



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ



Marketing místních produktů



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova:
Evropa investuje do venkovských oblastí.

CELOSTÁTNÍ SÍŤ PRO VENKOV



HLAVNÍ SDĚLENÍ KAMPANĚ

CELOSTÁTNÍ SÍŤ PRO VENKOV



Zažij venkov naplno!

Z louky na Váš stůl

Od vidlí až po vidličku

Kilogram zdraví bez chemie

Domácí dobroty z Kocourkova

Čerstvý, tekutý produkt, který vaše tělo potřebuje

Zajímavý a exotický zážitek – něco, co jsem ještě neochutnal

Bez tuku, bez cholesterolu, dobře chutná a zasytí!

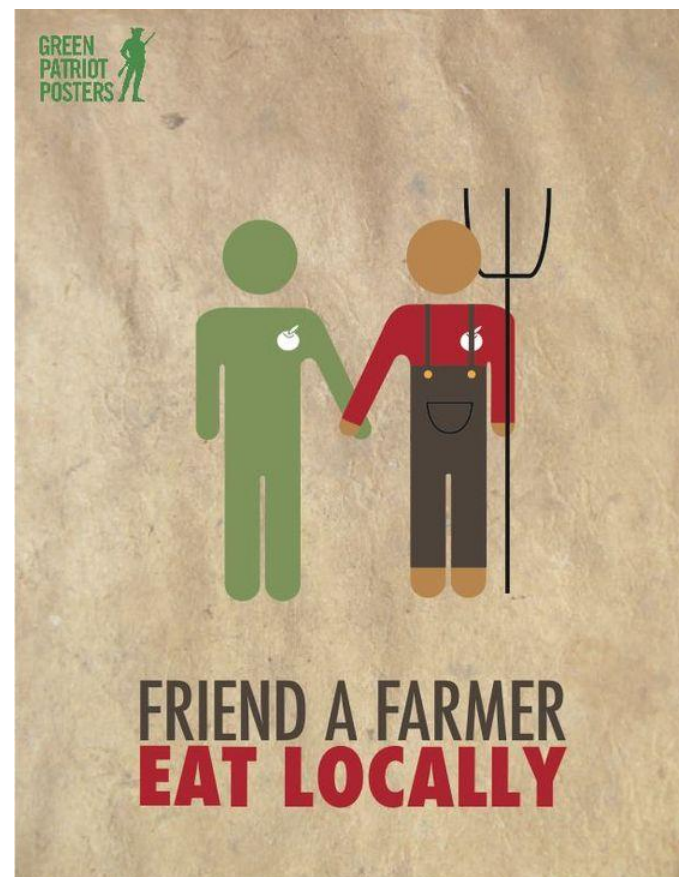
Voňavé, sladké a zdravé, s láskou zpracované v biokvalitě



Než začnete
s marketingem,
zamyslete se nad
4 základními tématy



1. **Konkurenční výhoda** lokálních potravin:
uvědomění si, co prodávám a kdo jsem
2. **Poznání cílové skupiny** a zjištění preferencí
zákazníka
3. **Možnosti prodeje** regionálních potravin,
potenciálu odbytu
4. **Efektivní marketingová komunikace**



*Zákazník nekupuje jen produkt,
ale „samotného zemědělce“.*



CONTENT MARKETING PROČ?



1. Dávejte něco ze sebe
2. „Já jsem cílová skupina“
3. Nelimitujte se, limity jsou inspirací
4. Emoce, úsměv může vyvolat konverzi



Zdroj: nirmal.com.au; upraveno autorkou



- Sledujte, co se děje a operativně reagujte
- Sdílejte obsah pravidelně (ať už na FB, blogu, v newsletteru)
- Bud'te originál – sdílejte vlastní obsah
- Pozor na chyby (pravopis...)
- Nemluvte za sebe, ale za tým
- Reagujte na dotazy pružně a s citem
- Reagujte na aktuální dění, pomáhejte ostatním



Nezbytná součást komunikace (může jít i o FB stránku/profil na Instagramu), slouží k představení produktu, ale i samotného producenta, k radám a doporučením.

Webové stránky

*Oboustranná komunikace (Přimějte zákazníka, aby vás začal sledovat, nabízejte nějaký bonus, ochutnávku, dárek).
Poskytněte přidanou hodnotu, zlepšení, službu nebo
zákazníkům jakkoli pomozte.*

SMM (social media marketing)

Blogy o gastronomii, zdravém životním stylu či jídle, zaměřte se na řešení nějakého problému nebo hodnotné informace: aktuality z regionu, nové přístupy k šetrné výrobě potravin, recenze na gastronomická zařízení. Pozor, náročné na čas.

Blogy

Považován za jednu z nejefektivnějších forem reklamy na internetu (dochází k přímé komunikaci mezi producentem a zákazníkem), myslete na impulsy k dalšímu nákupu.

E-mailing

Možnost ochutnávky v prodejnách, vzorky k nákupu konkrétní regionální potraviny, označení regálů – sounáležitost s producentem/krajem, pomozte zákazníkům odlišovat regionální produkty od „běžných“ potravin.

Podpora prodeje



Děkuji za pozornost

Jitka Štenclová
stenclova@kariera.muni.cz