

S.I.GROUP

## **ТМ «Флинт» лидирует в Молдове и Приднестровье**

Сухарики «Флинт» знают в Молдове и Приднестровье с 2004 года. Их успех был предопределен несколькими факторами. Во-первых, фактор менталитета. В Молдове любят все европейское, соответственно, хорошо принимают западные бренды. Поэтому молдаванам сразу же пришелся по душе «Флинт», стилизованный на европейский манер.

Фактор № 2 - маркетинговая стратегия. «Флинт» - яркий, по-молодежному динамичный бренд. С учетом этих факторов и была разработана масштабная рекламная компания, ориентированная преимущественно на подростков и молодежь. Сухарики «Флинт» не имеют привычки скучно лежать на полках магазинов, почивая на лаврах. Они, вернее, их создатели – команда профессионалов – постоянно работают: многочисленные акции и трейд-мероприятия не дают возможности поклонникам бренда заскучать и переключиться на конкурентов.

Третий фактор – это сам продукт, а именно его высокое качество и оригинальные вкусы. ТМ «Флинт» постоянно расширяет ассортиментную линейку, ориентируясь на ожидания потребителя. Так, один из последних вкусов, которыми расширился «Флинт» - это вкус краба. Он был выбран не случайно, а введен на основании данных исследования потребительских предпочтений. Исследование проводилось в нескольких странах, где продается ТМ «Флинт», а его реципиентами стали тысячи молодых людей – поклонников торговой марки.

Совокупность данных факторов и послужила основанием для завоевания и удержания устойчивых лидерских позиций ТМ «Флинт».