



Marketing Plan **Coca Cola** zero 2012-2013



Αδαμοπούλου Μαρία
Δισσεάκη Περσεφόνη
Κουτσογιάννη Χριστιάνα

Ραβάνη Σοφία
Σειραγάκη Κλεάνθη
Σκουρή Αγγελική

Το σύστημα της Coca-Cola στην Ελλάδα

Coca-Cola Hellas

- Θυγατρική της The Coca-Cola Company, υπεύθυνη για Ελλάδα, Κύπρο, Μάλτα
- Χαράζει στρατηγική μάρκετινγκ

Διαφημίσεις
Πρωθητικές ενέργειες
Ειδικές προθήκες σε καταστήματα
Χορηγίες
Διαγωνισμοί
Ειδικά σχεδιασμένες συσκευασίες



3E
Coca-Cola Τρία Έμφιλον

- Εμφιαλώνει
- Διανέμει
- Εμπορεύεται

brands της The Coca-Cola Company

- Παρέχει τεχνογνωσία - συμβουλευτικές υπηρεσίες
- Διασφαλίζει τον ποιοτικό έλεγχο των προϊόντων



Coca-Cola Hellas vs 3Ε

Coca-Cola Hellas



3Ε
Coca-Cola Τρίτη Έμφαση

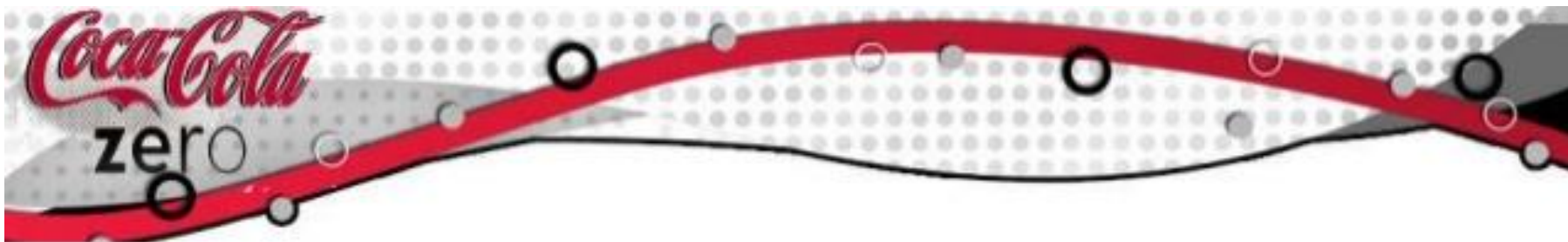
- Πολιτική Προϊόντος
- Πολιτική Προβολή

- Τιμολογιακή Πολιτική
 - Πλάνο Διανομής
- Προσωπικές Πωλήσεις

- Διαφορετικές Εταιρείες
- Διαφορετικοί Ισολογισμοί
- Διαφορετικά Σχέδια Μάρκετινγκ

Τα στοιχεία του Σχεδίου Μάρκετινγκ βασίζονται στην

Coca-Cola Hellas



Εξωτερικό Περιβάλλον



Προϊόντα Άμεσοι Ανταγωνιστές

- Νερό Εμφιαλωμένο
- Κρύο Τσάι
- Pepsi Max
- Coca-cola light
- Coca-cola classic



Εμμεσοι Ανταγωνιστές

- Καφές
- Συσκευασμένοι Χυμοί
- Energy Drinks



Κύριος ανταγωνιστής: Pepsi Co - Pepsi MAX

- Pepsi MAX, με χαμηλές θερμίδες.
- Απευθύνεται κυρίως στο ανδρικό κοινό, χωρίς να εξαιρεί τις γυναίκες, που επιζητούν την απόλαυση μιας παγωμένης Pepsi MAX χωρίς ενοχές για θερμίδες και κιλά.
- Μερίδιο αγοράς 10%

PEST analysis

**POLITICAL**

- Νομοθεσία για πλήρη αναγραφή των συστατικών στη συσκευασία
- Ταραγμένο πολιτικό κλίμα με συνέπειες στο εμπόριο: έκτακτες εισφορές
- Αυστηρός έλεγχος ποιοτικού ελέγχου (ΕΦΕΤ)

SOCIAL

- Στροφή σε υγιεινότερο τρόπο ζωής
- Εκστρατείες κατά της παχυσαρκίας
- Αναζήτηση ποιοτικών προϊόντων
- Παγκόσμια brands με διεθνή αναγνώριση

ECONOMICAL

- Αύξηση ΦΠΑ: από 8% σε 23%
- Οικονομική κρίση: μείωση μισθών, περικοπές, αύξηση επιτοκίου, πιέσεις τιμών
- Συρρίκνωση αγοράς
- Μείωση κατανάλωσης αναψυκτικών σε εστιατόρια και μπαρ

TECHNOLOGICAL

- Νέες γεύσεις αναψυκτικών
- Καμπάνιες μέσω internet και social media
- Νέες συσκευασίες αναψυκτικών ευκολότερες στην μεταφορά
- Πολύ εξελιγμένες γραμμές παραγωγής που εξασφαλίζουν άμεση διαθεσιμότητα
- Ανάπτυξη του RnD



SWOT analysis Κλάδος light αναψυκτικά

STRENGTHS	WEAKNESSES
• Η μεγαλύτερη εταιρεία αναψυκτικών Παγκοσμίως • Μοναδική ξεχωριστή γεύση. • Η υψηλή ένταση διανομής της Coca cola 3Ε. • Δυναμικό μάρκετινγκ και έντονες προωθητικές ενέργειες. • Υψηλό Brand loyalty.	• Θέματα υγείας: Οι καταναλωτές έχουν συνδέσει τη Coca Cola με τη παχυσαρκία. • Περιέχει καφεΐνη και γλυκαντικές ουσίες αμφιβόλου μελλοντικής καρκινογόνου δράσης. • Υπάρχει κανιβαλισμός με την Coca Cola light λόγω χαμηλών θερμίδων
OPPORTUNITIES	THREATS
• Η στροφή των Ελλήνων καταναλωτών σε ένα πιο υγιεινό τρόπο ζωής. (τάση αγοράς) • Η ραγδαία εξέλιξη των social media στην Ελλάδα- ευκαιρίες για φθηνή διαφήμιση. • Το lifestyle των νέων ανδρών που συνάδει με το positioning της coca-cola zero	• Η αυξανόμενη ζήτηση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας • Εποχικότητα ζήτησης • Στροφή σε ελληνικά προϊόντα- πιθανό boycott ξένων εταιριών • Αύξηση του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας.



Τάσεις Αγοράς

Παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση

1. διατροφικές συνήθειες
2. τουριστική κίνηση
3. κλιματολογικές συνθήκες
4. στροφή σε έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής και διατροφής





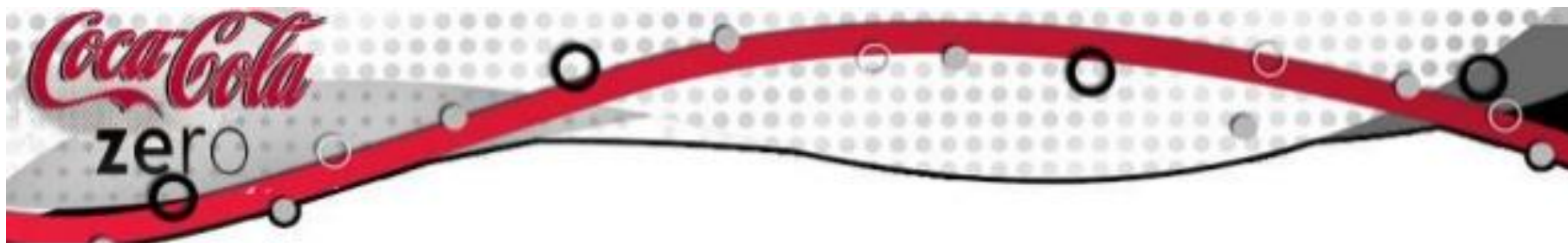
Βασικά Χαρακτηριστικά Καταναλωτών

1. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ coca-cola zero

- Άνδρες
- Ηλικίες 16-35
- Ανεξάρτητο μόρφωσης, οικογενειακής κατάστασης και επαγγέλματος
- Ανεξάρτητο εισοδήματος
- Κάτοικοι κυρίως Αστικών Κέντρων.

2. ΨΥΧΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Προσωπικότητα και Τρόπος ζωής (Life style): άντρες μοντέρνοι και με δραστήριο τρόπο ζωής
- Αντιλήψεις: ένα προϊόν ανώτερο στην συνείδηση αρκετών καταναλωτών έναντι του ανταγωνισμού.
- Αξίες: Η ταύτιση με συγκεκριμένες δραστηριότητες της καθημερινότητας, τοποθετούν το προϊόν σε υψηλό positioning στο μέσο καταναλωτή.



Στρατηγική marketing



Στρατηγική marketing

- **Στάδιο κύκλου ζωής προϊόντος:** Φάση ανάπτυξης που τείνει προς την ωριμότητα (9% ανάπτυξη)
- **Ανταγωνιστική θέση στην αγορά:** Ηγέτης στον κλάδο των light αναψυκτικών

Στόχος

Διατήρηση μεριδίου αγοράς
Υψηλή ένταση συχνότητας χρήσης
Αύξηση πιστότητας καταναλωτών



Στόχοι Μάρκετινγκ

Να ταυτιστεί το προϊόν με το ανδρικό κοινό που στέφεται σε ένα healthy lifestyle

Να ενδυναμώσει την εικόνα του προϊόντος

Αύξηση της ικανοποίησης της πιστότητας και των επαναλαμβανόμενων αγορών από τους υπάρχοντες πελάτες

Α' προτίμηση μεταξύ των ανταγωνιστικών προϊόντων



	ΣΤΟΧΟΣ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΑΓΟΡΑΣ	ΣΤΟΧΟΣ ΠΙΣΤΟΤΗΤΑΣ
1 ^ο τρίμηνο	80%	70%
2 ^ο τρίμηνο	80%	71%
3 ^ο τρίμηνο	80%	72%
4 ^ο τρίμηνο	80%	73%



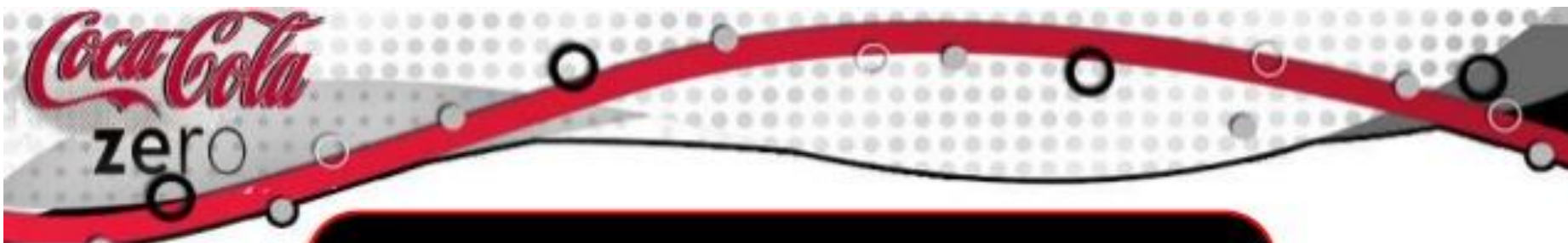
Brand Positioning Coca-Cola Zero

Slogans:

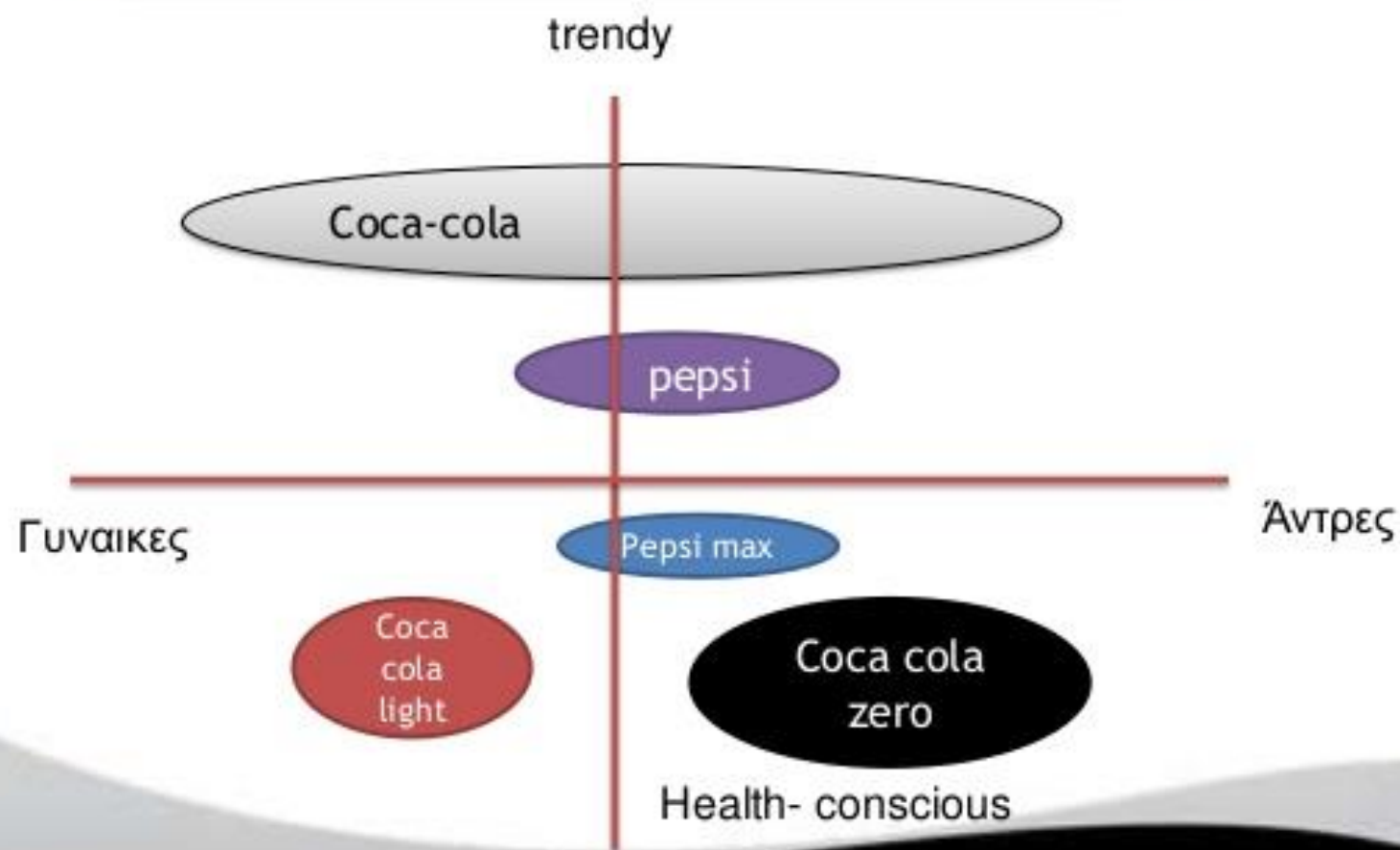
FROM ZERO TO HERO

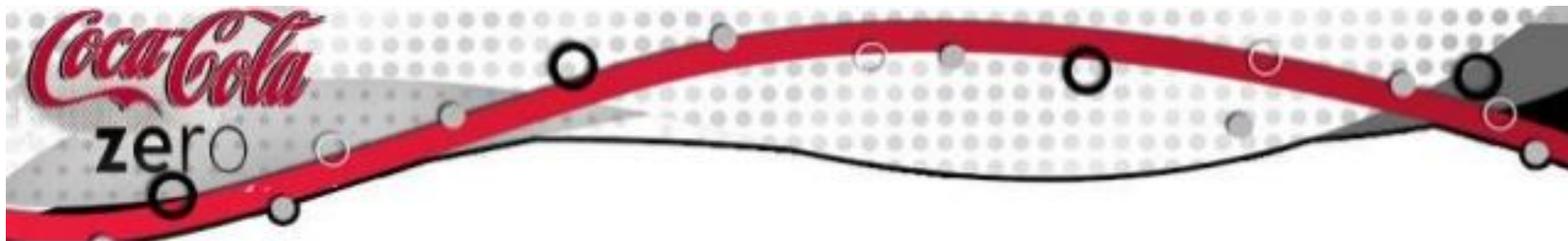
Η Coca-cola Zero με την **μοναδική γεύση** της αυθεντικής Coca-Cola και **καθόλου ζάχαρη**, είναι ιδανική για όσους θέλουν να συνδυάζουν την απόλαυση με υγιεινή διατροφή και την αποφυγή της ζάχαρης.

Η Coca-Cola Zero είναι ένα τόσο **ξεχωριστό προϊόν** που πίνοντας την σου δίνει ενέργεια και μπορείς να κάνεις τα **αδύνατα δυνατά**



Perceptual map





Τακτικές Μάρκετινγκ



Πλάνο προϊόντος

- Διατήρηση υπάρχοντος προϊόντος (φυσικά χαρακτηριστικά, στυλ και ποιότητα)
- Προσαρμογή συσκευασίας προϊόντος για προωθητική ενέργεια (παγοθήκη)
- Διαμόρφωση συσκευασίας για εορταστική περίοδο
- Προσθήκη προτεινόμενης λιανικής τιμής στο κουτάκι

Ανοξυκτικό με λίγες θερμίδες. Με Γλυκαντικά. Χωρίς Ζάχαρη.

Συστατικά: Νερό, Διοξείδιο Τριφώσφο, Χρωστικές: Κοραμυλόχρωμα, Γλυκοσυλικές Ουσίες: Ραβδαμικό Οξύ, Ακτακυλοχρωμικό Κόκκο και Ασπαρτέμ, Βίαια Οξυνοξ: Φωσφορικό Οξύ, Αρωματικές Ουσίες, Συντηρητικά: Βενζοϊκό Νάτριο, Ρυθμιστές Οξύτητας: Κιτρικό Νάτριο, Κορίνι. Παράγεται και συσκευάζεται στην Ελλάδα από την Coca-Cola Ελλάσική Εταιρεία Εμπορίας Α.Ε. ΥΠΟ 25 Μαρτίου, με όλην τήρηση από τη The Coca-Cola Company. ©2006 THE COCA-COLA COMPANY. Ανάλογα από πωλήσεις πριν το τέλος της ημερομηνίας και αναγράφεται στο πάμα/κουτό φιάλης ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΠΗΓΗ ΦΑΙΝΤΑΛΛΑΝΙΝΗΣ

www.coca-cola.com

iC (ΓΡΑΦΗ ΕΠΕΛΕΓΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ) 80011-55800

Συστατικό	Ποσότητα
Νερό	1.5L
Διοξείδιο Τριφώσφο	0.05g
Χρωστικές	0.05g
Γλυκοσυλικές Ουσίες	0.05g
Ακτακυλοχρωμικό Κόκκο	0.05g
Βίαια Οξυνοξ	0.05g
Αρωματικές Ουσίες	0.05g
Συντηρητικά	0.05g
Ρυθμιστές Οξύτητας	0.05g
Κιτρικό Νάτριο	0.05g
Κορίνι	0.05g

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ: 1.5LT

Φυλάσσεται σε καθαρό και ξηρό μέρος, μακριά από τον άμεσο ήλιο και τον αέρα.

Το κουτό 1.5L περιέχει:

Υδατάνθρακες	Ζάχαρη	Λίπος	Πρωτεΐνη	Νάτριο
0g	0g	0g	0g	0g

1 κουτό 1.5L περιέχει 1.5L περιέχει 1.5L περιέχει 1.5L περιέχει 1.5L



Packaging

Μαζί με την πολυσυσκευασία 2x1,5 lt θα υπάρχει δώρο για την θερινή περίοδο παγοθήκη ειδικά τοποθετημένη στην συσκευασία



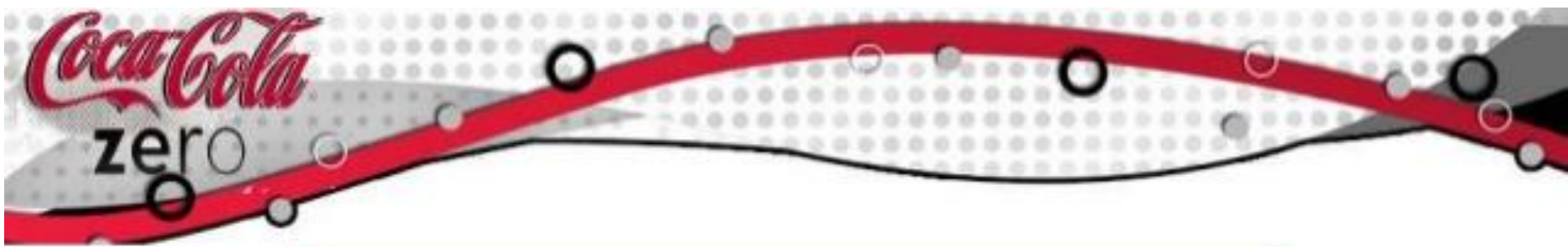


Packaging

Εποχιακά θα εισάγουμε το προϊόν με διαφοροποιημένη εορταστική συσκευασία σύμφωνα με την κατεύθυνση της Coca-Cola Company.

Την διάρκεια των Χριστουγέννων θα κυκλοφορεί και η συλλεκτική συσκευασία Coca-Cola Zero σε στρογγυλό πλαστικό μπουκάλι των 350 ml





Προγραμματισμός Τιμής

Δεν υπάρχει
πρόθεση ανατίμησης
χρονικά και
ποσοτικά λόγω
οικονομικής ύφεσης

Η τιμή
παραμένει
σταθερή



Πλάνο τιμής

- Σύμφωνα με τους στόχους και τις στρατηγικές marketing που έχουμε ορίσει οι τιμές θα παραμείνουν ίδιες με το προηγούμενο έτος. Προκειμένου να μειώσουμε τις υπερβολικές τιμές ορισμένων λιανεμπόρων στο προϊόν θα υπάρχει στο κουτάκι των 330ml ενδεικτική τιμή πώλησης.
- 330cc** : αρχική τιμή 0,59 €
προτεινόμενη λιανική τιμή 0,80 €
- 500cc** : αρχική τιμή 0,85 €
προτεινόμενη λιανική τιμή 1,15 €
- 1Lt** : αρχική τιμή 1,09 €
προτεινόμενη λιανική τιμή 1,30 €
- 1.5Lt** : αρχική τιμή 1,58 €
προτεινόμενη λιανική τιμή 2,15 €
- 4x330cc** : αρχική τιμή 2,37 €
προτεινόμενη τιμή 2,95 €
- 6x330cc** : αρχική τιμή 3,53 €
προτεινόμενη τιμή 4,40 €
- 4x500cc** : αρχική τιμή 3,50 €
προτεινόμενη τιμή 4,40 €
- 6x500cc** : αρχική τιμή 5,10 €
προτεινόμενη τιμή 6,40 €
- 2x1Lt** : αρχική τιμή 2,18 €
προτεινόμενη τιμή 2,60 €
- 2x1.5Lt** : αρχική τιμή 3,03 €
προτεινόμενη τιμή 3,80 €





Coca-Cola

zero

Πολιτική Προσφορών

- Διατηρώντας τις υπάρχουσες τιμές στα προϊόντα θα προβούμε σε προσφορές στις πολυσυσκευασίες:
- **Περίοδος: Οκτώβριος 2012 – Μάρτιος 2013**
Προσφορά: 6x500 cc (5+1 δώρο)
- **Περίοδος: Ιούνιος 2012 – Αύγουστος 2012**
Προσφορά: 2x1,5Lt (δώρο παγοθήκη)



Πλάνο Διανομής

ΣΤΟΧΟΣ: Να είναι παντού

Έμμεσα εντατικά δίκτυα διανομής

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS



Coca-Cola Triad Έργων

ΗΓΕΤΗΣ

Χονδρέμποροι

Μεγάλο
περιθώριο
κέρδους

Απόλυτος
Έλεγχος

**Τοπικά
σημεία
πώλησης**

Συρρικνώνονται

Super-Market

- Συγκέντρωση μεγάλου όγκου πωλήσεων
- Μεγάλο κόστος τοποθέτησης στο ράφι
- Ισχυροποίηση Private Label





Πρόγραμμα μέσων (Media Plan)

Πρόγραμμα μέσων (Media plan)		
Μέσο	Συνολικό κόστος	Ποσοστό budget Διαφήμισης
Τηλεόραση	1500000€	64%
Περιοδικά	150000€	6%
Εφημερίδες	100000€	4%
Ραδιόφωνο	40000€	2%
Λοιπά	415000€	24%
Υπαίθριες Σταθερές	140000€	
Υπαίθριες κινητές	18075€	
Κινηματογράφος	79700€	
Ιντερνέτ	13000€	
Πρωθυητικές ενέργειες	13000€	
Σύνολο	2450775€	100%

Το Budget των μέσων αντιστοιχεί στο 7% των αναμενόμενων κερδών



Media Plan

Τηλεόραση
Τιμή σποτ 1000-3000 ευρώ
4 σταθμούς (mega, antenna, alpha, star)
Budget 1500000 ευρώ
6000 σποτ

Περιοδικά
5 περιοδικά (4 τροχοί, Auto Τρίτη, Αθηνόραμα, Esquire, Men's Health)
Τιμή 3690 ευρώ για ολοσέλιδη καταχώριση
40 καταχωρήσεις
Budget 150000 ευρώ

Υπαίθρια κινητή (metro, λεωφορεία)	
Κόστος μετρό 5000 ευρώ το όχημα/μήνα	Κόστος λεωφορείων 3000 ευρώ το όχημα/μήνα
10 συρμοί μετρό	30 λεωφορεία
Budget metro 50000 ευρώ	Budget λεωφορείων 90000 ευρώ

Ραδιόφωνο
Τιμή σποτ 30 ευρώ
4 σταθμούς (novasportfm, red, Athens deejay, metropolis) Αθήνα και Θεσσαλονίκη
Budget 40000 ευρώ
1333 σποτ (περίπου 10/ημέρα σε κάθε σταθμό για 35 μέρες)

Κινηματογράφος
Διαφήμιση 30" 14 μέτρα/εβδομάδα
Τιμή 1205 ευρώ
Budget 18075 ευρώ (3615 ευρώ για διαφήμιση skyfall, 14460 ευρώ για διαφήμιση καλοκαίρι)

Υπαίθρια σταθερή (στάσεις λεωφορείων, billboards) Αθήνα και Θεσσαλονίκη
Κόστος θέσης στάσης λεωφορείου για 1 μήνα 300 ευρώ
150 στάσεις λεωφορείων
Στάσεις λεωφορείων budget 315000 ευρώ
Billboards budget 100000 ευρώ

Εφημερίδες
Μονοσέλιδη σε 6 εφημερίδες (Το Βήμα της Κυριακής, το Πρώτο θέμα, η Καθημερινή της Κυριακής, Sportday, Goal News και Σπορ του Βορρά)
Free press (thens Voice, Lifo και Metro)
Budget 100000 ευρώ



Προετοιμασία διαφημιστικού προγράμματος

- **Product Placement – James Bond**

- ❖ Τηλεοπτικό σποτ των 20", στο οποίο θα παρουσιάζονται μερικές από τις πιο εντυπωσιακές σκηνές της ταινιάς,
Χρονική περίοδος 22/10/2012 έως 09/11/2012.
Τα κανάλια (Mega, Ant1, Alpha, Star)



- ❖ Έντυπη διαφήμιση
- ❖ Υπαίθριες διαφημίσεις

Από 15/10 έως 15/11 θα πραγματοποιηθεί διαφήμιση στα μεταφορικά μέσα.





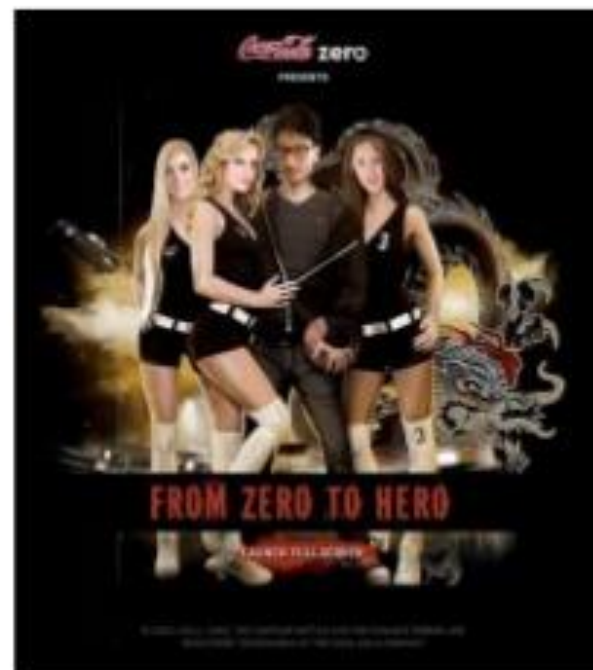
Προετοιμασία διαφημιστικού προγράμματος

Προβολή σε Μέσα

❖ Τηλεόραση ➡

Τηλεοπτικό σποτ που θα προβάλλεται σε 4 τηλεοπτικά κανάλια πανελλαδικής κάλυψης:

Mega, Ant1, Alpha και STAR



Coca-Cola
zero





Προετοιμασία διαφημιστικού προγράμματος

❖Περιοδικά

Esquire, 4 τροχοί, Men's Health, Αθηνόραμα και Auto Τρίτη.



❖Εφημερίδες

Το Βήμα της Κυριακής,
το Πρώτο θέμα,
Η Καθημερινή της Κυριακής
Sportday, η Goal News και η Σπορ του Βορρά.
free press





Προετοιμασία διαφημιστικού προγράμματος

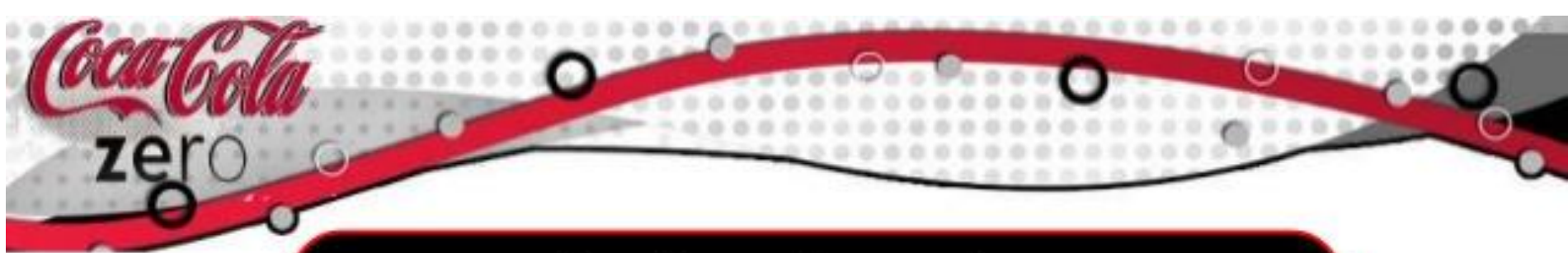


- Χορηγός στην συναύλια Red Hot Chili Peppers



Οι Red Hot Chilli Peppers, θα εμφανιστούν στις 4 Σεπτεμβρίου στο Ολυμπιακό Στάδιο ΟΑΚΑ στο πλαίσιο της I'm With You World Tour. Διαφήμιση στους ραδιοφωνικούς σταθμούς.

5 ραδιοφωνικά σποτ των 20'' κατά τη διάρκεια της μέρας, στους σταθμούς **Red Fm** και **Nova sport** στην Αθήνα και στους σταθμούς **metropolis** και **plus** στη Θεσσαλονίκη.



Υπαίθριες διαφημίσεις

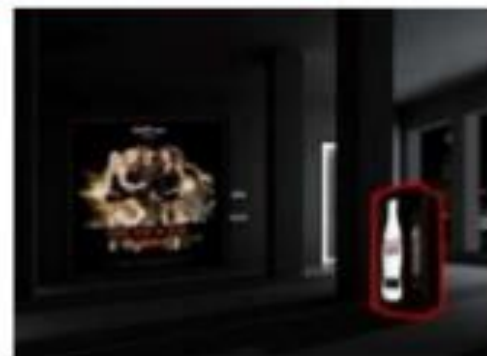
Υπαίθρια κινητή (metro, λεωφορεία)	
Κόστος μετρό 5000 ευρώ το όχημα/μήνα	Κόστος λεωφορείων 3000 ευρώ το όχημα/μήνα
10 συρμοί μετρό	30 λεωφορεία
Budget metro 50000 ευρώ	Budget λεωφορείων 90000 ευρώ





Υπαίθριες διαφημίσεις

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS





Καθορισμός Τακτικών Πολιτικής Προώθησης

1. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ

a) **Twitter:** -Δημιουργία profile με την επωνυμία Coke Zero Greece.





ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS



• Δείγμα πλαϊνού banner για το site Village Cinemas την περίοδο προβολής της ταινίας James Bond 007 Skyfall.



• Δείγμα πλαϊνού banner για το site e-Radio την περίοδο προώθησης της συναυλίας των Red Hot Chili Peppers (από τέλος Μαΐου έως Αρχές Σεπτεμβρίου)



• Δείγμα του βασικού μας banner

<http://www.e-radio.gr/>
<http://www.gazzetta.gr>
<http://www.menshealth.gr>
<http://www.villagecinemas.gr>

Ο.Π.Α. - Μάρκετινγκ
και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες

Coca-Cola Zero Marketing Plan



Καθορισμός Τακτικών Πολιτικής Προώθησης

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS



• Facebook app

• Διαγωνισμός «Η δική σου απίθανη εμπειρία»



• Δείγμα εικόνας φόρτωσης παιχνιδιού

Ο.Π.Α. - Μάρκετινγκ
και Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες

Coca Cola Zero Marketing Plan



Καθορισμός Τακτικών Πολιτικής Προώθησης

1. Δειγματοδιανομή

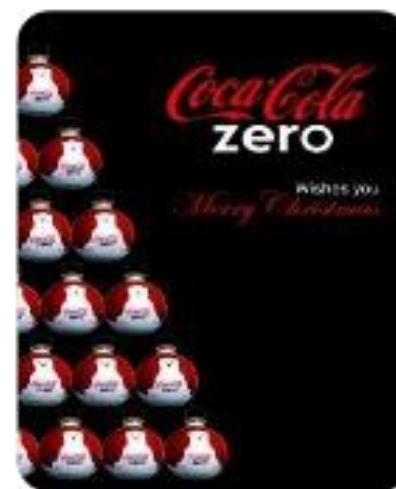
προωθητικές δοκιμές του προϊόντος μας έξω από στάσεις του μετρό, έξω από γήπεδα και στους χώρους δράσης της coca-cola zero (συναυλίες, events, avant premiere ταινίας)

2. Τουρνουά Paintball

3. Stand



Stand Χριστουγεννιάτικο



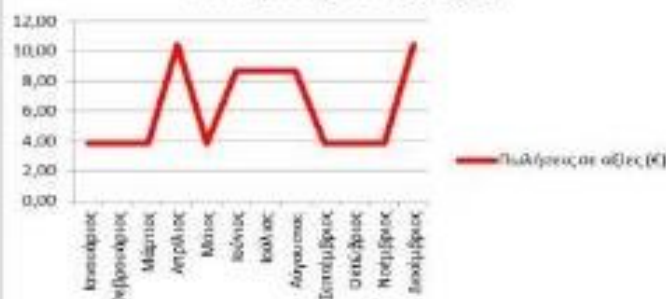
Χριστουγεννιάτικο Poster



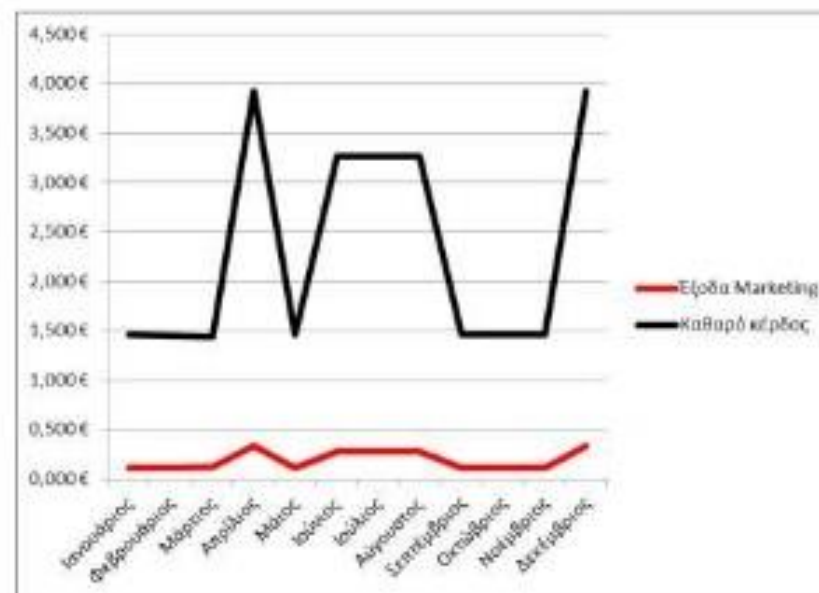
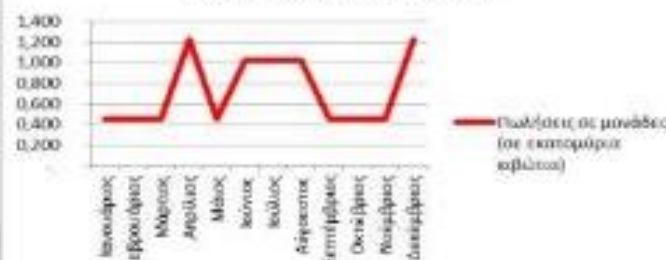
Προϋπολογισμός

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

Πωλήσεις σε αξίες (€)



Πωλήσεις σε μονάδες (σε εκατομύρια κιβώτια)



Προϋπολογισμός



Αισιόδοξο σενάριο

Οι πωλήσεις θα αυξηθούν 10% ετησίως
Το κόστος πωληθέντων θα μειώνετε 5% ετησίως
Τα έξοδα μάρκετινγκ σταθερά
Σε 3 χρόνια 56% αύξηση των καθαρών κερδών

Βασικό σενάριο

Οι πωλήσεις θα αυξηθούν 10% ετησίως
Το κόστος πωληθέντων και τα έξοδα μάρκετινγκ παραμένουν σταθερά
Καθαρά έσοδα αυξάνονται 50%

Απαισιόδοξο σενάριο

Οι πωλήσεις μειώνονται κατά 10% ετησίως
Το κόστος παραγωγής αυξάνεται κατά 15% ετησίως
Σταθερά τα έξοδα μάρκετινγκ
Η εταιρεία από τον 2^ο χρόνο θα έχει έλλειμμα και τον τρίτο χρόνο θα παρουσιάζει ζημία 15 εκατομμυρίων ευρώ

