

FİKİR

R

Batmak üzere olan bir şirketi kurtaran strateji:

Makarna markası batmaktan nasıl kurtarılır?



Kartal Makarna, 1928 yılında İzmir'de kuruldu.
1990 yılında **ekonomik krizle karşı karşıya**
kaldı ve iflasın eşiğine geldi.



Şirket yöneticisi Ali Ulukartal, marka profesyoneli Nur Demirok'tan yardım istedi. Demirok, **şirketin ismini Pastavilla** olarak değiştirdi ve **yeni bir pazarlama stratejisi** benimsedi.



Bu stratejinin ilk adımı, İtalyan asıllı Levanten Hugo Reggie'yi, pazarlama departmanının başına getirmekti. Reggie, "**Makarna Ustası**" olarak tanıtılarak, Pastavilla'nın reklamlarında boy gösterdi. Bu hamle, yerli ürün imajını **İtalyan kalitesiyle** bir araya getirdi.



Pastavilla, bu strateji sayesinde başarılı oldu ve Türkiye'nin **önde gelen makarna markalarından** biri haline geldi.



FİKİR



Bugün Pastavilla, özenle seçilen durum buğdaylarından ürettiği onlarca çeşit ürününü **81 il ve 100'e yakın ülkeye** ulaştırıyor.

