

## 9-МАВЗУ: КУЧЛИ САВДО БЕЛГИЛАРИНИ ЯРАТИШ

### 1. Назорат саволларига жавоб беринг (жавоб 100 сўздан ошмаслиги керак)

1. Қандай қилиб фирма самарали бозор позициясини танлаб, уни истеъмолчиларга этказиши мумкин?
2. Брендни фарқлаш қандай?
3. Маҳсулот ҳаёт айланишининг ҳар бир босқичида қандай маркетинг стратегиялари қўлланилади?
4. Бозор эволюцияси маркетинг стратегияларига қандай таъсир қилади?

### 2. Кейс

#### *Krispy Kreme*

Krispy Kreme йилига 2,7 миллиард донут ишлаб чиқаради. Аммо 2003 йилда Американинг энг иссиқ бренди деб номланиш учун янги ва иссиқ донутларни пишириш кифоя қилмайди. 2000 йилда фонд биржасида рўйхатга олинганидан бери 3 йил ичида Krispy Kreme компаниясининг акциялари нархи тўрт баравар ошди ва бугунги кунда 300 дан ортиқ муассасаларнинг бутун тармоғи ҳар йили бир миллиард долларга олиб келади.

Қандай қилиб Krispy Kreme донутларни долларга айлантиради? Брендни диққат билан жойлаштириш ва маҳаллий маркетинг муваффақият калитидир. «Бизда камтар бренд ва оддий маҳсулот бор», дейди бош директор Скот Ливегуд. «Улар ажойиб эмас». Компания 1937 йилда пайдо бўлган ва унинг қиёфаси қисман «яхши кунлар» туйғусига асосланган. Оддий қизил, яшил ва оқ ранглар ва ретро услубидаги декорациялар 1950 йиллардаги мукамал «бахтли кунлар» ғоясини, шунингдек, болаларга жуда ёқадиган «Fogmisa» пластик мебеллари дўконларини уйғотади. «Биз ҳар бир мижданинг тажрибаси яхши кунлар ва ёқимли хотиралар билан боғлиқ бўлишини истаймиз», дейди S.Lenngud.

Бундан ташқари, Krispy Kreme бренди имиджининг ажралмас хусусияти иссиқ донутларнинг тазеликидир - бу бир неча соатдан кейин йўқ бўлиб кетадиган сифат. Қадоқланган ва қайта ишланган замонавий дунёда иссиқ донутларга ҳеч нарса таҳдид солмайди. Компания асосан оддий истеъмолчилар даражасида маҳаллий, оғзаки маркетингни амалга оширади. Krispy Kreme анъанавий маънода реклама бюджетига эга эмас. Айнан «дала маркетинг менежерлари» маҳаллий ҳамжамиятлар ва хайрия ташкилотлари томонидан қўллаб-қувватланган. Масалан, компания хайрия ташкилотларига 50% чегирма билан донутлар бериш орқали маблағларни тўплашда ёрдам беради ва кейинчалик улар тўлиқ нархда сотилади. Бундай маҳаллий савдо-сотиқ Krispy Kreme брендини реклама қилиш воситасига айланди.

Бошқа тактика - бозорга кириш арафасида телевизор ва радио студияларида ва газета идораларида бепул донутларни тарқатиш. Krispy Kreme 1996 йилда Нью-Йоркда ўзининг биринчи дўконини очиб, тўнтариш ясади. Компания Today Show телевизион дастурига донут қутилари етказиб берди, бу эса брендининг бир неча донут нархига кўп миллион долларлик томошабин билан алоқасини таъминлади.

Ҳатто биржанинг IPO кунида фонд биржаси залида юқори кайфият ҳукм сурди, чунки компания барчага ўз маҳсулотларига бепул муомала қилди.

Ҳар бир маҳаллий «Krispy Kreme» кафелар дўкони кунига бир неча марта «очиладиган» «Donuts театри» номи билан мустаҳкамланган бренднинг эмиссари. Дўконда эълон: «Ва энди - иссиқ Donutsлар!» Кенг шиша деворга ташриф буюрувчиларга пишириш жараёнини кузатишга имкон беради.

Donuts театри уч босқичда ишлайди. Тўғри даражада, бу меҳмонлар учун донут тайёрлаш жараёнида иштирок этадиган ўйин-кулги. Бевосита даражада, бу деярли стерил шароитда тайёрланган маҳсулотларнинг мутлақо янги эканлигини исботлайди. Шов-шувли даражада, С. Ливенгуд таъкидлаганидек, “печ орқали конуснинг бўйлаб қисмларининг ҳаракати таскин берувчи, деярли гипноз таъсирига эга. Денгиз бўйида туриш ва қирғоққа келаётган тўлқинларни кўриш билан деярли бир хил: одамларга ижобий таъсир кўрсатадиган бир хил, ритмик, тинчлантирувчи ҳаракат.”Иссиқ Donuts тўлқинларини кўриш учун оломон дўконга келишади. Улар иссиқ хамир овқатларининг хушбўйлигини ҳис қилиш, ванил сирли шаршарасини кўриш, оғзингизда қайнаб турган «мазали донуц» нинг илиқлигини ҳис қилиш учун узок қаторларда туришга тайёр.

Donuts театри - бу пишириш жараёнида миждозларни жалб қиладиган ва уларни жараённинг бир қисми сифатида ҳис этадиган ўзига хос шоу. Ушбу шоу-бизнеснинг яна бир йўналиши - Krispy Kreme маҳсулотларининг The Sopranos сингари машҳур серияларда пайдо бўлиши каби фильмлар.

Компания ўз даромадининг олтмиш беш фоизини 106 та ўз қаҳвахоналари орқали донларни сотиш орқали олади. Яна 31 фоизи Donuts, нон пишириш машиналари учун ун аралашмасини сотиш ва франчайзинг тизимида ишлайдиган 186 дўконга Donuts етказиб беришдан иборат. Ва ниҳоят, қолган 4% лицензияларни сотиш ва франчайзинг ҳиссалари ҳисобига тушади.

Krispy Kreme ҳозирда ўз-ўзига хизмат кўрсатадиган озиқ-овқат дўконлари орқали донутларни тарқатмоқда ва сотмоқда. Бу брендга зарар келтирадими? Стан Паркер, маркетинг бўйича вице-президентнинг таъкидлашича, йўқ, чунки компания барибир маҳсулотнинг янгилиги ҳақида қайғуради. У ҳар куни супермаркетларга Krispy Kreme маҳаллий дўконларига дон қутиларини олиб келади ва сотилмаган акцияларни йўқ қилади. Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш дўконларида маҳсулот одамларга янги донутларнинг таъмини эслатиб туради, оёқлари эса уларни Krispy Kreme дўконларига олиб боради.

Krispy Kremening муваффақияти унинг асосий рақобатчиси Дункин Донац учун ташвишли кўнғироқ бўлди, унинг дафн маросимида дам олишга одатланган. Рақобатбардош иккита кучли хитлар - Krispy Kreme Donatsлари ва Starbucks қаҳвахоналари - Dunkin Donats ини ўзларининг меню ва дўкон тизимини қайта кўриб чиқишга мажбур қилишди: йиллар давомида на ўзгарди. Dunkin Donats ғилдиракни ихтиро қилмасдан, балки «озиқ-овқат хизмати сотувчиси» га ишонишга қарор қилди. Унинг менюсида буклетлар, паст калорили кеклар ва нонушта учун сендвичлар бор эди. 2003 йилда 3 миллиард доллар даромадга эга бўлган Dunkin Donats ни, албатта, Krispy Kreme билан таққослаб бўлмайди, аммо гигант истеъмолчиларнинг ошқозонлари ва қалбларига янги усулларни топиш учун кўп ҳаракат қилиши керак, чунки сиз аниқ айта оласиз: Krispy Kreme ни соғиниб олинг ҳеч кимга бермайди.

**Муҳокама учун саволлар (жавоблар 100 сўздан ошмаслиги керак)**

1. Krispy Kreme муваффақиятининг асосий омиллари нимада?
2. Krispy Kreme нинг заифлиги нимада? Компания нимадан эҳтиёт бўлиши керак?
3. Krispy Kreme нинг энг яхши раҳбарларига келажакда қандай тавсиялар берасиз? Улар қандай ғояларни ҳаётга қайтаришлари керак?

(Жавоблар 100 сўздан ошмаслиги керак)