

## Кейс ООО «Ярхлеб»

### Коммуникационная ситуация.

«Ярхлеб» — это двадцатилетняя история натурального и качественного хлебопечения. Компания «Ярхлеб» выпекает более шестидесяти видов хлеба на любой вкус — всегда свежего, здорового и очень вкусного. Приоритетом для компании всегда являлся хлеб для здорового питания, состоящий из натуральных ингредиентов. Сегодня компания производит практически все виды хлеба, которые интересны для всех слоев населения.

Ассортимент компании.

1. Хлеб из пророщенного зерна «Живое зерно».
2. Хлеб на натуральной закваске без добавления хлебопекарных дрожжей «БИО бездрожжевой».
3. Традиционные хлеба (Бородинский, Первый сорт, Заварной и т.д.).
4. Сдобные изделия.
5. Национальные виды хлеба (лаваш и матнакаш).

Продукция компании реализуется на территории г. Красноярска и Красноярской агломерации (Железногорск, Дивногорск, Сосновоборск) и представлена как во всех крупных сетях — «ОКЕЙ», «Метро», «Лента», «Магнит», «Командор», «Красный Яр», «Премьер», «Чистые луга», — так и в розничных магазинах у дома.

### Концепция бренда «Ярхлеб».

Хлеб питает и насыщает нас с ранних лет жизни. Из пшеничной, ржаной, живой муки рождается здоровый хлеб, который содержит микроэлементы и витамины, так необходимые человеку. За века своей истории хлеб стал героем сотен пословиц, сказок и былин. Но в наше сытое время он стал обыденностью.

И в этой обыденности часто теряется его качественная ценность. «Ярхлеб» бережно хранит и развивает традиции тех самых хлебов, которые помогали человечеству на всём историческом пути, традиции того самого — настоящего — хлеба.

Мы тщательно выбираем ингредиенты и следим за технологией производства, чтобы создавать уникальные хлеба с ярким ароматом и насыщенным вкусом. Они насыщают и дарят здоровье вашей семье.

### Проблематика.

Рынок хлеба высококонкурентный. Можно выделить основных участников рынка:

1. Крупный хлебозавод («Красноярский хлеб»);
2. Крупные хлебопекарные предприятия («Ярхлеб» и др.);
3. Внутримагазинные пекарни («Командор», «Красный Яр» и т.д.);
4. Мелкие пекарни. Хлебный ассортимент на полке магазина очень широкий.

Все производители имеют схожий ассортимент (за исключением уникального ассортимента «Живое зерно», «БИО бездрожжевой»). Поэтому

покупатель плохо ориентируется в различии выгод и достоинств того или иного производителя.

#### **Задача кейса.**

1. Разработать план мероприятий на летний период времени с целью повышения узнаваемости марки и создания образа современной и продвинутой компании. Это могут быть фестивали, ярмарки...

Основа ЦА – возраст 15-35 лет (молодежь, мамы).

Необходимо представить все мероприятия, которые будут реально проходить в г. Красноярске летом 2019 года, и показать, как Ярхлеб сможет себя там представить.

2. К осени планируется запуск новой линейки сдобы. Для этого необходимо определить ЦА, стиль, настроение упаковки и предложить методы продвижения.

#### **Бюджет.**

300 тыс.руб. (на 6 месяцев). Предпочтение будет отдаваться наиболее эффективным инструментам с наилучшим соотношением *цена / качество*.

#### **Ключевые месседжи коммуникационной компании.**

1. Существует заблуждение, что хлеб нельзя есть при снижении веса. Хлеб — очень калорийный продукт. Это справедливо лишь для сдобы и хлеба из муки высшего сорта (хлеб Тостовый и т.д.). Например, цельнозерновой хлеб «Живое зерно» содержит много клетчатки и обладает низким гликемическим индексом, что является обязательным условием для полезных продуктов питания при снижении веса.

2. Люди активно берут свежий хлеб внутримагазинных пекарен, который еще теплый и хрустящий. Однако такой хлеб очень вреден для организма, так как производится по ускоренной технологии, вследствие чего быстро теряет свои вкусовые свойства, а также является высококалорийным продуктом.

3. В настоящее время все чаще стали применяться хлебопекарные улучшители и добавки, которые позволяют упростить технологический процесс и, как следствие, удешевить производство хлеба. При этом люди, отдавая предпочтение более дешевому хлебу, не догадываются, что потребительские качества (вкус, аромат и др.) у такого хлеба хуже.

4. Компания «Ярхлеб» выпекает продукцию, соблюдая и выдерживая все традиционные этапы хлебопечения. Такой хлеб можно по праву назвать «настоящим».

Контакты: Никита Руденко, руководитель отдела маркетинга ООО «Ярхлеб». Тел.: +7 391 287-32-32, e-mail: [nikitaar@yarhleb.org](mailto:nikitaar@yarhleb.org)

### **От оргкомитета Фестиваля и Олимпиады**

Решение кейсов, предоставленных партнерами, оценивается жюри в составе представителей партнеров и общего жюри Фестиваля. Поощрение

команд и студентов, решающих кейсы от партнеров, производится партнерами.

Просим обратить внимание, что оценка решений этих кейсов не входит в таблицу оценивания команд на Олимпиаде и в целом в кубковом зачете Фестиваля.