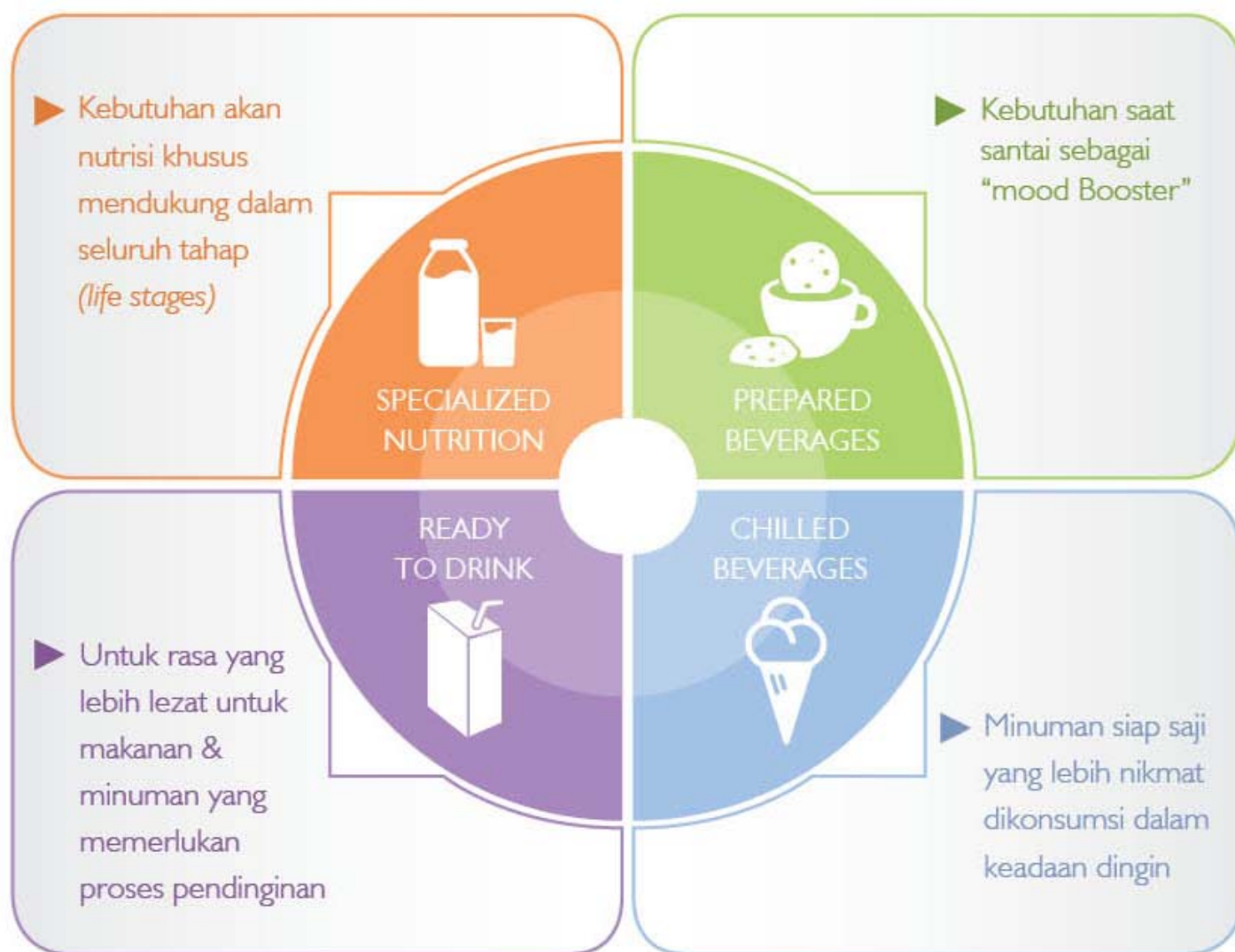
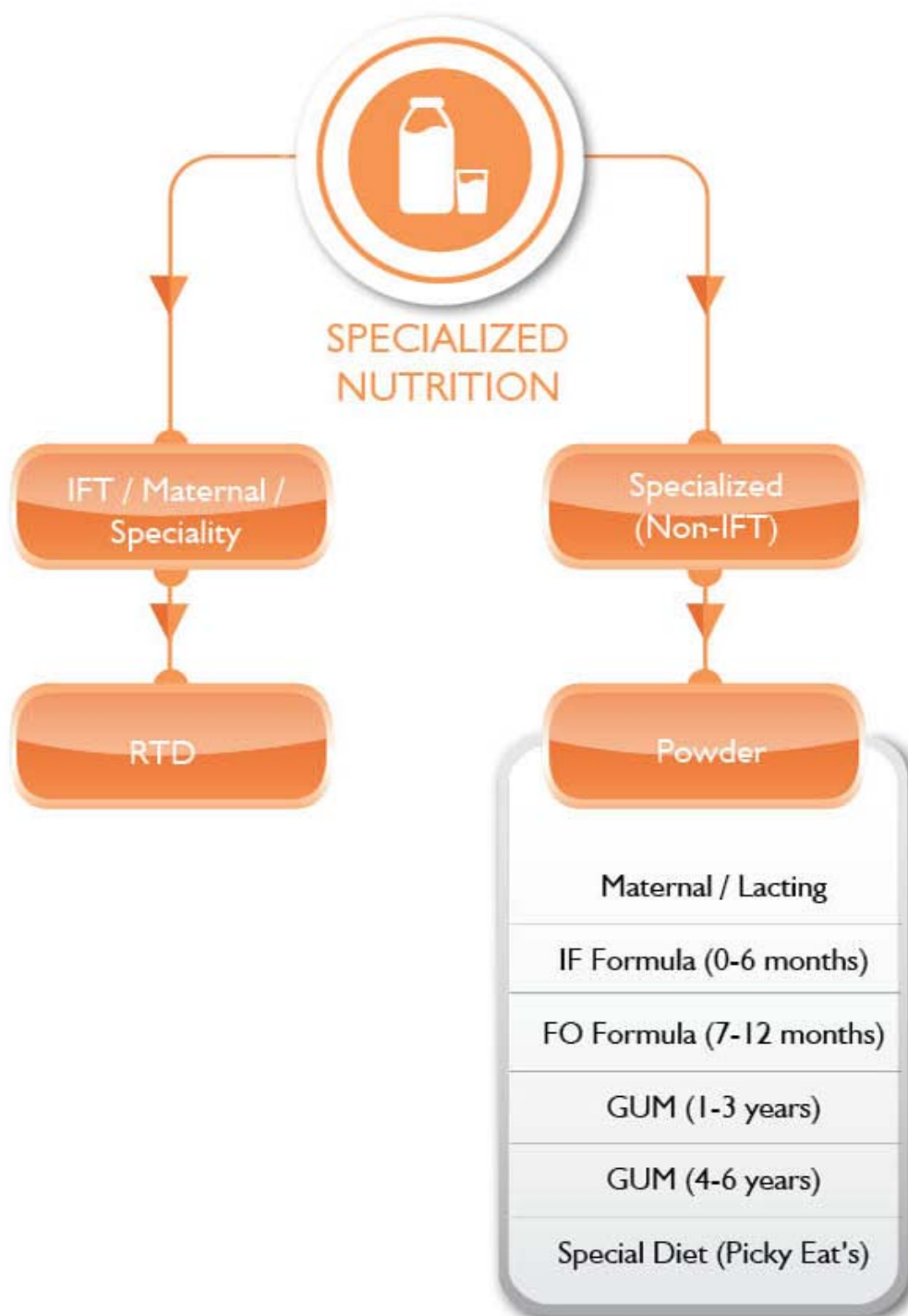


2.1 Produk Kategori







Key Insights

- ▶ Meningkatnya pendapatan & golongan "middle class"
- ▶ Kelahiran bayi terjadi setiap tahun namun hanya sebagian keluarga (dengan anak 1-6 tahun) yang membeli IFT
- ▶ Ibu menyusui yang mengkonsumsi "pregnant & lactating" memiliki kecenderungan tinggi untuk menggunakan IFT untuk anaknya
- ▶ > 90 % pembeli tahu brand apa yang akan dibeli sebelum masuk ke toko



SPECIALIZED NUTRITION



Category's Drive

- ▶ Dairy Solution berdasarkan milestone
- ▶ Meningkatkan retensi konsumsi dairy
- ▶ Drive untuk 1st milestone (mums to be & new mum)
- ▶ Mendekatkan diri dengan shoppers (melalui kebutuhan shoppers, emotions dan interest)