



SZÍVVEL – LÉLEKKEL!

**TEJSZÍV BRAND AKTIVÁCIÓ,
AVAGY A HAZAI TEJ ÉS TEJTERMÉKEK
FOGYASZTÁSÖSZTÖNZŐ KAMPÁNYÁNAK BEMUTATÁSA**



HINORA
marketing group

AGENDA

I. PROJEKTHÁTTÉR

Célok, Mérföldkövek, a projekt főbb marketing aspektusú információi

II. STRATÉGIA ÉS KONCEPCIÓ

Célcsoportok, insight-ok, kreatív stratégia

III. BRAND AKTIVÁCIÓ

A Tejszív kampány bemutatása: eszközrendszer és megvalósítás

IV. MERRE VISZ A TEJ ÚTJA?

Tejszív aktivitások a jelenben, ill. jövőbetekintés



I.

PROJEKT HÁTTÉR

Célok, Mérföldkövek, a projekt főbb
marketing aspektusú információi

LEGFŐBB SZEMPONTOK

- A **Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács** a 2/2015. (II. 6.) FM rendelet értelmében Községi Marketing Alapot működtet, amelynek célja
 - a fogyasztók több, gyakoribb és tudatosabb **tej és tejtermék fogyasztásra való ösztönzése**
 - a gyermekek, a fiatalok tej és tejtermék fogyasztásra **motiváló nevelésének támogatása**, segítségnyújtás az **egészségtudatos táplálkozás** kialakításában, a **tej és tejtermékek fogyasztásának megszerettetésével**
 - **tejtermékek sokféleségének és egészséges táplálkozásban betöltött szerepének bemutatásával**

MARKETING ÉS KOMMUNIKÁCIÓS CÉLOK

- A fogyasztók több, gyakoribb és tudatosabb **magyarországi tej és tejtermék** fogyasztásra való ösztönzése.
- A gyermekek, a fiatalok tej és tejtermék fogyasztásra motiváló nevelésének támogatása.
- **Iskolai edukáció**
- **Hazai tejtermelők és a fogyasztók közötti kapcsolat** megalapozása és kiépítése.

ÚT AZ EGYÜTTMŰKÖDÉSHEZ

KÖZÖSSÉGI MARKETING ALAP 2017-18

- Zárt tender, 8 meghívott pályázó

A TEJ ÚTJA

- Zárt tender, 5 meghívott pályázó

CÉLCSOPORTOK ÉS SZEGMENTÁCIÓ

CÉLCSOPORT KARAKTEREK



Jellemzően édesanyák, feleségek, a háztartás „dobogó szívei”. Jellemzően ők azok, akik az ilyen irányú vásárlásokban döntenek, szelektálnak. Általában ár érzékenyek, de a családi hűtőbe sok minden kerül érzelmi alapokon is.



Gyerekek, akik folyamatosan formálódnak táplálkozási szokásaikat illetően, és ezt alapvetően 3 pillér határozza meg: 1. belső emberi kapcsolatai (család), 2. külső emberi környezet (barátok, ismerősök, média, stb.), 3. intézményi környezet (óvoda, iskola, stb.)



Hyperek, Superek, kiskereskedelmi értékesítési pontok, oktatási intézményrendszer...

Családi „Beszerzők”

Gyerekek, az új generáció

Business Célcsoport
Üzletláncok, intézmények

+ 1
Média



II.

STRATÉGIA



STRATÉGIA → LOGIKAI ALAP

**A magyar tej magyarságát
direkt módon nem
kommunikálhattuk...**



**Ezzel kiesett az egyik
legnagyobb kohéziós erő
kommunikációs szinten!**



Új kohéziós erő kellett, amire fel lehetett fűzni a kommunikációt

STRATÉGIA → LOGIKAI ALAP

EGY
„MÁRKAFÜGGETLEN”
MÁRKA 😊

EZ A KOHÉZIÓS ERŐ LETT A

DIFFERENCIÁL

ŐT KELLETT A
PIACCAL
MEGISMERTETNI

STRATÉGIA → LOGIKAI ALAP

TEJSZÍV, AMI KÖZÖS BENNÜNK!





CONCEPT

KREATÍV KONCEPCIÓ

A BAJNOKOKBAN TEJSZÍV DOBOG!

LOGIKAI ALAP:

Az ötlet lényege, hogy ugyanaz a Tejszív dobog a **termékekben és azon sportoló/ olimpikon kiválóságokban, akik „beállnak” a hazai „Tej-Ügy” mögé** és támogatják a hazai tejtermékek fogyasztását. Fontos, hogy az ifjú sportgenerációt használjuk az aktivitáshoz, akik **kellően hitelesek és elérhetőek a lakosság fiatal szegmensei számára, egyúttal hiteles eredményt tudnak felmutatni az idősebb korosztályok felé is. Egyszóval minden ízében hiteles tejszív nagykövetek.**

TOV:

Emelkedett hangulatú, derűs atmoszféra, barátságos, mégis kissé heroikus beállítások.

AKIKBEN TEJSZÍV DOBOG...

T E J N A G Y K Ö V E T E K



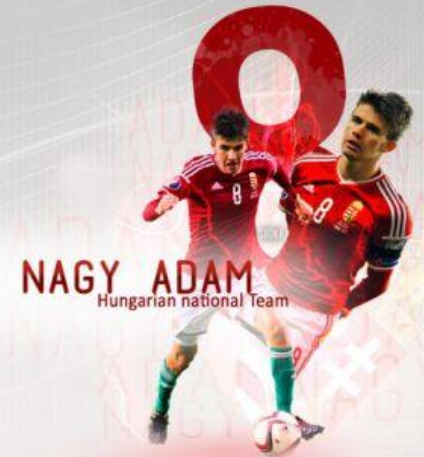
KENDERESI TAMÁS



KAPÁS BOGLÁRKA



NAGY ÁDÁM



KEY VISUAL



Nagy Ádám

A MAGYAR VÁLOGATOTT LABDARÚGÓJA
A BOLOGNA FC JÁTEKOSA



Kapás Boglárka



AZ ÚTE OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓNŐJE



Kenderesi Tamás

PSN | A PSN OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓJA



Tej. Szívvel - lélekkel!
tejsziv.hu

A bajnokokban Tejszív dobog. És Benned?

III. **BRAND ACTIVATION**

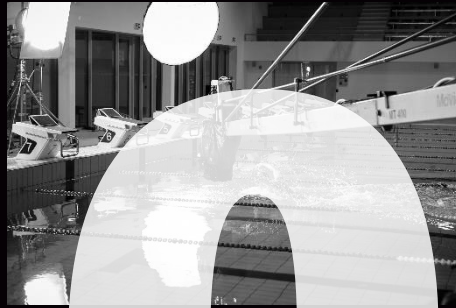
AKTIVÁCIÓS ÜTEM #1



DRINK MILK

BRAND ACTIVATION TOOLBOX





TV SPOT



YOUTUBE SPOT



Tejszív reklámfilm kerül ide.

OUTDOOR / BB



Nagy Ádám

A MAGYAR VÁLOGATOTT LABDARÚGÓJA
A BOLOGNA FC JÁTEKOSA



Kapás Boglárka



AZ ÚTE OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓNŐJE



Kenderesi Tamás

PSN | A PSN OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓJA



Tej. Szívvel - lélekkel!
tejsziv.hu

A bajnokokban Tejszív dobog. És Benned?

OUTDOOR / CLP



Tej. Szívvel - Lélekkel!
tejsziv.hu

Nagy Ádám
A MAGYAR VÁLOGATOTT LABDARÚGÓJA
A BOLOGNA FC JÁTEKOSA



**A bajnokokban
Tejszív dobog. És Benned?**

Keressd a Tejszínnel ellátott termékeket!



KÉSZÜLT A TEJ TERMÉKANYAGS KÖZÖSSÉG MARKETING ALAPJÁNÁK TÁMOGATÁSÁVAL



Tej. Szívvel - Lélekkel!
tejsziv.hu

**“Teljes élet
laktózmentesen.”**

Kapás Boglárka
AZ ÚTE OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓNŐJE



**A bajnokokban
Tejszív dobog. És Benned?**

Keressd a Tejszínnel ellátott termékeket!



KÉSZÜLT A TEJ TERMÉKANYAGS KÖZÖSSÉG MARKETING ALAPJÁNÁK TÁMOGATÁSÁVAL



Tej. Szívvel - Lélekkel!
tejsziv.hu

Kenderesi Tamás
PSN | A PSN OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓJA



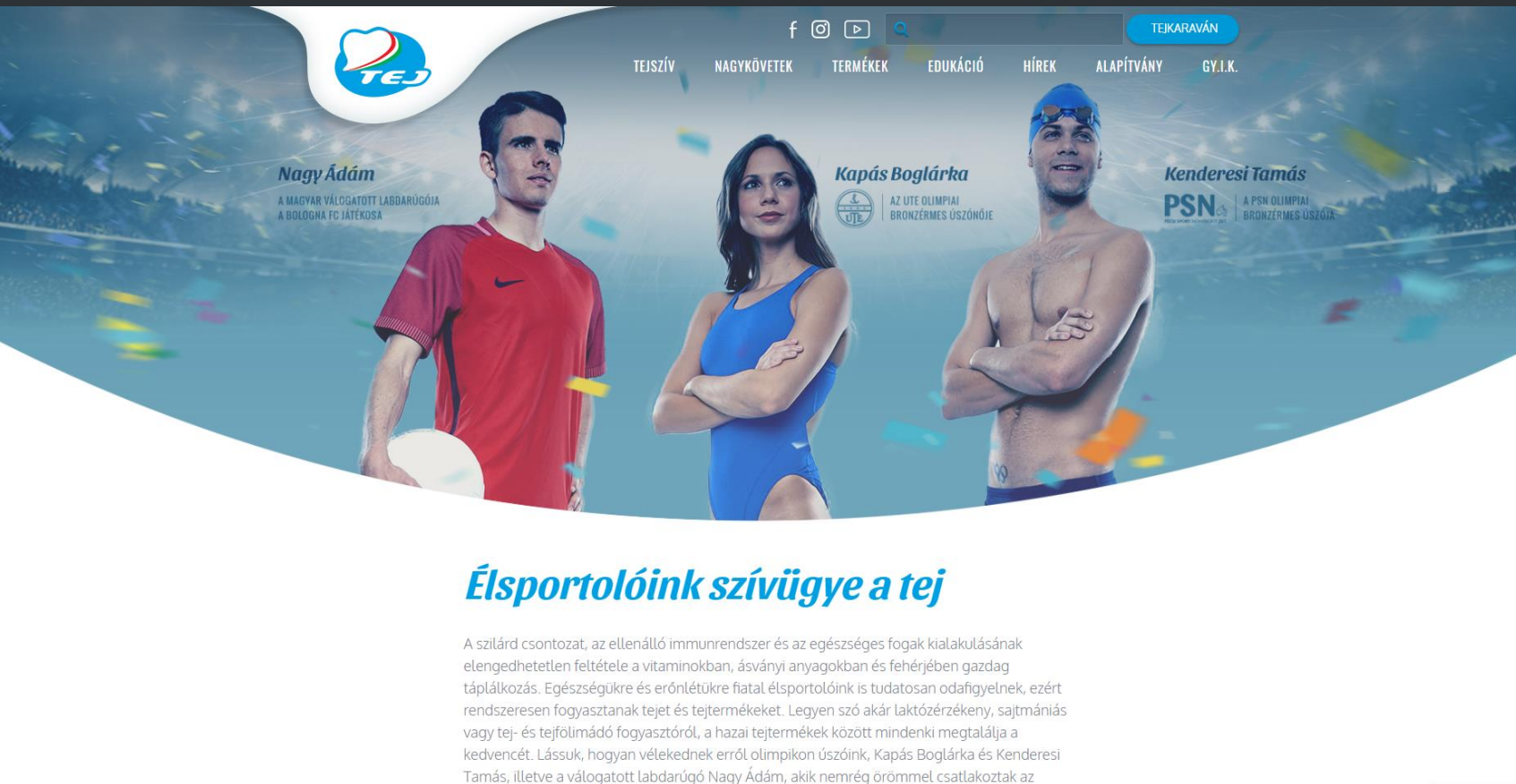
**A bajnokokban
Tejszív dobog. És Benned?**

Keressd a Tejszínnel ellátott termékeket!



KÉSZÜLT A TEJ TERMÉKANYAGS KÖZÖSSÉG MARKETING ALAPJÁNÁK TÁMOGATÁSÁVAL

TEJSZIV.HU



TEJSZIV **NAGYKÖVETEK** **TERMÉKEK** **EDUKÁCIÓ** **HÍREK** **ALAPÍTVÁNY** **GY.I.K.** **TEJKAUVÁN**

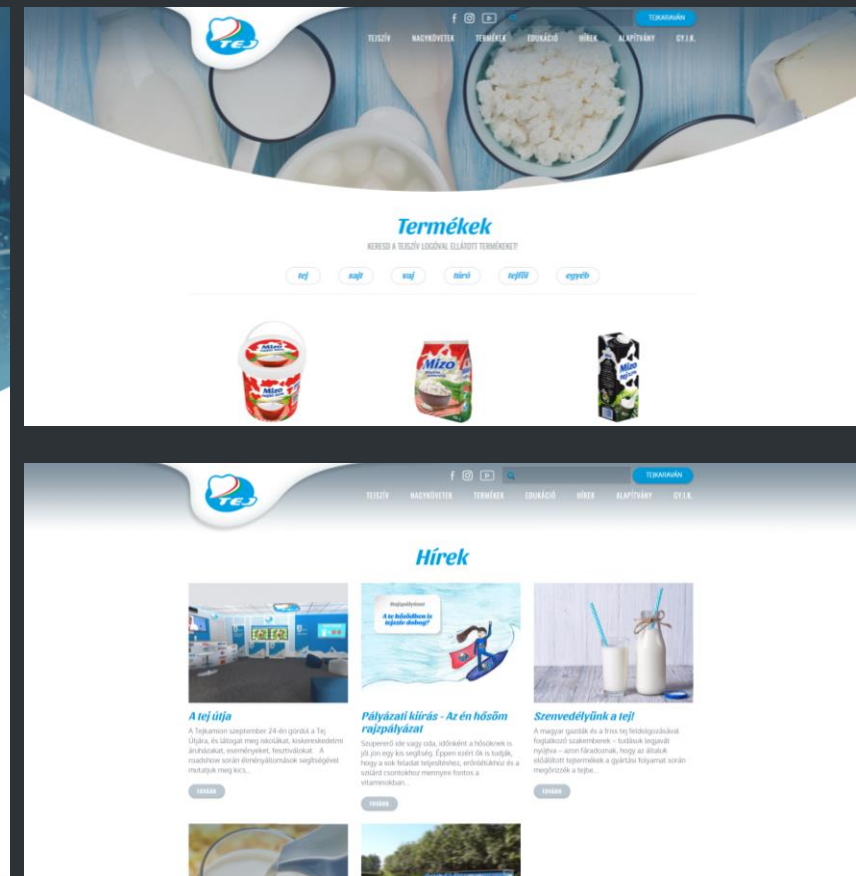
Nagy Ádám
A MAGYAR VÁLOGATOTT LABDARÚGÓJA
A BOLOGNA FC JÁTEKOSA

Kapás Boglárka
AZ ÚTE OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓHŐJE

Kenderesi Tamás
PSN
A PSN OLIMPIAI
BRONZÉRMES ÚSZÓJA

Élsportolóink szívügye a tej

A szilárd csontozat, az ellenálló immunrendszer és az egészséges fogak kialakulásának elengedhetetlen feltétele a vitaminokban, ásványi anyagokban és fehérjében gazdag táplálkozás. Egészségükre és erőnlétükre fiatal élsportolóink is tudatosan odafigyelnek, ezért rendszeresen fogyasztanak tejet és tejtermékeket. Legyen szó akár laktózérzékeny, sajtmániás vagy tej- és tejfőlmádó fogyasztóról, a hazai tejtermékek között mindenki megtalálja a kedvencét. Lássuk, hogyan vélekednek erről olimpikon úszóink, Kapás Boglárka és Kenderesi Tamás, illetve a válogatott labdarúgó Nagy Ádám, akik nemrég örömmel csatlakoztak az




TEJSZIV **NAGYKÖVETEK** **TERMÉKEK** **EDUKÁCIÓ** **HÍREK** **ALAPÍTVÁNY** **GY.I.K.** **TEJKAUVÁN**

Termékek

KERDÉS A TEJSZIV LOGÓVAL ELLÁTOTT TERMÉKEKET?

tej napj vaj túró egyéb



Hírek

A tej útja
A Tejtermék napjainkban 24 órát gőzöl a Tej Utja, és látogat meg iskolákat, kórházakat, sportcsarnokokat, versenyeket, fesztiválokat. A tejszövetek szelvére élelmiszerláncok, vegyületek mutatják meg kicsi.

Pályázati kiírás - Az én hőzőm rajzpályázat
Szuperen ide vagy oda, időnként a hőzőnk is jól jön egy kis segítség. Egyszer éppen így is tudjuk, hogy a sok látható segítség, tehetség és a szilárd csontozat mennyire fontos a válogatottak számára.

Szenvedélyünk a tej
A magyar sportok és a tej is szilárd csontozat, fogak kialakulásának elengedhetetlen feltétele a vitaminokban, ásványi anyagokban és fehérjében gazdag táplálkozás. Egészségükre és erőnlétükre fiatal élsportolóink is tudatosan odafigyelnek, ezért rendszeresen fogyasztanak tejet és tejtermékeket. Legyen szó akár laktózérzékeny, sajtmániás vagy tej- és tejfőlmádó fogyasztóról, a hazai tejtermékek között mindenki megtalálja a kedvencét. Lássuk, hogyan vélekednek erről olimpikon úszóink, Kapás Boglárka és Kenderesi Tamás, illetve a válogatott labdarúgó Nagy Ádám, akik nemrég örömmel csatlakoztak az

SOCIAL

FACEBOOK

- Rajongók száma: 697 → 12.600 (ápr.1-től)
- Tartalmak: 255 poszt (ápr.1-től)
- Reach: 150 000 – 200 000 fő/ hó
- Aktivitások: 5 000 – 6 000 interakció/ hó

SOCIAL

INSTAGRAM

- Követők száma: 0 → 105 (ápr.1-től)
- Tartalmak: 138 bejegyzés (ápr.1-től)
- Reach: 10 000 – 15 000 fő/ hó
- Aktivitások: 400 – 500 interakció/ hó



tejsziv

Követem

106 bejegyzés

80 követő

12 követés

Tejsziv tejsziv.hu





Tej Világnapja video kerül ide.

AZ ÉN HŐSÖM - RAJZPÁLYÁZAT



517 PÁLYAMŰ

Családi Lap

online

FŐOLDAL | EGÉSZSÉG | ÉLETMÓD | LÉLEK | CSALÁD | GAZDSTÓMIA | SZTÁRVILÁG | SZABADIDŐ | TE

A te hősödben is Tejszív dobog?

Gyerekkrajspályázatot hirdet a Tej Terméktanács

Családi Lap
2017.05.15. 09:58

Szupererő ide vagy oda, időnként a hősöknek is jól jön egy segítség. Eppen ezért ők is tudják, hogy a sok feladat teljesítéséhez, erőletükhez és a szilárd csontokhoz mennyire fontos a vitaminok, ásványi anyagok és fehérjék gazdag táplálkozása, amelynek egyik alapvető forrása a tejtermékek. Nem csoda tehát, ahogy a gyerekeknek, a hősöknek is az egyik kedvenc italuk a tej...

Iskolák között, 1-6. osztályos gyerekeknek hirdet rajzpályázatot a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács Tejszív programja „Az én hősi” címmel, a hazai tejfogyasztásra hívja fel a figyelmet.

A szervezők három korcsoportban várják a kreatív alkotásokat, a beérkező pályaműveket a Tej Terméktanács mellett, a kampányhoz nemrég csatlakozó elspórtok: Kapás Boglárka és Kenderesi Tamás úszók, illetve Nagy Ádám focista zsűrit is. A gyerekek feladata, hogy megrajzolják kedvenc „hősi” vagy akár a saját fantáziájukban élő szuperhőst, úgy, hogy a történetbe bekomponálják a tejet és a Tejszív logót is. A különböző kategóriák győztesét nagyrészt a kreatív művelési csomagjai díjazták, és a Tejszív Facebook oldalán egy közönségszavazást is kiválasztanak a beérkező pályázatok közül, illetve különdíjat részesül a legtöbb egyéni rajztól beérkező osztály is.

Rajzpályázat

A te hősödben is tejszív dobog?

Az eredményhirdetésre és a rajzok kiállítására a június 7-én, a Tej Világnapja alkalmából szervezett gyerekeknek szóló rendezvényen kerül sor, ahol a sportolókkal is találkozhatnak a résztvevők. A rajzok kiállításán mindenki megtekintheti a gyerekek neveit, osztályait, az iskola nevét és címet, a pályamű címet, illetve a kapcsolattartó nevét és telefonszámát.

A pályázatok beküldési (feladási) határideje 2017. június 22. A közönségszavazás a Tejszív Facebook oldalán május 30. - június 2. között az alábbi linken érhető el: „Te én hősi” rajzpályázat közönségszavazása

Ünneplőverseny díjazás: 2017. június 7-én, a Tej Világnapján gyerekeknek szóló rendezvényen A pályázatok postai úton várják, a 1142 Budapest, Kassai utca 71. címre,

Tejben utaznak az úszóbajnokok

Kenderesi Tamás és Kapás Boglárka iskolásokkal találkozott

Igazi vizes nagygyűjtő jutottak főszerephöz a Tej Világnapja alkalmából rendezett eseményen a MOM Sportközpontban. A televízióban gyakran látható Tejszív kampány nagykövetei, Kapás Boglárka és Kenderesi Tamás olimpiai bronzérmes úszók kiskisókolásokkal találkoztak, hogy a játékos programok levelezéssel és irányítás mellett a tejfogyasztást is népszerűsítsék a gyerekek körében.

– Elspórtok számára szinte kötelező a tej és a tejtermékek fogyasztása – mondta Kapás Boglárka, aki azt is elárulta, hogy érzékenysége miatt csak laktózmentes tejet iszik, igaz, abból sokat.

Trade magazin

10

Főoldal | Rólunk | Hírek és cikkek | Látvány Klub | Rendezvények

Tej Terméktanács: három év alatt 10 százalékkal nőtt a tejtermelés

Datum: 2017.06.02. 11:40

Az elmúlt három évben egyértelmű javulás tapasztalható a magyarországi tejiparban, ugyanis a hazai tejtermelés 2013 és 2016 között 10 százalékkal nőtt – közölte a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács az MTI-vel.

A szakmaközi szervezet tájékoztatása szerint a feldolgozók által felvásárolt termelési nyers tej mennyisége 13 százalékkal emelkedett ugyanebben az időszakban. A közlemény idején Harcz Zoltán, a terméktanács ügyvezető igazgatója, aki elmondta: az utóbbi hat évben az átlagos tejtermék-fogyasztás folyamatosan emelkedett, a főbb tejtermékek belföldi értékesítésének számai pozitív változást mutatnak. Például az 1,5 százalékos zsírtartalmú, magyarországi előállítású UHT tejek belföldi eladása 2011-2016-ban a hatszorosára nőtt. Szinte valamennyi főbb tejtermék gyártása emelkedett, a vajé hat év alatt például 54 százalékkal. Ezen időszak alatt a trappista sajt belföldi értékesítése 53 százalékos emelkedést mutatott. Hozzátette, a növekedést támasztja alá az is, hogy az import struktúrájában pozitív változás következett be. A fogyasztói tej importja 2013-2016-ban 11 százalékkal csökkent, miközben egyes feldolgozott késztermékek kivitele emelkedett. Sajtóból és túróból például 43 százalékkal többet exportált Magyarország. Az ügyvezető szerint optimizmusra ad okot, hogy a fogyasztói tej értékesítése évről-évre emelkedik az import ellenében, 2016-ban a tejek belföldi piaci aránya meghaladta a 80 százalékot, míg az import 20 százalék alá csökkent. A tejfogyasztást népszerűsítő Tejszív kampány, amely a belföldi tejtermékek fogyasztásának fontosságára hívja fel a figyelmet. Az idei kampány tavasszal indult, a melyhez három közismert sportoló is csatlakozott: Kapás Boglárka és Kenderesi Tamás úszók, és a labdarúgó Nagy Ádám több rendezvényen is kiáll a hazai tej népszerűsítése mellett. (MTI)

Napi.hu

#FIZETÉS | #ÁLLÁS | #BREXIT | #AUTÓS | #NYUGDÍJ | #ORBÁN VIKTOR | #EGÉSZSÉG | #MEGTARTÁS | #INGATLAN

Jól teljesít a tejipar

Az elmúlt három évben egyértelmű javulás tapasztalható a magyarországi tejiparban, ugyanis a hazai tejtermelés 2013 és 2016 között 10 százalékkal nőtt – közölte a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács az MTI-vel.

Szász Péter, 2017. június 4. vasárnap, 09:43

Hozzászólók

Elküldöm

Ajánlom

A szakmaközi szervezet tájékoztatása szerint a feldolgozók által felvásárolt termelési nyers tej mennyisége 13 százalékkal emelkedett ugyanebben az időszakban.

Elárultak: többször is drágul egy alapélelmiszer augusztustól

Az utóbbi hat évben az átlagos tejtermék-fogyasztás folyamatosan emelkedett, a főbb tejtermékek belföldi értékesítésének számai pozitív változást mutatnak. Például az 1,5 százalékos zsírtartalmú, magyarországi előállítású UHT tejek belföldi eladása 2011-2016-ban a hatszorosára nőtt. Szinte valamennyi főbb tejtermék gyártása emelkedett, a vajé hat év alatt például 54 százalékkal. Ezen időszak alatt a trappista sajt belföldi értékesítése 53 százalékos emelkedést mutatott. Hozzátette, a növekedést támasztja alá az is, hogy az import struktúrájában pozitív változás következett be. A fogyasztói tej importja 2013-2016-ban 11 százalékkal csökkent, miközben egyes feldolgozott késztermékek kivitele emelkedett. Sajtóból és túróból például 43 százalékkal többet exportált Magyarország.

Az ügyvezető szerint optimizmusra ad okot, hogy a fogyasztói tej értékesítése évről-évre emelkedik az import ellenében, 2016-ban a tejek belföldi piaci aránya meghaladta a 80 százalékot, míg az import 20 százalék alá csökkent.

A tejfogyasztást népszerűsítő Tejszív kampány, amely a belföldi tejtermékek fogyasztásának fontosságára hívja fel a figyelmet. Az idei kampány tavasszal indult, a melyhez három közismert sportoló is csatlakozott: Kapás Boglárka és Kenderesi Tamás úszók, és a labdarúgó Nagy Ádám több rendezvényen is kiáll a hazai tej népszerűsítése mellett.

Világgazdaság

2017. június 3. hétfő

CÍMLAP | VÁLLALATOK | KKV | GAZDASÁG | PÉNZÜGY | KÖZÉLET

VG konferenciák | Friss hírek | Adózás | Egészségügy | Energia | Cafeteria | Híreink

Bizakodhatnak a magyar tejtermelők

2017.06.04. 10:25 | 2017.06.04. 11:35 | MTI | Mezőgazdaság | Vállalatok

Ajánlom | Megosztás

Az elmúlt három évben egyértelmű javulás tapasztalható a magyarországi tejiparban, ugyanis a hazai tejtermelés 2013 és 2016 között 10 százalékkal nőtt – közölte a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács.

A szakmaközi szervezet tájékoztatása szerint a feldolgozók által felvásárolt termelési nyers tej mennyisége 13 százalékkal emelkedett ugyanebben az időszakban.

A közlemény idején Harcz Zoltán, a terméktanács ügyvezető igazgatója, aki elmondta: az utóbbi hat évben az átlagos tejtermék-fogyasztás folyamatosan emelkedett, a főbb tejtermékek belföldi értékesítésének számai pozitív változást mutatnak. Például az 1,5 százalékos zsírtartalmú, magyarországi előállítású UHT tejek belföldi eladása 2011-2016-ban a hatszorosára nőtt. Szinte valamennyi főbb tejtermék gyártása emelkedett, a vajé hat év alatt például 54 százalékkal. Ezen időszak alatt a trappista sajt belföldi értékesítése 53 százalékos emelkedést mutatott. Hozzátette, a növekedést támasztja alá az is, hogy az import struktúrájában pozitív változás következett be. A fogyasztói tej importja 2013-2016-ban 11 százalékkal csökkent, miközben egyes feldolgozott késztermékek kivitele emelkedett. Sajtóból és túróból például 43 százalékkal többet exportált Magyarország.

Az ügyvezető szerint optimizmusra ad okot, hogy a fogyasztói tej értékesítése évről-évre emelkedik az import ellenében, 2016-ban a tejek belföldi piaci aránya meghaladta a 80 százalékot, míg az import 20 százalék alá csökkent.

A tejfogyasztást népszerűsítő Tejszív kampány, amely a belföldi tejtermékek fogyasztásának fontosságára hívja fel a figyelmet. Az idei kampány tavasszal indult, a melyhez három közismert sportoló is csatlakozott: Kapás Boglárka és Kenderesi Tamás úszók, és a labdarúgó Nagy Ádám több rendezvényen is kiáll a hazai tej népszerűsítése mellett.

Blikk.hu

AKTUÁLIS | SZTÁRVILÁG | SPORT | VIDEÓK | ELKÖZELKEZŐ | ÉRTÉKELÉS

Lapozás | Szavazás | Feltöltés | Autó | Előretekintés | Szakértői kiadvány | 144 | TITKOS

ELKÖZELKEZŐ | Szavazás | Előretekintés, hogy rendszeresen fogyasszunk tejterméket!

2017. június 14. 18:03

UTASÍR

KÖZÖSSÉG

TELEFON

TE

Fotó: Northfoto

Facebook

Twitter

LinkedIn

Instagram

YouTube

Az elmúlt három évben egyértelmű javulás tapasztalható a magyarországi tejiparban, ugyanis a hazai tejtermelés 2013 és 2016 között 10 százalékkal nőtt. Míg a hazai feldolgozók által felvásárolt termelési nyers tej mennyisége 13 százalékkal emelkedett ugyanebben az időszakban. Az adatok biztatóak a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács szerint, amely idén a Tejszív kampánnyal is népszerűsíti a hazai tejtermékek fogyasztását.

A tejnek számos jóhatású hatása van. A tejben fellelhető ásványi anyagok – mint például a kalcium – fontos szerepet játszanak többek között a gyermekek egészséges fogazásának kialakításában és a csontképződésben, felmunkák pedig a tejtermékek rendszeres fogyasztása segíthet például a csonttörések megelőzésében. Ezért is fontos tejtermékek fogyasztását, mert az ásványi és biológiai anyagok mellett rengeteg vitamint is megtalálhat bennük, így például az E-vitamint, ami védi a bőrt a korai öregedéstől, erősíti a hajszálakat és a körmeiket, és nagy szerepe van az időskori látásélesség megőrzésében. A tejtermékekben még nagy mennyiségben van jelen többek között B-vitamin, ami az érzékszervek és a szív- és érrendszer működését támogatja.

h

HINORA

MARKETING GROUP



tejsziv.hu



Közösségi Marketing Alap

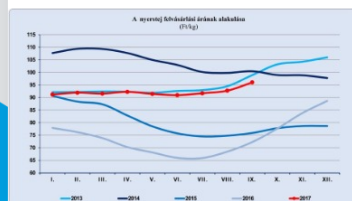
Piaci jelentéstétel

MAGUNKRÓL | HÍREK | TAGFELVÉTEL | HATÁROZATOK | ÁGAZAT | ALAPÁR PROGNÓZIS | ESEMÉNYEINK



Üdvözlünk a Tej Terméktanács megújult weboldalán.

Piaci és ár adatok



Legfrissebbek

Hatósági bejelentések áttekintése

Hatósági bejelentések áttekintése

2017. III. negyedév Tagi Tájékoztató

Kamarai választás - 2017. november 3.

Kamarai választás - 2017. november 3.

Összes

AKI nyerstej átlagár
2017. 09.

96.03
Ft/kg

Nyerstej alapár
prognózis 2017/2018.
"kvótaév"

95
Ft/kg

Veronai nyerstej spot ár
2017.11.06.

42.50
eurocent/kg

EU-28 súlyozott nyerstej
átlagár 2017. 09.

Általános hírek

Kamarai választás - 2017. november 3.

2017.10.24



NAK plakát.pdf

Összes

Hatósági bejelentések

Hatósági bejelentések áttekintése

2017.11.06



Áttekintés.pdf

Összes



tejsziv.hu



Közösségi Marketing Alap

Piaci jelentéstétel

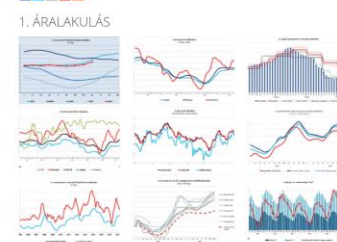
MAGUNKRÓL | HÍREK | TAGFELVÉTEL | HATÁROZATOK | ÁGAZAT | ALAPÁR PROGNÓZIS | ESEMÉNYEINK



PIACI ÉS ÁR ADATOK

PIACI ÉS ÁR ADATOK

1. ÁRALAKULÁS



AKI nyerstej átlagár
2017. 09.

96.03
Ft/kg

Nyerstej alapár
prognózis 2017/2018.
"kvótaév"

95
Ft/kg

Veronai nyerstej spot ár
2017.11.06.

42.50
eurocent/kg

EU-28 súlyozott nyerstej
átlagár 2017. 09.

35.85



tejsziv.hu



Közösségi Marketing Alap

Piaci jelentéstétel

MAGUNKRÓL | HÍREK | TAGFELVÉTEL | HATÁROZATOK | ÁGAZAT | ALAPÁR PROGNÓZIS | ESEMÉNYEINK



42. Tej Világnap

2017.06.07.

A Tej Szakmai Szövetség és Terméktanács 2017. június 7-én, a budapesti MOM Sport Uszoda és Sportközpontban szervezte meg a 42. Tej Világnapi rendezvényt.

A Tej Terméktanács 2017. évi közösségi marketing kampányát fűzti olimpiáknak és sportoló példaképek - Kaptai Boglárka úszónő, Kenderesi Tamás úszó és Nagy Ádám futballista - mint a Tej nagykövetei támogatják.

A program célja a gyermekre, a fiatal generációhoz köti, hangsúlyozza az egészséges életmód és a tejfogyasztás kapcsolatát. Az ünnepség a kormányzati, szakmai szervezetek mellett szociális kiskorúak, valamint a Tejvilágnapi nagykövetei Kaptai Boglárka és Kenderesi Tamás is részt vettek.



AKI nyerstej átlagár
2017. 09.

96.03
Ft/kg

Nyerstej alapár
prognózis 2017/2018.
"kvótaév"

95
Ft/kg

Veronai nyerstej spot ár
2017.11.06.

42.50
eurocent/kg

EU-28 súlyozott nyerstej
átlagár 2017. 09.

35.85

EREDMÉNYEK (Q1-Q3)

MAKRO MUTATÓK

TV	8 984 db spot	1 671 GRP	88,1%	Átl. 19 megtekintés/ fő
OUTDOOR	203 db BB, 57 CLP	BB: Országos, CLP: BP	Május (1 hónap)	Total Reach: 1 451 000 fő
SOCIAL	280+ post	2017. április 1 óta	Kb. 170 ezer interakció/ hó	Kb. 1,7 millió elért felhasználó
YOUTUBE	3 film	27 feliratkozó	Q2 kiemelt PPC kampány	340 000+ össz. megtekintés
tejsziv.hu	9 000+ látogató	2017. Április 6 óta	Látogatások sz.: 11 172	Oldalmegtekintések sz.: 18 839
tejtermek.hu		2017. október 26 óta fut		
PR	143 Megjelenés	Online fókusz	Május-Július	Médiaérték: 15 m Ft



IV.

MERRE VISZ?

AKTIVÁCIÓS ÜTEM #2

A tej útja

A young boy with curly hair, wearing a plaid shirt, is sitting on a large, round haystack in a field. He is holding a white bottle to his mouth and drinking. A small basket of bread is on the haystack next to him. The background is a vast, hazy landscape with rolling hills under a soft, golden light, suggesting sunset or sunrise. The overall tone is warm and nostalgic.

...HOZZÁ VEZET

STRATÉGIA

AKTIVÁCIÓS ÜTEM #1:

- Tejszív, mint brand definiálása a piacon
- Awareness és differenciálás.
- ATL dominancia → lakossági „láthatóság” előkészítése. Fókuszban a nagy elérések és a figyelemfelkeltés (Nagykövetek)

TEJSZÍV
BRAND
AKTIVÁCIÓ

OMÉK
2017.09.19-24.

TEJKARAVÁN
2017.09.24-
2017.12.31.

AKTIVÁCIÓS ÜTEM #2:

- A Tejszív brand életre hívása, ATL felületeken túl is → fókuszban az iskolák és a kisker hálózatok...
- Cél: a személyes bevonódás, élményedukációs platform létrehozása, fogyasztói attitűdformálás

TEJKARAVÁN ROADSHOW ALAPADATOK



BEMUTATKOZIK A TEJKAMION

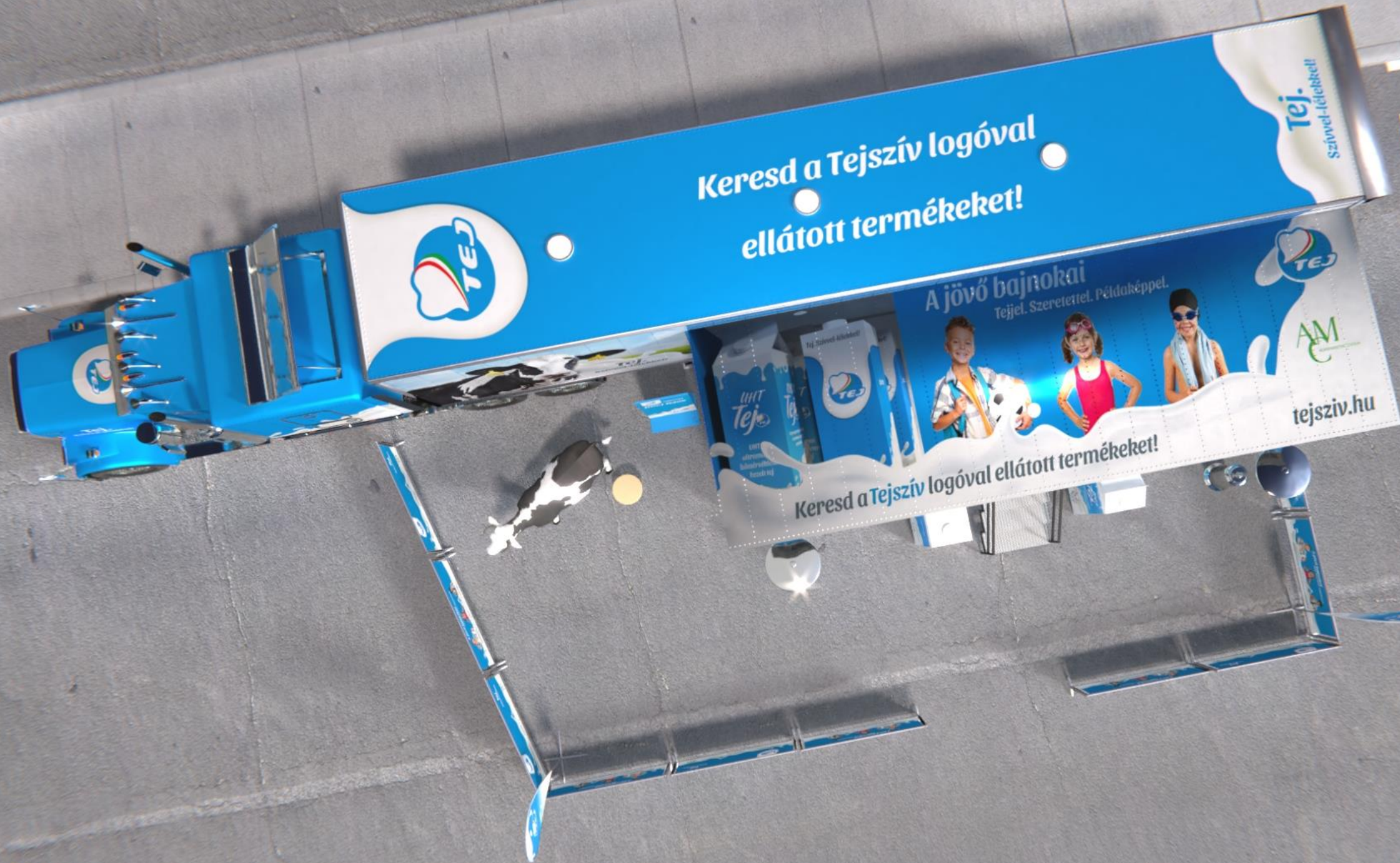


HOGYAN VISSZÜK TOVÁBB A KREATÍVOT?

- A Tej Nagykövetek (sportolók) támogatószerepet töltenek be
- Az aktivitás már közvetlenül a gyerekekből csinál „Tej Nagyköveteket” – tehát a Tejszív megkezdett „sztorija” így folytatódik
- Fő üzenet: A jövő bajnokai – Tejjel. Szeretettel. Példaképpel.











OMÉK TEJSZÍV STAND



tejsziv.hu

301 301

tejsziv.hu

302 302

WWW.SAJTUT.EU

301/b



Magyar Sajtút
Hálózat

EGY TÁJ, EGY ÍZ,
EGY ÉRZÉS



WWW.SAJTUT.EU · INFO@SAJTUT.EU



SKASE
Kis- és Középvállalkozások Magyarországi Szövetsége
Kis- és Középvállalkozások Magyarországi Szövetsége
Kis- és Középvállalkozások Magyarországi Szövetsége



20

KENWORTH

Tej.
Szívvel-lélekkel!



H JOC-591

18X-BB8

Tej.
Szívvel-lélekkel!

CBA
Coop
Mizo
fino
Tesco
Auchan

CBA
Coop
fino
Auchan

CBA
Coop
fino
Auchan

**A 2017-es OMÉK rendezvény közönségdíjas standja lett a
Tej Terméktanács számára tervezett és kivitelezett „Tejszív Stand”**



OMÉK kisfilm kerül ide.

„MÉRLEG”

TEJKARAVÁN ROADSHOW - EDDIG

ADATOK ÉS ELÉRÉSI SZÁMOK (2017.11.14-ig):

- 38 állomás : 10 áruház – 25 iskola – 3 rendezvény/kiállítás
- 5.200 elért látogató + OMÉK + Kaposvár (KÁN)
- 3.605 diák vett részt a programon
- 2017.11.09-ig:
 - 3.605 kiosztott ajándéktárgy
 - 1.684 megtett km
 - 2.079 ledolgozott munkaóra (Hostessek)
 - 744 liter elfogyott tej

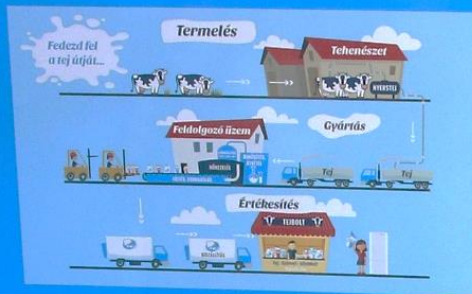
Bajnokok a Roadshow-n:

- Kapás Boglárka az OMÉKRA látogatott ki
- Nagy Ádám a Telkiben tartott válogatott edzését szakította félbe, hogy ellátogasson a Pipacsvirág Általános Iskolába.
- Kenderesi Tomi nov. 29-én Pécsen csatlakozik a Roadshow-hoz, abban az iskolába ahová ő maga is járt.

KAPÁS BOGI OMÉK



A Tej útja



NAGY ÁDÁM
TELKI



4 MOPs

4 MOMENTS OF CONSUMER PLEASURE





A TEJSZÍV, MINT MÁRKA
LÉTREJÖTT, A LAKOSSÁG
SZÁMÁRA ÉRDEMBEN
MEGNYILVÁNULT.

A MÁRKA TARTALMÁT
FOLYAMATOSAN TÁPLÁLNI ÉS
ANNAK LÁTHATÓSÁGÁT
INTEGRÁLT PLATFORMOKON
SZÜKSÉGES BIZTOSÍTANI.

2018
- KARAVÁN FOLYTATÁSA
- TEJSZÍV REMINDER KAMPÁNY



Recognition.

Márka jelenlét.
Kezdjük el megismertetni
azokkal akik eddig még nem
találkoztak vele.
Keltsük életre!



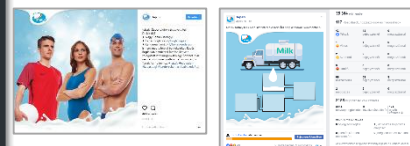
TEJ.
SZÍVVEL-LÉLEKKEL!

A BAJNOKOKBAN
TEJSZÍV DOBOG.



Perception.

Mit üzen a márka/kampány?
Milyen emocionális és racionális
üzenettel bír? Milyen karaktert
visel? Mivel különbözteti meg
magát, hogy a fogyasztók
könnyen felismerjék?



Engagement.

Élmény és bevonódás!
Márka aktiváció: ahol a
fogyasztó pozitív élményként
találkozik a márkával
(promóciók, rendezvények)



Purchase Decision.

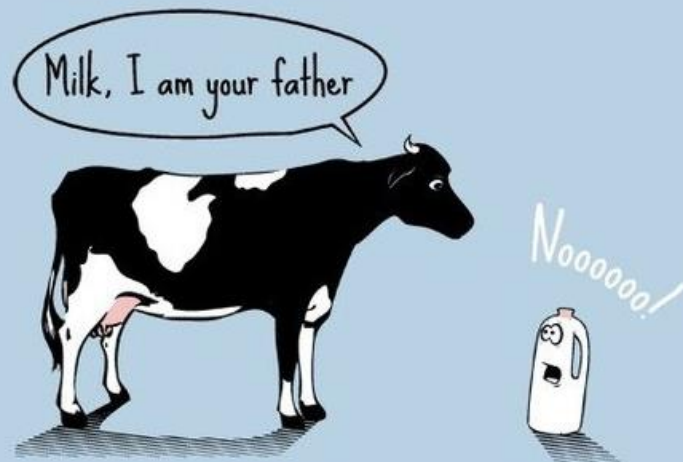
Vásárlás és vevőmegtartás!
Vásárlás folyamata, segíteni a
fogyasztót a végső döntés
meghozataláig egészen a
kampány kezdetétől a vásárlás
pillanatáig.





2018

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!



tejsziv.hu

Facebook.com/tejsziv



HINORA
marketing group

hinora.hu