9 Desember, 2010
Ref.10-1209-043

Promosi simultan pertama semua outlet di seluruh Jepang dan Asia

Peluncuran di Kawasan secara Bersamaan “Ayam Panggang” yang baru –Produk yang dipasarkan terbatas-

Bertujuan untuk menjual empat juta burger mulai 26 Desember (hari Minggu) 2010

MOS Food Services, perusahaan yang mengoperasikan MOS Burger akan memperkenalkan konsep produk sejenis yang dipasarkan terbatas di semua 1.596 toko (mulai November 2010/ sejumlah toko kemungkinan tidak menjual produk ini) di Jepang dan seluruh Asia serta melakukan promosi penjualan dengan memanfaatkan display POP toko dan komersial yang sama mulai Minggu, 26 Desember 1010 sampai Senin 7 Februari 2011.

Program promosi “Burger ayam panggang” (360 yen Jepang) baru dengan waktu terbatas itu akan menggunakan ayam yang sangat populer di Asia disiapkan dengan cara dipanggang khususnya disesuaikan dengan rantai Jepang. Kentang goreng yang renyah dan khusus akan ditambahkan di atasnya. Saus yang akan digunakan toko-toko Jepang akan menjadi saus mentega yang asin dengan rasa lada goreng sementara outlet di belahan negara lainnya di Asia akan menggunakan saus dengan rasa jeruk.

Burger ayam panggang

Ikon promosi yang digunakan di pasar Asia

Selama promosi penjualan, display POP yang sama akan dipasarkan dengan cara ikon terpadu yaitu “Go!Go!Asia” yang mengekpresikan setiap Negara penjualan, promosi penjualan itu akan dilakukan di seluruh kawasan Jepang. Sebuah jaringan televisi komersial menyajikan entertainer bernama Shiori Kutsuna yang akan disiarkan di Jepang dan Taiwan dan juga akan dipertunjukkan melalui monitor video baik di dalam maupun di luar toko di kawasan lainnya.

Selama masa promosi, kampanye ke dalam akan dilakukan dengan semua outlet yang bersaing satu sama lainnya dalam bentuk jumlah penjualan guna memperkuat operasi rantai di seluruh Asia. Pada waktu yang sama, kampanye HDC akan dilakukan di semua toko seluruh Asia

untuk meningkatkan tingkat jasa mereka sebagai toko dengan merk MOS. Dengan berbagai ukuran yang sudah sesuai, tujuannya adalah mencapai sedikitnya 103 persen peningkatan penjualan selama satu tahun selama masa promosi di toko di Asia termasuk Jepang.

*Kampanye HDC merupakan kampanye yang dilaksanakan beberapa kali setahun yang mensurvai dan mengukur keramahtamahan (H), kelezatan (D) dan kebersihan (c) di meja depan toko. Hal ini sudah dilakukan di Jepang sejak 1982 dan sejak 2007 di semua outlet di luar negeri.

Jaringan kami saat ini memiliki 232 toko (sampai akhir November 2010) di enam Negara dan kawasan di Asia. Outlet MOS berlokasi di Taiwan, Singapura dan Hong Kong dengan pasar yang sudah jenuh dan jumlah toko yang stabil sedangkan di Thailand, Indonesia, and China (Xiamen) dengan pasar yang tengah tumbuh dan ekonomi yang tengah berkembang. Setiap kawasan itu memiliki ciri unik tersendiri dengan mayoritas menyukai Burger Nasi MOS dan Burger Ayam Teriyaki, yang menu-menunya diciptakan di Jepang. Jaringan tengah meningkatkan jumlah tokonya dan menciptakan branding di pasar yang tengah tumbuh dan juga secara agresif menggelindingkan outlet baru di pasar baru yang tengah berkembang.

Ringkasan promosi peluncuran pemasaran bersama Asia

- Nama promosi：“Go! Go! Asia!”
- Masa promosi:: Minggu 26 Desember 2010 sampai Senin 7 February 2010
- Produk: “Burger ayam panggang” 360 yen Jepag * produk dengan waktu terbatas
- Toko yang menjual: Toko MOS Burger stores dengan kawasan luase (Beberapa toko mungkin tidak menjual produk ini)

  * JUmlah toko MOS Burger di Jepang : 1.364 toko (pada 30 November 2010)

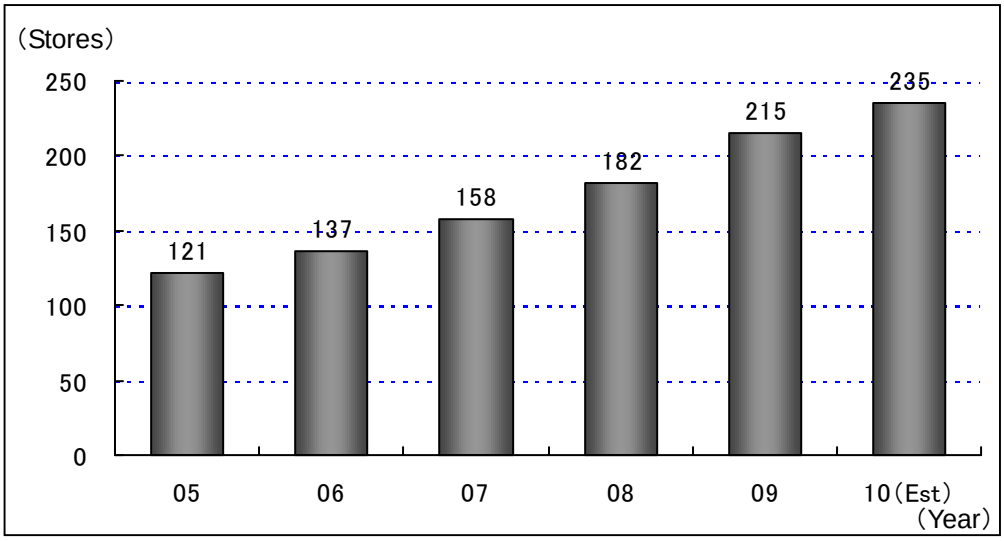
  * JUmlah toko di luar negeri lihat diagram di bawah ini:

Kenaikan jumlah toko dan penjualan di Asia

■Daftar Negara dengan jumlah toko

Negara	Jumlah toko	Bulan pembukaan toko pertama
Taiwan	179	Feb,1991
Singapore	26	Mei,1993
Hong Kong	15	Okt, 2006
Thailand	6	Mar, 2007
Indonesia	4	Des, 2008
Xiamen, China	2	Feb, 2010
Total	232	

*Jumlah toko saat ini sampai 30 November 2010



Semua harga dalam dokumen ini belum termasuk pajak.