



מותג בירת הפרימיום Heineken ממשיך לשמר את המיצוב הבינלאומי שלו באמצעות חיזוק הקשר עם ליגת האלופות, ומקפיד לחזק את תפיסת הפרימיום והטעם שלו באמצעות הכנסת ברזי מזיגה ומקררים מיוחדים לנקודות מכירה קרות

בשנת 1864, בחור הולנדי בן 22 בשם ג'רד קונה מבשלת בירה באמסטרדם. ב-1873 הוא רוקח נוסחה לייצור בירה ממים, לתת וכישות ומחליט, ששם משפחתו יתנוסס על התווית. כך נולד המותג Heineken. מאז, ייצרה המבשלה מיליוני ליטרים של בירה Heineken ב-172 מדינות בעולם, אולם המתכון המקורי לא השתנה כבר יותר מ-150 שנה. לישראל הגיע בירת הפרימיום Heineken בשנת 1992, והיא משווקת מאז על ידי חברת טמפו.

### הסביבה התחרותית

Heineken הוא מותג פרימיום בעולם הבירה. מדובר בבירה מסוג פילזנר, לאגר בהיר, שערכי המותג שקשורים אליה הם בינלאומיות, איכות ופרימיום. מיצובה הגבוה של Heineken כבירת פרימיום, מאפשר לה לקחת פרמיה של 30%-40% מעל לבירות מקומיות כדוגמת גולדסטאר.

### האתגרים השיווקיים

ברמה הרגשית, רוצה המותג להמשיך ולחזק את מעמד הפרימיום של המותג ואת המיצוב הבינלאומי שלו. ברמה הפונקציונלית, המותג רוצה לספק לצרכנים חוויית שתייה מיטבית.

### המיצוב הבינלאומי

מאז שנת 2005, Heineken מקושר בחוזה חסות עם טורניר הספורט שמושך אליו מאות מיליוני אוהדים וצופים בכל רחבי העולם - ליגת האלופות בכדורגל. השנה השיק המותג בישראל קמפיין טלוויזיה בשיתוף ליגת האלופות, תחת הכותרת "כדורגל אנדי". הקמפיין הציג סרטונים, שהציגו כיצד ליגת האלופות ו-Heineken יוצרים יחדיו יצירות אומנות מרהיבות, שאוהדים בכל העולם יכולים ליהנות ממנה. בקמפיין כיכבו חמישה מכוכבי ליגת האלופות: ג'יאנלואיגי בופון, רנה אדלר, פטריק ויירה, קלרנס סיידורף, ורוד ואן ניסטלרוי. לאחרונה הודיעה חברת Heineken הבינלאומית על הארכת החוזה עם ליגת האלופות לשלוש שנים נוספות.

### תפיסת הפרימיום

לאור הצלחת האירוע הראשון בסדרת אירועי היוקרה Heineken Private, במסגרתו נערכה הופעה חיה ופרטית של הזמרת מריאן פייט'פול לקהל מצומצם של בכירי





www.heineken.co.il

## דברים שלא ידעת על Heineken

- הבירה של המותג נמכרת ביותר מ-172 מדינות בעולם.
- הנוסחה המקורית לייצור Heineken לא שונתה מימיה הראשונים של המבשלה, והיא מבוססת על שמרים, שפותחו על ידי אחד מתלמידיו של לואי פסטר.
- הכוכב שבלוגו Heineken הוא סמל עתיק של גילדת מבשלי הבירה במאה ה-19. פינות הכוכב מסמלות את מרכיבי הבירה, התורמים לאיכותה: המים, הכשות, הדגן, ההלתה, הברומייסטר והשמרים.

גם כפורמט של בקבוקים. לשם כך, קיבלו ברים ובפאבים נבחרים את Fast Bottle Cooler - מקרר המסוגל לצנן את בקבוקי הבירה של Heineken בתוך 15 דקות מטמפרטורת החדר ל-0 מעלות. המקרר מבוסס על טכנולוגיה ייחודית ל-Heineken העולמית.

על מנת לחזק עוד יותר את תפיסת הפרימיום שלו, הביא השנה המותג לישראל את Heineken Arctic Glass - כוס אישית עם טכנולוגיה ייחודית, המאפשרת שתיית בירה צוננת גם בבתי הצרכנים. את הכוס, בעלת הדופן הכפולה שבמרכזה לכוד נוזל מיוחד, יש להניח במקפיא למשך שעה לפחות. לאחר מכן, בירה שתימזג לכוס הקפואה תקורר בתוך כחמש דקות לטמפרטורה שבין 0 ל-2 מעלות, ותשמור על הטמפרטורה הזו למשך 30 דקות. קרירותה של הכוס יוצרת ראש קצף סמיך וחזק יותר, וכל המרכיבים יחדיו יוצרים טעם חזק ועשיר יותר.

במסגרת מבצע מוגבל שערך המותג בישראל, על כל קניית שישית Heineken קיבלו צרכני הבירה כוס Heineken Arctic Glass במתנה.

ערכי המותג (בינלאומיות, איכות ויוקרה), לבין קהל יעד ממוקד של בכירי המשק ומובילי דעה, תוך יצירת חוויה תרבותית מהנה.

## שיפור חוויית השתייה

כתפיסת עולם, Heineken מאמינה שעליה לדאוג לצרכניה לחוויית שתייה אולטימטיבית. מחקרים שבוצעו על ידי החברה העלו, שההמאה המקסימאלית משתיית הבירה מושגת כאשר הבירה נמזגת לכוס כשהיא מקוררת לטמפרטורה של 0 מעלות, משום שאז היא קטיפתית ומחליקה בקלילות בגרון.

על מנת לתת את המענה המיטבי למזיגת הבירה שלה, פיתחו ב-Heineken את ברזי Heineken Extra Cold - חידוש טכנולוגי של Heineken העולמית, המאפשר לברז המזיגה של הבירה להגיע לטמפרטורה של 0 מעלות, תוך שהוא צובר עליו שכבה של קרח אמיתי, דבר ששומר על הבירה קרה עד למזיגה לכוס, ובנוסף יוצר אלמנט ויזואלי חזק בנקודת המכירה הקרות.

כשלוש השנים האחרונות מותקנים הברזים בכרים ופאבים נבחרים בכל רחבי ישראל, וגם השנה הורחב מהלך התקנת ברזי Heineken Extra Cold לעשרות פאבים וברים נוספים. מכיוון ש-Heineken נמכר בפאבים גם בבקבוקים ולא רק מברזי מזיגה, נוצר צורך לספק חוויית שתייה הדומה לחוויית השתייה מברזי Heineken Extra Cold.



הכלכלה והמשק בישראל, אירח השנה המותג את הגיטריסט אל דמיולה למופע פרטי וסגור למוזמנים בלבד. המופע כלל קומפוזיציות מתוך האלבום האחרון של דמיולה, לצד קלאסיקות מהקריירה ארוכת השנים שלו. מסרתם של אירועי Heineken Private היא לחבר בין

**2012**  
המותג מביא לישראל את הכוס המצננת - Arctic Glass.

**2011**  
מופקים בישראל אירועי Heineken Private.

**2010**  
מושקים בישראל ברזי המזיגה Heineken Extra Cold.

**2005**  
Heineken העולמית רוכשת 40% מטמפו.

**1992**  
טמפו מקבלת את הזיכיון לשיווק Heineken בישראל.

**1873**  
בירה Heineken הראשונה יוצאת לשוק.

**1864**  
ג'ררד Heineken קונה מבשלת בירה באמסטרדם.