



A MAGYAR TERMÉK Nonprofit Kft. hírei

A crunchy müzlik piacát is meghódítja a Cerbona

A Cerbona folytatja az elmúlt évek termékfejlesztéseit és beruházásait, a 2018-ban megvalósított crunchy müzli gyártó berendezés után az idén raktárépítésbe kezdett, valamint bővítette a gluténmentes portfólióját is – mondta Mészáros Tamás, a Cerbona Élelmiszergyártó Kft. ügyvezető igazgatója.

A Cerbona müzliszeletek, müzlik, gabonapelyhek 30 éves múltja tekintenek vissza. A székesfehérvári gyárban készülő Cerbona-termékek közül több is piacvezető Magyarországon. Az elmúlt években folyamatosak voltak a beruházások a cégnél, a gluténmentes müzliszeleteket gyártó gépsor, valamint a puffasztott szeleteket készítő új berendezés után tavaly megvalósult az a fejlesztés is, amely nyomán az üzem alkalmassá vált crunchy müzlik előállítására is. A fejlesztés nem áll meg, hiszen a folyamatosan bővülő termelés szükségessé tett egy új raktárat, amelynek az építése már folyik a cég telephelyén, és várhatóan 2020 tavaszára készül el.

Az elmúlt évek termékfejlesztései új piacokat nyitottak meg a Cerbona számára, a zabszeletei, gluténmentes

müzliszeletei, valamint a Sport müzliszeletei egyaránt sikeresnek bizonyultak, és rövid időn belül a cég legnépszerűbb termékei közé kerültek – foglalta össze az elmúlt évek eredményeit Mészáros Tamás, aki szerint a Cerbona továbbra

is arra koncentrál, hogy az egészségtudatosabb, sportos életmódot folytató, illetve az alacsonyabb cukortartalmú, valamint a glutén- és

laktózmentes termékeket kereső vásárlók igényeit még jobban kielégítse. Az idén gluténmentes müzlikkel és zabszeletekkel bővítet-

te kínálatát, és a gabonaalapú Sport-szeletei mellett Sport + termékeivel megjelent a hagyományos energiaszeletek között is. Emellett az új crunchy gépsort kihasználva az egyébként stagnáló müzlipiacon is erősíteni tudja a pozícióit.

A Cerbona belföldi piacain jelentős az import termékek versenye, így magyar tulajdonú céggént a Hazai Feldolgozású Termék védjegy használatával is hangsúlyozza, hogy saját fejlesztésű termékei itthon készülnek. //



Cerbona is conquering the crunchy muesli market too

Tamás Mészáros, managing director of Cerbona Élelmiszergyártó Kft. informed our magazine: after investing in the crunchy muesli production line in 2018, this year the company started building a new warehouse (which is expected to be ready by spring 2020) and extended its gluten-free product portfolio. He added that Cerbona continues to focus on providing shoppers with healthy, low-sugar, gluten- and lactose-free products. This year they came out with gluten-free mueslis and oat bars, and the company also rolled out the cereal-based Sport+ products. Thanks to the new crunchy muesli production line, Cerbona has managed to strengthen its positions in the otherwise stagnating muesli market too. Being a Hungarian-owned company, Cerbona uses the Domestically Processed Product trademark to communicate that their products are made in Hungary. //

Csúcsra járnak a Magyar Termék közösségi nyereményakciói

A nagy gyártói érdeklődésre való tekintettel az idén két országos közösségi nyereményjátékot is szervezett a

két sorsolnak ki azok között, akik az akcióba bevont több száz termék vásárlásáról szóló blokk AP-kódját feltöltik a



kampány honlapjára.

Az idén először már tavasszal is megrendezett akció fődíját nemrégiben vehette át a szerencsés

Magyar Termék Nonprofit Kft. A második, őszi akcióra ismét kiterjesztették a telt ház táblát, ugyanis 15 védjegyhasználó cég vesz benne részt. A januárig tartó Spájkolj és nyerj! játékban egymillió forint készpénz a fődíj. Emellett napi és heti nyereménye-

kecskeméti nyertes, aki a játék weboldalán lévő virtuális spájzában valamennyi polcát feltöltötte. Egy Queen Cola, egy BioStop ruhamolycsapda, egy Bükki Parasztkenyér és egy Detki Tere-Fere vásárlás blokkja hozta meg a szerencsését. //

Great interest in Hungarian Product prize games

Thanks to the great interest from product manufacturers, Hungarian Product Nonprofit Kft. organises not one but two nationwide, collective prize games this year. In

the autumn 15 trademark user companies are taking part in the campaign. The promotion lasts until January and the main prize is HUF 1 million in cash, but daily and weekly prizes are

also drawn. All shoppers need to do is upload the AP codes on the receipts they get for buying any of the hundreds of products in promotion to the campaign website. //

Google-esettanulmány lett a Magyar Termék kampányából

Óriási szakmai megtisztelés érte a Magyar Termék országos nyereményjátékának Google Ads kampányát, amelyet a WebMa valósított meg. A világ egyik legnagyobb informatikai vállalata a kiemelkedően sikeres kampányból szakmai esettanulmányt készített, amely megtekinthető a Think with Google felületén. Az írás azt mutatja be, hogy sikerült exponenciálisan növelni

a 2018-as nyereményjáték eredményeit Google keresési, Google Display és YouTube hirdetésekkel.

A WebMa szakmai segítségével a 2018-as promócióban a 2017-eshez képest összességében 85 százalékkal több célteljesülést (regisztráció + kód-feltöltés + kuponigénylés), 65 százalékkal több felhasználói regisztrációt és 50 százalékkal több sikeres AP-kód feltöltést sikerült elérni. //

Hungarian Product campaign becomes Google case study

The Google Ads campaign of a nationwide prize game by Hungarian Product – which was implemented by WebMa in 2018 – has become a case study that anyone can read at Think with Google. It introduces how the prize game's results grew exponentially with Google search, Google Display and YouTube ads. Compared with the 2017 campaign, 85 percent more targets were reached, 65 percent more users registered and there were 50 percent more successful AP code uploads. //