



Корпоративной стратегии, связанной с диверсификацией, несомненно, придерживается компания. Много различных видов продукции, связанной с едой и шоколадом, производит компания. Дифференциацию бизнес стратегии также применяет компания. Полезна для детей и необычайно вкусна продукция компании, на этом и основывается ее имидж Ferrero. Цена продукции, выпускаемой компанией Ferrero, намного выше относительно их конкурентов. Например, батончик Mars стоит 1,98 евро, а Kinder Maxi стоит 2,31 евро, примерно 17 % составляет их разница в цене.

А шоколад Ferrero продолжают покупать тем не менее. Многие россияне хорошо знают и высоко оценивают продукты Ferrero, это следует из показаний независимых маркетинговых исследований. В категории упакованных конфет получили премию народного доверия конфеты «Рафаэлло» и название марки №1 по результатам народного голосования.

По результатам опроса, который проводил Институт корпоративной репутации в США в мае 2009 года, 1-е место заняла группа Ferrero среди компаний с самой высокой репутацией. Активную позицию занимает компания Ferrero по вопросу охраны своей интеллектуальной собственности, так как ее продукция является плодом серьезных инвестиций и многолетних исследований.

От имитированных продуктов компания считает своим долгом защищать своих потребителей, которые доверяют компании, эта информация поступила от А.М. Карделуз генерального директора компании «Ferrero Россия». По его утверждениям можно сделать вывод, что продуманная маркетинговая стратегия и прежде всего сами продукты являются секретом успеха компании.

## **«Ferrero» - бизнес-стратег - Киндер сюрприз**

Автор: Administrator

13.02.2012 00:00 - Обновлено 17.02.2012 13:38

---

Можно назвать «глобальными» товары Ferrero на сегодняшний день, так как практически везде они продаются. Компания Ferrero занимает четвертое место в мире среди крупнейших производителей кондитерских изделий. Оригинальными продуктами и инновациями компании удалось четко себя дифференцировать от конкурентов на этом рынке.