

BUSINESS **NEWS**

janar - dhjetor 2022



Indeksi

BUSINESS NEWS



- RRUGA DREJT SUKSESIT 4
- MJESHTËRO BIZNESIN 5
- HEINEKEN UEFA CHAMPIONS LEAGUE 6
- SPRING, LE TË DUHEMI SËRISH 10
- PEPSI TASTE CHALLENGE 12

- 14 FESTA E MIQËSISË
- 16 PRODUKTE TË REJA
- 18 HEINEKEN SILVER -SURPRIZA E VERËS
- 30 AKTIVITETE SOCIALE, KULTURORE & SPORTIVE
- 40 TIK TOK



RRUGA drejt SUKSESIT

nga VASIL NAÇI

Pas dy vitesh i zhvilluar në distancë përmes platformave online, "Rruga Drejt Suksesit", event-trajnimi më i madh në Shqipëri dhe rajon kushtuar rritjes dhe zhvillimit personal, u kthye përsëri në sallën e mbushur me njerëz që duan suksesin. Është ky një rrugëtim i nisur më 2016-ën. 7 vite rritje, suksese dhe mijëra pjesëmarrës entuziastë.

Si pjesë e përkushtimit individual për të çuar në dimensione më të larta jetën e tyre, sipërmarrës, profesionistë në karrierë, akademikë, studentë dhe prindër bashkë me fëmijët e tyre, iu bashkuan magjisë së "Rruga Drejt Suksesit".

Për Vasil Naçin, këto tre ditë në sallën e mbushur në limitet e saj, plot me "të dashuruar" me rritjen dhe zhvillimin personal, është kthyer në një mision, me synim kontributin për komunitetin.

"Qëllimi im është të kontribuoj dhe të ndikoj, që ju të arrini më shumë sukses. Suksesi juaj, ushqen suksesin tim, suksesi juaj do të jetë bekim për mua dhe organizatën time, e të gjithë bashkë kontribuojmë për ta bërë më të mirë këtë vend ku jetojmë" – u shpreh Vasil.

Të gjithë dëshirojmë të jetojmë në një vend më të mirë, të kemi një shoqëri, një sipërmarrje dhe një jetë më të mirë. E në fund të fundit asgjë nga këto nuk përmirësohet nëse secili prej nesh nuk kontribuon dhe jep sadopak nga e mira me të cilën jemi bekuar, apo që kemi ndërtuar. Pikërisht një frymë të tillë përçoi edhe këtë vit ky event-trajnim treditë, ku energjia, vlera, dinamizmi i rreth 2.000 pjesëmarrësve krijuan një eksperiencë transformuese.

Është përgjegjësi e jona krijimi i kushteve të duhura për rritje dhe zhvillim, sepse asgjë nuk ndodh nëse mjedisi ku qëndrojmë dhe njerëzit që na rrethojnë nuk janë të duhurit. Përpos të gjithave suksesi vjen kur ekziston përkushtimi, që pas çdo arritje të rritet edhe më lart standardi i asaj që pritet

nga vetja. Të jesh i interesuar dhe të kesh dëshirë nuk mjafton, sepse këto veniten sapo ndeshen me vështirësitë e para. Vetëm përkushtimi nuk të lejon asnjë justifikim. E vetmja gjë që pranohet është rezultati dhe suksesi është një dhuratë që i jepet vetëm atij që vepron, me të gjitha forcat, çdo ditë.

Sot më shumë se kurrë suksesi i atribuohet mendësisë, më shumë sesa informacionit apo mjeteve. Kushdo mund të ketë objektiva frymëzues, plane të mira, të ketë mjetet dhe burimet e nevojshme, por nëse ke mendësinë e gabuar, të gjitha bëhen të pavlefshme.

Ndryshimet dhe ritmi i shpejtë i tyre janë të pashmangshme. Çelësi për të patur një jetë të shkëlqyer është përmirësimi dhe veprimi, është praktikimi i njohurive të reja. Nëse jeta vendoset në një vorbull energjie, entuziazmi, motivimi dhe suksesi që rritet vazhdimisht, asgjë nuk mund të na ndalë në rrugëtimin drejt tij.

Ndër të tjera tek "Rruga Drejt Suksesit" pjesëmarrësit gjetën përgjigjet për aspekte të rëndësishme që lidhen me suksesin:

- Si ndikon mendësia tek rezultatet tona?
- Çfarë pengesash na mbajnë larg suksesit që dëshirojmë?
- Si mund t'i ndryshojmë zakonet dhe besimet e gabuara?
- Si të menaxhojmë emocionet tona dhe kushtëzimet që pengojnë rritjen dhe arritjet?
- Si të ndërtojmë sistemet e duhura për parandalimin dhe zgjidhjen e problemeve?
- Si të krijojmë dhe të mbajmë marrëdhënie të shkëlqyera?

Ky program i ideuar mbi përvojën jetësore, sfidat dhe sukseset e një periudhe 32 vjeçare të Vasilit, kombinuar me njohuritë dhe eksperiencat më bashkëkohore ndërkombëtare, solli më të freskët se kurrë formulën e tij të suksesit. E gjitha shoqëruar me një mjedis elektrizues dhe nën entuziazmin energjizues të pjesëmarrësve.



MJESHTËRO BIZNESIN

nga VASIL NAÇI

Edicioni i dytë i "Mjeshtëro Biznesin" (2022) ofroi për komunitetin e biznesit një moment të shkëlqyer reflektimi, risish dhe zgjidhjesh efikase përballë sfidave të mjedisit të sotëm ekonomik. Falë kontributit të organizatorit dhe lektorit kryesor dhe folësve të ftuar, pjesëmarrësit mundën të merrnin ide, shtysa, sugjerime, për t'i çuar bizneset apo projektet në një dimension më të lartë.

Në një sallë të mbushur plot (në përputhje me rregullat e pandemisë), përgjatë tre ditëve (8 – 10 prill), Vasil Naçi dhe skuadra e ekspertëve të ftuar, ndanë vlerë me pjesëmarrësit. Sipërmarrës, profesionistë dhe të apasionuar pas biznesit, studentë, apo dashamirës të këtyre eventeve, të gjithë të mbledhur në një vend për të dëgjuar, ndërvepruar dhe mësuar.

Së bashku me Vasil Naçin, Sherif Bundo, Alma Bici, Dritan Mezini, Julia Goga-Cooke, Arti Marko, ekspertë nga më të mirët në marketing, inovacion, shitje, financë, transformim dixhital, etj, ndanë më të mirën e dijes dhe përvojës së tyre, si dhe praktika bashkëkohore.

Kohët e krizave të mëdha, janë kohë për oportunitete të mëdha, janë kohë për ndryshime, përmirësime dhe rritje ekspozicionale. Çdo sfidë e kaluar me sukses nënkupton më shumë pjesë në treg dhe në mendjen e konsumatorit, më shumë fitime, më shumë rritje. Pavarësisht suksesit që mund të gëzojë një biznes, nëse nuk zhvillohet parreshtur, nuk mbetet në vend, por ecën mbrapa.

Shpesh pika e ngërçit për shumë sipërmarrës është struktura e vjetër e mendimit dhe e veprimit, ç'ka i pengon të shohin realitetet e reja, rrugët e reja apo zgjidhjet alternative që do t'i çonin bizneset e tyre drejt niveleve më të larta.

Individi apo organizata e biznesit mund të jenë të suksesshëm, vetëm nëse ekziston filozofia e duhur. Shpesh ka liderë kompanish të cilët besojnë se shkak për vështirësitë e bizneseve të tyre janë punonjësit, ndërkohë që aksioma në biznes është: "Ju merrni rezultatet e standardit që pranoni të keni."

Nëse kultura e organizatës pranon prej punonjësve diçka që është më pak se ekselencia, atëherë rezultatet do të jenë larg atyre të dëshiruara. Kultura për sukses merr jetë kur ato që thuhet dhe ato ç'ka bëhen, janë në harmoni me ato që vërtet besohen.

Krijimi i një kulture besimi, motivimi, rritjeje, përkujdesje dhe përgjegjshmërie, krijon një mjedis suksesi. Për një biznes suksesi do të jetë më i lehtë dhe i qëndrueshëm nëse filozofia, strategjia, kultura dhe sistemet e tij mbështetëse, janë të duhurat. Ndaj dijet, vënia e tyre në jetë dhe ekzistenca e sistemeve që sigurojnë mbarëvatje dhe përmirësim, e bëjnë të mundur rritjen e një kompanie, pavarësisht sfidave të mjedisit që e rrethon.

Ndër të tjera pjesëmarrësit morën përgjigje për pyetje apo sfida si:

1. Si të rriten të ardhurat dhe të zgjerohet biznesi?
2. Si të fitosh besnikërinë e konsumatorëve?
3. Cilat janë analizat dhe KPI-të më të vlefshme për të kuptuar ecurinë e biznesit?
4. Çfarë mundësish ofron transformimi dixhital dhe përdorimi i IA?

Edicioni i "Mjeshtëro Biznesin" 2022 trasnmetoi një nivel të lartë energjie, entuziazmi, ndërveprimi, ç'ka krijoi një eksperiencë transformuese.



HEINEKEN, SPONSOR ZYRTAR I "UEFA CONFERENCE LEAGUE" BASHKË ME TIPOZËT NË EMOCIONET E FINALES SË MADHE

Finalja e "UEFA Conference League" do të mbahet mend gjatë në historinë e sportit shqiptar, si e para finale e madhe europiane në Tiranë.

Rrugët e kryeqytetit, u mbushën me mijëra tifozë, të cilët patën mundësinë të argëtohen teksa ishin në pritje të finales së madhe.

Heineken, sponsor zyrtar i UEFA, u kujdes për argëtimin e gjithë tifozëve. Birrë, muzikë, sport dhe argëtim pafund, në qendër të Tiranës, aty ku dhe tifozët kishin mundësinë të shihnin ndeshjen finale live, teksa i shoqëronte birra e tyre e preferuar, Heineken.

Por pavarësisht dëshirës për fitore të një prej skuadrave, atmosfera e krijuar në qendër të Tiranës, bëri bashkë tifozë të Romës dhe të Feyenoordit.

"Tirana është e mrekullueshme, qytet shumë i këndshëm. Ka muzikë, birrë. Moti është i mirë dhe atmosfera këtu është fan-

tastike", shprehej një tifoz holandez, i cili vizitonte kryeqytetin shqiptar për herë të parë.

Për më tepër, Heineken u mundësoi 24 konsumatorëve shqiptarë bileta për të përjetuar live emocionet e ndeshjes Roma - Feyenoord në stadiumin "Arena Kombëtare".

Fituesit u përzgjedhën përgjatë muajve mars-maj, përmes promovimit të Heineken.

Secili nga konsumatorët e Heineken pati mundësinë të bëhej pjesë e promovimit, duke gjetur kodin poshtë tapës së shishe dhe duke regjistruar atë tek adresa www.heineken.com. Heineken, birra premium me prezencën më të lartë në botë, sponsor zyrtar i UEFA Champions League, vazhdoi të ofrojë dhurata dhe surpriza për konsumatorët deri në finalen e madhe të "UEFA Champions League" më 28 maj.

Bashkëpunimi i Heineken me "UEFA Conference League" është i konfirmuar edhe për katër vitet e ardhshme.



Fito!

Bileta për finalen e UEFA Europa Conference League në Tiranë dhe Kupon Adidas.
Fitues çdo javë!



TICKET

Kupon Adidas

EST. 1873
Heineken

FITO ME PEPSI



Pepsi, sponsor zyrtar i UEFA Champions League që nga viti 2015, solli edhe këtë sezon futbollistik në Shqipëri surpriza fantastike për të gjithë konsumatorët sportdashës dhe jo vetëm.

Përmes promovionit "Fito me Pepsi", Pepsi shpërbleu konsumatorët me dhurata speciale si: Smartphones, Smartwatches dhe çanta shpine të UEFA Champions League.

Promocioni ishte aktiv për të gjitha formatet promovionale të Pepsi, Pepsi Max dhe Pepsi Lime. Fituesit u shpallën çdo të martë, ora 15:00 në Instagram stories @PepsiAlbania.

Ishte kënaqësi të ishim pranë tifozëve, ndërsa ata përjetonin emocionet e sportit të tyre të preferuar duke shijuar Pepsi.



PROUD PARTNER



MERR LAY'S, FILLOI NDESHJA



Spring ju fton 'të duhemi sërish'!

Pas sfidave të kaluara për të pasur ujin Spring në një paketim të qëndrueshëm, funksional dhe të lehtë në përdorim, arritëm të sjellim këtë vit ujin Spring me një design të ri.

Përmes një bashkëpunimi të suksesshëm me liderat e paketimit dhe investimit të konsiderueshëm në teknologji inovative në linjën e prodhimit, u arrit realizimi i paketimit të ri që garanton cilësinë optimale të ujit natyral Spring, siç buron nga lartësia 2482m nga mali i Nemërçkës.

Uji Spring, tashmë me një pamje të re zgjodhi të komunikonte me konsumatorët e tij përmes dashurisë. Po aq universale, jetike dhe e domosdoshme sa edhe vetë uji, dashuria është ajo që bën të mundur të kapërcejmë sfidat, të rritemi, të përmirësohemi dhe të duhemi sërish dhe sërish.

Spring, me thjeshtësi dhe zemër të hapur, i fton konsumatorët ta duan sërish, t'i japin mundësinë të jetë uji i preferuar i familjeve të tyre, i jetës së tyre.



Spring në rrugëtim me kampionen Luiza Gega!

Prej disa vitesh, uji Spring bashkëudhëton me sportisten Luiza Gega, tashmë kampione Evropë, duke e shoqëruar në momentet e bukura të fitores, por edhe në momentet e mundimshme të përgatitjes.

Uji Spring, me përbërjen e balancuar të mineraleve, e cila është një karakteristikë unike e këtij uji, shumë e rëndësishme për trupin e njeriut, është zgjedhja e kampiones prej disa vitesh. Spring ka qënë pranë saj pa bujë, pa trum-peta, për ta hidratuar dhe shoqëruar në përpjekjet e saj të jashtëzakonshme që u kurorëzuan me titullin e kampiones së Evropës, duke na bërë të gjithëve krenarë.

Frymëzuar nga këmbëngulja e një kampioneje, uji Spring sjell për konsumatorët rrugëtimin e mrekullueshëm drejt arritjes së një ekuilibri unik me veten dhe natyrën. Bashkë me hapat e atletes Luiza Gega, Spring përcjell mesazhe të forta sociale në shumë dimensione që lidhen me rëndësinë e punës së palodhur, të mirat e aktivizimit me sportin, jetesës së shëndetshme dhe të jetuarit me angazhimin maksimal për të realizuar ëndrra të mëdha.

Me zemër të hapur dhe shumë dashuri, të themi:

Faleminderit Kampione!



57%

PREJ JUSH

ZGJODHËN SHIJEN E PEPSI

FALEMINDERIT!

SFIDA E SHIJES PEPSI TASTE CHALLENGE U RIKTHYE KËTË VERË PËR TË TRETIN VIT NË SHQIPËRI

Pepsi Taste Challenge, është një koncept sa i thjeshtë aq dhe unik. Bëhet fjalë për një aktivitet marketing nga PepsiCo që prej vitit 1975, i organizuar si një testim "i verbër" (blind test). Në vende publike, një përfaqësues i Pepsi-t vendos një tavolinë me dy gota transparente ku njëra ka Pepsi dhe tjetra konkurrentin e tij. Konsumatorët ftohen të provojnë pijet dhe të zgjedhin shijen që u pëlqen.

Bazuar vetëm tek shija, pjesëmarrësit përcaktojnë se cila nga pijet freskuese, me logo të fshehur në momentin e testimit, është preferenca e tyre e parë. Të gjitha të dhënat regjistrohen online, dhe vetë pjesëmarrësi, pasi shpall shijen e preferuar nga testimi, përzgjedh manualisht preferencën në programin e tabletit që i paraqitet nga stafi.

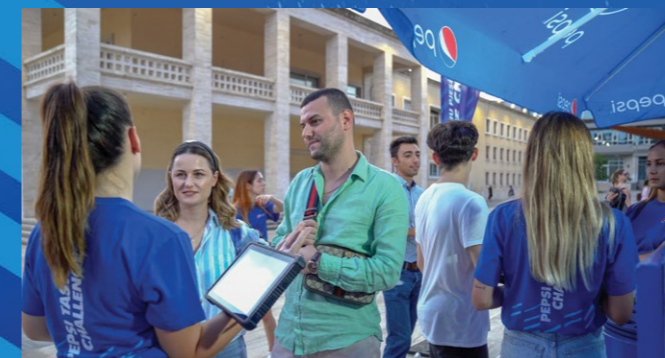
Kur Pepsi Taste Challenge filloi në Shqipëri, synimi ishte i thjeshtë dhe i qartë: Shija e preferuar do të vendoset nga konsumatorët! Dhe pikërisht ata vendosën.

11'137 persona u bënë pjesë e 'Pepsi Taste Challenge' nga 15 korriku deri me 4 shtator në 18 qytete të Shqipërisë. 57% e pjesëmarrësve zgjodhën shijen e Pepsi-t si të preferuarën e tyre. Ishte një rrugëtim shumë i veçantë ku patëm mundësinë të njihim akoma më shumë nga admiruesit tanë, por edhe shumë nga ata të cilët do të bëhen admirues të Pepsit në të ardhmen.

Pepsi është prezent në Shqipëri që prej vitit 1991 dhe sot pakëtohet dhe shpërndahet në të gjithë Shqipërinë duke ruajtur cilësi të lartë sipas kërkesave dhe standardeve të PepsiCo. Ndër vite, Pepsi Shqipëri vijon të aktivizojë me sukses fushatat ndërkombëtare marketing duke patur në mendje gjithmonë konsumatorin shqiptar dhe preferencat e tij.

Faleminderit që morët pjesë në këtë sfidë interesante dhe faleminderit që zgjodhët Pepsi-n si pijen tuaj freskuese të preferuar.

#FORTHELOVEOFIT #NDIQSHIJENTËNDE



“FESTA E MIQËSISË”

Tradita më miqësore
e sezonit veror

“Festa e Miqësisë”, vijoi rrugëtimin në 9 qytete të Shqipërisë, duke ofruar 39 netë plot argëtim, muzikë, lojra, birra Elbar dhe miq të vërtetë.

Muzika e përzgjedhur nga këngëtarë të mirënjohur si West Side Family & Lore, Orgesa Zaimi & Land Kademi, Matus Frroku & Rea Nuhu, Devis Xherahu & Xhesika Polo, Renis Gjoka dhe Urban Band, shoqëruan mbrëmjet e sezonit veror 2022.

Në të gjitha qytetet gjatë ditëve të fundjavës Festa e Miqësisë organizoi plot lojra dhe shorte për pjesëmarrësit, të cilët patën mundësi të vizitonin festën së bashku me miqtë dhe familjen e tyre.

Tradita e “Festës së Miqësisë” do të vijojë edhe gjatë vitit 2023 në qytete të tjera për ti dhënë mundësinë miqve tanë të shijojnë birrën Elbar dhe të kalojnë mbrëmje verore të paharrueshme.

*Festa e Miqësisë,
festë për miq të vërtetë!*

ÇDO GJË SHKON MIRË KUR KE SHOKË PËR KOKË!

BIRRA
ELBAR
Birre për miq të vërtetë



Kur jemi të gëzuar, në hall apo na duhet një këshillë, miqtë e mirë janë të parët që duam ti kemi pranë. Birra Elbar gjatë vitit 2022 filloi një fushatë të re komunikimi duke vendosur theksin tek situata të vërteta të cilat ndodhin çdo ditë mes miqsh të mirë dhe tek mbështetja që ata i japin njëri-tjetrit në çdo moment, në një mënyrë të thjeshtë, kreative e plot humor.

Spotet televizive, radiofonike dhe fushata outdoor përcjellin situata reale mes miqsh të vërtetë

apo kolegësh të mirë pune, që zhvillohen në ambiente të ndryshme dhe të lidhura me jetën e përditëshme në Shqipëri.

Birra Elbar është gjithmonë pjesë e grupit të miqve kur ata kalojnë kohë së bashku, kur i gjenden njëri-tjetrit, por dhe për të festuar “fitoret e vogla” kur ja dalin mbanë të gjithë bashkë, sepse gjithçka shkon mirë, kur ke shokë për kokë.

Elbar, birrë për miq të vërtetë!

Produkte të reja

PESCANOVA

Pescanova është një kompani shumëkombëshe, spanjolle e angazhuar në peshkim, bujqësi, përpunim dhe tregtim të produkteve të detit, tashmë pjesë e gamës së gjerë të Agna Group. Prezente në 80 shtete dhe 5 kontinente, është një nga tregëtuesit më të mëdhenj të karkalecit në botë.

Produktet në porfol janë:

Kallamarë, Kallamarë krokant, Bastoncini Merluci, Fileto Merluci, Merluc Krokant, Karkalecë Vannamei.



PALLINI LIMONCELLO

Pallini Limoncello është një liker natyral që prodhohet nga familja Pallini në Itali që prej vitit 1875.

Prodhet nga limonët e çmuar Sfusato, ekskluziv në bregdetin Amalfi. Limonët e përzgjedhur me dorë shtohen menjëherë, në këtë mënyrë freskia dhe shija e tyre shpërndahet në çdo shishe. Shumëllojshmëria e përdorimit të tij është e pafundme - shijojeni shqeto, me akull, direkt nga frigoriferi ose të përzier në koktejl dhe receta ushqimore.



NESCAFÉ VANILLA LATTE

Kafe e ftohtë e çastit me qumësht dhe aromë vanilje. Shijoni kafën e ftohtë Nescafé Ready to Drink kudo që të ndodheni.

DUEL

Duel ka prezantuar linjat e reja të Duelit Zbutës me ridizenjim të paketimit dhe përmirësim të aromës.

- Linja "Original"
- Linja "Sensitive"
- Linja "Perfumed"

Formulimi i linjës së re të zbutësve sensitivë DUEL: përmban silikon i cili kontribuon në butësi më të mirë të rrobave, lehtëson hekurosjen, gjithashtu përmban Panthenol si një komponent që ushqen pëlhurën.



MAGGI MAGIC ASIA BIG NOODLE SOUPS

Të uritur për një vakt me erëza dhe shije të ndryshme Aziatike, por nuk keni kohë të qëndroni gjatë në kuzhinë? Atëherë MAGGI Magic Asia Big Noodle Soups janë zgjedhja ideale! Noodles-at e shijshëm jo vetëm që ju ngopin, por përgatiten në një kohë të shkurtër. Përdorni variacionet aziatike për pushimet e drekës ose për një darkë të shpejtë. Thjesht hiqni kapakun, shtoni ujë të zier dhe janë gati!



WIENNA FILLS

Produktet Vienna janë të bazuara në receta tradicionale, me balancim perfekt të cilësisë së lëndës së parë dhe shijes finale speciale. Vienna Fills ofrohet në paketim 60gr dhe 123gr në tre shije të ndryshme: Çokollatë, Lajthi dhe Kajsi.

Shije Ekstra E freskët.



Hei SILVER

Shijoni Heineken® Silver me përgjegjësi. 

Heineken Silver u prezantua në tregun Shqiptar në muajin qershor, si surpriza më e re e kësaj vere për të gjithë konsumatorët e birrës. Heineken Silver është më shumë se vetëm një birrë me 4% alkool. Është një birrë lager premium ekstra freskuese dhe e lehtë për t'u pirë, që të gjithë mund ta shijojnë.

Heineken Silver përgatitet me të njëjtat parime dhe pasion për cilësinë si Heineken Original. Për të krijuar shijen ekstra freskuese të Heineken Silver, përdoret një proces prodhimi në -1°C, që rezulton në një birrë të freskët dhe të lehtë për t'u

pirë në më shumë raste konsumi, nga të gjithë që dëshirojnë një propozim të freskët, modern e super cilësor.

Heineken Silver nisi rrugëtimin e tij me një prezantimin spektakolar në Metaversë, duke aspiruar të bëhet birra e preferuar e një audience që krijon tendencat e sotme dhe formon botën e së nesërme. Ai u drejtohet njerëzve që tërhiqen nga risitë në jetën e tyre të përditshme, ndërkohë që kërkojnë shije më pak të hidhur dhe më të lehtë për t'u shijuar në raste të ndryshme, me shoqërinë apo vetëm.





GLINA VITAMINA



Uji Glina, zgjedhja numër 1 e konsumatorëve për ujin me gaz, solli këtë vit një propozim të ri, ujin me vitamina Glina Vitamina. Përveç përfitimeve tashmë të njohura për shëndetin nga përmbajtja unike e mineraleve të këtij uji, Glina Vitamina

sjell më shumë alternativa në shije, vitamina dhe përfitime për organizmin. Krijuar sipas standardeve më të larta të cilësisë, nën përkujdesjen e partnerëve gjermanë në prodhim, Glina Vitamina është kombinimi i përsosur për të gjithë ata që duan më shumë imunitet, energji dhe harmoni.

MOLLË & ALOE VERA

Antioksidant
Relaksues
Hidratues

vitamina B6 & B12



PORTOKALL & XHINXHER

Rrit imunitetin
Anti-inflamator
Detox

vitamina B6 & B12



PJESHKË & GUARANA

Vitalitet
Antistres
Rrit përqendrimin

vitamina B6 & B12



JU UROJMË NJË VIT ME

IMUNITET ENERGJI HARMONI



ZBULO SHIJET
E QYTETEVE
ME IVI



IVI CITIES, FUSHATA E KRYEQYTETEVE EVROPIANE SI SUVENIR NË KANAÇE

Këtë vit Ivi u foli konsumatorëve me gjuhën e kryeqyteteve evropiane.

Klasiku i shumëpëlqyer Ivi Ricoco solli në paketimin kanaçe elementë si Pantheon-in, vespën apo Forumin Roman nga "la città eterna" - Roma.

Ivi Limon, shija e preferuar e konsumatorëve ndër vite, erdhi me dizajnin inovativ të park Guell dhe Casa Mila të Antonio Gaudi-t nga kryeqyteti katalanas Barcelona.

Një nga shijet e reja të lançura pak kohë më parë, Ivi Mjedër-Limon, me detaje si kabina e telefonit, Big Ben dhe ura lëvizëse Tower Bridge sollën si suvenir në një kanaçe të vetme Londrën, metropolin e aristokracisë.

Për të plotësuar mozaikun e shijeve të Ivi nuk kishte se si të mungonte kryeqyteti i dashurisë, Parisi, i cili me kullën Eiffel, Harkun e Triumfit dhe biçikletat karakteristike, i dha jetë dizajnit të kanaçes së Ivi Fruta Pylli-Shalqi, një tjetër nga shijet e reja të Ivi-t.

Ivi synon të krijojë angazhim dhe afërsi me konsumatorin duke frymëzuar gjeneratën Z të shprehë kreativitetin. Kjo fushatë marketing u pëlqye edhe nga konsumatorët që tashmë zgjedhin Ivi prej vitesh.

Fito çdo ditë një iPhone 13

Githmonë është koha ideale për të kaluar momente të bukura familjare, duke hapur një Lay's ndërsa shikoni filmin tuaj të preferuar.

Ky ishte komunikimi i promovionit Lay's për konsumatorët, të cilët patën mundësinë për 43 ditë rresht të fitonin çdo ditë nga një iPhone 13.

Konsumatorët u bënë pjesë e shorteut me blerjen e një paketimi Lay's dhe të dhënat e faturës së blerjes u dërguan në website ose me SMS.

Fituesit u shpallën çdo ditë në faqen e promovionit laysdhuron.com

Filmat shijojnë më shumë me Lay's!



— BORN IN AMSTERDAM —

**PAMJE
E RE COOL
SHIJE
ORIGJINALE
AMSTEL!**

SEPSE KËSHTU NA PËLQEN!



L'ITALIANA
AUTENTICA



Birra Moretti, birra nr.1 në Itali, pas suksesit në shumë vende të botës, ju bashkua këtë vit portofolit të Agna Group.

Moretti është birrë lager Italiane, autentike dhe cilësore e krijuar me pasion nga përbërësit më të mirë, e prodhuar me të njëjtën recetë që nga viti 1859. Përzierja e veçantë dhe cilë-

sore e hopsit krijon një birrë lager të ekuilibruar më së miri, me shije hopsi të freskët duke lënë pas një hidhësi të balancuar.

Birra Moretti fton të gjithë konsumatorët të shijojnë së bashku me të dashurit e tyre kënaqësitë e thjeshta të jetës: ushqim i mirë, birrë e mirë, shoqëri e mirë. **Birra Moretti, l'autentica!**

FESTO NË MËNYRËN TËNDE ME PEPSI



ROL INOVACIONI NË LARJEN E RROBAVE



Rol ju ofron një mënyrë më të lehtë dhe efçente për të larë dhe freskuar rrobat tuaja. Produktet Rol, falë formulës së tyre inovative ju japin zgjidhjen kundra njollave.

produkti Rol, çdo konsumator u bë pjesë e shorteut. Çdo muaj, Rol ofroi 20 dhurata: një Tharëse rrobash, dy Fshesa Robotike, një Lavatrice, dy hekura vertikal për hekurosje, dhe 14 paketime me produkte Rol.

Gjatë periudhës 1 maj – 31 tetor 2022, Rol zhvilloi një shorte për konsumatorët në të gjithë Shqipërinë. Me blerjen e një



J U R O N

Gëzuar Festat!

BASHKË në Aktivitete SOCIALE



"Green Fest- Shijo Produktet Lokale".



Konferenca e 4-të rajonale e Parlamentit Rinor Europian, Shqipëri.



Konferenca për marketingun dixhital nga AllWeb Albania.



Panairi i përgjithshëm tregtar.



Panairi "Jeto Natyrën" në Cajup.



Ceremonia e ndarjes së diplomave për studentet e UBT-së.



Panairi "Syn+Ergasia" në Pallatin e Kongreseve.

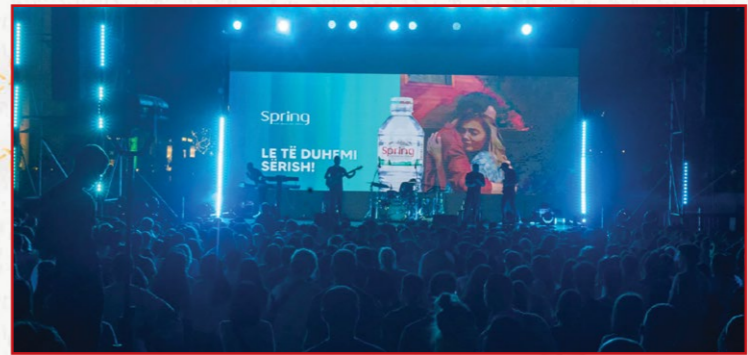
BASHKË në Aktivitete KULTURORE



Festivali Mbarëkombëtar i komedisë "KoKo Fest".



Koncert "Me Zemër" nga Venera Lumani & Lind Islami.



Spring Festival.



Shopping Festival në QTU.



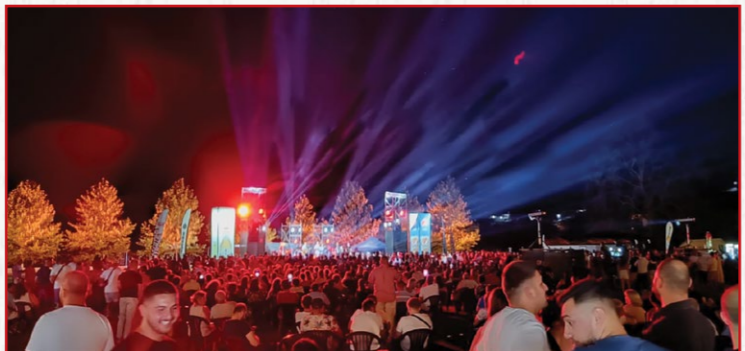
Shfaqja "Të zhveshur, por bashkë".



Edicioni i dytë i Festivalit "Ura e Miqësisë" në Dropull.



Maratona "Këngë Moj".



Koncerti i Glykeria-së në Dropull.



Koncerti "Alpha Show" i Noizy-t në Tiranë.



Edicioni i 17-të i Festivalit Ndërkombëtar të Filmit për të Drejtat e Njeriut.

BASHKË në Aktivitete SPORTIVE



Edicioni i gjashtë i Maratonës së Tiranës.



Voskopoja "Wolf Trail Running".



Maratona e Vrapit në Dropull.



Edicioni i parë i "Ambassador's cup".



Tiranathlon.



Dita Ndërkombëtare e Yoga-s.



Edicioni i parë Green Coast Trail Running në Palasë.



Maratona në Farkë.



Edicioni i parë i Illyrian Race në Përmet.



Maratona "Enkelana" në Pogradec.

FESTO PLOT ENERGJI!



CHRISTMAS TIME BEGINS AFTER EIGHT.



Receta festive

1

Nestlé Dessert Smarties Brownies

Recetë për brownies Krishtlindjesh të shijshme!



PËRGATITJA:

Rrihni vezët së bashku me sheqerin derisa sheqeri të tretet. Më pas, duke i përzier mirë, shtoni 300g çokollatë Nestlé Dessert dhe gjalpë të shkrirë dhe në fund shtoni miellin.

Në një tepsi vendosni letrën e gatimit dhe hidhni përbërësit në furrën e ngrohur paraprakisht për 25-30 minuta në 170°C. Pritini brownies në formën e një peme Krishtlindjeje.

Shkrini 180g çokollatë Nestlé Dessert. Me masën e shkrirë formoni kurora të vogla në pemë dhe vendosni Smarties në mënyrë që të ngjiten dhe të duken si stolitë e Krishtlindjeve.

Shponi butësisht pjesën e poshtme të secilës pemë brownie me një pipëz të vogël për t'i shndërruar ato në ëmbëlsira. Pemët e Krishtlindjeve Brownies janë gati për t'u shijuar!

PËRBËRËSIT:

480g Nestlé Dessert të shkrirë, 360g gjalpë, 300g sheqer, 6 vezë, 90g miell për të gjitha përdorimet, 2 pako Smarties.



30 min



e thjeshtë



10 porcione



20 min



e thjeshtë



16 porcione

2

"Ylli i Krishtlindjes"

kërcëllitës edhe me ngjyrë të artë, por me zemrën e butë edhe të kuqe të mbushur me reçel mjedre.

PËRGATITJA:

Presim petën e parë në formë rrethore pasi e kemi vendosur mbi letër pjekje. E lyejmë me reçel.

Vendosim petën tjetër sipër, pasi e kemi prerë edhe atë në formë rrethore edhe mbyllim anët.

Vendosim një tas në mes për të krijuar lulen, presim me thikë duke nisur nga mesi deri në fund të gjithë petën në 16 pjesë. I rrotullojmë shiritat edhe i bashkojmë dy nga dy, duke e bashkuar mirë fundin që mos hapen nga pjekja në furrë me 200 gradë për 20 minuta.

E zbukurojmë me pak sheqer pluhur edhe e shijojmë të ngrohtë me një çaj ose gotë qumësht.

PËRBËRËSIT:

1 pako petë sfoliatë Mama's, 250 g reçel mjedër, pak sheqer pluhur.



TikTok

Çfarë është TikTok?

Me siguri ju tashmë keni dëgjuar për TikTok. Por edhe nëse nuk e njihni këtë platformë të re më poshtë do të bëjmë një prezantim të shpejtë për të. Në kohën që jetojmë të gjithë ne jemi të vetëdijshëm për fuqinë e mediave sociale. Mendoni pak për Facebook ose Instagram, këto rrjete sociale janë vendi i përsosur për t'u lidhur me klientët tuaj dhe për të ndërtuar markën tuaj. Kemi kaluar nga Facebook në YouTube, më pas në IGTV dhe tani zyrtarisht kemi mbërritur në epokën e TikTok.

TikTok është një nga mediat më të reja sociale, që ashtu si Instagram, Facebook dhe Twitter synon të bashkojë njerëzit. Por, çfarë e bën të veçantë TikTok?

Gjithçka ka të bëjë me videot e shkurtra. Përdoruesit mund të ngarkojnë dhe modifikojnë video (në fillim deri në 15 sekonda) dhe tani deri në 10 minuta. Aplikacioni TikTok u ofron përdoruesve një përzgjedhje të gjerë tingujsh dhe fragmente këngësh, së bashku me opsionin për të shtuar efekte speciale dhe filtra. Ekziston gjithashtu një opsion për të postuar direkt videot e krijuara nga telefonin juaj. Përdoruesit e TikTok mund të krijojnë një sërë videosh duke filluar nga sfidat, videot e kërcimit, truket magjike dhe videot "funny".

Në shtator, TikTok shtoi reactions feature, e cila lejon përdoruesit të regjistrojnë reagimet e tyre ndaj videove dhe ti ndajnë ato me të tjerët. TikTok ka shtuar gjithashtu një feature të "mirëqenies" dixhitale e cila njofton përdoruesit kur kalojnë me tepër se dy orë në aplikacion.

Si u rrit popullariteti i TikTok?

Që nga lançimi i tij në 2016, popullariteti i aplikacionit TikTok është rritur jashtëzakonisht shumë. Statistikat tregojnë se aplikacioni ka grumbulluar mbi 1 miliardë përdorues aktivë

mujorë dhe është shkarkuar rreth 2.6 miliard herë. Disa nga arsyet kryesore të rritjes së popullaritetit të aplikacionit TikTok janë:

-Mbështetja e personazheve të famshëm

Aplikacioni ka paguar bashkëpunime me shumë personazhe të famshme, në rajone të ndryshme, të cilët e promovojnë aplikacionin tek audiencia lokale.

-Përmbajtja e lokalizuar

Një tjetër faktor kryesor nxitës në popullaritetin e aplikacionit TikTok është fakti se pavarësisht që është një aplikacion global, ai ka një fokus të madh në përmbajtjen e lokalizuar. Aplikacioni shpesh drejton konkurse dhe sfida lokale. TikTok gjithashtu dërgon rekomandime të personalizuar për secilin prej përdoruesve të tij. Kjo siguron që përdoruesit e TikTok të azhurnohen gjithmonë me videot trend më të fundit dhe të mos jenë kurrë pa ide për krijimin e videove.

-Krijimi, ndarja dhe shikimi i lehtë i përmbajtjes

Aplikacioni TikTok ka thjeshtuar krijimin dhe ndarjen e videove dhe e ka çuar atë në një nivel tjetër. Gjithçka që duhet të bëjnë përdoruesit është të regjistrohen dhe procesi i krijimit të videove është kaq i thjeshtë. Videot fillojnë të "luhen" një nga një sapo një përdorues hap aplikacionin dhe shikuesi "humbet" në një det me përmbajtje videosh argëtuese, zbavitëse dhe virale. Për shkak të kësaj natyre të varur të llojit të përmbajtjes, është shumë e lehtë për njerëzit që të vazhdojnë të shikojnë video të rastësishme për orë të tëra.

Përfitimet e TikTok për ndërtimin e markës

Markat që tashmë kanë një prezencë të fortë në TikTok aktualisht po korrin shumë përfitime. Por nuk është vonë për të filluar nëse nuk e keni bërë deri tani. TikTok duhet të jetë patjetër në arsenalin tuaj të mediave sociale dhe marketingut dixhital.

Pasi të njiheni me aplikacionin dhe të kuptoni se çfarë mund të bëni me të, do të zbuloni se është jashtëzakonisht i dobishëm për ndërtimin e markës. TikTok është një platformë tepër e suksesshme dhe popullore për momentin dhe ofron përfitime të mëdha për markën:

1. Rrit ndërgjegjësimin për markën tuaj

TikTok krenohet me një shtrirje të madhe globale. Markat në të gjitha industritë, duke filluar nga HP te KFC, po prekin audiencën globale të TikTok për të gjeneruar ndërgjegjësim për markën. Në TikTok, është shumë më e lehtë të bëhesh viral në krahasim me platformat e tjera. Natyra argëtuese dhe tërheqëse e përmbajtjes së TikTok do të thotë që njerëzit nuk ekspozohen thjesht ndaj markës suaj, ata fillojnë të mendojnë dhe flasin gjithashtu për ju.

2. Ju lidh me audiencën tuaj të synuar

Po kërkon t'u kujtoni klientëve tuaj sesa të mrekullueshëm jeni dhe t'u tregoni atyre anën tuaj më pak serioze? TikTok ofron një mundësi të shkëlqyer për të ndarë me audiencën tuaj përmbajtje argëtuese dhe "cool" që ju lejon të poziciononi markën tuaj në një mënyrë të re.

Për shembull, NBA është një nga përdoruesit e hershëm të TikTok dhe tani krenohet me një numër të pabesueshëm rreth 14.2 milionë ndjekës në TikTok (që nga janari 2022), më shumë se çdo ligë tjetër sportive. Profili në TikTok i NBA i fton fansat në prapaskenë, duke publikuar video që shfaqin të gjitha aventurat dhe sfidat me të cilat përballen atletët e tyre. Përmbajtja është më "reale" krahasuar me praninë e tyre në platforma të tjera, duke u ofruar fansave një mënyrë më intime për t'u lidhur me atletët e tyre të preferuar të NBA.

3. Thirrje për audiencat e reja

Si ndihet Gjenerata Z për markën tuaj? Nëse po kërkon të tërheqësh një audiencë më të re, TikTok është platforma e përsosur për ju. Vetëm 10% e adoleshentëve deklarojnë se Facebook është platforma e tyre e preferuar e mediave sociale, që do të thotë se markat që synojnë një audiencë më të re është më mirë të përqendrojnë përpjekjet e tyre në TikTok.

4. Të rrisni shitjet

TikTok mund të sjellë përfitime për markën tuaj në çdo drejtim, duke përfshirë edhe shitjet dhe të ardhurat. Nuk është vetëm një kanal ndërgjegjësimi. Në fakt, 92% e përdoruesve shprehen se kanë ndërmarrë veprime pasi kanë parë një TikTok.

Marka e kozmetikës Too Faced zhvilloi një fushatë në TikTok, në UK për të rritur shitjet e shkëlqyeshit të tyre të buzëve "Lip Injection Extreme". Marka zgjodhi një reklamë Brand Takeover në të cilën për plotë pesë sekonda u tregohej përdoruesve rezultatet "para" dhe "pas" të përdorimit të produktit të tyre, duke ftuar Gen Z të "shop the look". Reklama e Too Faced's Brand Takeover gjeneroi 7.6 milion impressions brenda një dite dhe çoi 1.3 milion klikime në "product page". Kjo po është një fushatë e mrekullueshme marketing në TikTok!

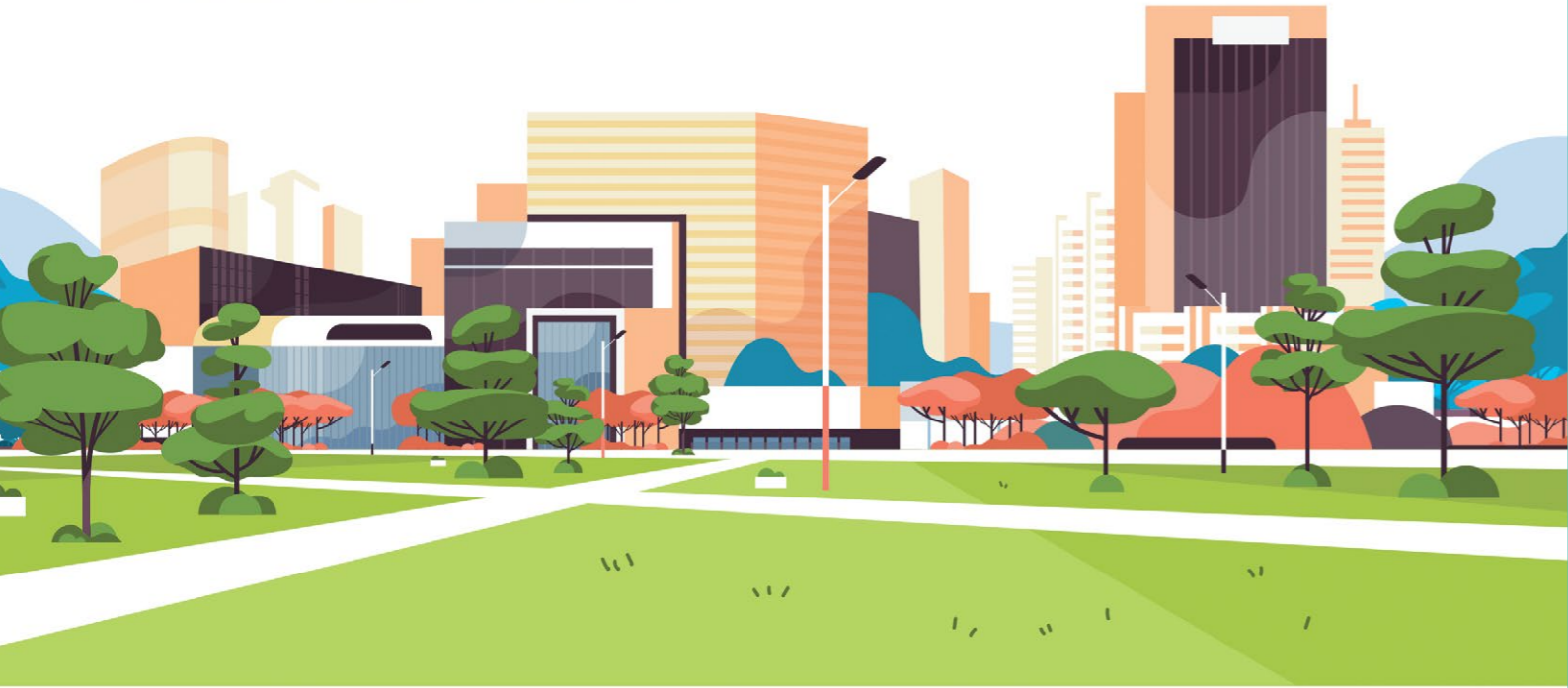
Me pak fjalë, TikTok është një aplikacion argëtues, popullor dhe tejet i fuqishëm, i cili ka parë një rritje masive në muajt e fundit. Aplikacioni TikTok ka potencialin të bëhet platforma më e madhe e marketingut dixhital dhe rrjeteve sociale. Megjithatë, se si krijuesit e aplikacionit e shfrytëzojnë këtë potencial dhe ruajnë popullaritetin aktual të aplikacionit, mbetet ende për t'u parë. Po ju cili lloj i content-it në TikTok ju pëlqen më shumë?



Albartex

o u t d o o r a d v e r t i s i n g

THE FIRST AND THE BIGGEST OOH ADVERTISING COMPANY
IN ALBANIA OPERATING SINCE 1992.



Mega Billboard



Billboard



Piza



City Light



Facade



Bus Station



Digital



LED Screen

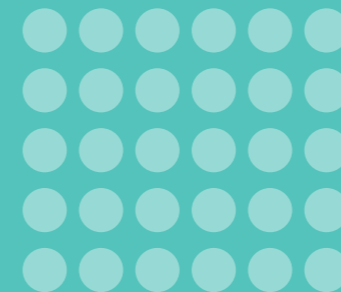
Tel. 04 2239 036 - E: info@albartex.net - www.albartex.net



★ ON TIME CONCEPT ★
ADVERTISING AGENCY



CREATIVE POWER



+355 67 60 60112 INFO@OTC.AL WWW.OTC.AL
AUTOSTRADA TIRANE - DURRES, KM 0, ZVRAT E AGNA GROUP, TIRANA, ALBANIA

★ ON TIME CONCEPT ★



www.agnagroup.com

