



SIEĆ NA RZECZ  
INNOWACJI W ROLNICTWIE  
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć  
Obszarów Wiejskich



Program  
Rozwoju  
Obszarów  
Wiejskich  
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.”

Projekt realizowany przez Kujawsko-Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Minikowie.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach pomocy technicznej

Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Materiał opracowany na zlecenie Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Minikowie

Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

## Operacja „Wspieranie procesu tworzenia partnerstw na rzecz innowacji w serowarstwie”

# Marketing produktów serowarskich.

Violetta Naskręt – Dyrektor ds. Handlu i Marketingu

# Marketing produktów serowarskich.

- W osiągnięciu sukcesu rynkowego najważniejsze jest rozpoznanie potrzeb konsumentów i trendów rynkowych.

# Wiedzą co jedzą



# Aktywny tryb życia



# Żyją świadomie



# Marketing produktów serowarskich.

Kluczowy jest moment wprowadzenia produktu na rynek - najlepiej zagospodarować niszę i być pierwszym w konkretnej kategorii, co pozwoli zbudować świadomość konsumenta zgodnie z naszymi potrzebami.





Marketing produktów serowarskich.

Samo wprowadzenie produktu na rynek może generować różne koszty ze względu na to, że może zostać przeprowadzone w różny sposób, zależny od potrzeb produktu i oczekiwań firmy.

## Marketing produktów serowarskich.

- Koszt wprowadzenia nowego produktu na rynek zależy od produktu.
- W przypadku każdej nowości są pewne stałe składowe: koszt rozwoju produktu, badań, grafik, przygotowania, pracy różnych agencji czy instytutów badawczych.

# Typologia konsumentów żywności (Fjellstrom i inni 2001)

**Konsument niezaangażowany:** brak zainteresowania poszczególnymi cechami produktu.

**Konsument beztroski:** nie jest zainteresowany produktem, interesuje go nowość.

**Konsument konserwatywny:** konsument, który szuka znanych smaków, smaków dzieciństwa. Jedzenie jest ważnym elementem życia takiego konsumenta.

**Konsument racjonalny:** konsument poszukujący konkretnych informacji, pogłębiający wiedzę o jedzeniu. Jedzenie jest ważnym elementem walki o zdrowie.

**Konsument poszukujący:** konsument zainteresowany jakością, ale głównie rozumianą poprzez smak.

**Konsument zaangażowany:** dla którego wybór żywności jest wyborem życiowym. Poszukujący jakości, ale też relacji.

# Typologia konsumentów

## SEGMENTACJA ILOŚCIOWA

- **Klient ekonomiczny smakosz:** stosunkowo wysoka ocena poszczególnych czynników zakupowych. Wyraźnie wyższe niż w przypadku innych grup znaczenie niskiej ceny produktów przy wyborze żywności powiązane z równie wysoką oceną smaku. Może stać się konsumentem wybranych produktów wysokiej jakości, jeżeli ich cena będzie utrzymana na niskim poziomie – **32%**
- **Klient wybredny:** w tym wypadku cena nie gra większej roli, niestety sposób produkcji też. Konsument zwracający uwagę przede wszystkim na smak żywności. Po odpowiedniej edukacji naturalny odbiorca żywności ekologicznej, regionalnej, tradycyjnej – **23%**
- **Klient obojętny:** stosunkowo podobnie ocenia wszystkie czynniki decydujące o zakupie żywności. Raczej nie zainteresowany produktami wysokiej jakości – **45%**

# **DECYZJA KONSUMENTA O ZAKUPIE ŻYWNOŚCI**

**ZALEŻY OD WIELU CZYNNIKÓW:**

**JAKOŚĆ PRODUKTU JEST TYLKO  
JEDNYM Z NICH**

**JAKOŚĆ TWORZY SIĘ W GŁOWIE  
KONSUMENTA**

**I JEST WYPADKOWĄ CECH FIZYCZNYCH  
SMAKU, MODY, KULTURY,  
OPAKOWANIA, REKLAMY**



Zadaniem reklamy  
jest stworzenie w świadomości  
potencjalnych klientów  
pozytywnego wizerunku produktu,  
marki, czy firmy.





Celem

jest takie wzbudzenie  
zainteresowania,

by spowodować chęć zakupu,

a w konsekwencji skorzystanie z  
oferty.



- Najlepszym rozwiązaniem jest takie skonstruowanie przekazu reklamowego, by dotrzeć do potencjalnego klienta za pomocą wszystkich zmysłów:
  - Wzrok (ekspozycja, prezentacja produktu)
  - Słuch (przekaz informacyjny zarówno poprzez pracowników, jak też bezpośrednią reklamę)
  - Węch (degustacja)
  - Smak (degustacja)
  - Dotyk (degustacja, ale też świadome produkowanie wyrobu, by już po zakupie spełniał klientów oczekiwania co do jakości)



wzrok



sluch



Węch, smak, dotyk





## reklama na stoisku sprzedaży

- Reklama w sklepie, na stoisku  
(ULOTKI, PLAKATY, OZNACZENIA)
- Wizualizacja sklepu spójna z produktem typu tradycyjny





Salamini  
di cavallo  
€ 2,90 al Kg.

Salamini  
da cuocere  
€ 9,90 al Kg.

Cotechini  
Vaniglia  
€ 10,50 al Kg.

Cotechini  
Mantovani  
€ 12,50 al Kg.

Caciocavallo  
Pugliese  
D.O.P.  
€ 14,80 al Kg.

Caciocavallo  
Basilicata  
D.O.P.  
€ 14,80 al Kg.





# Ekspozycja towaru w sklepie









## reklama na stoisku sprzedaży

- Informacja – również o hodowcy
- Edukacja pracowników
- Degustacja (poczęstunek z noża)
- Akcje lojalnościowe w sklepach (docelowo)







Marketing produktów serowarskich.

Należy nie tylko zdobywać  
klientów,  
ale budować z nimi więź  
na zasadzie stworzenia grupy  
koneserów, entuzjastów, fanów.



Sery Ślesiańskie  
tworzone w zgodzie z naturą

SERY SLESINSKIE

WŁAŚCICIEL  
WŁADYSŁAW  
POTULICKI

TU JĄ  
ZAPŁACISZ  
KARTĄ

# Reklama internetowa

oddziałuje na internautów, czyli na potencjalnych klientów

- Strona internetowa
  - witryna internetowa, reklama w wyszukiwarkach internetowych (np. w Google)
- Strony społecznościowe
  - (portale społecznościowe (np. Facebook, Youtube, Google+, Twitter, Instagram, Pinterest, NK),
- Strony kulinarne:
  - artykuły sponsorowane i reklama na blogach oraz portalach
- Marketing szeptany na portalach społecznościowych – efekt wirusowy

atrakcyjne zdjęcie przyciągnie uwagę potencjalnych odbiorców



Kulinarna Maniusia



# Kulinarna Maniusia

na zdjęciu można pokazać pomysł na wykorzystanie produktu



*Kulinarna Maniusia*

ciekawy pomysł na potrawę zainteresuje  
konsumentów



**Kulinarna Maniusia**

# Kulinarna Maniusia 8270



**Kulinarna Maniusia**  
@kulinarneszalenstwamaniusi

Strona główna  
Informacje  
Zdjęcia  
Wydarzenia  
Osoby, które to lubią  
Posty

[Utwórz stronę](#)

**Kulinarna Maniusia**

Lubisz to! | Wiadomość | Udostępnij | Więcej

Status | Zdjęcie / film

Napisz coś na tej stronie...

**Zdjęcia** Pokaż wszystkie

**Spółeczność**

Szukaj postów na tej stronie

Bardzo sprawnie odpowiada na wiadomości

Zaproś znajomych do polubienia tej strony

Kulinarna Maniusia :-)

Polubienia: 7777  
Marzena Szkodzińska i 9 innych znajomych lubią to

w poście z ciekawym przepisem na danie można zamieścić informacje na temat naszego produktu



# Jadzia gotuje i inspiruje -6604

poprzez zainteresowanie fanów rozszerzamy zasięg informacji o naszym projekcie

wsze ▾



Jadzia gotuje i inspiruje dodał(a) nowe zdjęcia (23).

9 godz. · 🌐

Aby nie trzymać Was w niepewności już Wam pokazuję co kryło się w roladzie, której zdjęcie pokazałam wczoraj:) Musiałam niestety poczekać aż przestygnie, poniew...

[Zobacz więcej](#)

👍 [Lubię to!](#)    💬 [Komentarze](#)    ➦ [Udostępnij](#)

👍❤️ Krzysztof Leśniewski i 22 innych użytkowników



**Krzysztof Leśniewski** Super jadziu zawsze coś ciekawego wymyślisz


Lubię to! · [Odpowiedz](#) · 🗨️ 1 · 8 godz.



**Krystyna Olczak** Inspirujesz nas swoimi wrohami

# Kuchnia Pałucka- 2700

współpraca z kucharzami promującymi tradycyjne jedzenie wzbudza zaufanie wśród potencjalnych klientów



The screenshot shows a Facebook post from the page 'Kuchnia Pałucka' (@kuchniazin). The post features a photograph of three large pieces of raw meat (likely pork ribs or similar) arranged on a wooden cutting board. To the left of the board is a small graphic with a pig and the text 'Mięso bez GMO?' and 'www.wieprzowinapalawska.pl'. To the right is a small graphic with the text 'Dowiedz się więcej o wyrobach z wieprzawiny polskiej!'. Below the photograph, the Facebook interface shows interaction options: 'Lubisz to!', 'Wiadomość', 'Udostępnij', and 'Więcej'. A blue button labeled 'Kup teraz' is visible on the right. The left sidebar of the Facebook page is also visible, showing the profile picture of a man, the page name 'Kuchnia Pałucka', and navigation options like 'Strona główna', 'Posty', 'Zdjęcia', 'Informacje', and 'Osoby, które to lubią'. At the bottom, there is a 'Status' section with a text input field and a 'Posty' section with a 'Zobacz wszystkie' link.

## Marketing produktów serowarskich.

- Degustacje i organizowanie spotkań w miejscach spotkań grup społecznych charakteryzujących się wysoką świadomością konsumencką
- Warsztaty dla konsumentów, bloggerów kulinarnych,
- Pokazy kulinarne i warsztaty dla restauratorów i firm cateringowych
- Udział w targach, wydarzeniach itd..
- Sponsoring

# degustacje





# Warsztaty, pokazy kulinarne



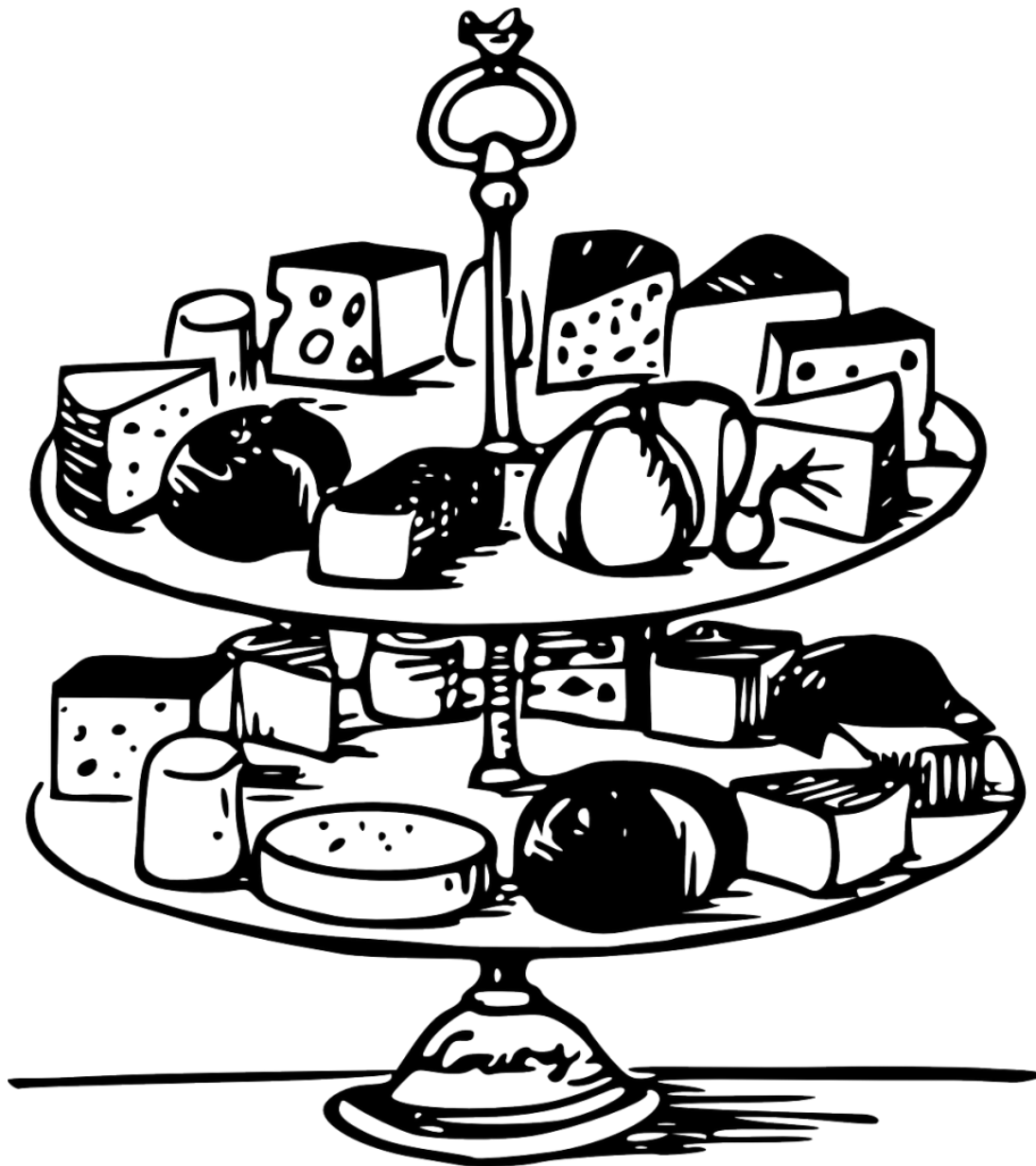
# Sponsoring-prezenty



Kulinarna Manusia

# Marketing produktów serowarskich.

- Radio
- Prasa
- Telewizja
  
- Outdoor
- Ulotki
  
- Książka kulinarna





Dziękuję za uwagę 😊