

دراسة حالة : Nutella نوتيللا والتسويق

تعد الشوكولاتة معشوقة الكبار والصغار بكافة أنحاء العالم؛ وهو ما استغله "ميشيل فييرو"؛ صاحب شركة الشوكولاتة الشهيرة، بتجديد العمل الذي أطلقه والده، معتمدًا على حاسة الابتكار والإبداع في الذائقة الإيطالية، فنجح في غزو العالم بمنتجاته من الشوكولاتة؛ حتى بلغت ثروته 21 مليار دولار. وشوكولاتة نوتيللا تلك الشوكولاتة التي يعشقها الصغار والكبار، والتي لا يخلو منزل منها، فعشق الشوكولاتة خاصة النوتيللا لا ينتهي، وتناولها لا يمكن التوقف عنه لما لها من تأثير إيجابي على الحالة المزاجية والنفسية، عند الاستمتاع بذلك المذاق الساحر والتي تجعل الشخص يزداد تشبثًا بها.

عرض العلامة التجارية نوتيللا:



ان كريمة الطلي المشهورة نوتيللا هي منتج من العلامة التجارية الإيطالية Ferrero. يعود تاريخ نوتيللا كما نعرفها اليوم إلى عام 1964، لكن تطورها بدأ قبل ذلك بكثير، في عام 1946. في ذلك الوقت، الذي تميزت به الحرب العالمية الثانية، كان الكاكاو نادر، وبالتالي كان باهظ الثمن. خطرت لبيرو فييرو Pietro Ferrero فكرة خلط الكاكاو بالبنديق، والتي يمكن الوصول إليها بسهولة أكبر. والنتيجة هي نوع من كعكة الشوكولاتة المقطعة إلى شرائح. بعد بضع سنوات، قام بمراجعة وصفته لجعلها طرية وأطلق عليها اسم "Supercrema". لسوء الحظ، بسبب القيود القانونية على أسماء المنتجات، وحظر استخدام البادئة "Super"، تم سحب المنتج واستبدلت المبيعات باسم Tartinoise، والتي تم تغيير اسمها إلى Nutella في عام 1964.

تتكون كلمة Nutella من الكلمة الإنجليزية "nut" (البنديق) واللاحقة الإيطالية -ella التي تعني (الصغيرة) او تصغير. لذلك، تعني كلمة Nutella حرفياً "صغيرة البنديق". وتم اختيار الكلمة للحصول على اسم جذاب موسيقي في الأذن. وفي عام 2007، سجلت العلامة التجارية حجم مبيعات قدره 640 مليون يورو. أخيراً، يتم إنتاج 10000 طن من نوتيللا كل عام.

الفئة المستهدفة لنوتيللا:

الفئة السوقية الأساسي والمستهدفة لنوتيللا هم "الأطفال" بالطبع. بالإضافة إلى ذلك، فإن تحديد مكانة العلامة التجارية يجعلها منتجًا في متناول الجميع: فهي ذات جودة عالية إلى حد ما مقابل سعر عادل. ومع ذلك، تم نشر بقعة إعلانية قبل بضع سنوات تستهدف الشباب (20-25 عامًا).

مفهوم التسويق لعلامة نوتيللا:

يتم تمييز محور الاتصال في نوتيللا بوضوح في إعلانها: العائلة. في الواقع، من الشائع أن ترى في المواقع الإعلانية للعلامة التجارية، أسرة تتجمع حول وجبة فطور أو وجبة خفيفة. بالإضافة إلى ذلك، تحاول نوتيللا اتباع نهج "صحي". بينما يقال أن الوصفة دهنية (75٪ سكر وتحتوي على زيت النخيل وهما مضرين بالصحة)، لا يزال المنتج يباع كجزء من وجبة فطور صحية.

نوتيللا والتواصل:

لضمان توصيل علامتها التجارية، لا تفتقر نوتيللا إلى الموارد. إلى جانب العديد من الإعلانات التلفزيونية التي يمكن مشاهدتها، العلامة التجارية موجودة أيضًا على الملصقات، في الراديو، في السينما، إلخ. بالإضافة إلى ذلك، تؤكد العلامة التجارية غالبًا وجودها في الأحداث الرياضية مثل الألعاب الأولمبية أو كأس العالم لكرة القدم.

انطلقت برطانات النوتيللا من إيطاليا، وهي عبارة عن زبدة الشوكولاتة القابلة للدهن، وتحتوي مكوناتها (كما ذكر اعلاه) على سكر وزيت النخيل ومسحوق البنديق وبودرة الكاكاو وحليب خالي الدسم، ثم غزت دول أوروبا حيث وصلت إلى ألمانيا عام 1965م، ووقع الألمان في حبها وفي عام 1966م توسع انتشارها في اتجاه أوروبا، ثم انتشرت في استراليا من مدينة سيدني عام 1978م، ثم في أمريكا.

وأصبحت برطانات النوتيلا تباع في أكثر من 75 دولة حول العالم ، حيث تمتلك شركة نوتيلا حوالي 11 مصنع ، وتنتج الشركة 365 طن كل عام ، وأصبحت عائلة فيررو الأغنى في إيطاليا. علاوة على ذلك ، تعد مجموعة Ferrero ثالث أكبر مستثمر في المواد الغذائية.

تحليل التنافسية:

تمتلك نوتيلا 89.2٪ من حصة السوق الممتدة في فرنسا. وتجدر الإشارة أيضًا إلى أن 8 من كل 10 أشخاص يفضلون عدم شراء كريمة الطلي تمامًا بدلا من شراء بديل نوتيلا إذا لم يتمكنوا من العثور عليه.

الأسئلة:

1. كيف نشأت علامة نوتيلا؟
2. ما هو مفهوم التسويق بالنسبة لعلامة نوتيلا؟ كيف تمكنت من الوصول الى أسواق عالمية؟
3. ما هي السوق المستهدفة الأساسية لعلامة نوتيلا؟ هل تعرف منتجات اخرى مرتبطة بالعلامة؟ اذا كان نعم، اذكرها.
4. في رأيك، ما هو السبب في نجاح العلامة؟
5. هل الحصة السوقية لنوتيلا كبيرة؟ برر اجابتك
6. ما هي الاسباب المختلفة (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، السلوكية - النفسية) التي تجعل المستهلكين يسترون نوتيلا؟
7. قدم تحليلا للمحيط الكلي (غير المباشر) لعلامة نوتيلا اتبعا لنموذج PESTEL
8. في النص، ذكر أنه: " 8 من كل 10 أشخاص يفضلون عدم شراء كريمة الطلي تماما بدلا من شراء بديل نوتيلا إذا لم يتمكنوا من العثور عليه." ما هو الشيء الذي يميز نوتيلا عن مثيلاتها من المنتجات؟
9. قدم تحليل SWOT لعلامة نوتيلا (الفرص/المخاطر، نقاط قوتها/نقاط ضعفها) بايجاز
10. تحاول نوتيلا اتباع "نهج صحي" في الانتاج، لو كنت مديرا للتسويق ما هي البدائل التي تقترحا بدلا من زيت النخيل والسكر الابيض لتقدم للسوق نوتيلا ذات جودة وذوق مميز بالاضافة لسعر مناسب؟