

PO MUSZYNIANKĘ SIĘGAJĄ SPORTOWCY

Rozmowa z **Leszkiem Cidyłą**, kierownikiem działu sprzedaży i promocji Spółdzielni Pracy Muszynianka

Muszyniankę zawsze wyróżniała duża zawartość magnezu – z tego jest znana. Ale ostatnio powstało sporo konkurencyjnych wód, które również wykorzystują zawartość tego pierwiastka jako atut.

To prawda, że powstają wody promujące się jako źródło magnezu. Ale Muszynianka zawiera nie tylko bardzo dużo magnezu, ale również wapnia i innych pierwiastków, mających pozytywny wpływ na organizm. Należy podkreślić, że Muszynianka jest naturalną wodą mineralną wysoko zmineralizowaną, o właściwościach profilaktyczno-dietetycznych. Nie jest sztucznie zmineralizowana w celu podniesienia niektórych składników o znaczeniu marketingowym – w odróżnieniu od różnego rodzaju „sztucznych wód”, które pokazują się ostatnio na rynku.

Czy woda z dyskontów zagraża tej brandowej? Jest przecież o połowę tańsza.

Od wielu lat budujemy świadomość klientów i zachęcamy ich do picia naturalnej wody mineralnej wysoko zmineralizowanej. Dyskonty koncentrują się przede wszystkim na oferowaniu produktów tanich, dlatego stawiają na wody źródlane lub

mineralne o niskiej mineralizacji. Świadomy konsument, który posiada podstawową wiedzę, zna różnicę pomiędzy wodą mineralną a źródlaną. Przy wyborze nie kieruje się ceną. Muszynianka z uwagi na swoje walory należy do wód drogiej. Wpływ na jej cenę ma przede wszystkim wysoki koszt pozyskiwania z naturalnych źródeł.

Czy to, że sezon jest dobry lub zły, zależy wyłącznie od pogody? Jakie są inne czynniki decydujące o sprzedaży?

Pogoda ma zawsze duży wpływ na sprzedaż. Ale decyduje nie tylko temperatura, lecz i wiele innych czynników. Jednym z nich jest reklama. Budowanie świadomości konsumentów oraz przywiązanie do konkretnej marki sprawiają, że klient częściej sięga po dany produkt.

Jaka jest przyszłość rynku wód?

W ostatnich latach kategoria rozwija się dynamicznie. Jeszcze kilka lat temu spożycie wody na jednego mieszkańca wynosiło 50 l, a już teraz mamy ponad 70 l, co brzmi optymistycznie. Nasze społeczeństwo prowadzi bardziej aktywny tryb życia i zaczyna dbać o zdrowie: prawidłowo się



Leszek Cidyła

odżywia, wybiera zdrowe produkty. Dzięki temu polecana przez dietetyków i lekarzy Muszynianka odgrywa znaczącą rolę. Coraz częściej sięgają po nią sportowcy i osoby aktywne.

Jakie są Państwa plany na najbliższy rok?

Zmodyfikowaliśmy etykietę i logo Muszynianki, zmienimy butelkę. Celem jest odświeżenie wizerunku marki. W bieżącym roku planujemy osiągnąć kilkuprocentowy wzrost sprzedaży.

Hubert Wójcik