

CHIVAS

החל בהבאתו של "גורו הוויסקי" והמערב הראשי קולין סקוט לישראל, דרך מפגשים עם ברמנים וקמפיין ייחודי לצרכנים, מותג הוויסקי שיבאס ריגאל פועל לשמר את מעמדו בישראל בקטגוריה, שהופכת לצפופה יותר

מותג הוויסקי שיבאס ריגאל הושק לראשונה בשנת 1910 על ידי האחים גיימס וג'ון שיבאס. עוד בשנת 1801 פתחו האחים הסקוטים מכולת קטנה ויוקרתית והיו מהחלוצים הראשונים של אמנות הערבוב (Blending) של סוגי וויסקי שונים. ובניגוד לוויסקי המצוי של תקופתם, שהיה קשה לשתייה, הם יצרו תערובות וויסקי קטיפתיות, המחליקות בגרון וקלות לשתייה.

האחים ערבבו סוגים שונים של וויסקי מרחבי סקוטלנד ובשנת 1840 הגיעו לנוסחה מאוזנת ומקורית, שהפכה תוך זמן קצר לפופולארית בכל רחבי המדינה. כשנתיים לאחר מכן הגיעה למחוזות סקוטלנד המלכה ויקטוריה, אשר נחשפה לוויסקי של האחים. המלכה התרשמה מאוד מהוויסקי והורתה כי האחים שיבאס יוכרו כספקים הרשמיים לבית המלוכה. הכרזה זו אפשרה לאחים להוסיף למותג את החותם המלכותי - ריגאל. בשנת 2002 נרכש המותג שיבאס ריגאל על ידי תאגיד פרנו ריקארד וכיום הוא מופץ ומשווק בישראל על ידי חטיבת Wine & Spirit של חברת טמפו.

מגוון המוצרים

שיבאס ריגאל הינו מותג פרימיום אשר דרגת הבסיס שלו היא 12 שנה. מספר זה מציין את הוויסקי הצעיר ביותר בתערובת. למותג מגוון רחב של מוצרים, ובארץ משווק המגוון הבא:

שיבאס ריגאל 12 - וויסקי הפרימיום הראשון שיצא בגרסת 12 שנה. הוויסקי מורכב מעשרות מאלטים שונים כאשר המאלט המרכזי הינו סתראתיילה (Strathisla). למרות שנות היישון הרבות שלו, שיבאס ריגאל 12 מפנין חלקות ואלגנטיות, ארומות פירותיות ונגיעות של דבש. שיבאס ריגאל 12 הינו הנמכר ביותר מתוך המגוון שמציע המותג.

שיבאס ריגאל 18 - קולין סקוט, המאסטר בלנדר של שיבאס, הוא היוצר של וויסקי זה וחתמתו מוטבעת על הבקבוק. שיבאס ריגאל 18 שנה "חתימת הזהב" זכה במספר רב של פרסי "וויסקי" בינלאומיים בקטגוריית ה-18 שנה. מדובר בוויסקי עשיר בטעמים ובארומות, חלק ואלגנטי, בעל סיומת ארוכה וחמימה.

רויאל סאלוט 21 - נוצר כמהדורה יוקרתית ומוגבלת לכבוד הכתר של המלכה אליזבת השנייה. השם רויאל סאלוט ("הצדעה מלכותית"), מתייחס ל-21 מטחי יריות התותח, שהוא הסימן האולטימטיבי לכבוד של הצי המלכותי. הוויסקי נמכר בשלושה צבעים שונים: כחול,





www.chivas.com

דברים שלא ידעת על שיבאס ריגאל

- שיבאס ריגאל הוא הכלבד הסקוטי היחיד, שדרגת הבסיס שלו היא 12 שנה.
- ה"לב" של שיבאס ריגאל הוא הסינגל מאלט Strathisla, המיוצר במזקקה הוותיקה ביותר בהיילנדס בסקוטלנד, שפועלת משנת 1786.
- קולין סקוט הוא המאסטר בלנדר הראשי של שיבאס, דור שלישי ליוצרי וויסקי ומאסטר בלנדרים, בעל וותק של למעלה מ-40 שנים בתעשיית הוויסקי הסקוטי וניסיון של 20 שנים כמאסטר בלנדר הראשי של שיבאס.
- שיבאס ריגאל הינו מותג הוויסקי פרימיום מהנמכרים ביותר בעולם; כ-36 מיליון ליטרים ממנו נמכרים מדי שנה.
- כ-20 מנות של שיבאס ריגאל נמזגות בעולם מדי שנייה.

וחלוקת מתנות ממגוון מוצרי הפרסום של שיבאס. בתקופת הפעילות נרשם גידול של מאות אחוזים במספר המזיגות של המותג.

קמפיין מניפסטו.

במטרה לעודד בקרב הצרכנים הזדהות עם המותג וליצור עימם דיאלוג, השיק שיבאס ריגאל קמפיין פרינט בקונספט

"מניפסטו". הקמפיין מתקשר עם הצרכנים באמצעות משפטים, שרלוונטיים לתוכן הכתבות המתפרסמות לצידן במגזיני הפנאי, עיתוני הכלכלה והספורט: "סכן הכל מלבד השם שלך", "תהיה מי שתמיד רצית להיות", "תשקיע. במיוחד בחברים" ו"תנצח. אבל לא בכל מחיר". בקמפיין יכולים הצרכנים לכוון מייד עם דתם מהמטוס שהחזיר אותם מחו"ל, בשדה התעופה בן גוריון.



CHIVAS

LIVE WITH CHIVALRY

אדום וירוק, כצבעי האבנים היקרות, המעטרות את כתרה של המלכה.

הסביבה התחרותית

שוק הוויסקי בישראל צומח בשיעורים גבוהים בארבע השנים האחרונות. אחת הסיבות לכך היא הירידה בגילם של הצרכנים. אם

בעבר, וויסקי נחשב ל"משקה של מבוגרים", הרי שכיום מתחילה צריכתו בגילאי ה-30 ולעיתים אף מתחת לזה. עד לשנים האחרונות השוק נשלט על ידי שני מותגים, ששניהם שיחקו בסגמנט הפרימיום. בעקבות הצמיחה המהירה בקטגוריה, נכנסו לשוק מותגים נוספים, חלקם בסגמנט הסטנדרט וחלקם בסגמנט הפרימיום.

האתגר השיווקי

האתגר שהציבה חטיבת Wine & Spirit מטמפו היה לשמר את מעמדו החזק של שיבאס ריגאל, ולמצבו כמוכיל בקטגורית הוויסקי פרימיום.

הפתרונות היצירתיים

על מנת לשמור על המובילות בשוק עורך המותג מגוון פעילויות שונות במספר ערוצים:

ביקור הגורו. מהלך הדגל של המותג השנה היה הבאתו לישראל של "גורו הוויסקי", קולין סקוט, המשמש כמערבב הראשי של המותג. במהלך הביקור ערכה טמפו שולחן אכירים - ארוחות אשר כללו מנות התואמות למגוון הוויסקי מבית שיבאס - אליהן הוזמנו שפים, בעלי מסעדות וברים כמו גם עיתונאים, המכסים את התחום. המהלך זכה לכמות גדולה של אזכורים וכתבות בעיתונות הכתובה, בטלוויזיה ובמדיה המקוונת.

פעילות בשוק הקר. מדי שנה עורך המותג פעילות קידום מכירות, שנמשכת חודשיים ופונה הן לברמנים והן לבליינים בעשרות ברים שונים ברחבי הארץ. כך למשל, בקרב הברמנים נערכת תחרות נושאת פרסים, ובמקביל דיילות המותג מתקשרות עם הצרכנים באמצעות טעמויות



קולין סקוט, המאסטר בלנדר של שיבאס, ביקר ביולי 2012 בישראל

- | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| <p>2011
טמפו מתחילה לשווק את שיבאס ריגאל בישראל.</p> | <p>2002
חברת פרנו ריקארד רוכשת את המותג.</p> | <p>1997
קולין סקוט יוצר את שיבאס ריגאל 18 שנה, "חתימת הזהב".</p> | <p>1953
השקתו של מותג האולטרה פרימיום של שיבאס: ריאל סאלוט 21.</p> | <p>1910
האחים שיבאס משיקים את מותג הוויסקי האולטרה פרימיום הראשון מסוגו - Chivas Regal 25.</p> | <p>1843
האחים שיבאס מקבלים את החותם המלכותי.</p> | <p>1801
גיימס וביון שיבאס פותחים את המעדניה שלהם בסקוטלנד ומתחילים לערבב וויסקי.</p> |
|---|---|---|---|---|---|---|