



*Презентация на тему*  
**«Неудачные товары»**

*Выполнила: Беломестнова Анастасия*

*Группа: ФБ-52*

Речь пойдёт о детском питании «Blédina», которое было выпущено в продажу в России в 90-х годах



*Странно даже, почему бренд с таким названием не обрел у российского потребителя заслуженного почитания. Прекрасное детское питание от компании Данон ценилось во всей Европе. Только у нас почему-то оно не прижилось.*




*Российские мамы с настороженностью отнеслись к такому названию. Есть достоверные сведения, что российские представители компании Данон доставали в своей массе компанию, чтобы та отреагировала на название, которое у российских потребителей вызывает отрицательные эмоции.*





Однако, истинные французские маркетологи не обращали никакого внимания на эти заявления и считали претензии необоснованными. В качестве примера приводилась Словакия. Там мол славянский язык тоже в ходу, а продукт имеет отличный спрос. Нужно решать проблему на местах, а не жаловаться на название.





Как оказалось, никакие слоганы или маркетинговые ходы не повлияли на продвижение продукта, который пропал с прилавков России достаточно быстро. И только некоторые помнят пародию Угольникова где был девиз «Весь мир вскормлен ...!».