Птицефабрика «Роскар» имеет несколько торговых марок: «Экстра», «Омега 3 Актив», «Яйцо от счастливой несушки» и последняя разработка компании - «Активита» - яйца, обогащенные селеном и йодом. Основной причиной создания такого количества торговых марок явилась необходимость дифференциации продукции птицефабрики. Постоянное совершенствование технологий производства позволило существенно расширить ее ассортимент. Но недостаточно просто выпускать больше видов продукции, необходимо еще помочь покупателю сориентироваться в этом многообразии.

Не секрет, что большинство потребителей совершает выбор в пользу той или иной марки яиц, руководствуясь, в первую очередь, их органолептической оценкой и такими факторами, как цена и свежесть. При этом многие из них практически не имеют представления о том, что яйца могут иметь еще какие-то отличия. Именно на этих отличительных свойствах наших яиц призвана сфокусировать внимание каждая из торговых марок. Все они предназначены для своего покупателя и обозначают продукцию, обладающую своими, четко выраженными свойствами.

Наличие торговой марки облегчает конкуренцию с товарами других производителей, создает круг постоянных покупателей и привлекает внимание потребителей к новым товарам.

Одним из самых сильных инструментов для привлечения покупателей служит то доверие к птицефабрике и ее продукции, которое сформировалось за время работы предприятия. Покупатели знают, что благодаря самым современным технологиям производства и строжайшему санитарно-ветеринарному контролю на фабрике, они всегда могут рассчитывать на отменное качество и высокие стандарты безопасности нашей продукции.

Другим инструментом является ставка на производство яиц, полезных для здоровья. Забота о здоровье потребителя - это основная концепция нашей деятельности, которая подтверждается всей линейкой продуктов птицефабрики. В яйцах «Экстра» яркость желтка обусловлена наличием в нем каротиноидов – естественных антиоксидантов. Яйца «Омега 3 Актив» обогащены полиненасыщенными жирными кислотами и содержат в семь раз больше витамина Е, чем обычные. Яйцо «Счастливая курица» получено от кур, содержащихся по свободно-выгульной системе и не испытывающих стрессов, благодаря чему оно сохраняет максимум всех витаминов. Яйца «Активита» содержат селен и йод, нехватка которых в организме приводит ко многим заболеваниям.

В большинстве европейских стран, в США и Канаде, Новой Зеландии и Японии яйца, обогащенные различными микроэлементами, уже давно пользуются устойчивым спросом. В России производство обогащенных яиц только начинает развиваться. В связи с этим очень остро стоит вопрос о формировании общественного мнения в сфере потребления подобной продукции, поскольку многие покупатели пока достаточно настороженно относятся к яйцам с различными добавками. Поэтому одна из основных задач на сегодня - формирование культуры потребления подобной продукции. Именно на ее выполнение направлены маркетинговые и рекламные усилия птицефабрики.

Другой задачей маркетинга является помощь в формировании сильных яичных брендов с конкретно обозначенной для покупателя пользой от их приобретения. В настоящее время рынок яичной продукции практически не брендирован: ни одна из существующих торговых марок яичной продукции не обладает всеми признаками полноценного бренда.

Как уже было сказано выше, покупка яиц совершается под влиянием таких факторов, как цена, свежесть и внешний вид. Говорить о приверженности потребителей какой-то конкретной марке яиц или конкретному производителю сегодня вряд ли можно, поскольку процент таких потребителей крайне невысок. В то же время конкуренция на яичном рынке достаточно сильна, поэтому уже мало просто выпускать высококачественную продукцию. Необходимо правильно донести до потребителя те выгоды, которые он получит, купив ее. Именно поэтому брендинг и маркетинг, как его основное направление, сегодня являются одними из важнейших инструментов ведения бизнеса на большинстве рынков, и яичный в этом смысле не является исключением.