2. Черкизовскому молочному заводу (ЧМЗ) более 30 лет. Основные его конкуренты — Лианозовский и Останкинский молочные заводы.

Отдел маркетинга на ЧМЗ появился в 1985 г. В это время ЧМЗ сотрудничал с рекламным агентством «Форит». Реклама продукции завода размещалась в специальных изданиях: журналах «Оптовик», «Рынок», «Товары и цены», нацеленных на оптовиков и регионы. Объемы продаж продукции ЧМЗ увеличились на 15—25%.

В 1996 г. завод сменил рекламное агентство и эксклюзивные права на рекламу были переданы агентству «П.И.М.», которое полностью изменило рекламную концепцию. Были проведены маркетинговые исследования, в результате которых агентство позиционировало ЧМЗ на втором месте в рейтинге молочных заводов, разработало фирменный стиль для документации, новую одежду для сотрудников, составило медиаплан, задействовало наружную рекламу. Раньше фирменным знаком была корова, теперь новая серия молочных продуктов называется «Иван Поддубный». На выставке «Дизайн-96» новая упаковка получила один из призов. Рекламное обращение: «Если это пил Иван, значит, можно пить и Вам».

**· Какие трудности испытывает ЧМЗ и почему он решил изменить свою марку на рынке?**

**· Какие средства рекламы использует ЧМЗ?**

**· Удачно ли выбран образ Ивана Поддубного для рекламы продукции завода?**