

KLASA pomáhá, KLASA prodává

První čtvrtletí roku 2011 je sice za námi, přesto nám dovolte vrátit se ke konci loňského roku a ke dvěma průzkumům, které v tomto období proběhly. První z nich, zaměřený na vnímání značky KLASA spotřebitelskou veřejností, realizovala společnost STEM/MARK a jeho výsledky jsou více než uspokojivé. KLASA představuje v 67 % případů nejčastěji spontánně zmiňovanou značku označující kvalitu potravin, což několikanásobně převyšuje znalost obdobných značek kvality, jako například Bio, Czech made nebo Česká kvalita, a znamená mírný nárůst (5 %) proti roku 2009. Navozená znalost značky KLASA se dokonce vyšplhala až na 92 %. Podle průzkumu pomáhá logo KLASA spotřebitelům při výběru potravin a produkty s ním považuje 84 % respondentů za opravdu kvalitní.

Podobně pozitivně hodnotí značku KLASA i výrobci. Mezi těmi, kteří na svých výrobcích logo KLASA mají, realizovalo marketingové oddělení SZIF na konci roku 2010 dotazníkové šetření. Vyplývá z něj, že logo KLASA na výrobcích má pozitivní vliv na prodeje výrobků (uvedlo 76 % respondentů), které zvyšuje minimálně o 15 %, a to i v období ekonomické krize. Dvě třetiny výrobců uvádějí, že chtějí usilovat o získání loga i na další výrobky. Pozitivní přínos pro výrobce určitě představuje i rostoucí zájem řetězců. Například Globus, Kaufland a Interspar zvýšily v posledních dvou letech zalistování výrobků označených logem KLASA o desítky procent.

Naše KLASA v roce 2011

Značka KLASA přichází v roce 2011 s novou komunikační kampaní, která se více soustředí na emoce spotřebitelů. Společným jmenovatelem celé kampaně je nový slogan Naše kvalita zaručena, který propojí nejen vizuály, ale i všechny aktivity, kterých se KLASA v roce 2011 zúčastní. A že jich nebude málo! Kromě bill-



boardové kampaně, která odstartuje 10. dubna a představí pět nových vizuálů propojených nejen zmiňovaným sloganem, ale i novým motivem českého vesnického kostelíku, vyrazí KLASA opět mezi lidi, do českých a moravských měst. Chystá se série roadshow, na kterých se ve stánku KLASA představí výrobci z daného regionu, jejichž produkty se již českým označením kvality pyšní. Nedílnou součástí kampaně bude podpora výrobků s logem KLASA přímo v místech prodeje populární formou ochutnávek. Spotřebitelé se na ně mohou těšit od května až do července v nejrůznějších řetězcích, například v COOP, Kauflandu nebo Globusu. KLASA o sobě dá v roce 2011 vědět i v rozhlasu a tisku a nezapomene ani na oblíbené spotřebitelské soutěže. Ta první – Sbírejte, vystřihujte, vyhrávejte – startuje už 4. dubna a poběží až do 3. července.

