



**НОВ  
БЪЛГАРСКИ  
УНИВЕРСИТЕТ**

---

# КАЗУС

ПО

**МВАМ064D СТРАТЕГИЧЕСКИ МАРКЕТИНГ МЕНИДЖМЪНТ**

**НА ТЕМА:**

**АНАЛИЗ НА МАРКЕТИНГОВАТА СТРАТЕГИЯ НА**



Изготвил:

Проверил:

*2018*

## **1. Представяне и анализ.**

Nescafe е марка инстантно кафе, собственост на Nestle. Името е комбинация от думите "Нестле" и "кафе", в които "Nes" означава магия, а "кафе" си означава кафе. Флагман продукта на Nestle кафе на прах е представен в Швейцария на 1 април 1938 г., след като е бил развиван 7-8 години от Max Rudolf Morgenthaler, швейцарски химик за храни, считан за изобретател на Nescafe. В Съединените щати името Nescafe е използвано върху продуктите до 60-те години на миналия век.

С вече установените марки на пазара в страната, конкуренцията е ожесточена. Другият основен играч и конкурент в този сегмент е Jacobs. Но важното е, че Nescafe е лидер с около три четвърти дял.

## **2. Анализ на маркетинговата окръжаваща среда.**

### **- Технологична среда**

Бързият технологичен напредък в производството, както и нивото на комуникациите, имат голямо влияние върху операциите на марките за кафе. Светът е „по-близък“ и бързо развиващите се комуникационни технологии правят маркетинговите усилия по-ефективни. Повечето канали като Facebook, YouTube, Twitter, World Web, Mobility добавят допълнителна стойност към маркетинговите стратегии на тези марки. Nestle също така използва всички тези обещаващи канали, за да накара клиентите да знаят и разбират тяхната марката Nescafe.

Технологиите са важна част от научноизследователската и развойна дейност на Нестле. Компанията има заети инженери, работещи в областта на научноизследователската и развойната дейност, в различни области - от опаковки и оборудване, до технологии за производство на храни и производство на нови напитки като Nespresso, Nescafe Dolce Gusto и Special.

Технологията за увеличаване на пяната е помогнала на Nescafe Cappuccino да има по-малко мазнини и пяната да бъде много по-гъста и по-трайна от обикновената.

### **- Политическа среда**

В страна като България всяко законодателство или политическа ситуация може да окаже пряко влияние върху постигането на целите на всеки бизнес. Особено през изборителния сезон бизнесите могат да изпитат не малко случаи на политически атаки. Също така дискусиите относно ПЧИ приемат различни форми според политическите програми на управляващите и опозиционните партии.

### **- Икономическа среда**