

## **POZIV NA, DRUGO PO REDU, STUDENTSKO TAKMIČENJE „VISPAK INNOVATION CHALLENGE“**

**Rok za prijavu: 07.06.2021.**

Vispak Innovation Challenge je takmičenje namjenjeno mladim inovatorima od 18 do 25 godina. Takmičenje pruža mogućnost studentima da, kroz inovativan pristup stvarnim poslovnim slučajevima, predstavite sebe, steknu nova praktična znanja, poslovne kontakte, razvijete prezentacijske vještine, ali i osvoje vrijedne novčane nagrade.

Kompanija Vispak osnovana je 1972. godine kao firma čija je osnovna djelatnost prženje i pakovanje sirove kafe. U narednim decenijama, firma je izrasla u jednu od najvećih prehrambenih kompanija u Bosni i Hercegovini, čiji obim aktivnosti uključuje proizvodnju, preradu, pakovanje i trgovinu prehrambenim proizvodima.

Put kompanije Vispak jeste kontinuirana edukacija kadrova koji su spremni odgovoriti na nove izazove.

### **VRIJEDNOSTI VISPAK-a**

- **POBJEDNIČKI DUH** – Ambiciozni smo, motivisani i vjerujemo u svoj uspjeh. Određuje nas izvanredan timski rad i pojedinačna dostignuća.
- **ZNANJE I INOVATIVNOST** – Znatiželjni smo i prihvaćamo nove ideje. Vodi nas stvaralački nemir i entuzijazam. Učenjem i inovativnošću stvaramo nove vrijednosti.
- **POVJERENJE I ODGOVORNOST** – Ispunjavamo svoja obećanja. Odgovorni smo prema saradnicima i potrošačima. Pomažemo zajednici i čuvamo okoliš u kojem djelujemo.
- **OTVORENOST I TOLERANCIJA** – Poštujemo integritet i osobnost pojedinca. Uvažavamo različitost mišljenja, kultura i običaja. Podstičemo otvorenu komunikaciju.

Kompanija Vispak, inicijator takmičenja, ima zadatak da određenim izazovima motiviše mlade, te ih uključi u aktivno djelovanje razvoja bh. privrede, shodno ekonomskom, marketinškom, tehnološkom ili nekom drugom segmentu zanimanja.

Nakon uspješno organizovanog Vispak Innovation Challenge-a u oktobru 2018. godine, Vispak ponovo organizuje studentsko takmičenje, te nastavlja rad sa mladim ljudima koji su spremni za stvarne poslovne izazove.

Cilj takmičenja je razviti poslovne vještine studenata na konkretnim izazovima jedne od vodeće domaćih kompanija kroz sjajnu priliku timskog rada, kreiranja i prezentiranja vlastitih inovacija i uspostave poslovnih kontakata sa menadžerima, tehnolozima i poslovnim ljudima iz drugih branši.

**Vaš zadatak je da okupite tim od tri osobe, odaberete slučaj i ponudite koncept na izazove u smjeru inovativnog djelovanja. Prijave i slanje rješenja možete vršiti do 07.06.2021.**

## **NAGRADE:**

Tri najbolja rješenja poslovnih slučajeva kompanija Vispak dd Visoko nagrađuje novčanim nagradama u vrijednosti od:

- 1.mjesto – 1.500 KM
- 2.mjesto – 1.000 KM
- 3.mjesto – 500 KM

Kroz selekcijski proces najbolji takmičari će dobiti priliku za jedinstveno praktično iskustvo u jednoj od vodećih prehrambenih kompanija u BiH, sa mogućnošću daljeg profesionalnog razvoja i angažmana, uz mentorstvo naših najvećih stručnjaka i članova Uprave:

- Studentsku praksu u jednoj od vodećih prehrambenih kompanija u BiH
- Pripravnički angažman
- Dodatne edukacije
- Seminare

Svi timovi koji uđu u uži krug takmičenja stiču certifikat kao potvrdu o učešću na Vispak Innovation Challenge-u, te prigodne poklon pakete od Vispaka.

## **UPUTE ZA TAKMIČENJE**

1. Okupite svoj tim od 3 osobe (koje imaju između 18 i 25 godina).
2. Ispunite kratku aplikaciju na web stranici [www.challenge.vispak.ba](http://www.challenge.vispak.ba) i dodate dokument (file) svog prijedloga inovacije koji se treba sastojati od nekoliko rubrika:
  - Tim (navesti naziv tima, nabrojati članove - vaše kontakte i koji ste univerzitet/grad)
  - Koju ste temu/Poslovni slučaj odabrali:
    - Inovacija u pripremi i konzumaciji kafe
    - Marketing strategija za obilježavanje 50 godina kompanije Vispak
  - Analiza tržišta
    - Rezultati istraživanja o navedenoj temi (analiza tržišta),
    - SWOT analiza,
    - Ciljevi inovacije,
    - Prijedlog inovacije,
    - Komunikacijska strategija,
  - Zaključak (mišljenje tima)
3. Snimite kratki kreativni video u trajanju od 1 minute o vašoj inovaciji!

Postavite video na Youtube kanalu (public) te link pošaljite u prijavi na web stranici.

**NAPOMENA:** U vašem timu može biti maksimalno jedan student/ica koji je već sudjelovao u finalima Innovation Challenge-a.

**Rok za prijavu: 07.06.2021. godine.**

**Finale za najbolje timove: 18.06.2021. godine u kompaniji Vispak u Visokom.**

Svaki tim bira jednu od dvije zadane teme. U nastavku su opisi tema.

## **OPIS POSLOVNIH SLUČAJEVA**

### **1. Inovacija u pripremi i konzumaciji kafe**

Bosanska kafa, tradicionalna kafa je simbol Bosne i Hercegovine i kao takva predstavlja dio tradicije svakog Bosanca i Hercegovca. Ona je dio bosanskog identiteta i tradicije koja se prenosi generacijama. Kafa je čeif koji se ne može niti platiti niti zamijeniti nečim drugim.

Prava bosanska kafa, Zlatna džezva, se već decenijama proizvodi u samom srcu Bosne i Hercegovine, što njenom proizvođaču daje kompetentnost da proizvodi pravu bosansku kafu. Svi elementi ovog brenda daju epitet prava bosanska kafa Zlatnoj džezvi. Uz „Zlatnu džezvu“, imamo mogućnost dobiti na dar i zadovoljstvo, užitak, „zlatne sate“ kao poklon čija se vrijednost ne može izraziti materijalno. Prava bosanska kafa je prijatnog i punog okusa, a prepoznatljiva je po intenzitetu mirisa. Nije tajna da se u „Zlatnoj džezvi“ koriste različite mješavine najkvalitetnijih kafa.

Potrošači razvijaju nove navike gdje definitivno uticaj zapadne kulture ima doprinos u odabiru različitih proizvoda. Mlađe generacije čuvaju identitet bosanskohercegovačke kulture ali, ipak, prilagođavaju se takozvanom instant načinu života. To predstavlja izazov i za kompaniju Vispak s obzirom da nove generacije, poput Generacije Y i Alpha klinaca svojim načinom i vizijom života zahtijevaju promjene na tržištu u smjeru inovacija, dodatne vrijednosti proizvodu, kreativnosti i interakciji.

Zadatak ovog poslovnog slučaja jeste osmisliti inovativan proizvod na tržištu ili način konzumacije proizvoda u smjeru približavanja konzumacije kafe novim generacijama modernog Svijeta koje dolaze.

Odgovori na izazov mogu ponuditi rješanja razvoja novog branda, nove kategorije, korištenje nove tehnologije te izrade startegije u kategoriji kafe ili načinu konzumacije kafe, koja će se svojim karakteristikama diferencirati na tržištu, te kao takva biti atraktivna mlađim generacijama.

Slučaj treba da ima prezentaciju prijedloga načina proizvodnje, pakovanja, oblika i dizajna novog proizvoda.

Također, potrebno je osmisliti i marketing kampanju koja će pratiti predloženi proizvod.

## 2. Marketing strategija za obilježavanje 50 godina kompanije Vispak

Ne toliko davne 1972. godine u procvatu ekonomije tadašnje države, u Visokom se osniva kompanija Vispak, primarno orjenitana na proizvodnju i pakovanje kafe, ali i ostalih prehrambenih proizvoda. Iste godine Vispak postaje prepoznatljiv po brendu Zlatna džezva, prženoj i mljevenoj kafi iz srca Bosne. Kroz naredne dvije decenije Vispak unapređuje svoje proizvode te jača u segmentu espresso kafe, čaja, praškastih proizvoda, začina za jelo kikirikija, krem namaza. Tokom 90-tih godina Vispak nastavlja kontinuirano ulaganje u linije proizvodnje, započinje proizvodnju juha te započinje izvozne aktivnosti u inostrane zemlje. U prvim godinama 21. vijeka kompanija bilježi značajne rezultate uvođenjem linije čokolade, flipsa i nastavljenim ulaganjem u osavremenjivanje mašina. U tim godinama ulazi u Guinness-ovu knjigu rekorda sa najvećom džezvom na svijetu. 2010. godine Vispak postaje dio AS Group i započinje lansiranje 20 novih proizvoda te novih brendova poput: Tiru Liru, Tajna, Mr&Mrs Vi i Tako Lako.

Sami historijat kompanije Vispak d.d. pokazuje kontinuirano ulaganje u proizvode, proizvodne linije i brendove na tržištu. Posljednjih godina Vispak aktivno radi na lansiranju novih proizvoda, ulaganju u nove linije proizvoda te ponovno rođenje brendova kao što je Choco Club.

2022. godine kompanija Vispak obilježava svoj 50-ti rođendan, koji u skladu sa historijatom, misijom i vizijom kompanije treba da donese osvježenje i tržištu, partnerima, ali i samoj kompaniji Vispak. Obilježavanje godišnjica kompanija predstavlja radost za njene uposlenike ali i njene potrošače.

Zadatak ovog poslovnog slučaja jeste kreirati marketing strategiju za obilježavanje 50-tog rođendana kompanije, koje bi trajalo duži vremenski period i koji bi se izdavajao iz svega do sada viđenog.

Odgovori na izazov mogu ponuditi rješenja razvoja novog branda, nove kategorije, korištenje nove tehnologije te izrade startegije, koja će se svojim karakteristikama diferencirati na tržištu.