



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	8.9.2003
Tekijä(t)	Jaana Rantanen 8457	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	73
Otsikko	Mynthon-pastillin uudelleenlansseerauksen mahdollisuudet ja edellytykset Tshekissä ja Slovakiassa		
Ohjaaja(t)	VTT Urpo Kivikari, KTM Elina Pelto		

#### Tiivistelmä

Pro gradu -tutkielma on luonteeltaan kvalitatiivinen. Tutkimus tehtiin toimeksiantona Leaf Oy:lle. Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa Mynthon-pastillin uudelleenlansseerauksen mahdollisuuksia ja edellytyksiä Tshekissä ja Slovakiassa. Tutkimusongelmaa lähestyttiin viiden osaongelman kautta: 1) Mynthon-pastillin tuoteominaisuudet verrattuna markkinoilla jo oleviin kilpaileviin tuotteisiin, 2) Mynthon-pastillin edellytykset markkinoilla vallitsevalla pastillien hintatasolla, 3) Miten Mynthon-pastilli pystyy tyydyttämään potentiaalisten asiakkaiden tarpeet, 4) Jakeluteiden rakenne Mynthon-pastillin lansseerausta ajatellen ja 5) Kilpailijoiden käyttämät markkinointiviestinnän keinot ja panostukset.

Teoreettista viitekehystä lähdettiin rakentamaan lansseerausprosessin vaiheiden kautta. Tutkimusongelman kannalta oli oleellista pitäytyä prosessin ensimmäisessä vaiheessa, lähtökohta-analyysissa. Lähtökohta-analyysien tarkastelun pohjalta päädyttiin kilpailija-analyysiin. Kilpailija-analyysistä nostettiin keskeiseksi tarkastelun kohteeksi kilpailevat tuotteet ja niiden markkinaosuudet, tuotteiden tunnettuus sekä kilpailijoiden markkinointimix.

Tutkimusaineistoa hankittiin havainnoimalla Tshekin ja Slovakian vähittäismyyntipisteitä sekä haastatteleamalla makeisten sisäänostajia sekä mainostoimistojen edustajia. Lisäksi empiiristä aineistoa täydennettiin Leafiltä saadulla materiaalilla sekä haastateltavilta saadulla aineistolla. Empiiristä tutkimusaineistoa analysoitiin teemoittelun avulla.

Leafin konsepti Venäjällä ja Baltiassa on ollut kolmivaikutteinen Mynthon-pastilli, Mynthon 3 Effect, joka avaa tukkoisen nenän, raikastaa hengityksen ja tuo helpotusta kurkkukipuun. Mynthon-pastilli on menestynyt erinomaisesti kyseisissä maissa ja tutkimustulosten perusteella Mynthon 3 Effect -konseptilla on markkinapotentiaalia myös Tshekissä ja Slovakiassa. Vaikka pastillitarjonta on molemmissa maissa laaja, ei valikoimasta löydy Mynthon 3 Effect -tyyppistä tuotetta. Kolmen makuvariantin lansseeraaminen tuntuu aluksi realistiselta. Varianteista yhden tulisi olla sokeriton ja yhden funktionaalinen. Pastillin hinta voisi noudattaa markkinoilla olevien tuotteiden keskihintaa. Mynthonin potentiaalista kohderyhmää ei voida rajata kovin tarkasti. Yleisesti ottaen se soveltuu ominaisuuksiensa puolesta niin naisille kuin miehillekin. Jakelun osalta tuntuu keskittyminen hyper- ja supermarketteihin johdonmukaiselta. Hyvin suunniteltu, toimiva ja näkyvä mainoskampanja on elinehto uuden tuotteen menestymiselle. Erityisesti televisiomainontaan tulisi panostaa. Leafillä on vankka kokemus Venäjällä ja Baltian maissa Mynthonin osalta. Vaikka Tshekki ja Slovakia poikkeavat joiltakin osin huomattavasti Venäjältä ja Baltiasta, edesauttaa näiden maiden tuntemus varmasti lansseerauksen suunnittelua, toteutusta ja ennen kaikkea onnistumista keskisen Itä-Euroopan maissa.

Asiasanat Uudelleenlansseeraus, lähtökohta-analyysit, kilpailija-analyysi, markkinointimix

Muita tietoja