



Krakus to dla Polaków smak wędlin znany z dzieciństwa, najwyższa jakość, niepowtarzalny aromat, a także historia wytwarzania pysznych wędlin i mięs marynowanych o polskim rodowodzie. Marka Krakus jest doskonałym przykładem, jak z sukcesem kontynuować tradycję, odpowiadając na dzisiejsze potrzeby i preferencje konsumentów.

Kontekst rynkowy

Marka Krakus należy do spółki Animex – jednej z najstarszych polskich firm wędliniarskich. Krakus zadebiutował na przełomie 1950/1951 roku, kiedy to oficjalnie marka Krakus została zarejestrowana jako chroniony znak towarowy w Stanach Zjednoczonych. To właśnie tam szynka z logo marki w kultowej puszcze odniosła spektakularny sukces – świetna sprzedaż tego produktu spowodowała, że nazwę marki nadano również wybranym eksportowanym produktom rolniczym m.in. wędlinom i innym przetworom owocowo-warzywnym. Dla Polaków w kraju zaś puszka z czerwoną etykietą „Krakus – Polish ham” przez długie lata była synonimem luksusu produktu eksportowego znanego na innych rynkach i uznawanego za symbol wysokiej jakości.

Na rynku wędlin, największej żywnościowej kategorii w Polsce, pomimo dużego rozdrobnienia i bardziej tradycyjnego charakteru oferty, wyróżniło się tylko kilka marek. Spośród nich jedynie Krakus buduje swój autorytet, bazując na prawdziwej historii

oraz zawłaszczając atrybuty najwyższej jakości, doświadczenia oraz autentyczności swojej oferty.

Historia Marki

Znak Krakus użyty został po raz pierwszy w 1948 roku w obrocie handlowym ze Stanami Zjednoczonymi. Potwierdza to zapis w dokumencie rejestracyjnym wydanym przez United States Patent Office. Dwa lata później dokonano pierwszej rejestracji znaku towarowego Krakus dla szynki w puszcze na rzecz Atalanta Corporation, a w 1959 roku pierwszej rejestracji znaku Krakus w Polsce – na rzecz CHZ Animex. Kolejnym krokiem w rozwoju firmy była cesja praw do znaku Krakus zarejestrowanego w USA na rzecz polskiego CHZ Animex. Telewizyjny debiut marki Krakus nastąpił w 1995 roku. Na antenie popularnego amerykańskiego show Davida Lettermana puszkę szynki Krakus otrzymał polityk Bob Dole oraz każdy z gości siedzących na widowni.





W roku 2004 pod hasłem „Wędliny takie jak kiedyś” została wyemitowana kampania reklamowa podkreślająca nowe pozycjonowanie i kategorie produktowe. Lata 2010-2011 to czas wielkiego świętowania – marka Krakus obchodziła swoje 60-lecie. Z tej okazji wprowadzono jubileuszowe opakowanie kultowej szynki w puszcze 1 lbs – zaprojektowana wtedy szata graficzna w stylistyce retro do dziś rozwijana jest o kolejne warianty produktowe – oraz wydano książkę „Historie Krakusa”. Rok 2014 to czas zmian dla marki Krakus – zrealizowana w telewizji i internecie kampania reklamowa podkreślała nowe pozycjonowanie marki – relaunch opakowań oraz nowe kategorie produktowe.

Osiągnięcia

Krakus to przede wszystkim legendarna marka wędlin cieszących podniebienia nawet wybrednych smakoszy, a także duma i zapewnienie ciągłości polskiej sztuki wytwarzania wędlin. Gwarancją zachowania tej samej jakości i smaku wędlin jest stosowanie od lat tych samych, nienaruszalnych reguł wytwarzania, bez jakichkolwiek kompromisów. W oparciu o te tradycyjne wartości i doświadczenie, Krakus zdołał wypracować sobie pozycję jednej z najsilniejszych marek kategorii na poziomie świadomości i pod względem indeksu zdrowia marki w opinii konsumentów [BET 2014]. Krakus jest ilościowym liderem sprzedaży w kielbasach podsuszanych, szynkach [Nielsen grudzień 2013-listopad 2014] oraz konserwach mięsnych [Nielsen okres luty 2013 – styczeń 2014]. Dodatkowo Kabanos 180 g Krakus jest liderem sprzedaży w kategorii kabanosów.

Oferta

Asortyment marki Krakus obejmuje 5 głównych kategorii produktowych.

- Konserwy mięsne – świeżo zapeklowane mięsne przysmaki zamknięte starodawną metodą w metalowej puszcze, by trwały dłużej. To kultowa szynka konserwowa 1 lbs zamknięta w legendarnej „mandolinie”, czyli prawdziwy symbol tego, co najwykwintniejsze i jakościowo najlepsze, a także przywołujące smaki z dzieciństwa. Na linię konserw mięsnych Krakusa składają się także wyśmienite mielonki, gulasze oraz wyborne pasztety np. luksusowa mielonka wieprzowa, golonka wieprzowa lub gulasz angielski.
- Kielbasy podsuszane i tradycyjne – stworzone ze smakiem, wytwarzane z najwyższej jakości mięsa, tylko z naturalnymi przyprawami np. Kielbasa Krakowska, Żywiecka czy tradycyjna Kielbasa Myśliwska.
- Wędzonki – produkowane bez kompromisów, zgodnie z tradycją polskiego przemysłu mięsnego. Wśród klientów dużą popularnością cieszą się takie produkty, jak Szynka od Szwagra oraz Schab i Karczek z tej samej linii, a także zimno wędzona Szynka dojrzewająca, Szynka bez konserwantów oraz niedawno wprowadzona do oferty Szynka Magnacka.
- Kabanosy – stworzone w oparciu o normy sprzed lat, starannie podsuszone, kruche, w jelicie baranim, o klasycznym smaku.

- Marynaty i dania gotowe – mięsa w przyprawach zamknięte w folii do pieczenia to idealny sposób na domową, łatwą w przygotowaniu pieczeń lub wędlinę. Marka Krakus oferuje również danie gotowe w postaci gęsi pieczonej, którą wystarczy podgrzać 30 minut w piekarniku, aby otrzymać soczystą w środku i chrupiącą na zewnątrz gęś.

Promocja Marki

Krakus od lat obecny jest w mediach. W 2014 roku marka zwróciła się z komunikacją w kierunku młodych, współczesnych ludzi, którzy szukają produktów odpowiadających ich stylowi życia, ale jednocześnie ceniących sztukę wykonania i nawiązanie w produkcie do tradycji.

We wcześniej realizowanych kampaniach, w latach 2010-2014, marka odwoływała się do bliżej niezdefiniowanej przeszłości, wszystkiego tego, co kiedyś było dobre, a za czym obecnie tęsknimy. Poprzez hasło „Wędliny takie jak kiedyś” marka informowała klientów, że Krakus to produkty, które przywołują aromaty i nastroje czasów, gdy doskonale jedzenie wywoływało silne i pozytywne emocje. W ramach tej platformy komunikacji powstały kolejne odsłony obrazowania świata marki m.in. za pomocą starej wędzarni, ukazania pasji tworzenia i szlachetność smaku w roli głównej z kabanosami czy oryginalną historią szynki Krakus.

W 2011 roku w ramach świętowania 60-lecia marki Krakus przeprowadzone zostały szeroko zakrojone działania promocyjne, m.in. wydano wówczas specjalną książkę „Historie Krakusa”. Oprócz opowieści znanych osób, od lat tworzących polską kulturę i sztukę, m.in.: Beaty Tyszkiewicz, Agaty Passent i Tomasza Raczka, złożyły się na nią 22 historie wybrane w konkursie na wyjątkowe wspomnienia konsumentów związane z wędlinami Krakus. Publikację podzielono na 6 dekad oraz zilustrowano zdjęciami oddającymi klimat oraz realia minionych lat.

www.krakus.com



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Tygodnik „WPROST” na wzór indeksu Big Maca stworzonego przez tygodnik „The Economist” opracował indeks Krakusa, który służył do pomiaru siły nabywczej polskiego społeczeństwa na przestrzeni lat. Indeks mierzył formalnie, ile kilogramów polskiej szynki Krakus mógł kupić za miesięczną pensję przeciętny Polak oraz pokazywał, jak zmieniła się nasza zamożność i jak zmniejszał się nasz dystans ekonomiczny w stosunku do obywateli bogatszych krajów Europy.
- Podczas debiutu szynki Krakus na antenie popularnego show Davida Lettermana w 1995 roku każda z 461 osób na widowni otrzymała na pamiątkę po puszcze polskiej szynki. W tym samym programie szynkę otrzymał polityk Bob Dole, który następnie razem z nią znalazł się na okładce magazynu „Time”.