

סימילאק

בגלל המדע.



רענון האסטרטגיה התקשורתית של המותג סימילאק הביא הן ליצירת שפה תקשורתית חדשה, היוצרת הזדהות וחיבור רגשי ל"אמהות של היום", והן להשקעה של מוצרים ושירותים חדשניים, אשר נבחרו במטרה לתת ערך אמיתי בעולמות התוכן הרלוונטיים לאמהות המודרניות

תזונתיים לתינוקות לרבות; פורמולת הדגל סימילאק אדבנס פלוס, סימילאק קומפורט המיועד לתינוקות עם קשיי עיכול, וסימילאק איזומיל - פורמולה המבוססת על חלבון סויה. היתרון העיקרי של סימילאק הינו שהוא מותג התמ"ל (תרכובת מזון לתינוקות) היחיד בשוק הישראלי, שמויצר על ידי חברת תרופות ומוצרי בריאות גדולה ומובילה בתחומה.

מזה 125 שנים, העדיפות הראשונה והחשובה במעלה באבוט היא להציע לצרכנים מוצרים באיכות גבוהה, אשר הינם בטוחים ומבוססים על מדע קליני. הסלוגן שמלווה את המותג הוא: "סימילאק. בגלל המדע". עם למעלה מ-700 מדענים, רוקחים ומנהדסים ו-6 מרכזי מחקר ברחבי העולם, חטיבת התזונה של אבוט משפרת את איכות החיים של אנשים מינקות ועד זקנה, באמצעות ייצור ושיווק של מוצרים לגדילה והתפתחות, המספקים פתרון בכל שלבי החיים.

האתגר השיווקי והפתרונות היצירתיים

החיים המודרניים הביאו לשינויים ולאיתגרים חדשים העומדים בפני האמהות של היום. האמהות המודרניות עסוקות יותר מבעבר, הן נאלצות להתמודד עם אורח חיים תובעני, הכולל שילוב בין קריירה וגידול ילדים, ותוך כדי הן מוצפות בשלל מידע מכל עבר - משפחה, חברים והרשת הדיגיטלית.

בסימילאק הבינו, כי על מנת לשמור על מובילות בתפיסת הצרכנים, בשוק שהינו דינאמי ותחרותי, על המותג להתאים את עצמו ל"אמהות החדשות" ולעטוף

אותן בחדשנות מוצרית ותפיסתית, שמספקת תועלות וערכים אמיתיים. כאלו, שהופכים את חיי התינוקות ואת חייהן של האמהות לטובים ונוחים יותר. אבוט ישראל, הצליחה לייצר חיבור לאמהות של היום, באמצעות חדשנות מוצרית, הכוללת את השקתם של סימילאק קומפורט, ערכות סימילאק אקודו ומארזי סימילאק טו-גו.

אחת המחויבויות של אבוט הינה לבריאותם התזונתית ואיכות חייהם של תינוקות. החברה תומכת בהנקה באופן מוחלט, כמו גם באמהות שאין ביכולתן להניק, או אחרות שבחרות שלא להניק או שמעוניינות שתזונת התינוק לא תתבסס על הנקה בלבד.

במטרה להעמיק את הבידול בין המותגים הפועלים בישראל בקטגוריית התמ"ל, הוחלט במהלך 2013 לבצע אבולוציה בשפה התקשורתית של המותג. זאת, באמצעות הוספת מגע רך ורגשי יותר, שנועד לייצר תקשורת בלתי אמצעית עם האמהות, המחפשות מותג אשר מספק להן ביטחון באיכות המוצרים, מבין אותן ומתקשר עימן בגובה העיניים.

השפה החדשה של סימילאק מתבססת על סיטואציות קטנות, שלקוחות מתוך היומיום של האמהות המודרניות. סיטואציות שיוצרות הזדהות. סרטוני הטלוויזיה ההומוריסטיים מתקשרים את חדשנות המוצרים של החברה, לצד יתרונותיהם. כמו כן, השפה החדשה שומרת על הקו העיצובי הנקי של המותג, כאשר משולבים לתוכה גם אלמנטים צבעוניים וחיים, המתכתבים עם אריות המוצרים.





www.similac.co.il

דברים שלא ידעת על סימילאק

- השם סימילאק מבוסס על צירוף המילים Similar to Lactation (ובעברית: "דומה לחלב אם").
- ב-1951, אבוט פיתחה את הפורמולה הנוזלית הראשונה מסוגה בארה"ב, לשימוש בבתי חולים.
- סימילאק הינו תחליף החלב היחידי לתינוקות המשווק בישראל, ושמוצר על ידי חברת תרופות ומוצרי בריאות מהגדולות בעולם.
- אבוט משווקת את סימילאק מאז 1925 וכיום משווקים מוצרי סימילאק בכ-96 מדינות ברחבי העולם תחת השם סימילאק.
- סדרת מוצרי סימילאק בישראל כוללת למעלה מ-20 מוצרים, הנותנים מענה למגוון צרכים ייעודיים, לרבות בעיות רפואיות של תינוקות.



הערכות מתאימות לילדים בגילאי תשעה חודשים ומעלה. ערכות אקודו מוצעות במחיר סמלי לצרכנים, שרוכשים את פחית סימילאק אדבנס פלוס במשקל 900 גרם ברשת סופר-פארם.

חדשנות מוצרית

כחלק מהפתרונות היצירתיים, השקיע

המותג גם בהשקת מוצרים חדשים:

סימילאק קומפורט: סימילאק הייתה הראשונה לזהות את הצורך שקיים בקרב צרכנים לפורמולה שנותנת מענה לבעיות עיכול נפוצות כגון כאבי בטן, גזים, שלשול ועצירות. סימילאק קומפורט הינה הפורמולה עם ההרכב הייחודי והמתקדם בישראל לבעיות עיכול הכולל: חלבון מפורק חלקית - המפחית את הקושי בעיכול בשל היותו מפורק חלקית; 2 אחוז לקטוז - מפחית מקרים של כאבי בטן וגזים העלולים להיגרם מהקושי בעיכול הלקטוז; הרכב שמנים ללא שמן דקל - תורם להפחתת כאבי הבטן; סיבים תזונתיים מסוג GOS - תורמים למרקם צואה דומה לזה של תינוק יונק, ולחיוזוק ההגנה הטבעית. הסלוגן שנבחר ללוות את השקת המותג הינו: "תקשיבי לבטן ותחילפי לסימילאק קומפורט".



המעטפת הדיגיטלית

כחלק מהפתרונות היצירתיים, סימילאק הציג חדשנות גם בתחום הדיגיטל:

אפליקציה סולרית בשם יומן התינוק: האמהות של היום נמצאות במרחב הדיגיטלי. הן גולשות, משתפות ומתייעצות. כ-70% מהגולשות באינטרנט הן אימהות; 42% עושות זאת באמצעות הסמארטפון. על בסיס מידע זה, בחרו בסימילאק להציע לאמהות כלי חדשני ויעיל בעולם תוכן שאינו מוצרי. "אפליקציית יומן התינוק" מאפשרת לאמהות לעקוב אחר סדר יומו של תינוקן בנוחות רבה. כך למשל, יכולה האם לבצע מעקב אחרי זמני ההנקה וזמני היציאות של תינוקה, ולעקוב אחר נתוני הגדילה שלו. מידע זה, ניתן לצפייה באמצעות האפליקציה, כשהוא מוצג בצורה גרפית נוחה לשימוש. עד היום זכתה האפליקציה לעשרות אלפי הורדות ושימושיות נרחבת. **מפענח החיתול:** כלי דיגיטלי נוסף שהושק על ידי סימילאק, המשמש כמדריך להורים לזיהוי יציאות התינוק. המדריך ממחיש מגוון סוגי יציאות בצורה ויזואלית, ובכך מאפשר לזהות בעיות עיכול.

ערכות ההתפתחות אקודו

כחלק מהרצון להעניק ללקוח ערך אמיתי, שאינו בהכרח מוצרי, וכחלק ממחויבות לחיסכון ולשמירה על איכות הסביבה, השיקה אבוט ישראל מוצר חדשני וראשוני: ערכות אקודו, המאפשרות להפוך את פחיות סימילאק 900 גרם למשחקים התפתחותיים או לקופסת אחסון.

1888	חברת התרופות אבוט מתחילה את פעילותה בשיקגו.
1925	החברות לייצור חלב מרוס ורוס (הידועות כיום כאבוט) מייצרות את תרכובת המזון לתינוקות המסחרית הראשונה. קונספט חדשני באותה תקופה, אשר ניתן לו השם סימילאק, בשל היותו דומה לחלב אם.
1970	סימילאק מגיע לראשונה לישראל.
2004	חברת אבוט העולמית מקימה את אבוט ישראל.
2010	המותג משיק שפה תקשורתית חדשה: שפת העובדות המדעיות.
2011	מושקים סימילאק אדבנס פלוס, סימילאק כשר למהדרין, וסימילאק ג'ינטל.
2012	המותג מרענן את השפה התקשורתית: "לאימהות של היום יש סימילאק. בגלל המדע". מושקים סימילאק קומפורט ואריזות הנוחות סימילאק סוגו.
2013	השקת אפליקציית "יומן התינוק", מפענח החיתול וערכות אקודו.