

ABSOLUT® Country of Sweden VODKA

מותג הוודקה אבסולוט השיק השנה בישראל את וודקת האולטרה פרימיום ABSOLUT ELYX באמצעות מהלכי שיווק "מכה לאוזן", שפנו למובילי דעת קהל בתחום חיי הלילה והמסעדות

בשנת 2008 רכש תאגיד האלכוהול פרנו-ריקארד את השליטה במותג אבסולוט, לאחר שממשלת שבדיה הציעה אותו למכירה, במה שנחשב להפרטה הגדולה בתולדות המדינה. שווי העסקה עמד על 8.8 מיליארד דולרים. החל מיולי 2010, עבר שיווק המותג בישראל לידי חטיבת Wine & Spirit של חברת טמפו.

הסביבה התחרותית

הוודקה מהווה 60% משוק האלכוהול בישראל, והיא נצרכת במיוחד בשילוב עם משקאות אנרגיה. אבסולוט מובילה במשותף את שוק וודקות הפרימיום בישראל, כששני השחקנים המובילים מהווים 70% משוק וודקות הפרימיום. מכירות הוודקה מתחלקות שווה בשווה בין השוק החם (רשתות שיווק, חנויות אלכוהול) לבין השוק הקר (פאבים, מסעדות ומלונות). חוזקו של המותג בשוק הקר, התדמיתי, משפיע באופן ישיר על רמת המכירות והביקוש בשוק החם, ועל כן חברות האלכוהול פועלות ומשקיעות בקרב מובילי דעה בשוק הקר.

האתגר השיווקי

שוק הוודקה בישראל הפך בשנים האחרונות משוק ריכוזי, שבו פועלים שלושה שחקנים מרכזיים, לשוק מבוזר עם ריבוי מותגים. האינפלציה המותגית אתגרה את משווקי אבסולוט בישראל לשמר את הבידול ואת המעמד האייקוני של המותג. במקביל, בשנים האחרונות עוברים שוק האלכוהול בכלל ושוק הוודקה בפרט שני תהליך מרכזיים: פרימיומיזציה - השקת מוצרי פרמיום בקטגוריות האלכוהול השונות, והשקת מוצרי וינטאג', שחוזרים לפשטות ולעבודת היד בתהליכי היצור שלהם.

הפתרונות היצירתיים

בסוף שנת 2011, כדי לחזק את מעמדו של המותג בסגמנט הסופר פרימיום ובשוק הוודקה בכלל, השיקה



לארס אולסון סמית, יזם שבדי צעיר ובעל חזון, שרצה לייצר את הוודקה הנקייה והטהורה ביותר בעולם, פיתח שיטת זיקוק ייחודית - זיקוק מתמשך. שיטת הזיקוק המתמשך אינה מצריכה סינון בפחם ועל כן הוודקה המיוצרת באמצעותה היא לא רק נקייה וטהורה, אלא גם שומרת על מאפייני חומר הגלם. בשנת 1879 השיק לארס את הוודקה שלו וקרא לה "אבסולוט רנט ברנווין" - שפירושה בשבדית: "וודקה טהורה לחלוטין". אבסולוט וודקה עשויה מרכיבים טבעיים בלבד: מי באר טהורים וחיטת חורף עשירה ומאוזנת ברמות העמילן והפרוטאין. ובשונה מוודקות רבות אחרות היא אינה מכילה תוספת סוכר. אבסולוט היא בעלת טעם עשיר, גוף מלא ומורכב ועם זאת היא חלקה ועדינה. כל בקבוק אבסולוט שנמגז בעולם מיוצר באותו מקום, בדרום מערב שבדיה, בעיירה הצוירית - אוהוס, מה שמבטיח בקרת איכות אחידה לכל בקבוק.

מימיה הראשונים, אבסולוט וודקה הפכה להצלחה בשבדיה. בתחילה, הוודקה לא נמכרה כלל בעיר הבירה שטוקהולם, וניתן

היה לרוכשה אך ורק בחנות באי קטן סמוך לעיר. לארס אולסון סמית הציע ללקוחות הפוטנציאליים שייט חינם לאי, ובכך הפך את רכישת הוודקה לטיול ולחווייה בפני עצמה. בשנות ה-70 נרכש המותג על ידי תאגיד האלכוהול הממשלתי השבדי, V&S Group, ובשנת 1979 נמכרה הוודקה לראשונה בשווקים מחוץ לגבולות שבדיה.

במספר מהלכי שיווק מבריקים הצליח המותג לכבוש את השוק האמריקני. תחילה, שונה שם המותג ל-ABSOLUT: האות "E" הושמטה ככוונה, על מנת שניתן יהיה לרשום את שם המותג כסימן מסחרי. שנית, עיצוב הבקבוק שונה, והוא הפך להיות בבקבוק שקוף המקבל את השראתו העיצובית מבקבוק רוקחות שוודי שיוצר במאה ה-18. מיצוב המותג בשוק האמריקאי נתמך במהלך ארוך שנים, שבמרכזו מודעות וכרזות פרסום, שעוצבו בידי אמנים כדוגמת אנדי וורהול, קית' הרינג, ז'אן מישל

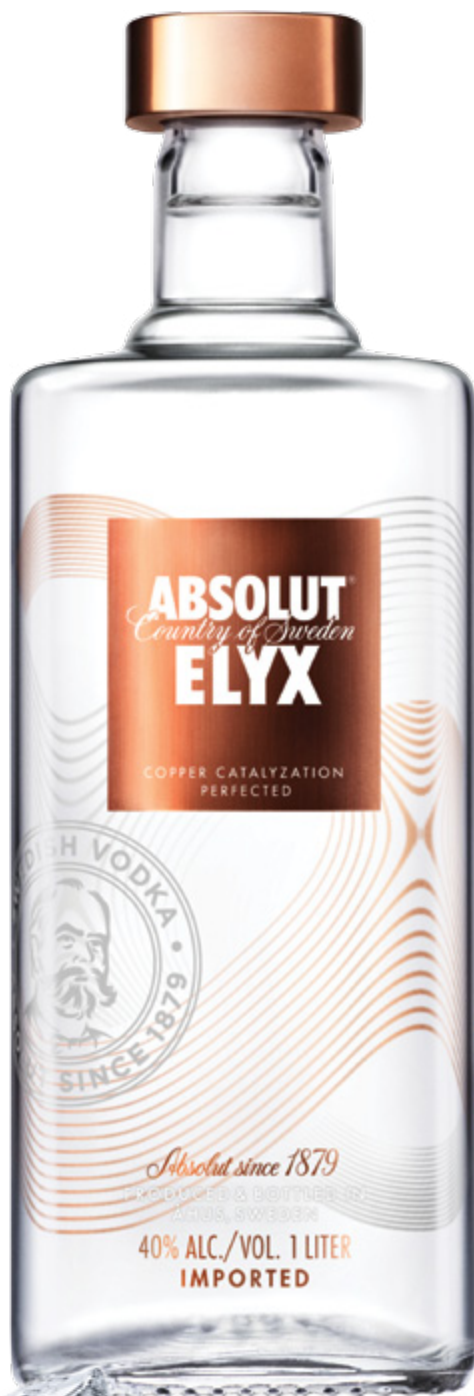
בסקיאט, דמיאן הירסט ואחרים. ככל הכרזות נראה הבקבוק במרכז התמונה, בין אם הוא מופיע באופן ישיר ובין אם באופן עקיף. כל כרזה לוותה במסר ייחודי, והשילוב בין האמנות לטקסט יצרו את האייקון הקריאטיבי של המותג, שגם השכיל להתכתב עם התקופה ועם המקום שבו יצאה הכרזה לאור. בשנת 2007 שינתה אבסולוט את הקו השיווקי-פרסומי שבו נקטה במשך שלושה עשורים והחלה לנהל קמפיין חדש תחת הכותרת "In An Absolut World" ("בעולם אבסולוטי"), במסגרתו הוצגו מצבים שונים ומשונים, חלקם דמיוניים, המתארים את העולם על פי ערכי המותג.



www.absolut.com

דברים שלא ידעת על Absolut

- אבסולוט הינה מותג הוודקה פרימיום הנמכר ביותר בעולם.
- כל בקבוקי אבסולוט מבוקבקים במקום אחד בלבד בעולם.
- כ-11.000.000 קרטוני 9 ליטר של אבסולוט נמכרים בעולם בכל שנה.
- טרם מילוי בקבוקי אבסולוט, הם נשטפים ביסודיות... בוודקה אבסולוט.
- בשנת 1986 אבסולוט הייתה הראשונה להשיק וודקה בטעמים - אבסולוט Pepper.
- אבסולוט ציטרון שימש כהשראה ליצירת הקוקטייל המפורסם - קוסמופוליטן.
- ממציא וודקה אבסולוט, לארס אולסון סמית, נפטר בשנת 1913, אך דיוקנו מעטר עד היום את בקבוקי המותג.



החברה את וודקת האולטרה פרימיום ABSOLUT ELYX - וודקה המיוצרת מ-100% רכיבים טבעיים באמצעות זיקוק בנחישות היוצר טעם טבעי וטהור. כל אחד מבקבוקי הסדרה מיוצר בעבודת יד, וניתן לעקוב אחרי תכולתו החל משלב זריעת החיטה בשדה ועד לשלב הביקבוק. על מנת להימנע מתיקשור השקת המוצר החדש בסביבה הפרסומית הרועשת והצפופה, הוחלט כי אסטרטגיית ההשקה של ABSOLUT ELYX תכלול טקטיקות של שיווק מפה לאוזן, תוך פנייה ראשונית למובילי דעה בתחום המזון והמשקאות. לשם כך, נבחרו 20 מקומות כילוי מובילים באזור המרכז, ונציגי החברה ערכו לבעלי הבריים, לבעלי המסעדות ולשפים שלהם הטעמות אישיות, במטרה להפוך אותם לשגרירים של הוודקה החדשה. בנוסף, גם עובדי מקומות הבילוי השתתפו בהדרכות על המוצר במסגרת סדנאות מקצועיות. במקביל, שיתף המותג פעולה עם המגזין 'טיים אאוט תל אביב' במהלך, שבמסגרתו חוברו אמנים לשפים של המסעדות המובילות בתל אביב. למשך כשבועיים הוצגה במסעדות שהשתתפו בפעילות יצירות אומנות, וכל שף יצר מנות אישיות, שהתכתבו עם היצירה שהייתה תלויה במסעדתו.

בנוסף, לקח המותג חסות על מספר אירועים לקהלי היעד כדוגמת מסיבות של ידוענים ואירוע "100 המשפיעים" של מגזין דה מרקר. זאת ועוד, 200 מובילי דעה קיבלו לכיתם ערכה, שכללה בקבוק של המשקה החדש. בשלב השני של ההשקה, הקים המותג עמדות מעוצבות והציב אותן ב-50 חנויות אלכוהול נבחרות. לצידן, דיילות של המותג ערכו הטעמות בקרב המבקרים בחנות.

בשלב השלישי של ההשקה, לאחר שמובילי הדעה נחשפו למוצר החדש, יצאה טמפו בקמפיין מודעות בעיתונות הכלכלית בסיסמה "חזון חדש ביצירת וודקה", שבמרכזו ניצב הבקבוק החדש והמיוחד.



המהלך והמוצר החדש זכו לחשיפה גדולה בעיתונות הכתובה, ו-ABSOLUT ELYX הפך למשקה נפוץ במסעדות ובברים, שנחשבים למובילי טרנדים ומובילי דעה.

2012
טמפו משיקה בישראל את ABSOLUT ELYX בסדרת מהלכים תדמיתיים, ושיווק "מפה לאוזן".

2011
Wine & Spirit מבית טמפו משיקה בישראל את מהלך Absolut Blank בשיתוף האמן ניר הוד.

2008
תאגיד האלכוהול פרנו-ריקארד רכש את השליטה במותג.

1985
אבסולוט הופכת לוודקה הנמכרת ביותר בארה"ב.

1970
תאגיד האלכוהול הממשלתי V&S Group רכש את השליטה במותג.

1879
אבסולוט מושקת בשבדיה.