



## בליבת הערכים של המותג Heineken עומדים תפיסת הפרימיום, המיצוב הבינלאומי וחויית השתייה. שימור החוזקות האלה נעשה באמצעות קמפיין גלובלי בסיסמה OPEN YOUR WORLD והתקנת ברזי מזיגה ומקררים, המשפרים את חויית הלגימה

העיצוב המקורי של הבקבוק משנת 1873, השני מוקדש להשקת הבירה בניו יורק בתום 'תקופת היובש' בשנת 1933, השלישי הוא בעיצוב הנוכחי, והבקבוק היעיתי מסמל את העתיד המצפה למותג. בנוסף, ועל מנת לחזק את תפיסת הבינלאומיות, הושק השנה בר ממותג Heineken במיקום הגלובלי ביותר בישראל: בחלל המרכזי של אולם הנוסעים היוצאים בשדה התעופה בן גוריון.

### תפיסת הפרימיום

במקביל לחיזוק המיצוב הבינלאומי, נמשכו המהלכים

משפחתו יתנוסס על התווית. כך נולד המותג Heineken. מאז, ייצרה המבשלה מיליוני ליטרים של בירה Heineken ב-172 מדינות בעולם, אולם המתכון המקורי לא השתנה כבר יותר מ-150 שנה. לישראל הגיע Heineken בשנת 1992, והוא משווק מאז על ידי חברת טמפו.

### הסביבה התחרותית

Heineken הוא מותג פרימיום בעולם הבירה. מדובר בבירה מסוג פילזנר, לאגר בהיר, שערכי המותג שקשורים אליה הם בינלאומיות, איכות ופרימיום. מיצובה הגבוה של Heineken כבירת פרימיום, מאפשר לה לקחת פרמיה של 30%-40% מעל לכירות מקומיות כדוגמת גולדסטאר.

### האתגר השיווקי

ברמה הרגשית, יש להמשיך ולחזק את מעמד הפרימיום של המותג ואת המיצוב הבינלאומי שלו. ברמה הפונקציונלית, המותג רוצה לספק לצרכנים חויית שתייה מיטבית.

### המיצוב הבינלאומי

במטרה לחזק את המיצוב הבינלאומי הושק השנה קמפיין עולמי למותג בקונספט "Open your World". סיסמת המותג החדשה נועדה לחזק את מיצובו כבינלאומי וכחוצה תרבויות, ולהציג את צרכניו כאנשי העולם הגדול. בישראל, נתמך הקונספט הגלובלי החדש באמצעות קמפיין קירות שהתמקד בשלטי ענק ועל גבי קירות במיקומים הבולטים, דוגמת קיר מחלף ההלכה, על מנת לשדר עוצמה, כיאה למותג פרימיום.

מהלך נוסף שינהל בישראל לחיזוק המורשת הבינלאומית של המותג יכלול השקת מהדורה מיוחדת של מארז רביעיית בקבוקים יוקרתי, בקונספט של "עבר מפואר, הווה מרשים ועתיד מזהיר". כך, למשל, אחד הבקבוקים במארז הוא בהשראת

בשנת 1864, בחור הולנדי בן 22 בשם ג'ירד קונה מבשלת בירה כושלת באמסטרדם. ב-1873 הוא רוקח נוסחה לייצור בירה ממים, לתת וכישות ומחליט, ששם





www.Heineken.co.il

## דברים שלא ידעת על Heineken

- הבירה של המותג נמכרת ביותר מ-172 מדינות בעולם.
- הנסחה המקורית לייצור Heineken לא שונתה מימיה הראשונים של המבשלה, והיא מבוססת על שמרים, שפותחו על ידי אחד מתלמידיו של לואי פסטר.
- הכוכב שבלוגו Heineken הוא סמל עתיק של גילדת מבשלי הבירה במאה ה-19. פינות הכוכב מסמלות את מרכיבי הבירה, התורמים לאיכותה: המים, הכשות, הדגן, ההלתה, הכרומיסטר והשמרים.



אלא גם סיעה ליצירת באזז חיובי ויחסי ציבור לקמפיין כולו, כמו גם חשיפות בכתבות בשידורי החדשות ובעיתונות הכתובה.

### שיפור חוויית השתייה

כתפיסת עולם, Heineken מאמינה, שעליה לדאוג לצרכניה לחוויית שתייה אולטימטיבית. מחקרים שבוצעו העלו, שההנאה המקסימלית מושגת כאשר הבירה נמזגת לכוס כשהיא בטמפרטורה של 0 מעלות, ואז היא קטיפתית ומחליקה בקלילות בגרון.

על כן, גם השנה, הורחב מהלך התקנת ברזי Heineken Extra Cold בפאבים סלקטיביים ברחבי הארץ. מכיוון ש-Heineken נמכר בפאבים גם בבקבוקים ולא רק מברזי מזיגה, נוצר צורך לספק חוויית שתייה הדומה לחוויית השתייה מברזי Heineken Extra Cold גם בפורמט של בקבוקים.

לשם כך, נבחרו ברים ובפאבים נבחרים, כאלה שמבילים בהם מובילי דעה בתחום הבירה, או שהם נחשבים למובילים בתחומם, מקררי Fast Bottle Cooler. מדובר בפיתוח טכנולוגי ייחודי ל-Heineken העולמית: מקרר המסוגל לצנן את בקבוקי הבירה של Heineken בתוך 15 דקות מטמפרטורת החדר ל-0 מעלות. בדרך זו, פאבים וברים שבהם יש צריכה גבוהה של המותג יכולים להיות בטוחים שהבירה שהם מוכרים מוגשת ללקוחות בטמפרטורה המיטבית.

התומכים במעמד הפרימיום של Heineken. כדי לעשות זאת, הושק הקיץ מהלך רחב היקף, שבמרכזו שיתופי פעולה עם תשעה שפים של מסעדות יוקרה נחשבות.

השפים התבקשו להגות מתכון, שיוגש בכלעדיות במסעדה שלהם במשך חודש שלם, ושאחד ממרכיביו הוא בירה Heineken.

כך, למשל, הגיש שואל אברון מיועזר בר יין סטייק אנד קיזני פאי אנגלי ב-Heineken, רפי כהן מרפאל הכין שרימפסים 'שיכורים', ארי ירזין מקפה איטליה הגיש תבשיל שורט ריבס ב-Heineken ודן קירש ממסעדת זוני בירושלים הכין ברוסקטה על תבשיל שפונדרה ו-Heineken. עוד נטלו חלק בפעילות השפים אילן גרוסי ממסעדת ציאקארה, מיכאל כץ ממסעדת קולוני בר, ג'ו מרסיאנו ממסעדת קנטינה, אורנה אגמון ואלה שיין מ'אורנה ואלה' ואיציק הראל ממסעדת דגים 206.

בכל אחת מהמסעדות זכתה המנה המיוחדת לחשיפה גדולה בתפריט ומחוצה לו, ועל מנת להקנות למהלך את אווירת הפרימיום והבינלאומיות, שהם חלק מערכי המותג, הוטס לישראל צלם הידוענים האמריקאי, בריאן סמית'ס, שצילם את כרזת המבצע ששחזרה תמונה אייקונית של להקת הביטלס הנראית כשחבריה עומדים על כשב מדרגות של מטוס, אלא שהפעם החליפו השפים הישראלים את כוכבי הלהקה. ההסתייעות בסמית' לא רק הניבה פריים צילומי משובח



**2005**  
Heineken העולמית  
רוכשת 40% מטמפו.

**1992**  
טמפו מקבלת את הזיכיון  
לשיווק Heineken בישראל.

**1933**  
תחילת היבוא לארה"ב.

**1873**  
בירה Heineken הראשונה  
יוצאת לשוק.

**1864**  
ג'רד היינקן קונה מבשלת  
בירה באמסטרדם.