



Rynek

Koncern PepsiCo jest jedną z największych na świecie firm produkujących napoje i słone przekąski. PepsiCo jest właścicielem ponad stu marek. Produkty PepsiCo sprzedawane są w ponad 195 krajach świata.

W Polsce marka Pepsi pojawiła się już na początku lat 70. Na zasadzie franczyzy Polmos Kraków wyprodukował po raz pierwszy napój. Firma Pepsi rozpoczęła oficjalną działalność na początku lat 90., otwierając centra dystrybucyjne na terenie całego kraju oraz własne fabryki. Obecnie pozycja Pepsi w Polsce jest ugruntowana, a marka jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych ikon w Polsce.

Osiągnięcia

PepsiCo, podążając za trendami rynkowymi, postanowiła skierować swoje działania ku promowaniu zdrowszego stylu życia i, co za tym idzie, promocji zdrowszego odżywiania. W Stanach Zjednoczonych została wprowadzona ostatnio nowa Pepsi Edge, która zawiera tylko połowę cukru i mniej bąbelków w porównaniu z regularną, znaną od dawna Pepsi, a smak ma tak samo dobry.

Na rynku polskim są dwa produkty typu light – Pepsi Max i Pepsi Light, które są traktowane priorytetowo ze względu na ogólnoswiatowy trend zdrowego odżywiania.



Historia

Historia Pepsi-Coli zaczęła się w XIX wieku w barze z wodą sodową w New Bern, w Północnej Karolinie. Stworzył ją właściciel miejscowej apteki, farmaceuta Caleb Bradham. Sprzedając klientom cenne rady i lekarstwa, serwował także eliksir nazywany na początku Napojem Brada. Była to mieszanka wody gazowanej, cukru, wanilii, olejków i orzeszków cola, która 28 sierpnia 1898 roku stała się Pepsi-Colą, a cztery lata później otrzymała swój pierwszy znak.

Pepsi-Cola początkowo sprzedawana była na szklanki i galony. Wkrótce stała się tak popularna, że jej twórca postanowił rozkręcić interes. W 1902 roku został prezesem firmy Pepsi-Cola i rozpoczął jej pierwszą kampanię reklamową. Zdjęcie uśmiechniętej córki aptekarza trzymającej butelkę Pepsi pojawiło się w kalendarzach wraz z pierwszym hasłem reklamowym. Coraz większa sprzedaż napoju (od 1907 roku ponad 500 tys. litrów rocznie), nowa siedziba firmy, pierwsze rozlewnie, kolejne reklamy i wzrastająca ciągle popularność Pepsi zachęciły właścicieli do dopracowania logotypu i zarejestrowania go także poza Stanami Zjednoczonymi. W latach 30. Pepsi pojawiła się m.in. w Kanadzie, Argentynie, Wielkiej Brytanii.

Przełomowym punktem w historii napoju Pepsi było wprowadzenie butelki 12-uncyjowej w 1934 roku. Produkt ten sprzedawano za tę samą cenę (5 centów), za którą konkurencyjna firma sprzedawała butelkę 6-uncyjową. Wsparta silną kampanią „Twice as much for a nickel” strategia sprawiła, że Pepsi stała się popularna.

Przez ponad 60 lat działalności Pepsi-Cola Company sprzedawała wyłącznie jeden produkt – Pepsi. Dopiero w latach 60. zaczęto wytwarzać nowy napój, niskokaloryczną Diet Pepsi, a w kolejnej dekadzie PepsiFree – całą bez kofeiny.

W Polsce profilowane butelki Pepsi-Cola pojawiły się po raz pierwszy w 1972 roku. Napój był dość drogi, a jego ilość ograniczona.

Produkcją w tamtym okresie zajmowały się rozlewnie alkoholi w Polsce oraz polskie browary. Dopiero po 1989 roku firma Pepsi otworzyła w Polsce swój oddział, zainwestowała w centra dystrybucji w głównych miastach kraju oraz rozpoczęła promocję i reklamę marki. Oprócz marki Pepsi firma w Polsce rozpoczęła produkcję i dystrybucję napojów Pepsi Max, czyli wersji Pepsi bez cukru, Pepsi Light, napoju skierowanego głównie do kobiet preferujących produkty typu light, oraz Mirindy i 7UP. Firma Pepsi zajmuje się również produkcją i dystrybucją na rynku polskich napojów gazowanych marki Schweppes.



W roku 2002 wprowadzono na rynek polski kolejną strategiczną markę firmy PepsiCo, czyli Mountain Dew. Produkt charakteryzuje się wyjątkowym, neonowożółtym kolorem, ma właściwości pobudzające i skierowany jest głównie do młodych, aktywnych ludzi.

Zgodnie z międzynarodową strategią, oprócz napojów gazowanych firma Pepsi zaczęła rozszerzać swoje portfolio o różne kategorie: wody mineralne, soki i napoje niegazowane, napoje izotoniczne, energetyczne, mrożoną herbatę.

Produkt

Główny cel PepsiCo to pozycja rentownego lidera na rynku napojów – Total Beverage Company. Firma osiąga ten status poprzez dostarczanie konsumentom produktów wysokiej jakości oraz dzięki bogatemu asortymentowi napojów.

Także w Polsce rozwijana jest strategia Total Beverage Company. Do linii marki Pepsi należą: Pepsi, Pepsi Max, Pepsi Light, Pepsi Twist, a także

wprowadzane z sukcesem produkty in-out Pepsi Blue w kolorze niebieskim, Wild Cherry o smaku wiśni, a także ostatnio Pepsi Spice, czyli Pepsi z nutą imbiru i cynamonu. Produkty te są wprowadzane zwykle przy okazji Świąt Bożego Narodzenia lub sezonu letniego, jako innowacje dla osób poszukujących nowych smaków.

Wśród napojów gazowanych firma Pepsi oferuje również Mountain Dew, Mirindę, 7 UP, Schweppesa i Slice'a. Od połowy lat 90. wzrosły inwestycje firmy w Polsce w rozwój innych kategorii, takich jak: soki i nektary (marka Toma), napoje niegazowane, mrożona herbata Lipton Ice Tea, linia napojów izotonicznych Gatorade, woda mineralna Świtezianka i Aqua Minerale, a także niedawno wprowadzony napój energetyczny Adrenaline Rush.

Ostatnie wydarzenia

W 2003 roku Pepsi w Stanach Zjednoczonych jako pierwsza zorganizowała loterię, w której można było wygrać aż miliard dolarów. Loteria była połączona z programem Millionery, zaadaptowanym specjalnie na potrzeby Pepsi. Aby wziąć udział w promocji, należało jedynie wysłać list lub e-mail do firmy wraz z dołączonymi kodami spod nakrętki Pepsi. Do ścisłego finału wybranych zostało 10 osób. Szansa na wygraną była niewielka, ale firma na wszelki wypadek ubezpieczyła tę promocję.

Rok 2004 jest dla Pepsi kolejnym krokiem w kierunku uatrakcyjniania wizerunku marki. Wprowadzona została nowoczesnie wyglądająca, a zarazem bardziej poręczna butelka. Wraz z wprowadzeniem nowego hasła „Dare for More. Pepsi. Odważ się na więcej” zmieniono również logo Pepsi na bardziej nowoczesne i dynamiczne.

Promocja

Reklamy towarzyszą Pepsi-Coli od początku jej istnienia. Na początku lat 30. Pepsi zdobyła konsumentów, podkreślając niską cenę napoju, jak na przykład w kampanii reklamowej pod hasłem „12 uncji za 5 centów”, przeprowadzonej w latach kryzysu związanego z I wojną światową. Zaczęto wówczas sprzedawać Pepsi w 12-uncyjnych butelkach na piwo, co obniżyło koszty butelkowania i cenę detaliczną. W latach 30. odbyła się kolejna kampania, z wykorzystaniem komiksu „Pepsi & Pete” oraz radia. Nagranie „Pesi-Cola hits the spot...” było nie tylko pierwszym jinglem reklamowym, ale stało się także amerykańskim przebojem przetłumaczonym na 55 języków. Już od lat 40. XX wieku strategia marketingowa firmy ukazywała Pepsi jako część stylu życia, a hasło przewodnie dla marki oprócz lepszej ceny miało za zadanie informować o lepszym smaku: „Bigger drink, better taste”. W reklamach wzięła udział m.in. Joan Crawford, hollywoodzka aktorka i żona szefa firmy.

Po wieloletniej strategii brandu opartej na oferowaniu większej ilości produktu za tę samą cenę co konkurencja, czego wyrazem były takie hasła, jak np. „Why take less when Pepsi's best?”, postanowiono rezygnować z marki Pepsi. Wybrano najbardziej perspektywiczną grupę odbiorców, nową generację, czyli młodych ludzi. Pojawiały się takie hasła, jak „Be Sociable, Have a Pepsi” czy „Now It's Pepsi, For Those Who Think Young”. Równolegle wprowadzono nowoczesną tamte czasy butelkę „swirl”. Od lat 60. promocje kierowane były zdecydowanie do ludzi młodych (nie tylko wiekiem, ale i duchem), a wizerunek Pepsi pellen był optymizmu i radości życia. Strategia promocyjna miała budować generację Pepsi, ludzi otwartych i z optymistycznym nastawieniem do świata. Jedno z hasel tamtego okresu wyraża jakość grupy docelowej Pepsi: „Join the Pepsi People, Feelin' Free”.

Koncepcja nowej generacji Pepsi rozwinęła się i przełożyła na kampanie reklamowe Pepsi na całym świecie. Rozwinięte w latach 80. hasło „Pepsi. The Choice of a New Generation” reklamował w kampanii Pepsi Michael Jackson, jedna z najpopularniejszych postaci tamtej epoki. Twarzami Pepsi stali się także: Lionel Ritchie, Tina Turner, Gloria Estefan, jak również gwiazdy sportu i ekranu: Joe Montana, Dan Marino i Billy Crystal.

W latach 90. Pepsi rozpoczęła współpracę z Cindy Crawford, międzynarodową supermodelką, w kampanii wprowadzającej nowe logo i opakowanie. W połowie lat 90. Pepsi weszła w nową erę z kampanią Next Generation. Nowa Generacja to nowa koncepcja marki Pepsi: nowy, świeży powiew, kreatywny duch, przełamywanie norm. Taka filozofia marki skierowana do młodych ludzi znalazła swoje odzwierciedlenie w kampaniach reklamowych i promocyjnych sygnowanych przez Spice Girls, Janet

butelki, bardziej poręcznej i nowoczesnej w swoim wyglądzie. W reklamie telewizyjnej promującej nowe hasło „Dare for more” wystąpiły po raz pierwszy aż cztery supergwiazdy muzyki. Britney Spears, Pink, Beyonce Knowles i Enrique Iglesias zagrali w spocie Gladiatorki. Akcja filmu reklamowego toczy się w Koloseum podczas igrzysk, ale trzy gladiatorki – zamiast rozpocząć walkę, na którą czeka zebrany tłum – zaczynają śpiewać przeboj grupy Queen „We will rock you”.



Jackson, Robbiego Williama, Britney Spears, Beyonce i inne gwiazdy muzyki.

Strategia promocyjna firmy opiera się nie tylko na muzyce, ale również na sporcie. Rok 2000 upłynął pod hasłem „The Pepsi World Challenge”. Szesnastu najlepszych piłkarzy świata zagrało w jednej drużynie, w barwach Pepsi. W ramach tej akcji promocyjnej stworzona została jedna z najciekawszych reklam – Piłkarzyki. Platforma piłkarska jest z sukcesem kontynuowana również w Polsce. Kampanie reklamowe sygnowane są najbardziej popularnymi nazwiskami ze świata piłki nożnej, m.in.: Beckham, Carlos, Ronaldo, Raul.

Logo Pepsi, które przybrało postać trójwymiarowego globu na niebieskim kropelkowym tle w 1998 roku, zostało odnowione na początku 2004 roku. Bardziej nowoczesne, na tle lodu, ma współgrać z nowoczesnym i idącym z duchem czasu charakterem marki. Wprowadzeniu nowego logo oraz hasła „Dare for more. Pepsi. Odważ się na więcej” towarzyszyło wprowadzenie nowej

Wartości marki

Pepsi kierowana jest do ludzi młodych duchem, aktywnych i otwartych na nowe wyzwania. Firma pragnie do nich dotrzeć poprzez muzykę oraz sport przy wsparciu młodzieżowych idoli (takich jak Britney Spears, S Club 7, Kylie Minogue, Beyonce). Dzięki temu Pepsi w oczach młodych konsumentów widziana jest jako młoda marka i „the coolest brand”.

Czego nie wiedzieliście o marce

PEPSI-COLA

- W 1908 roku Pepsi-Cola była pierwszą firmą, która zmodernizowała swój system dostawy z zaprzęgu konnego na pojazdy mechaniczne.
- W 1985 roku Pepsi odbyła swoją pierwszą podróż wahadłowcem kosmicznym w specjalnie zaprojektowanym „space can”. Był to element kampanii marketingowej Next Generation.