

РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат» – один з основних українських виробників сирів. Комбінат, розташований у Сумській області в м. Шостка, володіє високими виробничими потужностями. Це один з найвідоміших і найпопулярніших виробників сиру в Україні, який спеціалізується на твердих сирах преміум-класу, що продаються під брендом «Шостка».

У 2005 р. інвестором ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат» став інвестиційний фонд Western NIS Enterprise Fund. За дуже короткий строк підприємством було створено і виведено на ринок сильний бренд «Шостка», організовано систему національної дистрибуції із акцентом на сучасних формах роздрібно торгівлі. Із приходом нового акціонера колектив спеціалістів було посилено новою командою менеджерів у відділах продажу та маркетингу.

Придбання у травні 2007 р. французькою групою «Vel» ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат» дозволило компанії значно зміцнити позиції на ринку і зайняти 4-у позицію на українському ринку. У 2008-му році група «Vel» реалізувала товарообіг на суму 2,2 мільярдів євро. Продукція підприємства завжди виходила під різними марками. Взагалі у групі працює 9300 співробітників у 120 країнах світу. Портфоліо брендів групи налічує більше 20 міжнародних і національних брендів, глибоко інтегрованих на відповідних ринках. Бренди групи «Vel» включають такі продукти: «La vache qui rit», «Leerdammer», «Apericube», «Kiri», «Minibabybel» та інші.

З 1996 року вся продукція йде під брендом «Білі береги». У 2005 році Шосткинський молококомбінат починає випускати продукцію під торговою маркою «Шостка». Шостка - це молодий бренд, що динамічно розвивається «Сир року №1», що має:

- 1) маркетингову стратегію та маркетинговий план просування;
- 2) репутацію визнаного лідера сироваріння;
- 3) постійне інвестування і, як результат, найвищу впізнаваність сирів ТМ «Шостка» в Україні;
- 4) стабільну якість, підтверджену міжнародними стандартами ISO та чисельними нагородами;
- 5) постійний контроль сировини і виробничого процесу на всіх етапах;
- 6) найсучасніше технологічне обладнання;
- 7) досвідчений та підготовлений персонал, заоханий у свою справу;
- 8) значні інвестиції у виробництво і в сировинну базу.

Якщо говорити про рекламні компанії ВАТ «ШММК», то продукція постійно рекламується на бігбордах у різних містах України. Також було запущено у 2005-2007 роках два рекламних ролика на національне телебачення. Зміст реклами зводиться до того, щоб показати що секрет неповторних смакових якостей сиру „Шостка” – у пристрасті сироварів, адже він виробляється відданими своїй справі професіоналами з використанням новітніх технологій та спеціальної рецептури. Тому, навіть якщо людина досить стримано ставилася до цього продукту, то вишуканий смак сиру “Шостка” відкриє захоплюючий світ чуттєвих і смакових вражень. Останній ролик, що був запущений у 2007 році мав таку ідею: у світі є дуже багато смачного, але завжди є щось найсмачніше. Саме тому героїня ролика обирає тільки сир «Шостка» на фоні кулінарного багатства. Тому що вся справа, справді, у смаку.