний формат
- Інше: хорека, державні установи, фірмові магазини

ПРОДАЖІ В УКРАЇНІ



Наші маркетингові інструменти для продажу продукції



- Соціальні мережі.
- Медіа
- Консультування клієнтів
- Комунікація через офіційний сайт Компанії
- Нативна реклама
- Промо-акції
- Семплінг
- Пакування та дизайн
- Айдентика Компанії
- Асортимент продукції
- Онлайн-продажі

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРОДАЖІ ТА УСПІХ КОМПАНІЇ

Якість продукту. Ми пропонуємо своїм споживачам свіжий, смачний та корисний продукт, що відповідає вимогам якості та безпеки і таким чином зберігаємо лояльність постійних споживачів та приваблюємо нових

Широкий асортимент продукції: від зберігання традиційних рецептур до ексклюзивних пропозицій, можливість обрати необхідний вид продукції для різних страв

Ціна – відповідна вартість виробів до запитів різних категорій споживачів та виду продукту

Інновативність – наші вироби виготовлені за новітніми технологіями, на сучасному обладнанні та з використанням останніх світових хлібопекарських методик. Важливо бути в тренді.



МЕТА ЗАПУСКУ НОВОЇ ЛІНІЙКИ ХЛІБА

РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ
ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЛЯ НОВИХ СПОЖИВАЧІВ
ТА ПІДВИЩИТИ ЛОЯЛЬНІСТЬ ДО ПОСТІЙНИХ



СТВОРИТИ КОНЦЕПЦІЮ НОВОЇ ЛІНІЙКИ ХЛІБА ДЛЯ ЗУМЕРІВ*

* Споживачів 1997 р.н. – 2010 років народження

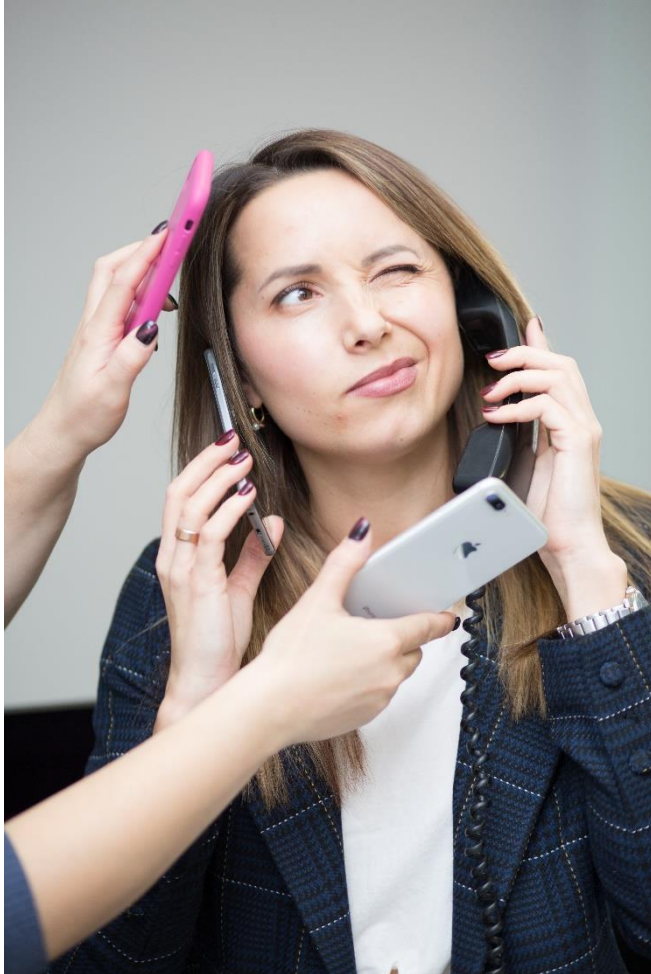


Концепція нової лінійки має включати:

- Опис концепції нової лінійки хліба та слоган як відображення цієї концепції
- Опис виробу, його характеристики (смак, запах, форма, складники, спосіб споживання та інші особливості)
- Назву лінійки продукту, яка приверне увагу покупців та відобразить суть концепції
- Візуальний стиль лінійки продукту (дизайн упаковки, який включає логотип та інші графічні елементи, які необхідні для відображення концепції лінійки)
- Канали продажу релевантні для реалізації саме цієї лінійки продукту
- Інструменти просування саме цієї лінійки продукту (офлайн та онлайн, рекламні кампанії, залучення інфлуенсерів тощо).
- Орієнтовну вартість запуску нової лінійки продукту



ДЛЯ ВИКОНАННЯ ЗАВДАННЯ ВАМ БУДЕ КОРИСНО ПРОВЕСТИ РЯД ДОСЛІДЖЕНЬ:



- Дослідити особливості попиту зумерів на ринку (портрет ЦА, її очікування, мотиви, що впливає на вибір)
- Провести аналіз конкурентів та особливості просування та продажу їх продукту
- Дослідити потенціал ринку, не використані можливості у даному сегменті («голубий океан»)

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЖУРІ РІШЕНЬ БІЗНЕС-КЕЙСУ

Ефективність та працездатність рішення (чи справді зумерів зможе зацікавити запропонована лінійка) – **30 балів**

Уважність до деталей, правильність викладених фактів проведених досліджень, обґрунтована економічна вигода у разі реалізації ідеї – **20 балів**

Цікавість оформлення та презентація запропонованого рішення – **20 балів**

Інновативність та оригінальність ідеї-рішення – **30 балів**

Максимальна оцінка – 100 балів



ОПЕРАЦІЙНІ ДЕТАЛІ ПРОВЕДЕННЯ ЧЕМПІОНАТУ



- Початок – **3 квітня 2023 року**
- Дедлайн подачі рішень – **20 квітня 2023 року**
- Бізнес-рішення має бути подане у форматі презентації
- Кількість осіб у півфіналі – **3**, фіналіст - **1**
- Формат проведення фіналу – онлайн-зустріч (за можливості онлайн), де фіналісти представлять своє кейс-рішення та презентують його перед журі.
- Переможець (чи команда) отримають можливість безпосередньо взяти участь в реалізації кейсу (при умові його затвердження)
- Півфіналісти отримають можливість пройти стажування у Компанії, відвідати виробництво та можливість брати участь в інших проєктах Компанії.



ЗА ДЕТАЛЬНІШОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ ПРОСИМО ЗВЕРТАТИСЯ ДО:

ЛІЛІЯ ПРУСІК, +38 097 219 32 30
ОЛЕСЯ БАРЧУК, +38 063 185 6008