

Norint įvesti produktą į rinką, yra kelios esminės taisyklės, kurios gali prisidėti prie sėkmės. Itin svarbi yra apgalvota, dėmesį atkreipianti komunikacija. Tačiau ką daryti produktams, kurių reklama yra uždrausta? Lietuvoje priimtas įstatymas skelbia - Lietuvos Respublikoje alkoholio, tabako, receptinių vaistų reklama draudžiama. Visgi kyla klausimas - ar visi rinkos žaidėjai turi vienodas sąlygas?

Komunikacijai būtina skirti dėmesio

Kritinę įtaką produkto įvedimo sėkmei turi komunikacija. Tai patvirtina ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto tarptautinės rinkodaros ir vadybos programos vadovė doc. dr. Lineta Ramonienė.

„Iš atlikto Harvardo universiteto tyrimo žinome, kad 75 proc. naujo produkto įvedimo į rinką atvejų baigiasi nesėkme arba ne tokia didele sėkme kaip planuota. Vartotojai turi pakankamai nusistovėjusius savo produktų krepšelius ir pokyčiui palieka mažiau nei 20proc.“, – teigia ISM docentė.

Į tą krepšelio vietą, kur yra galimybė keistis, nusitaikę šimtai naujų produktų. Anot doc. dr. Linetos Ramonienės, tam, kad pavyktų atkreipti dėmesį, sudominti ir priversti vartotoją pakeisti nusistovėjusius įpročius, reikia itin kūrybiškos komunikacijos.

„Kuo konkurencija rinkoje didesnė, tuo komunikacija, įvedant naują produktą į ją, yra aktualesnė. Naujas produktas į rinką yra įvedamas tik kartą, tad neskirti dėmesio jo komunikacijai arba skirti jį nekokybiškai tiesiog negalima“, – sako ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto tarptautinės rinkodaros ir vadybos programos vadovė.

Iškreipta konkurencija

Nepaisant to, kad alkoholio reklama yra uždrausta, nealkoholinį alų Lietuvoje reklamuoti galima. Tokiu būdu didieji gamintojai, kurie gamina ir nealkoholinį alų, turi galimybę reklamuoti patį prekės ženklą. Visgi yra tokių rinkos žaidėjų, kurie apskritai neturi galimybės įeiti į rinką su naujais produktais. Pavyzdžiui kraftinio alaus gamintojai – jei negaminamas nealkoholinis produktas. Tai iškreipia konkurencijos lygį.

Imant realius pavyzdžius, Lietuvoje alkoholinių gėrimų rinkoje nėra iki galo aišku ir apibrėžta, kiek galima kalbėti apie savo prekės ženklą ir jo identitetą. Anot alaus somelję Vidmanto Čičelio, profesionalūs teisininkai dažnai nežino, kaip gali būti interpretuotas įstatymas.

„Dažnai Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentui yra siunčiamos produktų nuotraukos, etiketės ir tik tada tampa aišku, ar tai bus patvirtinta. Visgi realiai žvelgiant, viskas panašiau į įstatymo interpretaciją, o ne konkrečiai apibrėžtas galimybes“, – situaciją komentuoja Vidmantas Čičelis.

Kaip teigia ISM docentė, įstatymas yra taikomas visiems vienodai, tačiau kalbant apie alkoholinių gėrimų gamintojų rinką, įstatymas yra pakankamai naujas ir tobulintinas.

„Kuo daugiau išimčių bus įstatyme, tuo daugiau bus galimybių jį apeiti. Visgi visada esu už vartotojo ir verslo edukaciją bei sąmoningumo didinimą, o ne įstatymo griežtinimą“, – sako ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto tarptautinės rinkodaros ir vadybos programos vadovė.

Absurdiški (ne)ribojimai

Vidmantas Čičelis išskiria keletą konkrečių pavyzdžių, kai net neaišku, kokios yra galimybės viešai kalbėti apie patį prekės ženklą.

„Visų pirma net nekalbant apie prekės ženklą – juk prieš keletą metų vienas žurnalas gavo baudą dėl to, kad parašė šviečiamąjį straipsnį apie tai, kaip Kuboje gaminami cigarai. Tai buvo traktuojama kaip mokymas pasigaminti cigarus ir skatinamas rūkymas.

Kitas pavyzdys – mums buvo uždrausta prekiauti marškinėliais su baro logotipu, kur yra užrašas „local“, tačiau net neminimas „pub“. Vis dėlto mus tai nustebino, nes visi matome reklamas ir stendus su aiškiais tam tikrų didžiųjų bravorų logotipais. Tačiau jiems užtenka tik prirašyti smulkiomis raidėmis „nealkoholinis“ ir reklama galima“, – apie absurdiškus ribojimus pasakoja alaus someljė.

Vidmantas Čičelis kalba ir apie internetinę prekybą, kai remiami kitų šalių gamintojai.

„Lietuvos gyventojams yra rodoma ir net perkama kitų šalių gamintojų reklama, pavyzdžiui latvių ar estų. Jie gali parduoti internetu ir siųsti į Lietuvos paštomatus, kai nėra įmanoma užtikrinti nei gavėjo amžiaus, nei atsiėmimo laiko. Kyla klausimas, ar tikrai nėra galimybių to kontroliuoti ir kodėl esame linkę ekonomiškai remti kitas šalis, tačiau nepadedame išsilaikyti mūsų šalies gamintojams ir prekeiviams.

Jei Lietuvos įmonė paskelbs Facebook profilyje savo terasoje esančių žmonių nuotrauką, o tolumoje fone matysis legaliai stovintis skėtis su alkoholinio gėrimo logotipu – gausite baudą“, – situaciją komentuoja Vidmantas Čičelis.

SEO paslaugos <https://seopaslaugos.com/>



Get real time update about this post category directly on your device, subscribe now.

[Subscribe](#)