

תוכן העניינים למצגת לקראת מיצוב של חברה מתחום מזון ומשקאות כבריאותית:

1. הקדמה

- א. **הבריאות כהזדמנות:** השפעת מודעות הצרכנים לבריאות על הצריכה.
- ב. **האם יש מוצרים "בריאים", שלא דורשים מאמץ שיווקי?** בחינת המוצרים החדשים שהושקו בשנה האחרונה, וזיהוי תת-קטגוריות בתחום המזון שאינן רוויות במסרים בריאותיים.
- ג. **כיצד אמצו החברות המובילות בעולם קווים בריאותיים?**

2. כיצד חברות בנישה הספציפית מאמצות את המסר הבריאותי?

- א. בחינת השיטות בהן נקטה חברה בתחום שבחרה להקדיש **נתח מוגבל** למסרים הבריאים.
- ב. בחינת השיטות בהן נקטה חברה אחרת בתחום שבחרה **ללבוש את המסר הבריא מקצה לקצה:** בפיתוח המוצרים, במסרים השיווקיים הסובבים אותם, ובאמצעות מאמצי שיווק ממוקדים.

3. דוגמאות למסרים בריאותיים:

- א. **האתגר- הטמעת ערך בריאות למוצרים עם מיצוב שונה:** כיצד ניתן לשלב את המסר הבריאותי במוצרים עם מיצוב בולט שאינו בריאותי?
- ב. **הרחבת ערך הבריאות במוצרים הממוצבים כבריאים:** כיצד ניתן למנף את הזהות הבריאה הקיימת של קטגוריות מוצרים?
- ג. **דוגמאות למסרים בריאותיים בשיתוף ארגונים ציבוריים**
- ד. **דוגמאות למיצוב בריאותי בנישות מזון אחרות**

4. מה למדנו? סיכום התובנות וריכוז הרעיונות הבולטים

5. רעיונות למפגשים הבאים: הצגת רעיונות נוספים ללימוד מניסיונם של אחרים, שיכולים לתת השראה ללקוח, אותם אספנו במהלך המחקר הנוכחי.