סוגת

במקביל להשקת חדשנויות בתחומים בהם היא פועלת באופן מסורתי, ממשיכה סוגת להתרחב לתחומי פעילות חדשים. אסטרטגיה המבוססת על אספקת מתכונים וביסוס ערוצים דיגיטליים ישירים, מאפשרת למותג לתקשר עם הצרכנים, לחנך את השוק ולהרחיב את השימושים במגוון המוצרים

סוגת תעשיות נוסדה בשנת 1957. בתחילה פעלה החברה כמפעל לייצור סוכר, שהתבסס על גידול סלק בשדות דרום הארץ. אבל, בעקבות בעיית המים בישראל ושינוי בסובסידיות שניתנו לסוכר האירופאי, הוחלט לסגור את המפעל ולהפוך לחברה לשיווק ואריזת סוכר. בעקבות שינויים בהיצע הסוכר בשוק העולמי, הקימה סוגת בשנת 2007 מפעל מתקדם לזיקוק סוכר בקריית גת.

בשנים האחרונות התרחב המותג הרבה מעבר לסוכר, ועתה הוא כולל גם תחליפי סוכר, אורז, מלח, קמח, קטניות, דגנים ומוצרים משלימים לבישול ולאפייה. בשנים האחרונות נחל המותג הצלחה אחר הצלחה בהפיכת תחומים, שנחשבו עד לא מזמן לקומודיטי - לממותגים. בבסיס האסטרטגיה העסקית של סוגת עומד הרצון להמשיך ולחזק את המותג בתחומים שבהם החברה פעילה, ובמקביל ליזום פריצות דרך ולהשיק חדשנות בתחומים שונים, שסוגת יכולה להציע בהם ערכים מוספים.

אחד האספקטים המייחד את סוגת בשנים האחרונות היא היכולת של החברה לזהות טרנדים בתחום המזון כדי להבין איזה דגן או איזה חומר גלם עומדים להפוך ממוצר נישתי למיינסטרים. כוחו של המותג סוגת גורם לצרכנים לנסות את אותם מוצרים, ובכך תורם להרחבת השימושים בהם.

בשנה האחרונה, נקטה סוגת במספר יוזמות שסייעו לה לצמוח ולהתרחב במספר מישורים:

כניסה לתחום הקמחים המיוחדים

בסוף 2011 'ניערה' סוגת את קטגורית הקמח בישראל עם השקת סדרה חדשה של קמחים מיוחדים לאפייה. לפיתוח הסדרה החדשה חברה סוגת לטחנות הקמח שטיבל ולשף ארז קומרובסקי, שמתכונים שלו צורפו לכל אריזות המוצרים בסדרה.

הסדרה החדשה כוללת 10 סוגי קמח פונקציונאליים, המיועדים לשימושים ספציפיים: להכנת חלה, פיצה, פוקצ'ה, עוגיות ועוד. כדי לבדל את המוצרים ולהדגיש את שימושיו של כל אחד מהם, הם ארוזים באריזות נייר, שלכל אחת מהן צבע שונה שמייחד אותה.

השקת הסדרה האורגנית

סוגת החליטה להרחיב את המותג שלה לתחום המוצרים האורגניים, לאחר שזיהתה את התפתחות השוק האורגני בארץ ומצאה כי היא יכולה להביא לתחום ערך מוסף. מצד אחד, מוצרים אורגניים הפכו ממוצרי נישה למוצרים המוצגים במדפים מרכזיים ברשתות המזון. ומצד שני, הצרכן החל לדרוש אחידות במוצרים שהוא רוכש ושאיכותם תהיה גבוהה.

לפני כשנה, חברה סוגת ליצרן איטלקי, השולט בכל שרשרת הגידול וההפקה של הקטניות האורגניות ומספק מוצרים באיכות אחידה, הנארזים ומשווקים על ידי סוגת. נכון להיום, המוצרים בסדרה החדשה כוללים חומוס, שעועית לבנה, עדשים אדומות, עדשים ירוקות, אפונה, בורגול וכוסמת. בעתיד תורחב הסדרה גם לקטניות אורגניות נוספות.

חדירה לתחום תחליפי הסוכר

במשך שנים, סוגת הייתה מזוהה עם תחום הסוכרים. מכיוון שהמותג מזוהה עם חומרים טבעיים, נמנעה סוגת מלהיכנס לתחום תחליפי הסוכר שאינם מיוצרים מחומרים טבעיים. רק בסוף שנת 2011, ולאחר שפקע הפטנט של הסוכרלוז - שהוא ממתיק טבעי - השיקה סוגת את סדרת סוכרלוז שלה.

השקת הסדרה נערכה בשיתוף פעולה עם 'גורו המתוקים הישראלית', השפית קרין גורן, שהמירה מתכונים נבחרים שלה למתכונים המכילים סוכרלוז.

בעתיד, תשיק סוגת תחליפי סוכר נוספים המבוססים על צמח הסטיביה.

השקת סדרת פרורי הלחם

קטגוריית פרורי הלחם היא דוגמה לתחום רדום, שכניסתה של סוגת אליו עם מוצרים בעלי ערך מוסף העירה אותו, הגדילה אותו ויצרה בו עניין. בעבר, סוגת הייתה פעילה כספקית של פרורי לחם רגילים. אולם, לאחר שבסוגת זיהו דרישה של צרכנים למוצרים מתוחכמים ומגוונים יותר, פותחה סדרת פרורי לחם קראנצ'יים בסגנון הפאנקו היפני ובמגוון טעמים - חזרה סוגת לתחום עם מגוון מוצרים, שהופכים את ציפוי השניצל לפריך יותר ובטעמים מיוחדים כמו צ'יפס, פלאפל ועוד.

פיתוח ערוצים ישירים

ההתפתחויות הטכנולוגיות של השנים האחרונות, הפיכת הערוץ הדיגיטלי לכלי חשוב בדרך להחלטות הקנייה של הקונים, והיכולת לתקשר עם הצרכנים באופן דו כיווני, הם חלק מהגורמים שהביאו לפיתוח מגוון ערוצי תקשורת דיגיטליים עם הצרכנים:

סמאטרטפונים - כבר לפני מספר שנים השיקה סוגת אפליקציית אייפון, המאפשרת לקבל הצעות למתכונים

חפשו סוגת ב-f

www.sugat.com

לפי חומרי הגלם הזמינים בבית, לצפות במתכונים מצולמים ולקבל תכנים שמעניינים חובבי בישול.

פייסבוק - עמוד הפייסבוק של סוגת מהווה קהילה של מעל 20 אלף חובבי בישול, שמספרם הולך וגדל בכל יום. דף הפייסבוק מאפשר לסוגת לנהל תקשורת יומיומית עם הגולשים, לעדכן בתכנים מערוצים אחרים, ולערוך פעילויות ממוקדות ותחרויות מתכונים לאורך השנה.

ערוץ האוכל של סוגת בוואלה! - אזור המתכונים של סוגת באזור האוכל של פורטל וואלה כולל בתוכו מתכונים והוראות הכנה לתבשילים הכוללים את מוצרי סוגת השונים. האזור הממותג, שבכל חודש מגיעים אליו מעל ל-250 אלף גולשים ייחודיים, מעלה בכל שבוע סרטון הדרכה להכנת מתכון מסוים, שמוגש על ידי שף מוכר, כמו גם תכנים טקסטואלים ומתכונים, שברגע שהם עולים לאוויר הם גורמים לגידול בצריכת חומרי הגלם של סוגת שמוזכרים בהם.

ערוץ סוגת ביוטיוב - הערוץ כולל עשרות סרטונים ומתכונים מצולמים ומרכז את כל תכני הוידאו ב'כיכוב' המותג.

קודי QR - כיום, ניתן למצוא על כל אחד מ-150 המוצרים של סוגת קוד QR דו ממדי. סריקת הקוד באמצעות הסמארטפון מובילה את המשתמש לאתר האינטרנט של סוגת שם הוא יכול לראות מתכון (מצולם או טקסטואלי), שהמוצר שהוא סרק הוא אחד ממרכיביו.

מפעל הזיקוק החדש

עם השקת מפעל זיקוק הסוכר החדש של סוגת בקרית גת, החלה החברה לייבא סוכר גולמי ולא מעובד, אותו היא מזקקת בעצמה, מה שמאפשר לה להציג על אריזות הסוכר את הלוגו "מיוצר בישראל", שמהווה גורם משיכה ובידול למוצריה, במיוחד בזמני האטה ומיתון.

דברים שלא ידעת על סוגת

- לפני 25 שנה שיווקה סוגת 8 מוצרים בלבד. כיום היא משווקת כ- 150 מוצרים, שעל כל אחד מהם מוטבע קוד QR המוביל למתכון ייעודי אחר.
- במפעל הזיקוק של סוגת מזוקקים מדי שנה 250,000 טון סוכר (שהם שווי ערך ל-250 מיליון אריזות סוכר במשקל קילו).
- בית הזיקוק של סוגת נבנה על פי תקני איכות סביבה מחמירים, ומערכות חסכניות במים.
- המולסה, שהיא אחד התוצרים של פעילות זיקוק הסוכר, משמשת גם כחומר גלם ליצירת תערובת מזון לפרות.
- לערוץ האוכל של סוגת בוואלה! נכנסים מדי חודש מעל ל-250 אלף גולשים ייחודיים.

1959
מפעל סוגת נפתח בקרית גת.

1988
סוגת נרכשת על ידי חברת ED&F MAN, תאגיד בינלאומי הפועל בשוק הסוכר מאז 1783.

2000
זהות תאגידית חדשה ולוגו חדש מבליטים את השם סוגת על האריזות.

2009
סוגת נכנסת לקטגוריית המלח ומשיקה גם את סדרת 'עשר דקות'.

2010
אריזות סוכר מיוצרות בישראל עם הלוגו של הכובע.

2011
סוגת מרחיבה את פעילותה בקטגוריית הקמחים.

2012
סוגת נכנסת לתחום האורגני.