

Jak využít firemní know-how pro vstup na nové trhy

Miroslav Kozel
Marketing Manager
gik, s.r.o.

technologie | lidé | zkušenosti

**ME SPOLEHLIVÝM PARTNEREM
NAŠICH ZÁKAZNÍKŮ**

Logik – kdo jsme

- Moderní, ryze česká, tiskárna
- Na trhu ve stávající podobě od roku 1992
- Služby v oblasti ofsetového i digitálního tisku
- Široké spektrum návazných knihárních služeb
- Portfolio významných zákazníků z řad státních a
koncových zadavatelů, RA i vydavatelství
- Doplnkových služeb tiskárny

Logik patří mezi největší tiskárenské podniky
na území České republiky s rozsáhlým
v oblasti knihařského zpracování, péče
o tiskoviny, kompletace a logistiky...

...ale stačí to v dnešní době?

Logik – komplementární a



- Zákazníci považují dnes tisk včetně doprovodných služeb za standard a hledají „u svých tiskáren“ něco navíc
 - Kvalitu a rychlost nabízí každá významná polygrafická společnost. Invenci a propracování služeb tiskárny, reklamní agentury a výtvarného oddělení pouze ti nejlepší.
- Postupně jsme rozšířili služby o aktivity v oblasti:
 - Služeb vývojového a konstrukčního oddělení
 - Marketingu
 - Reklamy a špičkové kreativní grafiky

e oddělení



ění

e eventů



ní

koncepty, realizace soutěží a promoakcí



design, vývoj komunikačního konceptu



Ukázky řešení

Ale co dál?

- Krize se projevuje na přístupu zákazníků k zakázkám.
 - Snižují se rozpočty, jsou realizovány šetřící kampaně v plánovaných kampaních a projekty jsou stále častěji řešeny ad-hoc....
- Naší snahou, kterou jsme začali v roce 2011, je využít potenciál společnosti pro vlastní projekty.
- Na základě vstupní analýzy jsme se rozhodli rozpracovat dva projekty, které jsou „do života“
 - Projekt dětských stolových her
 - Projekt bezpečnostního kladívka s řezy

Důvody pro vstup na B2C



- Využití nárazově volných kapacit
 - Vytěžování volných kapacit
- Možnost udělat něco podle „svého“
 - Radost z vlastního projektu, ve které se projevuje invence všech zúčastněných
- Zajímavá reference
 - Reference vysoce přesahující běžné možnosti klasických tiskáren a reklamních agentur
 - Budování nových komplementárních produktů
- Plná kontrola nad cenovou politikou
 - Cenu určujeme my, respektive trh
- Nové zkušenosti, které lze vhodně využít v core businessu

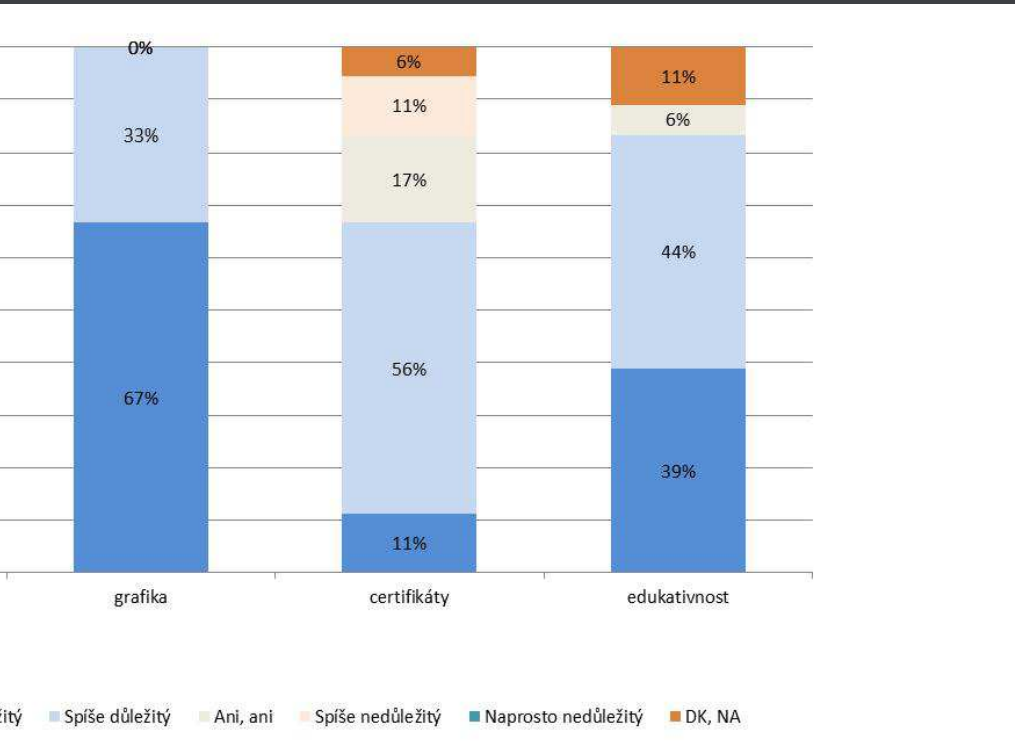
Kulíškové hry



- Co bylo impulsem
 - „Prvotním impulsem pro vznik projektu kdy jsem stál uprostřed hračkářství a najít "člověče, nezlob se", které bych dal jako dárek. Chtěl jsem „něco“, co by vynikalo svou krásou a hezkou českou grafikou neokoukanou a neobvyklou, jako animovaných seriálů. Nenašel jsem nic, co by mě uspokojilo a trochu nešťastně jsem blábol v regály“
- Co následovalo
 - Rešerše trhu
 - Zpracování business plánu
 - Vývoj konceptu
 - Testování, spotřebitelské výzkumy
 - Výroba
 - Prodejní a podpůrné aktivity

Vstupní analýza trhu

parametrů při výběru her



hodnocení z realizovaného internetového výzkumu

- Neexistence zajímavých konceptů pro děti ve věku 3 – 6 let, které by českou ilustrátorskou školu a tu rovněž
- Latentní poptávka rodičů po:
 - Milé české grafice
 - Edukativnosti her
 - Přidané hodnotě v podobě kompletnosti
 - Provázanosti herních setů
 - Víceúčelovosti her
- Odborná spolupráce na projektu
 - Projekt jsme od začátku konzultovali s psychologem, která nám pomohla pochopit očekávání rodičů a chování dětí.
- Závěr
 - Kvalitní, české hry mají šanci na úspěch

Vývoj konceptu

■ Grafika

- Na grafiku byl vypsán tendr, obaly byly
- Oslovili jsme 6 ilustrátorů
- Pro rozpracování byl zvolen koncept cizího ilustrátora Antonína Šplíchala.
- Hlavními hrdiny se stala zvířátka stylizovaná po lidech, které prožívají příběhy v rámci celého světa.

■ Výběr her

- Hry byly vybrány společně s dětskou psychologičkou a jejich atraktivita byla testována.

ČLOVĚČE I PUZZLE I DOMINO
ŠŤŮRKY I PEXESO

■ Herní sady

- Srovnávací sada
- Sady s vyšší přidanou hodnotou než běžné



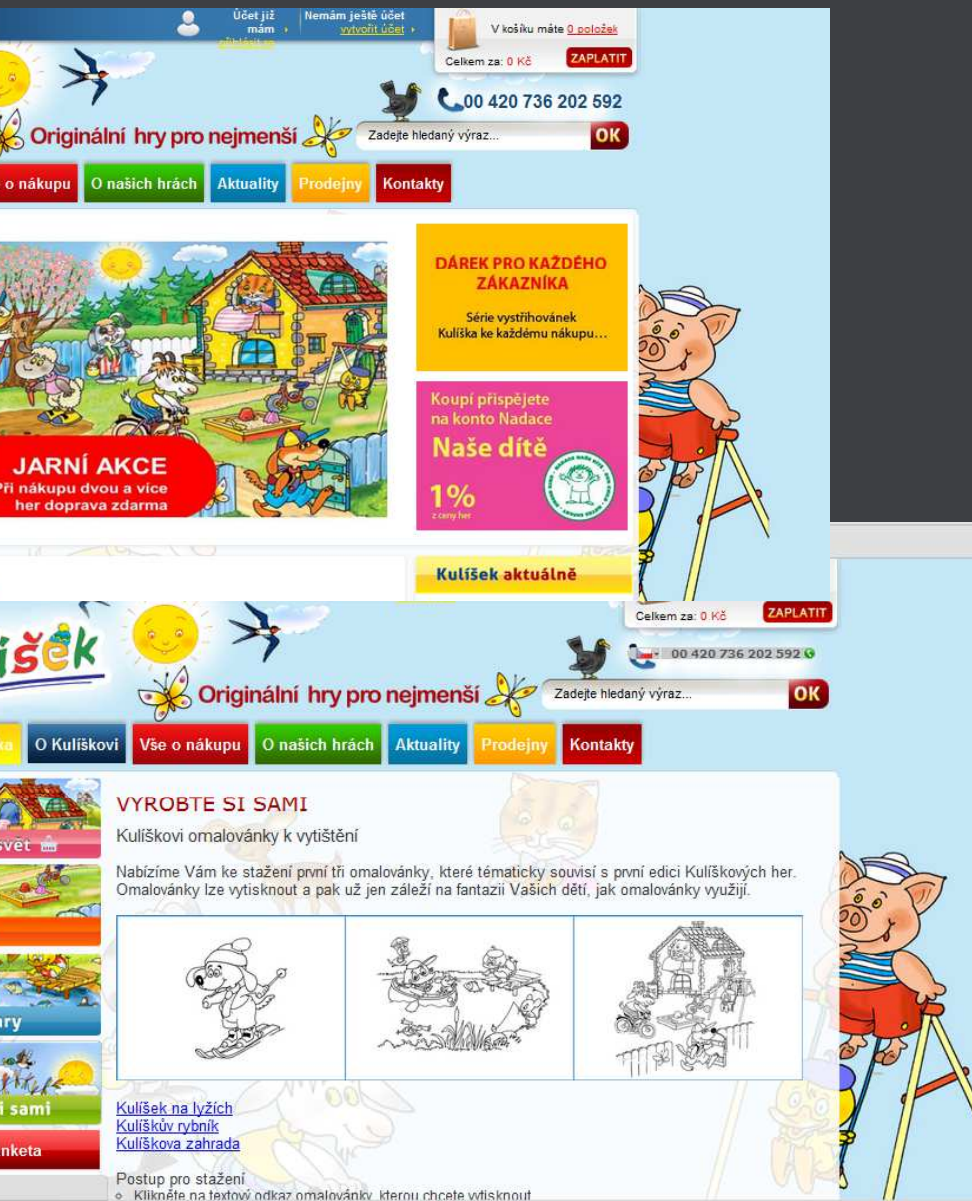
Kulíškův svět - výsledek



- České hry s certifikací maximální
- Atraktivní dětská grafika
- Soubor pečlivě vybraných her atra s vysokou přidanou hodnotou.
- Edukativní přidaná hodnota her
- Příležitost pro zajímavou komunik s dětmi a jejich nenásilné vzděláva
- Atraktivní balení s vícenásobným her, které zabaví děti na delší dob
- Přidaná hodnota her na internetu, získat návody, rady a tipy jak rozš využití her.

Prodejní aktivity / prodejní

- Orientace na nezávislé kamenné p
 - Přímá spolupráce s vybranými prodej
 - Spolupráce s vybranými velkoobchod
- Prodej přes vlastní E-shop
 - Aktivity na podporu vlastního webu
- Coomarketing s partnery
 - Spolupráce se společností mimo obs
- B2B aktivity
 - Možnost brandingu her
 - Možnost vývoje nového obalu
 - Realizace individuálního klientského i



Podpora prodeje

- Zajímavá prodejní marže ve vztahu k doporučené MO ceně
- Podpora prodeje formou kompaktních stánků
- Dárky pro zákazníky při nákupu (až 3 kusy vystřihovánky)
- Individuální podpora VŠECH partnerů projektu Kulíšek
- Možnost využití dalších služeb společnosti Logik ze strany partnera
- Kromě zajímavého dárku pro zákazníka přispíváme 1 % z ceny her na konto Nadace Naše dítě.



Výsledek



■ Prodejní aktivity

- Na trh jsme vstoupili v období zcela m...
přesto se nám povedlo se za prvních...
relativně zajímavě etablovat na trhu a...
růst s tím, že vrchol sezóny je očekáv...
v předvánočním období

■ Vnímání ze strany spotřebitelů

- Hry jsou velmi dobře přijímány ze stra...

■ Synergický efekt her

- Mimořádně zajímavé téma na navázání...
obchodního jednání
- Nové zajímavé poptávky na vlastní ře...
- Poptávky po obalovém designu, kons...
POP/POS materiálu

smysl se soustředit na nové
ekty, které využijí stávající
w-hov společnosti?