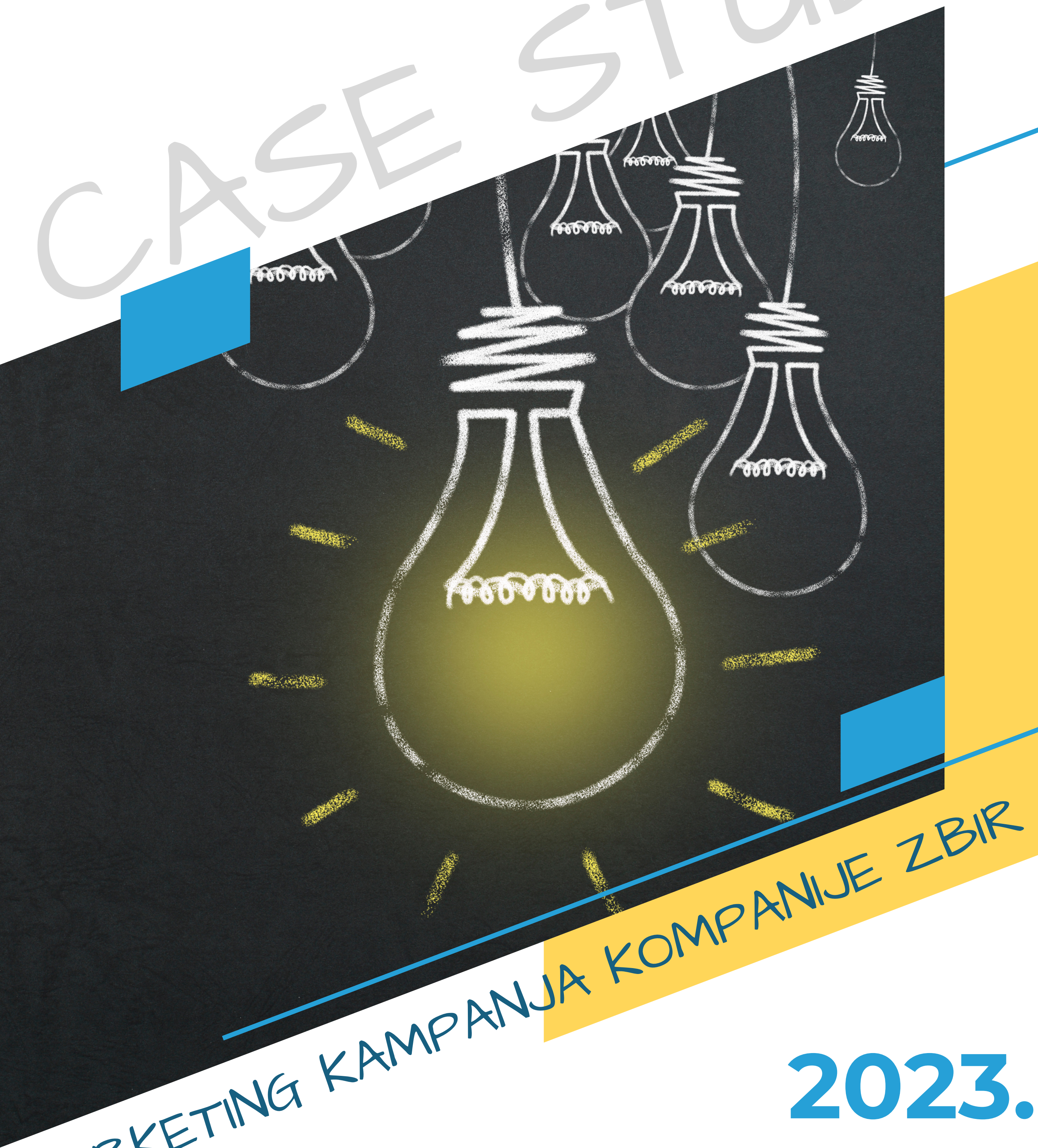




CASE STUDY



MARKETING KAMPANJA KOMPA NIJE ZBIR

2023.

AgriGREEN



Co-funded by the
European Union

3BIR Pivara je osnovana 2016. godine kao tzv "contract brewery", odnosno pivara koja nema svoju proizvodnju, već se pivo po recepturi pivare kuva u drugim pivarama. Tako je bilo do 2018. godine kada dolazi do prve prekretnice u poslovanju nabavkom opreme i otvaranjem sopstvene proizvodnje na lokaciji na kojoj se i danas nalazi. Inicijalni kapacitet je bio 11 hiljada litara mesečne proizvodnje i u narednih 5 godina je porastao na više od 30 hiljada litara. Druga bitna faza je nastupila 2019. kada je otvoren Taproom, odnosno ugostiteljski objekat u sklopu proizvodnje, u kom se u svakom momentu može probati 12 piva iz Zbirove palete proizvoda. Kako je posao rastao, i broj zaposlenih se povećavao tako da je broj zaposlenih porastao sa 3 radnika 2016. na 25 stalno zaposlenih u proizvodnom i ugostiteljskom delu. Sledeći korak u razvoju pivare se desio 2020. godine sa prvim izvozom, i od tog trenutka su se Zbirovi proizvodi našli u više zemalja regiona, Evropske unije, pa čak i Švajcarske i Velike Britanije. Sa rastom proizvodnje i prodaje, uvećava se i godišnji promet koji je u poslednje 3 godine (uz sve nepovoljne okolnosti poput COVID-a i konflikta u Ukrajini) bio konstantan, sa prosečnim godišnjim rastom od oko 30%.



Na lokalnom tržištu je ostvarena značajna prepoznatljivost i Zbir piva se mogu smatrati jednim od najpopularnijih kraft piva u Srbiji. Međutim, najverniji potrošači su uglavnom starosne dobi između 30 i 50 godina. Jedan od ciljeva Zbir pivare je da poveća svoju prepoznatljivost i među mladom populacijom. Vaš zadatak je da kreirate marketing kampanju koja će pomoći ovoj kompaniji da ostvari svoj cilj. U fokusu kampanje je Zbirovo pivo Akira. Kreiranje marketing kampanje mora da uključi tri segmenta:

1. Prikupljanje podataka putem upitnika;

2. Analiza dobijenih podataka i opis potencijalnog rešenja;

3. Kreiranje novog vizuelnog identiteta staklene ambalaže Akira piva.



TOKOM REŠAVANJA STUDIJE SLUČAJA
BIĆE ORGANIZOVANE TRI RADIONICE KOJE
VAM MOGU POMOĆI DA LAKŠE DOĐETE
DO ADEKVATNOG REŠENJA:

1. KREIRANJE UPITNIKA ZA ISTRAŽIVANJE
TRŽIŠTA HRANE I PIĆA;

2. ANALIZA PODATAKA PRIKUPLJENIH
PUTEM UPITNIKA;

3. KREIRANJE VIZUELNOG IDENTITETA
BRENDA U PROGRAMU CANVA.

POŽELJNO JE DA NA SVAKOJ RADIONICI
UČESTVUJE MAKAR JEDAN PREDSTAVNIK
TIMA

Pre nego što počnete
izradu važno je da zante
da ne postoji tačno
rešenje! Od Vas
zavisi!

OKVIRNA AGENDA:

DO 10. MARTA: PRIJAVA TIMOVA

20-24. MART: I RADIONICA

27-31. MART: II RADIONICA

11-13. APRIL: III RADIONICA

DO 30. APRILA: SLANJE REŠENJA URAĐENOG
U ŠABLONU

DO 10. MAJA: ODABIR NAJBOLJIH REŠENJA

15-19. MAJ: PREZENTACIJA NAJBOLJIH
REŠENJA I ODABIR POBEDNIKA

KRAJ MAJA-POČETAK JUNA: STRUČNA
POSETA KOMPANIJI ZBIR I DEGUSTACIJA PIVA