



**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

РАЗРАБОТВАНЕ НА ПР СТРАТЕГИЯ ЗА БРАНД МИНЕРАЛНА ВОДА ДЕВИН

Изготвил:

Проверил:

София, 2018

1. Представяне на бранда и анализ на пазара.

Водата е основната необходимост от човешките същества и нарастващата информираност на потребителите за здравни навици води до развитието на индустрията за минерална вода в България.

Основана през 1992 г. и със седалище в София, Девин АД бутилира и продава широка гама от продукти, включително минерална вода, изворна вода и трапезна вода. Заедно с националната си мрежа от партньори за дистрибуция, компанията доставя своите продукти на повече от 35 000 търговски обекта в цялата страна.

През последните седем години Девин АД е изпълнила значителни оперативни подобрения и е стартирала разнообразие от иновативни нови продукти. С комбинирания ефект от тези инициативи продажбите са се увеличили с над 30%, а EBITDA се е увеличил повече от два пъти.

Девин е най-голямата компания за бутилиране на натурална минерална вода и водещата марка за бутилирана вода на българския пазар с пазарен дял от 31%. Основната дейност е бутилиране и дистрибуция на минерална вода, изворна вода, безалкохолни и газирани безалкохолни напитки, енергийни напитки и лед чай. Девин е единствената водеща марка, предлагаща както минерална, така и изворна вода. Девин е концесионер на изворите, намиращи се в Родопите. Минералната водата идва от дълбочина 700 м и има ниска минерална концентрация и благоприятно химическо съдържание, което я прави подходящ за ежедневна консумация.

Девин притежава няколко права за концесия:

- Концесионен извор С5, даден за 15 години и с капацитет от 90 м литра годишно с опция за подновяване на договора;

- Концесионен извор С3 с капацитет 30 м годишно и договор за 25 години.

Най-значителен дял в продажбите представлява минералната вода PET 0,5 L и PET 1,5 L. Предлаганата минерална вода в PET бутилки в 3, 5 и 10 литра е най-популярна на пазара.

С подобряването на дейността и разширяването на продуктовото предлагане, Девин е утвърдила своята лидерска позиция на българския пазар на бутилирана вода.

Девин има силна продуктова линия и имидж на пазара. Компанията има силен канал за дистрибуция в страната.

Минерална вода Девин притежава най-голям пазарен дял в България като неин основен конкурент е марката минерална вода Горна Баня. Банкя е на трето място.