



Портфолио молочной продукции с фокусом на потребителя

Алексей Ашрафзянов, директор Тетра Пак Казахстан

Казахстан

Ноябрь 2025

 **Tetra Pak[®]**
PROTECTS WHAT'S GOOD



>70

лет в отрасли

 **Tetra Pak®**
СОХРАНЯЯ ЛУЧШЕЕ

>30

лет на рынке Центральной Азии

упаковка

оборудование

сервисное
обслуживание



Глобальные потребительские тренды

Забота о здоровье

Обдуманное решение о покупке

Удобство и комфорт

Персональная связь

Готовность пробовать новое

Экологичность и забота об окружающей среде





Зачем?!

NEW

PEPSI

PREBIOTIC COLA

PEPSI

PREBIOTIC COLA

PREBIOTIC COLA CHERRY VANILLA

PEPSI

PREBIOTIC COLA

NO
ARTIFICIAL SWEETENERS

30
CALORIES

3g
PREBIOTIC FIBER

5g
SUGAR

UNBELIEVABLY PEPSI

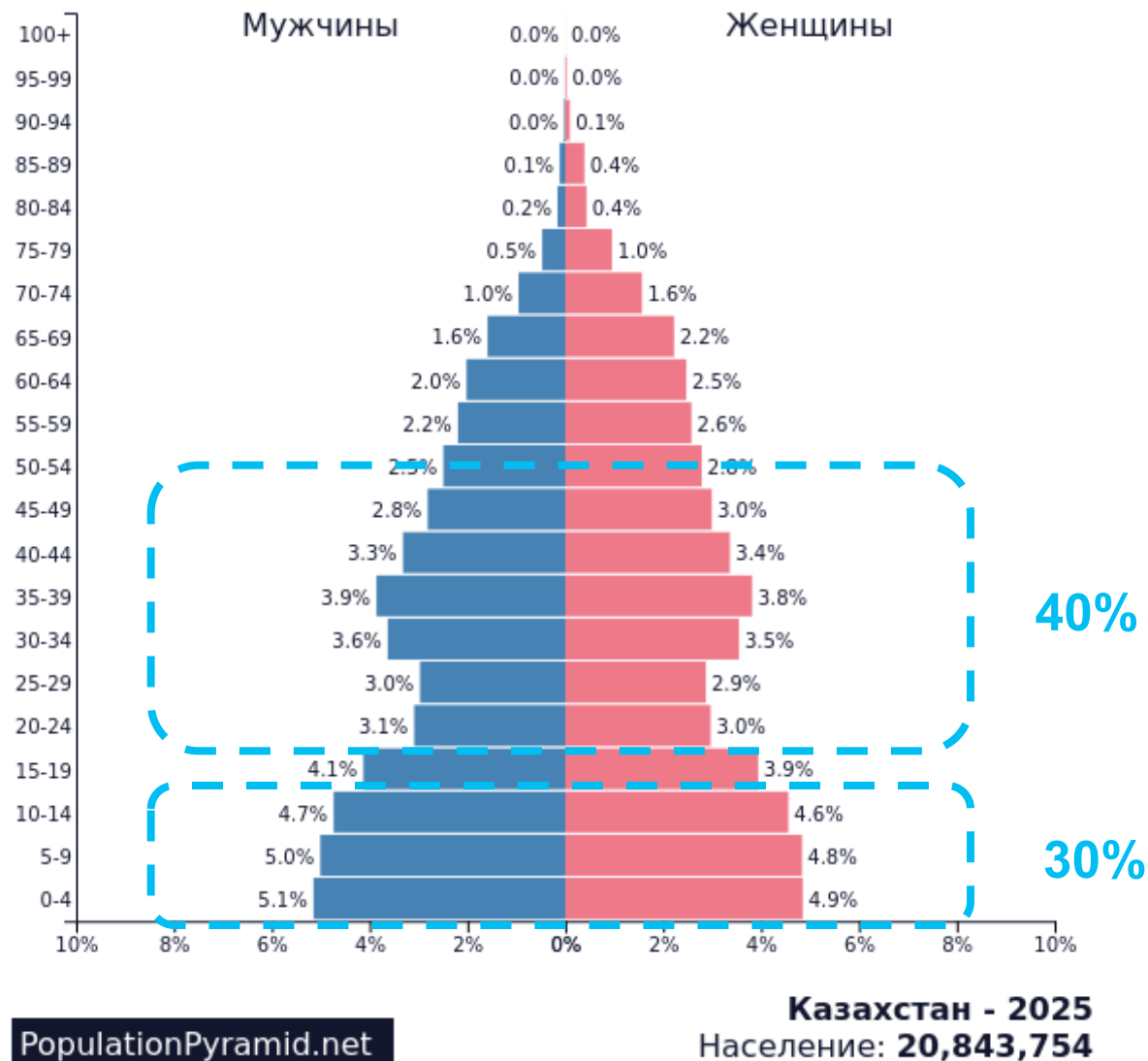
PEPSI and the Pepsi Globe are registered trademarks of PepsiCo, Inc.

Сегментация молочной продукции по возрастным сегментам потребителей



Казахстан – страна с молодым населением

32 года – медианный возраст в стране



Strength

Молочная продукция в топ-5 обязательных продуктов в продуктовой корзине каждой семьи

Weakness

Основные категории (белое молоко и КМП) активно не поддерживаются, а новые категории активно не развиваются

Opportunity

Ситуации потребления и потребности каждой из возрастных групп формируют множество возможностей для развития категории

Threat

Употребление молочной продукции частично остается традиционным типом потребления, но изменяется с каждым поколением



Сегментация населения по возрастным группам

Потребности и спрос

■ 0-4 ■ 5-14 ■ 15-24 ■ 25-39 ■ 40-55 ■ 55-69 ■ 70+



потребность



здоровый рост и физическое развитие



интеллектуальное развитие и укрепление физического здоровья



энергия, укрепление иммунитета



продление активного образа жизни

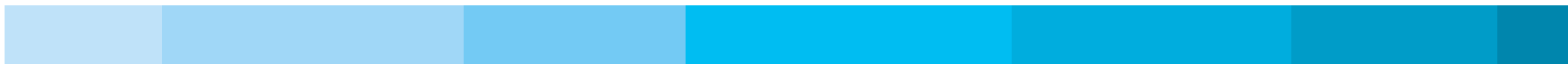




Сегментация населения по возрастным группам

Потребности и спрос

■ 0-4 ■ 5-14 ■ 15-24 ■ 25-39 ■ 40-55 ■ 55-69 ■ 70+



здоровый рост и физическое развитие

энергия, укрепление иммунитета

интеллектуальное развитие и укрепление физического здоровья

продление активного образа жизни

источники кальция и витаминов для роста и развития

источники протеина и витаминов

витамины, пробиотики

потребность

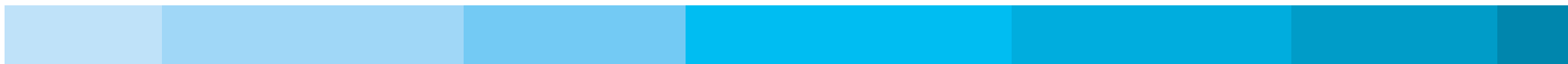
спрос



Сегментация населения по возрастным группам

Потребности и спрос

■ 0-4 ■ 5-14 ■ 15-24 ■ 25-39 ■ 40-55 ■ 55-69 ■ 70+



здоровый рост и физическое развитие

энергия, укрепление иммунитета

интеллектуальное развитие и укрепление физического здоровья

продление активного образа жизни

источники кальция и витаминов для роста и развития

источники протеина и витаминов

витамины, пробиотики

НАТУРАЛЬНОСТЬ

ПИТАТЕЛЬНОСТЬ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

потребность

спрос

ожидание

Формирование портфеля с фокусом на спрос в разрезе сегментов



Состав молочного портфеля

БАЗА

укрепление позиций

Продукты для всей семьи

Белое молоко
Сыры, творог
КМП

Операционная
эффективность



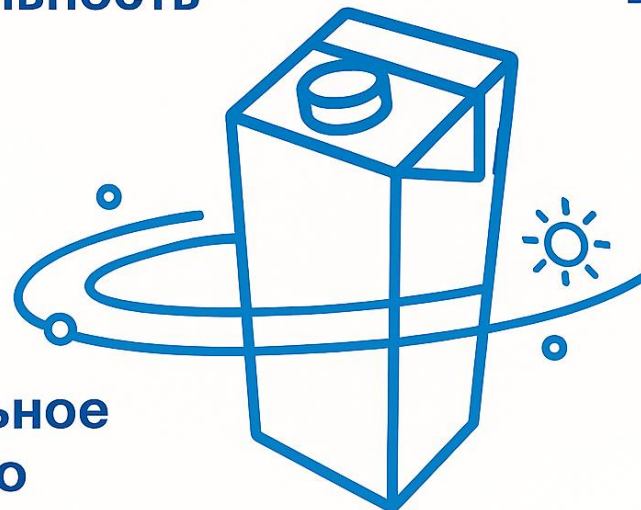
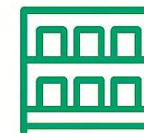
Стабильное
качество



Эффективность
в логистике



Наличие
товара
на полке





Состав молочного портфеля

ДОП.ЦЕННОСТЬ

возможности для роста

Функциональность
Эмоциональная связь

Витамины
Протеины
Электролиты
Пробиотики
Содержание белка
Географич.расположение
Связь с культурными традициями



Выбор целевой
аудитории



R&D рецептур



Технологическая
практичность



Понятные ключевые
сообщения



Состав молочного портфеля

Лояльность
формирование устойчивого
спроса

Персонализация

Спец.форматы
Дифференциация в
дистрибуции
Спец.промо

**Новые ситуации
потребления**



**Правильные
каналы
продаж**

**Поддержка
ценностей
бренда**



**Понятное
Зачем?
для потребителя**



Состав молочного портфеля

БАЗА

укрепление позиций

Продукты для всей семьи

Белое молоко
Сыры, творог
КМП

ДОП.ЦЕННОСТЬ

возможности для роста

Функциональность
Эмоциональная связь

Витамины
Протеины
Электролиты
Пробиотики
Содержание белка
Географич.расположение
Связь с культурными традициями

ЛОЯЛЬНОСТЬ

формирование устойчивого
спроса

Персонализация

Спец.форматы
Дифференциация в
дистрибуции
Спец.промо



Глобальные примеры (функциональность)



Пробиотики для
улучшения
пищеварения



Безлактозный



Продукт с высоким
содержанием
протеина



Глобальные примеры (стиль жизни)



Приготовление кофе
дома



Потребление
на ходу



Натуральность



Экологичность



Операционная
эффективность



Эффективность
в логистике



Наличие
товара
на полке



Стабильное
качество



Выбор целевой
аудитории



R&D рецептов



Технологическая
практичность



Понятные ключевые
сообщения



Новые ситуации
потребления



Поддержка
ценностей
бренда



Правильные
каналы
продаж

Понятное
Зачем?
для потребителя





Спасибо

Тетра Пак Центральная Азия

Алексей Ашрафзянов
Директор офиса

+7 701 098 96 47

Alexey.Ashrafzyanov@tetrapak.com

