Date : 11-Nov-2009 Edition : Delhi Page No.: 14 Page Name: Vividha Size: 171.32 sq. cm

Sector: FMCG Circulation: 13534 AVE: Rs.0.00 Frequency: Daily

Publication: Business Standard (Hindi) Title: Lay's goes in for new flavour

बिज़नेस स्टैंडर्ड

'लेज' चली नए फ्लेवर की तलाश में

सीमा सिंधु

पेप्सिको इंडिया के फूड डिवीजन फ्रिटो-ले के उच्चाधिकारी प्रबंधन गुरू की सलाह को बड़ी गंभीरता से ले रहे हैं। लेज के लिए फ्रिटो-लेज का न्यू कैंपेन 'गिव अस योर डिलीसियस फ्लेवर' उपभोक्ताओं को उनकी पंसद के अनुसार लेज के लिए नया फ्लेवर सुझाने का अवसर दे रहा है।

विजेता को 50 लाख रुपये का ईनाम मिलेगा, साथ ही नए ब्रांड की कुल बिक्री से प्राप्त हुई रकम का 1 फीसदी हिस्सा भी उनकी झोली में आएगा। नए उत्पाद को मई 2010 के अंत तक लॉन्च किया जाएगा। उपभोक्ता अपनी एंट्री डाक, ड्रॉप बॉक्सेज, ई-मेल, वेबसाइट या फिर एसएमएस के जरिये भेज सकते हैं। फ्रिटो-लेज की कार्यकारी निदेशक, विपणन, दीपिका वैरियर इसे लेकर खासा उत्साहित नजर आ रही हैं।

वे कहती हैं 'व्यक्तिगत तौर पर मैं इस बात का बेसब्री से इंतजार कर रही हूं कि भारत के लोग किस तरह के नए फ्लेवर हमें भेजते हैं।'व्यावसायिक स्तर पर भी इस कैंपेन की शुरुआत हो चुकी है। सैफ अली खान अपनी बांह पर टैटू लगाकर जोर-शोर से इसका प्रचार-प्रसार कर रहे हैं।

विज्ञापन में जब सैफ अपने बांह पर टैटू देखते हैं तो वे महसूस करते हैं कि कलाकार ने उनके पसंदीदा फ्लेवर करीपत्ता का टैटू उनकी बांह पर बनाया है। जब वे एक आदमी को लाल और हरे टैटू के साथ टोमेटो चटनी कहते हुए देखते हैं तो वे झट से अपनी जगह पर से लेज के पैक के साथ खड़े हो जाते हैं। इसी तरह एक लड़की के पूरे शरीर पर कच्चे आम का टैटू बना होता है जो 'कच्ची आंबी' कहती है। अंत में सैफ सभी लोगों को लेज के बारे में अपनी पसंदीदा फ्लेवर के बारे में बताने के लिए कहते हैं। विज्ञापन गुरू ब्रांड रणनीति के पीछे अपना-पूरा दम-खम लगा रहे हैं। वाटर के कारोबार प्रमुख और मुख्य रणनीतिकार आशीष मिश्रा कहते हैं 'भविष्य में ब्रांड पर उपभोक्ताओं का आधिपत्य

लेज के लिए नया कैंपेन 'गिव अस योर डेलीशियस फ्लेवर' उपभोक्ताओं को उनकी पंसद के अनुसार नए फ्लेवर सुझाने का अवसर दे रहा है।

होगा न कि विपणनकर्ताओं पर। 'बड़ी संख्या में कंपनियां उपभोक्ताओं के साथ ज्यादा से ज्यादा रूबरू होने के लिए इस तरह का कदम उठा रही हैं।

मिसाल के तौर पर फ्रिटो ने पिछले साल बाजार में उतारे गए अपने नए उत्पादों स्पुंकी पिमेंटो और बाल्सेमिक ब्लास्ट के लिए उपभोक्ताओं को अपनी पसंदीदा फ्लेवर बताने के कहा था। 'फाइट फॉर योर फ्लेवर' नाम के इस अभियान में सैफ अली खान और महेंद्र सिंह धोनी जैसे बड़े नाम शामिल थे।

© Business Standard (Hindi) http://hindi.business-standard