



HISTÓRIA

V čase, keď vznikla aktuálne najväčšia slovenská mliekarenská spoločnosť, RAJO a. s., bol internet ešte len v plienkach, v Japonsku sa začali vyrábať prvé DVD nosiče a Slovensko získalo vďaka Michalovi Martikánovi prvú zlatú medailu na olympijských hrách. Odvtedy ubehlo 23 rokov a svet sa naozaj výrazne zmenil, no hodnoty a princípy spoločnosti ostali rovnako silné. Práve vďaka nim firma rástla, vyvíjala sa, ale hlavne rozširovala svoje portfólio.

Už v roku 1997 RAJO prinieslo prvý probiotický jogurt, ktorý hlásal návrat k prírode. Po miernej úprave zloženia dnes pod značkou Probia nájdete lahodné a 100 % prírodné jogurty a jogurtové nápoje bez pridaných škrobov, umelých farbív a aróm. Koncom 90-tých rokov zase trh ovládol čerstvý syr Cottage cheese. Vďaka nízkemu obsahu tuku a vysokému podielu bielkovín si ho obľúbili najmä športovci, dnes je však súčasťou jedálneho lístka mnohých Slovákov. Svoje stabilné a silné meno má ale RAJO vďaka vysoko kvalitným tradičným výrobkom, ako sú mlieko či smotana. Práve kyslá smotana RAJO je spotrebiteľmi dlhodobo hodnotená ako najlepšia na pultoch predajní.

INOVÁCIE

„Inovácia predstavuje rozdiel medzi lídrom a nasledovníkom.“ Pre spoločnosť sú preto rozhodujúce najmä investície do výskumu a vývoja. Dôveru a lojalitu zákazníkov sa RAJO snaží získavať a udržiavať inovatívnymi a kvalitnými výrobkami. V posledných rokoch si svoje stabilné miesto na trhu našiel aj stále sa rozširujúci rad Laktofree výrobkov, ktoré každý deň pomáhajú ľuďom s laktózovou



si poctivo budovala viac ako dve desaťtisky rokov, a to najmä vďaka zamestnancom, ale aj spoluprácou s externými firmami či partnermi zapojenými do verejne prospešných projektov. Keďže sa orientuje na slovenský trh, je verná slovenským dodávateľom a farmárom, takže všetky výrobky vyrába na Slovensku, priamo v závode v Bratislave. Svedčí o tom aj čisto zo slovenského mlieka vyrobený ochutený mliečny nápoj či absolútna novinka, dezertná mliečna ryža, ktoré zákazníci poznajú pod názvom Mliečne Dobró.

intoleranciou. V roku 2017 spoločnosť uviedla aj rad produktov obohatených o proteíny Active Protein, ktorý je zameraný pre ľudí preferujúcich zdravý životný štýl. Odpoveďou na najnovšie prania zákazníkov je Hustý Tradičný jogurt. Vďaka použitej technológii zrenia v tégliku je poctivým jogurtom, ktorý ide vzorom. Tento fakt ilustruje aj online kampaň na sociálnej sieti Instagram, v rámci ktorej sa RAJO venuje tradičným slovenským remeslám a poctivým remeselníkom.

HODNOTA ZNAČKY

Ak chce spoločnosť budovať dobré vzťahy so zákazníkmi, nestačí len vyrábať kvalitné a inovatívne výrobky. Mala by tiež prinášať do života zážitky, a preto je nevyhnutné vedieť, ako značku poznajú a vnímajú zákazníci. Z meraní Spotrebiteľského panelu GfK o spotrebiteľskom správaní za rok 2018 vyplynulo, že RAJO je na prvom mieste značiek na slovenskom rýchloobrátkovom trhu z hľadiska počtu kupujúcich. Výrobok značky RAJO si kúpilo 98 % kupujúcich aspoň raz za dané obdobie. Tento výsledok však spoločnosť neberie ako samozrejmosť. Silnú pozíciu na trhu

ÚSPECHY A MARCOM

RAJO koncom roka 2018 uviedlo na trh nový produkt, a to Hustý Tradičný jogurt. Na základe tradície pôvodnej výroby poctivých a výnimočne hustých jogurtov je vyrobený metódou zrenia v tégliku. Má plnú a lahodnú chuť a obsahuje iba mlieko, smotanu, jogurtové a probiotické kultúry, takže do neho nie sú pridané žiadne arómy či farbivá, a to ani v ochutených verziách. Okrem klasického bieleho jogurtu môžu zákazníci na pultoch predajní nájsť aj jahodový a čokoládový jogurt. Pre fanúšikov netradičných chutí je tu tiež spojenie čučoriedky a čiernej bazy. Tradičný proces výroby znamená, že Hustý Tradičný jogurt je naozaj živý, preto sa môže stať, že v rámci každej výroby bude chuť a vzhľad inak. Ide o znak jeho originality a autenticity. Predaju pomáha okrem poctivej chuti aj 360-stupňová marketingová komunikácia. V jeseni roku 2018 sa nový brand objavil v sponzorovanom televíznom odkaze, ktorý spoločnosť RAJO opäť pustila do éteru začiatkom roka 2019. V tom istom čase sa začala



i online kampaň a komunikácia na portáli Modrý koník. Od januára tohto roku spustila značka aj inštor podporu a PR kampaň. Vo februári si čitatelia na titulnej strane časopisu Sme ženy mohli všimnúť rozhovor s etnologičkou Katarínou Nádaskou, ktorá v rámci päťstranového profilového rozhovoru hovorila o význame tradičných remesiel, konkrétne modrotlača a o dodržiavaní poctivých postupov pri výrobe, a to aj na príklade Hustého Tradičného jogurtu. V tom istom čase sa na sociálnych sieťach spustila tiež online kampaň, ktorej podstatou boli návody, ako si doma vytvoríť napríklad tričká s modrotlačou, originálne manžety pomocou techniky paličkovania, dekorácie do domácnosti v rámci simulantného využitiu televíznej, PR a online komunikácie Hustý Tradičný jogurt úspešne oslovil cieľovú skupinu – ženy aj mužov, ktorí si svoje detské letá spájajú s pobytom u babičky na dedine a poctivým smotanovým jogurtom, v ktorom stojí lyžička.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Spoločnosť RAJO je firma, ktorej víziou je byť na každom stole a v každej domácnosti. Preto si uvedomuje svoju spoločenskú zodpovednosť a rozhodla sa zapojiť do projektu Návrat. Toto občianske združenie za 25 rokov svojej existencie pomohlo viac ako tisícke detí nájsť opäť teplo domova. Svojím dielom k tomu prispieva každý, kto si zakúpi mlieko RAJO. Na obale trvanlivého mlieka sa totiž nachádza logo združenia Návrat spoločne s informáciou, čím sa táto organizácia zaoberá. RAJO tým jednak pomáha zvyšovať povedomie o projekte, zároveň každým predaným mliekom finančne prispieva na činnosť Návratu. Vedomá si svojej ekologickej stopy a nutnosti ochrany životného prostredia, spoločnosť sa rozhodla podporiť neziskový projekt ALINO, ktorého cieľom je naučiť deti vo vybraných základných školách separovať nielen klasické druhy odpadu, ale aj hliník. Zatiaľ čo



zberu papiera, skla či plastov sa venuje veľká pozornosť, recyklácia hliníka, napríklad viečok od jogurtov, ostáva v úzadí. Práve preto je vzdelávanie detí, ktoré časom prinesú tento zvyk do vlastných domácností, kľúčovým cieľom projektu – a tento cieľ výrazne podporuje aj RAJO.



MGR. ZUZANA STANOVÁ

ČLENKÁ PREDSTAVENSTVA RAJO, A. S.

„Už keď sme sa v roku 1996 rozhodli, že celú mliekareň pomenujeme po známom a medzi Slovákami veľmi obľúbenom RACIONÁLNOJ JOGURTE, bolo jasné, akým smerom sa v podnikaní vydáme. Vždy sme boli inovátormi a chceme nimi byť aj naďalej, za dlhé roky našej existencie sme preto vyvinuli množstvo produktových novinek. Snažíme sa reagovať na potreby našich zákazníkov, preto sme napríklad v minulom roku na slovenský trh uviedli aj Hustý Tradičný jogurt, ktorý mnohých našich verných zákazníkov svojou chuťou vracia do detstva. Budeme sa aj naďalej usilovať prinášať Slovákom len poctivé produkty, ktoré idú ostatným vzorom.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- V ROKU 2018 SI KÚPILO VÝROBOK ZNAČKY RAJO ASPOŇ RAZ 98 % KUPUJÚCICH NA SLOVENSKU
- V SPOLOČNOSTI PRACUJE VIAC AKO 430 ĽUDÍ, PRESNEJŠIE 149 ŽIEN A 285 MUŽOV. NA PERCENTÁ TO TAK ČINÍ 34 KU 66, ČÍM RAJO ODZKRADĽUJE NARASTAJÚCI TREND VYROVNÁVANIA PRACOVNÝCH MIEST MEDZI MUŽMI A ŽENAMI
- RAJO SA TEŠÍ NIELEN DÔVERE SPOTREBITEĽOV, ALE AJ ZAMESTNANCOV. NAJDLHŠIE PRACUJÚCI Z NICH JE SPOLOČNOSTI VERNÝ UŽ 41 ROKOV