www.lvmasters.com

„Майстор Цветко“ е запазена марка на „Лалов и Вачев“ ЕООД – една от най-големите месопреработователни компании в България. Фирмата разполага с модерна производствена база във Враца с площ от 14 000 кв. м, в която работят над 120 работници от града и региона. Компанията има развита дистрибуция и собствени търговски представителства в София, Варна, Пловдив, Велико Търново, Стара Загора и регионите. За марката на територията на България работят общо над 400 души.

Пазар

През 1991 г. е създадена фирма ЕТ „Цветко Лалов“, а през 1992 г. нейният собственик, синът му инж. Йордан Вачев и съпругата му Таня Вачева, току-що завършили специалност „Технология на месото“ в Пловдив, стартират месопреработвателна дейност. Семейство Вачеви се впуска в създаването на своя бизнес с усърдието и ентусиазма на предприемачи, които се стремят да произведат най-добрите месни продукти по свои собствени проверени рецепти.

Инж. Йордан Вачев и инж. Таня Вачева продължават семейната традиция в бизнеса, като го разрастват и разширяват много продуктовия асортимент на марката. Благодарение на отличните продукти с безкомпромисно качество и незабравим вкус, които потребителите незабавно оценяват, дистрибуцията ѝ непрекъснато се разширява. Именно инж. Йордан Вачев създава марката „Майстор Цветко“ в памет на своя баща и променя името на фирмата на „Лалов и Вачев“.

От основаването си досега основната дейност на „Лалов и Вачев“ е производство и търговия с месни продукти. Фирмата е създадена и съществува с основна цел да задоволи търсенето на здравословни и вкусни месни продукти на българския пазар, който се отличава с голямо разнообразие и силна конкуренция.

Постижения на марката

Компанията е носител на множество отличия за своите оригинални и качествени продукти. През 2004 г. „Лалов и Вачев“ получава златен медал от Международния панаир на потребителски стоки и технологии в Пловдив за луканка „Леденика“ и за телешки специалитет „Одесос“, а през 2005 г. – за серия месни продукти с ниско съдържание на мазнини до 3% от пуешко, телешко и свинско месо.

През 2005 г. фирмата печели първо място за варено-пушено пуешко филе в категория „Месни продукти от птиче месо нераздробено“ на конкурса за майсторство „Тайната на българския вкус“, организиран от Асоциацията на месопреработвателите в България. Същата година дружеството печели и първо място за дебърцини в категория „Варена наденица“, както и първо място за свински варено-пушен врат в Конкурс на потребителя, организиран от Асоциацията на месопреработвателите в България и Българската национална асоциация на потребителите.

През 2007 г. на „Лалов и Вачев“ е присъдена Златна награда за най-добра кайзер пастърма в конкурс за традиционни месни продукти. Фирмата печели и първо място в категория „Суджук“ по време на Международното специализирано изложение „Месомания 2012“, а на следващата година – отново на „Месомания“ – първо място в потребителски конкурс дегустация в категория „Луканка“, както и златен медал и диплом за качествен и оригинален пазарен продукт – Телешки суджук.

Продуктът

„Майстор Цветко“, „Одесос“ и „Народна трапеза“ са запазени марки на фирма „Лалов и Вачев“, които тя успешно развива. Произведените и предлаганите от компанията продукти са вкусни, здравословни и технологично изпитани. Производственият процес е основан върху добрите и доказани във времето български традиционни технологии.

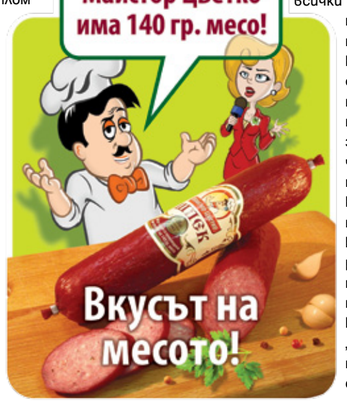
Компанията предлага шпекови салами, суровo-сушени деликатеси, жарени деликатесни меса, шунки и шункови продукти, кренвирши, наденици, пастети, салами, кулинарни продукти.

Основен принцип във фирмената политика на „Лалов и Вачев“ ЕООД е произведените продукти да съчетават едновременно перфектно качество и отлични вкусови характеристики. Здравето на потребителя е изключителен приоритет за компанията.

Въведената система за управление на качеството отговаря на международния стандарт за храни IFS 6. Нейното прилагане гарантира производството на вкусни, безопасни за здравето продукти, отговарящи на всички европейски и световни стандарти.

Знаете ли, че...

• Марката „Майстор Цветко“ е създадена в памет на Цветко Лалов – основател и собственик на едноименната по това време фирма, чийто първоприемник днес е „Лалов и Вачев“. „Майстор Цветко“ е майстор-месар – усмихнат, ведър, позитивен, силен, с високо качество и високи стандарти – точно каквото е и основателят на компанията. Неговият син – инж. Йордан Вачев, технолог и наследник на фирмата, решава да превърне спомена за своя баща в крайъгълен камък за компанията. Така се появява и усмихнатият Майстор Цветко.



Съвременно развитие

Фабриката на „Лалов и Вачев“ ЕООД е разположена върху 14 000 кв. м площ. Тя е проектирана и изградена без компромиси и отговаря на всички съвременни изисквания. Сертифицирана е по IFS 6.

Екологичното мислене е част от съвременния подход в производството на храни. Грижата за околната среда е част от философията на „Лалов и Вачев“ ЕООД. Това е първата фирма в България, която е сертифицирана за производство на биологични месни продукти.

През май 2014 г. „Майстор Цветко“ пусна на пазара своя серия шпекови салами с изцяло нова визия. Те са произведени по нова рецепта и технология. Традиционно шпековите салами на „Майстор Цветко“ не съдържат ГМО, лактоза, глутен и соя. Сто грама салам са произведени при сушене на 140 грама месо. Серията включва: шпек „Майстор Цветко“, шпек „Бургас“, сух шпек.

Знаете ли, че...

• Дружеството започва производството на първите в страната месни продукти с ниско съдържание на мазнини до 3%.

• „Лалов и Вачев“ е първата българска месопреработвателна компания със сертификат.

• Компанията създава първите месни биопродукти на българския пазар.

През юни 2014 г. екипът на „Майстор Цветко“ пусна на пазара нова луканка, съчетала в себе си духа на северняшките традиции в сушенето на месо с подправки и класическата технология, любима на милиони българи. Сред най-новите предложения на компанията са Търновска луканка и Търновска луканка гастро – произведени от висококачествено охладено свинско и говеждо месо, овкусени с букет от средиземноморски подправки, добре изсушени на 2 км въздушен път от пещерата Леденика. Сто грама луканка „Търновска“ са произведени при сушене на 145 грама месо.

Промоция

През първите десет години от съществуването си „Майстор Цветко“ разчита единствено на търговски маркетинг, за да поддържа и развива своята популярност. Компанията продава изключително успешно както трайни сурово-сушени и варено-пушени деликатеси (врат, бут и филе, луканка, сушиница, суджук, деликатеси), така и малотрайни колбаси – кренвирши, ТХК (телешки, хамбургски, „Камчия“), наденица и др. Пазарът в София възприема продуктите отлично и те бързо намират място на постоянния рафт както на големите супермаркети, така и в малките квартални магазини.

През 2006 г. пазарните реалности изискват брандът, вече получил национално присъствие, да получи комуникационна подкрепа. Разработена е кампания с видеоклип за продуктите ТХК, който има ефект върху продажбите на цялата марка.

Пред 2014 г. „Лалов и Вачев“ прави голямо маркетингово проучване, за да установи какво е мястото на марката в съзнанието на потребителите. След внимателен анализ на резултатите, както и на пазарното присъствие на марката в ключовите търговски канали и търговската мрежа в страната, фирмата установява, че е нужно повторно въвеждане на бранда с нов, по-модерен образ на Майстора месар. Целта е изграждане на пълтен образ, така че присъствието на „Майстор Цветко“ върху етикетите на компанията производител да получи достоверно оправдание. Така е създаден повторно образът на симпатичния Майстор, който майстори своите месни вълшебства по собствени рецепти и ги продава в собствен магазин. „Легендата“ за „Майстор Цветко“ и работилницата му е уплътнена от разкази за завода във Враца, чиито сушилни за прочутите луканки, филета и сурово-сушени деликатеси се намират на 2 км по въздушен път от пещера „Леденика“, а подправките идват от величествения Балкан, опрял чело в облаците над Враца.

Комуникационната кампания включва 100% анимиран телевизионен клип – новост за рекламния пазар, ПР статии под формата на интервюта със симпатичния Майстор във водещи информационни и таргетирани тематични сайтове в интернет, цялостна промяна на етикетите на продуктите. Така фирмата преминава към единна корпоративна идентичност; целенасочени търговски активности и маркетинг с обновени дегустационни щандове и талисман на „Майстор Цветко“ с ръст 1,50 см, както и към създаване, развитие и поддържане на нов сайт на марката (http://lvmasters.com) и ежедневни инициативи и игри с феновете във Facebook. Любителите на вкусните колбаси на „Майстор Цветко“ имат възможност да се срещнат и да се снимат с него. Забавната инициатива прераства в игра с публиката, защото симпатичният месар става любим герой не само на родителите, бабите и дядовците – кулинари, а и на най-малките почитатели на вкусните сандвичи с шпеков салам. На Facebook страницата на марката десетки почитатели на майстора на вкусни месни деликатеси изпращат своите снимки с него, създавайки неповторимо настроение.

Историята за журналистическото разследване на предаването „Сушени следи“, която разказва за Майстор Цветко, при когото месото изчезва, за да се превърне в салам, става една от най-харесваните. За по-малко от четири месеца телевизионният клип има над 70 000 гледания в youtube.com, продуктите на марката имат над 200 нови търговски клиента, а брандът печели най-престижната награда за брандинг – Superbrand.

Знаете ли, че...

• „Лалов и Вачев“ е първата фирма, произвела колбаси по стандарта „Стара планина“.

• „Лалов и Вачев“ е първата компания за производство на месни продукти в България, която използва в рекламната си кампания напълно анимационна телевизионна реклама – при това с голям успех.

Освен чрез нестандартните маркетинг инструменти, компанията провокира потребителите и като създава за тях интерактивна Facebook игра – „Сподели вкуса“. Механизмът на играта позволява всеки да кани свои приятели и да играе за награди – 2,5 кг шпек на „Майстор Цветко“ или други весели награди с любимия майстор месар. Кампанията е част от голямата рекламна инициатива на „Лалов и Вачев“ за популяризиране на новите продукти на фирмата. В 100 грама на всеки от трите шпекови салама на „Майстор Цветко“ – шпек, сух шпек и Бургас – производителят влага 140 грама месо. Посланието „Ето къде е...вкусът на месото!“ предизвика огромен положителен отзвук сред почитателите на марката.

„Лалов и Вачев“ периодично организира и консуматорски промоции в различни търговски обекти като част от комуникационната политика на фирмата.

Ценности на марката

Компанията държи да бъде производител, който предлага на своите клиенти качествени, вкусни и съвременно иновативни колбаси. „Майстор Цветко“ е верен на високите стандарти, които сам си поставя, защото знае, че качеството на продуктите е най-добрата и най-ценена от клиентите препоръка.

Мениджърският екип на фирмата вярва, че добрата храна подобрява качеството на живот и може да помогне на хората да се чувстват щастливи. Затова смята за своя мисия да предлага само най-добрите здравословни и вкусни месни продукти.

Хората са част от капитала на фирмата, затова „Лалов и Вачев“ инвестира много в тяхното обучение и професионално развитие. Постоянна корпоративна политика е привличането и задържането само на най-добрите и доказани професионалисти в сферата на производството на колбаси и деликатеси.

С „Лалов и Вачев“ ЕООД работят стотици хора и фирми, на които компанията разчита, за да могат нейните продукти да бъдат винаги най-добрите и да достигнат до всеки клиент. Дружеството гледа на търговските си партньори като на съюзници в името на основната цел – производството и разпространението на най-добрите месни продукти.

История

- 1991 – Създадена е фирма „Цветко Лалов“. Компанията започва месопреработвателна дейност.
- 1992 – Фирмата става член на Асоциацията на месопреработвателите в България.
- 1997 – Във фирмата са въведени действащи Добри производствени и хигиенни практики.
- 2002 – „Лалов и Вачев“ създава първия за страната уникален телешки специалитет „Одесос“.
- 2004 – Дружеството започва производството на първите в страната месни продукти с ниско съдържание на мазнини до 3%. Дружеството въвежда системата HACCP (Hazard Analysis And Critical Control Point), гарантираща производството на качествени и безопасни храни.
- 2005 – През юни „Лалов и Вачев“ получава сертификат за производство на биопродукти.
- 2005 – „Лалов и Вачев“ използва в рекламната си кампания напълно анимационна телевизионна реклама.
- 2008 – Компанията създава първите месни биопродукти на българския пазар.
- 2009 – „Лалов и Вачев“ започва производство на колбаси по стандарта „Стара планина“.
- 2010 – „Лалов и Вачев“ е носител на множество отличия за своите оригинални и качествени продукти.
- 2015 – Компанията е носител на множество отличия за своите оригинални и качествени продукти.