

# Pomen trženja za uspešno prodajo

Tanja Magdič

svetovalka JSSČ za ekonomiko čebelarstva

tanja.magdic@czs.si

Za razliko od preteklega leta smo to leto čebelarji lahko nekoliko zadovoljnejši s pridelavo medu. Če smo upoštevali dobro čebelarstvo prakso in smo skrb za varno in kakovostno pridelavo postavili na prvo mesto, potem smo lahko zadovoljni in lahko svojim kupcem ponudimo tisto, kar iščejo in od nas zahtevajo. Številne raziskave kažejo na to, da v primeru nakupa prehrabnih izdelkov kupci na prvo mesto postavljajo kakovost izdelka. Tudi anketa, ki jo vsako leto izvedemo na ČZS, kaže, da tudi v primeru nakupa medu ta kriterij postavljajo na prvo mesto. Seveda pa sama pridelava ni dovolj za uspešen zaključek poslovnega leta. Pred nami je namreč čas, ko moramo to, kar smo pridelali, uspešno prodati in iztržiti dovolj, da bomo lahko vložili v svoj nadaljnji razvoj ter pri tem pokrili vse stroške.

Dober poslovnež se zaveda, da sama proizvodnja predstavlja le del naših prihodkov, večji delež (strokovnjaki govorijo o 80 %) pa nam lahko prinese trženje. Trženje nam pomaga pri komunikaciji s kupcem in omogoča, da kupci dobijo to, kar potrebujejo in želijo. Gre za odnos med nami kot ponudnikom in našim kupcem, potrošnikom. Dober trgovec pozna svoj trg, ve, kaj kupci želijo, in to, kar kupci želijo, zna ponuditi ter jim predstaviti svoje izdelke. Pomembno je torej komuniciranje. Komuniciranje s kupcem ni samo oglaševanje, temveč mnogo več. S kupcem komunicira vse, kar je povezano z našim podjetjem (čebelarstvom), in mu na ta način sporoča, kaj lahko pričakuje, kakšna je ponudba našega čebelarstva. V nadaljevanju vam želim predstaviti nekaj korakov, kako se lotiti trženja čebeljih pridelkov.



Inovativna darilna embalaža

## 1. Priprava izdelkov za prodajo

Najprej moramo izdelke pripraviti za prodajo. Poskrbeti moramo za primerno embalažo in označitev pridelkov. Pri pripravi izdelkov za prodajo nam zagotovo pridejo prav pretekle izkušnje, lahko pa naredimo tudi manjši test na svojih zvestih kupcih, prijateljih, znancih in jih povprašamo za njihovo mnenje glede embalaže, glede njene velikosti, oblike, videza ... Da bodo vaši kupci kupovali več, vam svetujem, da svoj asortima pridelkov in izdelkov **spreminjate in dopolnjujete z novimi izdelki in jih ponudite v različni darilni embalaži**, ki bo pritegnila pozornost vašega kupca. Čebelji pridelki so namreč izredno primerno darilo, pri čemer pa ima embalaža odločilno vlogo. Na ta način bodo vaši kupci kupili izdelek ne le zase, temveč tudi za svoje prijatelje, znance, sodelavce. Zase morda v klasičnem kozarcu, za darilo pa v manjšem kozarčku in v darilni embalaži.

Če imamo izdelkov več, lahko pripravimo razne darilne pakete in pripravimo serijo različnih čebeljih pridelkov za darila za različne priložnosti. Pri tem imejmo v mislih, da podjetja noveletna poslovna darila za svoje partnerje iščejo že zelo kmalu, in zato moramo biti na to pripravljeni. Izvirnejši bomo pri embalaži, večje možnosti bomo imeli za dobro prodajo.

## 2. S kupci komunicira tudi cena

Postavitev cene je ključna tudi zaradi tega, ker je od postavljene cene odvisen naš zaslužek. Pri postavljanju cene imejmo v mislih, kaj cena kupcu sporoča. Predvsem velja upoštevati dejstvo, da si kakovostni čebelji pridelki zaslužijo pošteno ceno, zato cene ne znižujemo! S tem pri potrošniku vzbujamo sum v kakovost svojega medu in drugih čebeljih pridelkov in zaradi nižje cene ne bomo prodali nič več kot sicer. **Namesto prodaje pod ceno poskrbimo raje za organizirano prodajo in prepričana sem, da bomo prav vsi čebelarji lahko prodali ves svoj pridelek najmanj po priporočenih cenah ČZS.**

## 3. Prodajno mesto

**Za trženje je pomembno tudi, kje prodajamo svoje izdelke.** V Sloveniji na področju prodaje čebeljih pridelkov vsekakor prednjači neposredna prodaja, kar pomeni, da imamo neposredni stik s potrošnikom. Pri tovrstni prodaji moramo dati velik poudarek urejenosti prodajnega mesta, pomembne pa so tudi urejenost, usposobljenost in komunikativnost osebe, ki ima stik s kupci.

Prodajno mesto in tudi okolica morata biti prijetna. Poskrbeti moramo za označitev prodajnega mesta s podatki svojega čebelarstva. Ne pozabimo označiti prodajnega mesta v primeru prodaje na stojnici. Poskrbeti moramo tudi za označitev

Foto: MB



Urejeno prodajno mesto omogoča prijetno vzdušje.

prodajnih izdelkov s cenami. Na vidnem mestu obesimo cenik ali izdelke označimo s cenami, ki ne smejo biti zamenljive.

Poleg neposredne prodaje se lahko odločimo tudi za katero od oblik posredne prodaje, to je preko posrednikov (npr. lokalnih ponudnikov, trgovin ...), ki pa prav tako zahtevajo znanje s področja komuniciranja in pogajanj.

Naložba v izobraževanje osebe, ki skrbi za prodajo, zato ne bo odveč. Oseba mora biti usposobljena tako z vidika poznavanja izdelkov, ki jih prodaja (lastnosti, uporaba ...), kot tudi s področja prodajnih veščin in komunikativnosti.

## 4. Oglaševanje

Če smo večji čebelar in moramo poskrbeti za prodajo večjih količin, je pomemben segment trženja tudi **promocija oz. oglaševanje**. Izbiramo lahko med različnimi promocijskimi orodji, kot so radijsko oglaševanje, oglaševanje v tiskanih medijih, letaki ... V današnjem času je še posebej popularno in cenovno ugodno oglaševanje preko družabnih omrežij. Pri tem moramo upoštevati dejstvo, da starejše generacije s tovrstnim oglaševanjem ne zajamemo. Za katera promocijska orodja se boste odločili, je odvisno od tega, koliko sred-

### Zmaga proti nepoštenemu označevanju porekla

Francoski državni zbor je potrdil zakon, ki določa, da bo v Franciji od 1. septembra 2019 dalje treba na kozarcih za med označevati vse države porekla (mešanice) medu. Dosedanja označba »Mešanica medu iz držav članic EU in iz držav, ki niso članice EU« s tem postaja nezadostna in se bo do takrat morala umakniti iz rabe. Druge države EU, kjer je takšno, do čebelarjev in potrošnikov nepošteno, označevanje porekla (za katero Walter Haefeker, predsednik Evropskega združenja profesionalnih čebelarjev, pravi, da taka označba porekla medu pove samo to, da ni z Marsa) še možno, bi lahko sledile zgledu Francije. Dokler pa to vprašanje ne bo urejeno na ravni celotne EU, velja ta zakon za polnilce notranjega trga, za uvoženi med to povečini ne velja.

Prevedel in priredil MB

Vir: L'Abeille de France

**Pridružite se uspešnim – vključite se v sheme kakovosti!**

Čebelarji, ki so vključeni v shemo kakovosti SMGO, Kočevski gozdni med ali Kraški med, se lahko predstavijo na sejnih MOS in Narava in zdravje in na drugih dogodkih, povezanih s promocijo shem kakovosti. Za predstavitev teh čebelarjev imamo na razpolago razne promocijske materiale, kot so panoji, plakati in zgibanke, ki jih lahko po predhodnem dogovoru dobite na ČZS. Svoj interes za sodelovanje lahko sporočite Tanji Magdič na tel. št.: 040/436 513 ali e-naslov: [tanja.magdic@czs.si](mailto:tanja.magdic@czs.si).



PROGRAM, FINANCIRAN  
S PRISPEVKOM  
EVROPSKE UNIJE



EVROPSKA UNIJA PODPIRA KAMPANJE,  
KI SPODBUJAJO VISOKOKAKOVOSTNE  
KMETIJSKE PROIZVODE

stev boste namenili za promocijo in katero ciljno skupino želite nagovoriti. Če naše zaloge niso pretirano velike, pazimo, da z oglaševanjem ne pretiravamo, saj s tem ustvarimo ravno obraten učinek. V primeru večjega čebelarstva pa je nujno spremljati načrt prodaje, in če ga ne dosegamo, je smiselno dodatna sredstva nameniti promocijskim akcijam.

Obstajajo tudi cenejše možnosti za **povečanje naše prepoznavnosti**, kot so naložbe v oglaševanje. Za osveščanje kupcev o prednosti nakupov lokalno pridelanih izdelkov ali izdelkov iz shem kakovosti tako država, razne institucije kot tudi ČZS namenjajo kar nekaj sredstev. Na vsakem posamezniku pa je, da to izkoristi v svoje dobro. Številni projekti, kot so medeni zajtrk, dan odprtih vrat, sodelovanje na sejnih in promocijskih dogodkih, nudijo čebelarjem brezplačno možnost predstavitve. Trenutno izvajamo triletno **kampanjo promocije shem kakovosti Slovenskega medu z zaščiteno geografsko označbo ter Kočevskega gozdnega medu in Kraškega medu z zaščiteno označbo porekla**, ki potrošnika o prednostih teh shem obvešča preko TV-oglasov, jumbo panojev in oglasov v tiskanih medijih kot tudi na večjih dogodkih in sejnih. Priložnost za sodelovanje ima vsak, ki skrbi za kakovostno pridelavo in se vključi v eno od shem kakovosti. Več podrobnosti o shemah kakovosti in promocijski kampanji si lahko preberete na spletni strani [www.okusi-med.si](http://www.okusi-med.si). **Več nas bo, prepoznavnejši bomo!**

**Kot ponudnik se moramo zavedati, da kupec izdelka ne kupi zaradi izdelka samega, temveč zaradi koristi, ki mu jo ta izdelek prinaša, in rešitve, ki jo izdelek ponuja. Vedeti moramo torej, kakšne koristi in rešitve prinašajo našim kupcem čebelji pridelki. Večja kot je naša ponudba, več imamo možnosti, da bo kupec pri nas našel tisto, kar išče in si želi. Predvsem pa se moramo zavedati dejstva, da si kupci želijo kakovosti, zato poskrbimo, da bodo to tudi dobili. Z vključitvijo v eno od shem kakovosti pa kupcem vsekakor sporočamo, da je pri nas kakovost na prvem mestu!**