

PRilika 2013, Zlatibor, 14. novembar 2013.

## STUDENTSKO TAKMIČENJE DRUŠTVA SRBIJE ZA ODNOS S JAVNOŠĆU

### Prikaz problema i zadatak

Kompanija Henkel  
Persil tečni detergents



**TEMA:** Razvoj segmenta i komunikacija ključnih pogodnosti krajnjim  
potrošačima

### *O kompaniji Henkel*

Kompanija Henkel osnovana je 1876. godine i zauzima vodeće pozicije na svetskom tržištu, kako u potrošačkom, tako i u industrijskom sektoru. Henkel širom sveta posluje sa vodećim brendovima i tehnologijama u tri sektora poslovanja: Laundry & Home Care (Detergents i kućna hemija), Beauty Care (Kozmetika) i Adhesive Technologies (Adhezivi Tehnologije).

Među najpoznatije Henkel-ove internacionalne i lokalne brendove spadaju:

*U sektoru Detergents i kućna hemija:* Persil, Merix, Mer, Pril, Somat, Dečiji sapun, Bref

*U sektoru Beauty Care:* Schwarzkopf, Fa, Syoss, Palette, Vademecum, Schauma, Ten San

*U sektoru Adhezivi Tehnologije:* Ceresite, Loctite, Macroflex, Technomelt

Kompanija Henkel, čije se sedište nalazi u Dizeldorfu, u Nemačkoj, sa oko 47.000 zaposlenih širom sveta spada među najangažovanije nemačke kompanije.

Kompanija Henkel posluje u Srbiji od 2002. godine, kada je privatizovana Merima iz Kruševca, što se do danas smatra jednom od najuspešnijih privatizacija. Od svog dolaska, investirala je više od 130 miliona eura. Za narednih nekoliko godina najavljene su investicije u vrednosti većoj od 40 miliona eura.

Henkel Srbija posluje na tri lokacije. U Beogradu se nalazi administrativni centar, proizvodnja praškastih i tečnih detergenata odvija se u proizvodnim pogonima u Kruševcu, dok u Indiji posluje Henkel Ceresit - fabrika za proizvodnju građevinskih praškastih lepкова i tečnih maltera.

Henkel Srbija snabdeva više od 55 miliona potrošača iz regiona, izvozi svoje proizvode u više od 15 zemalja i nadležna je za poslovne operacije nekoliko zemalja regiona.

### ***Brend Persil: Istorija***

Godine 1907. Henkel-ovi hemičari uspeali su da revolucionalizuju proces pranja. Kombinovali su natrijum silikat sa natrijum perboratom, što je stvaralo fino raspršene mehuriće kiseonika prilikom otkuvavanja veša. Za razliku od hlora koji je do tada morao da se koristi, ova kombinacija je izbeljivala veš posebno nežno i bez mirisa. Prvi aktivni detergent za veš je rođen: Persil, 6. juna 1907. godine.

### ***Persil gel - karakteristike proizvoda***

Persil gel je univerzalni detergent za pranje sa tečnim enzimom za savršenu čistoću i sjaj već na 20°C, u inovativnoj formuli gela sa jedinstvenim tečnim odstranjivačem fleka. Dodatno, niže temperature čuvaju svežinu boje i oblik vlakana duže nego inače. Na nižim temperaturama se štedi novac i doprinosi očuvanju životne sredine. Kraći ciklusi pranja takođe štede vreme potrebno za kućne poslove. Persil gel je dostupan u sledećim varijantama: za beli veš (Regular), za obojeni veš (Color), za crni veš (Black) i varijanta za osetljivu kožu (Sensitive).

Persil je na tržištu Srbije prisutan od 2005. godine u formi praškastih i tečnih (gel) detergenata. Struktura prometa i tržišnog učešća Persil Gela znatno je manja u poređenju sa praškastim detergentima, što odražava i segmentaciju tržišta.

### ***Segmentacija tržišta***

Segmentacija tržišta u okviru detergenata za mašinsko pranje rublja obuhvata sledeće kategorije formi detergenta: praškasti, tečni u vidu gela i kapsula, kao i praškasti u formi tableta.

Segment tečnih/gel detergenata je izrazito mali (oko 2% tržišnog udela; izvor AC Nielsen za period MJ 13) u poređenju sa zemljama bivše Jugoslavije, gde ovaj segment ima rastući trend i dostiže čak i do 30% tržišnog udela (Slovenija).

U zapadnoj Evropi, ovaj segment (gel) daleko je razvijeniji i doseže i do 50% učešća (primer Austrija) u total kategoriji detergenta za mašinsko pranje rublja.

### **Projekat: Likvidizacija - unapređenje segmenta tečnih/gel detergenta**

Ideja projekta Likvidizacije (unapređenje segmenta tečnih/gel detergenta) leži u konstantnim težnjama brenda Persil da donosi inovacije, uspostavlja trendove i doprinosi održivosti i unapređenju korišćenja proizvoda za dobrobit kako krajnjih potrošača, tako i društva u celini.

Cilj projekta jeste približiti potrošačima koncept tečnih detergenata za mašinsko pranje rublja, što će za direktnu posledicu imati povećanje i razvoj segmenta tečnih detergenata u celini.

**Tim studenata treba da da predlog aktivnosti kojim bi se:**

- Edukovali potrošači o ključnim karakteristikama proizvoda;
- Edukovali potrošači o ključnim pogodnostima proizvoda u odnosu na praškaste detergente i pospešio 'trial' ovih proizvoda;
- Edukovali potrošači o načinu doziranja proizvoda;
- Unapredio imidž brenda Persil kao lidera u inovacijama u okviru kategorije detergenata za mašinsko pranje rublja.

Predlog aktivnosti treba da bude potkrepljen prethodnom analizom tržišta potrošača, na osnovu kojih će biti predložene konkretne komunikacione aktivnosti.

**Vaš zadatak:**

- Analiza tržišta i potrošača kako bi se jasno odredila i definisala ciljna grupa potrošača kojoj je upućena predložena komunikacija;
- Definisanje/analiza problema zbog čega je segment tečnih detergenata i dalje mali u poređenju sa praškastim i zbog čega potrošači koriste tečne detergente u većoj meri;
- Odrediti komunikacione ciljeve (koji deo potrošača želimo da pokrenemo na upotrebu tečnih detergenata / ko su novi potrošači / kako nagraditi postojeće potrošače);
- Definirati komunikacionu strategiju i alate;
- Odrediti vremenski okvir (aktivnosti mogu biti podeljene po fazama - timeline aktivnosti mora da postoji).

Za sve predložene aktivnosti, važno je dostaviti i predlog budžeta, kontrolne mere, kao i mere za evaluaciju uspešnosti projekta.

### **Propozicije studentskog takmičenja:**

- Učesnici takmičenja mogu da budu svi studenti osnovnih akademskih i master studija, na državnim i privatnim fakultetima u Srbiji. Pravo učešća imaju redovni i vanredni studenti, mlađi od 27 godina.
- Kandidati treba da formiraju timove od najmanje tri do najviše četiri člana, da svom timu daju naziv, koji će ujedno biti i šifra njihovog rada. Naziv ne sme biti asocijativno vezan za fakultet sa kojeg su studenti, niti za njihova imena i prezimena. Navođenje fakulteta ili imena i prezimena studenata, odnosno imena ili prezimena profesora koji studentima predaju, na bilo kom mestu u radu, razlog je za diskvalifikaciju.

- Sastav tima može se menjati do predaje rešenja zadatka. Nakon predaje rešenja zadataka, sastav tima ne može se menjati, a izostanak člana tima usled više sile prijavljuje se najkasnije 2 sata pre početka finala.
- U slučaju bolesti ili sprečenosti jednog člana tima, tim može nastupiti u finalu. U slučaju bolesti ili sprečenosti više od trećine članova tima, tim ne može nastupiti u finalu.
- Rad se sastoji iz dva dela - tekstualnog i prezentacionog.
- U tekstualnoj formi rad mora da ispuni sledeću formu:
  - font: Arial, veličina: 11 za osnovni tekst; 14+bold za naslov rada; 12+velika slova+bold, za naslove u prvom nivou (1.); 12+bold za naslove u drugom nivou (1.1.); 12 za naslove u trećem nivou (1.1.1.);
  - razmak između redova: 1,15 bez uvlačenja početnog reda u pasusu;
  - razmak između pasusa 6 pt;
  - razmak između naslova i teksta: iznad naslova 8 pt, ispod naslova 6 pt;
  - sve margine 3 cm, osim desne, koja treba da bude 2,5 cm;
  - format A4;
  - stranice moraju biti numerisane, sa odgovarajućom naslovnom stranom, koja je bez numeracije.
- Prezentacioni deo rada može biti napravljen u formi PPT prezentacije ili u bilo kojoj drugoj prezentativnoj formi za koju se tim opredeli. Ukoliko je prezentacija urađena u nekom specifičnom programu, potrebno je žiriju obezbediti i sam program. Prezentacija ne sme sadržati više od 25 slajdova.
- Radovi se šalju e-mailom Društvu Srbije za odnose s javnošću, na adresu: [drustvo@pr.org.rs](mailto:drustvo@pr.org.rs)
- Poslednji rok za slanje radova je ponedeljak, 21.10.2013. godine, do 17 časova.

### Takmičenje se obavlja u tri kruga:

**I krug - do 30.09.2013. do 17h - prijava timova**

**II krug - 21.10.2013. do 17h - predaja tekstualnog dela rada i prezentacije**

- Žiri je sastavljen od predstavnika Društva Srbije za odnose s javnošću, stručnjaka i analitičara.
- Sve radove žiri dobija pod šifrom, tako da članovi žirija nemaju uvida u imena studenata i nazive fakulteta sa kojih dolaze.
- O tome koji su radovi ušli u III krug takmičenja, tj. u finale, učesnike će obavestiti sekretar Društva Srbije za odnose sa javnošću do četvrtka 31.10.2013. godine.

Tri najbolje ekipe, koje članovi žirija odaberu u ovom krugu, izložiće svoje prezentacije na finalu takmičenja studenata, koje će se održati 14.11.2013.

godine, u okviru godišnje konferencije Društva Srbije za odnose s javnošću PRilika 2013.

### **III krug - 14.10.2013. - finalno takmičenje**

Finalno takmičenje biće održano na Zlatiboru, **14. novembra 2013. godine u 16 časova.**

- U finalnom delu takmičenja učestvuju tri najbolje ocenjenjena rada/tima.
- Sva tri tima treba da budu spremni da prezentuju svoj rad u trajanju od 25 minuta i 5 minuta za odgovore na pitanja žirija. PPT prezentaciju za finalno takmičenje neophodno je dostaviti elektronskim putem na adresu [drustvo@pr.org.rs](mailto:drustvo@pr.org.rs) najkasnije do nedelje, 10.11. do 17 časova (ukoliko ima izmena u prezentaciji dostavljenoj u II fazi).
- U toku i nakon prezentacije svakog tima, članovi žirija će takmičarima postavljati dodatna pitanja u vezi sa predstavljanim radom.
- Nakon prezentacije poslednjeg finaliste, svaki član žirija pojedinačno javno saopštava bodove/ocene svakog segmenta koji se ocenjuje za svaki tim.
- Rezultati se automatski zbrajaju, tako da se neposredno nakon glasanja zna i plasman svih finalista, odnosno - ko je pobednik.
- Stručni žiri će proglasiti pobednika, kao i drugoplasirani i trećeplasirani tim.

### **Kalendar takmičenja:**

- 22.09.2013. - Objavljivanje zadatka i propozicija takmičenja na sajtu DSOJ
- 30.09. 2013. do 17h - Rok za prijavljivanje timova
- 21.10.2013. do 17h - Rok za predaju studentskih radova
- 31.10.2012. do 17h - Žiri objavljuje rezultate prvog kruga takmičenja i saopštava imena tri tima koja su se plasirala u finale
- 14.11. 2013. godine u 16 časova - Finalno takmičenje 3 prvoplasirana tima

### **Nagrade za sve članove tima:**

**III mesto** - kotizacije za konferenciju PRilika 2013, smeštaj u Hotelu Mona tokom trajanja konferencije (3 noćenja na bazi polupansiona) i DSOJ članarina za 2014. godinu.

**II mesto** - kotizacije za konferenciju PRilika 2013 i smeštaj u Hotelu Mona tokom trajanja konferencije (3 noćenja na bazi polupansiona), DSOJ članarina za 2014. godinu i adekvatna literatura iz oblasti odnosa s javnošću.

**I mesto** - kotizacije za konferenciju PRilika 2013 i smeštaj u Hotelu Mona tokom trajanja konferencije (3 noćenja na bazi polupansiona), DSOJ članarina za 2014. godinu, adekvatna literatura iz oblasti odnosa s javnošću i praksa u kompaniji Henkel.

*Za sve dodatne informacije možete se obratiti Dunji Obradović, sekretarki Društva na e-mail [drustvo@pr.org.rs](mailto:drustvo@pr.org.rs)*