

Hagyomány és innováció a polcokon

A Mizo evolúciója



A Mizo tej az alapja mindennek

Egy közös alap köti össze minden Mizo termékünket: a tej, amit ismersz és szeretsz. Ott van a klasszikus fehértermékekben és a kényeztető termékekben egyaránt.

A Mizo a piacon az EGYETLEN, amely a tej kategóriát egész évben támogatja –
szezonban (húsvét és karácsony) és szezonon kívül is, folyamatos jelenléttel

**Miért
hiszünk
benne?**



A Mizo a magyar tejpiac egyetlen támogatott tejmárkája.

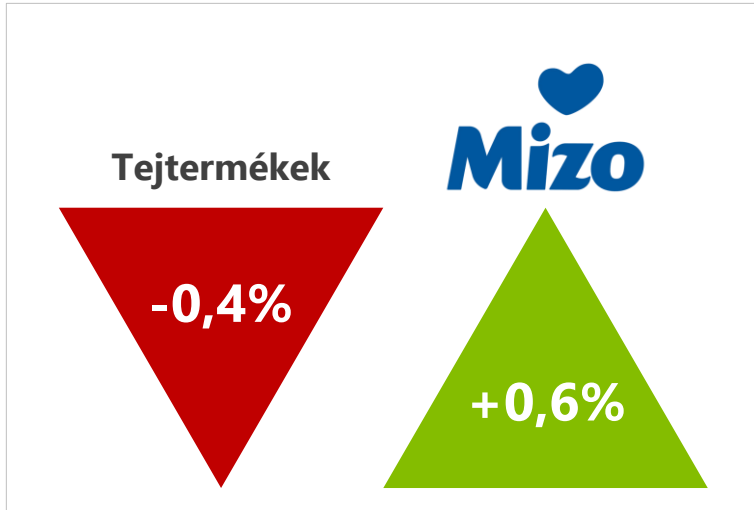
Egész évben, minden fontos alkalommal **megszólítjuk a fogyasztókat** – TV-ben, online, közterületen, az üzletekben és promóciókban.

A Mizo az egyetlen tejmárka, amely **12 kategóriában kínál nyerési lehetőséget a fogyasztóknak** a promóciók során.

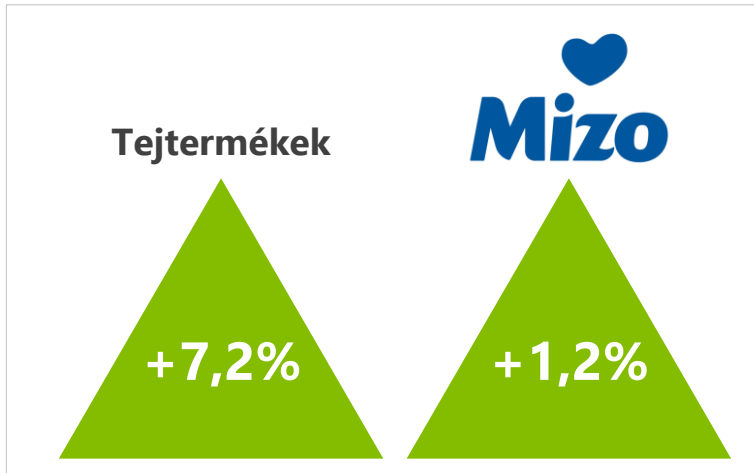
2025-ben a Mizo egy csökkenő piacon volumenben tovább erősödött közel 1%-os növekedéssel

Piac vs. **Mizo** teljesítmény

VOLUMEN



VALUE



Akár kategóriáról, ízről vagy kiszereleőről van szó, a márka állandó: **megbízható, szerethető, és minden alkalomra releváns megoldást ad**

Sokféle fogyasztó, sokféle igény, de a márka állandó társ minden helyzetben (rohanó városi, családosi, tudatos vásárló – eltérő életmódokhoz és preferenciákhoz igazított megoldásokat kínálunk)

Sokféle terméktípus, egy márkaérték (kényelmi és commodity termékek, hűtött és UHT megoldások)



2025-ben a
Mizo tovább erősítette a piaci pozícióját

Kiemelt aktivitások, amelyek hozzájárultak piacrészünk megőrzéséhez és növekedéséhez



Ízesített ital kategória –
image kampány és két új SKU csere

Időszak: augusztustól – portfóliónkban két új íz váltotta fel a sós karamellás, valamint a 0% hozzáadott cukros tejeskávét

Image kampány: online és OOH kampány (ízesített ital kategória), POS támogatás

50,7% vol. MS% (előző hónapok átl. 47%), a pistácia ízű tej kiemelkedő szerepet kapott a portfólióban TOP5)

Halloween-i időszak támogatása –
2,8% UHT tej csomagolás csere, PSL ízesített ital, jegeskávé és túró rudi

Kampány: online kampány, és eladáshelyi támogatás

Időszak: októbertől kezdődően

Az októberi Nielsen alapján:

Ízesített ital: **53,1% vol. MS%**

Túró rudi: **6,3% vol. MS%**
(előző hónapok átl. 5,0%)



Jegeskávé kategória – ArtCoffee országos kampány és új íz megjelenése



ArtCoffee kampány: online kampány, influencers és PR aktivitások, csomagoláscsere és POS támogatás

Időszak: július 7 – augusztus 31. országos nyereményjáték (Mizo Coffee Selection)

Caramel Cappuccino: a termék megjelenése májustól

Támogatás: CL és digitális kampány, eladáshelyi eszközök



MIZO országos nyereményjáték – minden Mizo brand termékre



A Mizo az egyetlen tejmárka, amely **10 kategóriában kínál nyerési lehetőséget a fogyasztóknak**

Időszak: március 13 – június 4.

Támogatás: TVC, online, közterületen és eladáshelyi támogatás – csomagoláscsere

MIZO 2025: a növekedés számai

12

kategória

4

csomagolás
váltás

8

tailor-made
promóció



2 cross
category
full brand

megjelenés a két
kiemelt időszakban
(Húsvét és Karácsony)

18

új termék

Mizo
Prote!n

új kategóriába
lépés

Halloween

új tematikus
megjelenés

Kiemelt aktivitásokon túl:

7 hálózat

3 608 display

804 ezer termék

197 tonna

eladott mennyiség



Stratégiai tervezési folyamatunk a hatékony bolti jelenlét és a fenntartható, hosszú távú kategórianövekedés érdekében 2026-ban is

Piaci és fogyasztói elemzés



**Kategória-,
fogyasztói és
versenyárselemzés**
(Nielsen, YouGov, saját
kutatás)

Célmeghatározás



**A kampány
stratégiai céljainak
kijelölése**
márkismertség növelése,
lojalitás erősítése,
fogyasztói bázis növelése

Eszköz- és csatorna választás



**Lehetséges megjelenési
formák és
promóciós
eszközök vizsgálata**

Tervezés és megtérülésszámítás



**Volumentervek,
költségtervezés,
ROI- és
hatékonysági
számítások
készítése**

Megvalósítás



**Aktivitás
lebonyolítása a
tervezett formában,
folyamatos
nyomonkövetés
mellett**

Eredménymérés és optimalizáció



**Értékesítési adatok
és KPI-ok
elemzése,
next step
meghatározása**

A portfólió lépésről lépésre bővült, megtartva a hagyományt és bevezetve az innovációt, miközben figyelembe vettük a fenntarthatósági szempontokat is



Kezdetek

Egyszerű kihelyezés
(egy hűtő, kevés fehér termék)



Kibővített portfólió

Bővítés két hűtőre: normál és laktózmentes fehértermékek



Sziget + display

Kis sziget és display kialakítása a polc előtt



Fenntarthatóság, konstrukció megtartása

Teljes portfólió

Teljes portfólió elérhető:
hagyományos fehértermékek és innovációk
(kávé, ital, túró rudi)

Mizo evolúció

portfólió és eladáshelyi innováció



Raklapdekor
evolúció



Display
evolúció



Promóció
evolúció



Elérhetőség
evolúció

Mizo evolúció

portfólió és eladáshelyi innováció

Raklapdekor
evolúció



Display
evolúció



Promóció
evolúció



Elérhetőség
evolúció

A raklapdekor evolúciója: egyszerűtől a fenntarthatóig, egyediig és innovatívig – a vásárlói figyelemért



Kezdetek
egyszerűség



Fenntartható fejlődés

Kartonal alapú raklapdekor, újrahasznosított anyagokkal



Egyediség és vizuális vonzerő

Egyedi közép elemek a kategória kiemelésére



Technikai innováció

Digitális táblák és animációk a figyelem felkeltésére

Mizo evolúció

portfólió és eladáshelyi innováció



Raklapdekor
evolúció

Display
evolúció



Promóció
evolúció



Elérhetőség
evolúció

A display evolúciója a kis kartonoktól a fenntartható raklap- és fa displayekig – a vásárlói figyelem és impulzusvásárlás szolgálatában



Kezdetek
kis display-ek



Növekvő kapacitás

Több termék, jobb rotáció, vásárlói elégedettség növelése (nagyobb display: 12 karton, 180 termék a változó partnerigényekre)



Raklapdisplay - diszkontok

Impulzusvásárlás maximalizálása, gyorsabb rotáció (raklapdisplay: 5,05 ezer display, 1,54 millió termék)



Fenntarthatóság és jövő

Fenntartható megoldás: **200 fa display** kihelyezés + további 10 db idénre

Mizo evolúció

portfólió és eladáshelyi innováció



Raklapdekor
evolúció



Display
evolúció

Promóció
evolúció



Elérhetőség
evolúció

A promóció evolúciója: a széles lefedettségtől a személyre szabott akciókig – a vásárlói elérés és rotáció támogatásában



Országos lefedettség



10 egyedi promóció a partneri igényekhez (rugalmas megoldás, vásárlói elköteleződés erősítése)

Nagy országos promóció a teljes Mizo portfólióval

Tailor-made promóciók



NYERJ
minden órában!

FÖDÍJ:
3 x 1 000 000 FT

HETENTE
150 000 FT

ÓRÁNKÉNT:
5 000 FT

Mizo
Válassz szívből.

Bankszámlára utalva!

A blokkod őrizd meg!
A promóció időtartama:
2025.03.13 - 06.04.
További részletek:
nyerjamizoval.hu

Éves jelenlét

Promóciók lefedve az év minden szakaszában folyamatos márkajelenlét, impulzusvásárlás erősítése

Mizo evolúció

portfólió és eladáshelyi innováció



Raklapdekor
evolúció



Display
evolúció



Promóció
evolúció

Elérhetőség
evolúció

Offline touchpoint evolúció: új csatornák a fogyasztókkal való találkozáshoz



**Kereskedelmi
hálózatokban való
értékesítés**

A kiskereskedelmi
csatornában széles
választék, láthatóság,
impulzusvásárlás és
márkaépítés



Mintaszórás **a Chili Fitness
láncoknak!**



Brand Festival

Balaton körüli standokon a nyári
időszakban



CAPPUCCINO ÉS LATTE

**Új, offline
elérhetőség a
fogyasztóval**



Plaza Brand Fesztivál

Kóstoltatás 6 budapesti plázában
március-április (Glamour napok,
Húsvét)



A Mizo evolúciója a portfólió, az eszközök és a touchpointok terén lehetővé teszi, hogy a vásárlók számára mindig látható, elérhető és fenntartható élményt nyújtsunk – a hagyomány és innováció egyensúlyában

Eladáshelyi eszközök evolúció

Vonzó, fenntartható
kihelyezések



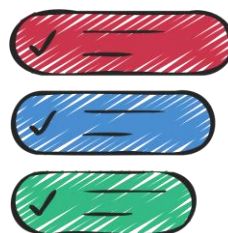
Portfólió evolúció

Széles választék, hagyomány
és innováció kereszteződése



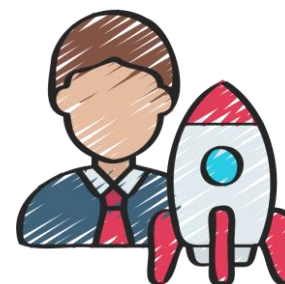
Promóciók


Országos és személyre
szabott jelenlét



Offline touchpointok

Közvetlen fogyasztói élmény





Hagyomány és innováció a polcokon

a Mizo evolúciója

