

Региональные бренды для фермерской продукции и кооперирование

5 сентября 2016 г.

Якшур-Бодья, Республика Удмуртия,
Благотворительный Фонд «Свое дело»

- Ваши соседи сбивают цены на продукцию
- У Вас не получается продавать по выгодной цене
- У Вас нет очереди из покупателей
- Перекупщики занижают цены
- Вы погрязли в кредитах, которые съедают всю вашу прибыль
- У Вас нет средств на развитие
- Вы застряли, топчетесь на одном месте, не развиваетесь
- Вам не хватает денег на улучшение своих бытовых условий...

что Вам надо делать если...

- Личный бренд сделает узнаваемой вашу продукцию
- Личный бренд обеспечит Вам стабильный поток покупателей
- Вы сможете держать выгодные для Вас цены
- Вы перестанете зависеть от цен соседей и конкурентов
- Вы получите стабильный доход и сможете решить свои финансовые проблемы

Начало решения всех этих проблем в создании Вашего личного бренда и бренда вашего фермерского хозяйства.

С созданием брендов у нас намного хуже, чем с производством и инновациями. Бренд — это понимание психологии рынка, тонкостей продвижения и т. д. Для этого нужна особая культура. В стране, где был запрет на частное предпринимательство, а значит и на конкуренцию, культура маркетинга только складывается (речь о национальной культуре маркетинга, а не о кальке с «развитых стран»), ее необходимо формировать.

- Тренд импортозамещение (поддержка местных производителей) приведет/привело к тому, что люди занялись предпринимательством, начали производить продукцию, а кто уверен в том, что их неизвестная продукция/товар нужны рынку и точно найдет потребителя?
- Кто занимается продвижением, формирует спрос (готовит рынок) под их товар?

Брендинг- зачем нужен?

- Создание торговой марки
- Не ограничивается неймингом (именем) и дизайном логотипа; это создание не портрета, а характера.
- Необходимо определиться с позиционированием товаров, найти нужные каналы продвижения и
- Начать говорить с потребителем на его языке.

**Простые идеи — самые верные, нужно только их увидеть.
Иногда, чтобы тебя поняли, надо просто рассказать всё как есть.**

Когда речь идет о разработке потребительского бренда и дизайна упаковки, мы должны для себя ответить всего лишь на два вопроса: — **Кто наш покупатель? И что мы хотим ему сказать?**

Брендинг

ЛУЧШЕЕ ОТ ФИНСКОЙ ПРИРОДЫ

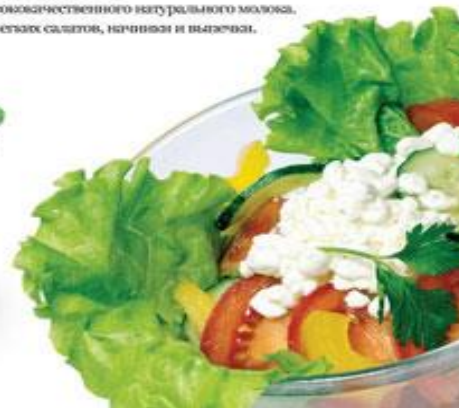
Финляндия производит самое чистое молоко в ЕС. Компания Valio закупает 86 % всего производимого в Финляндии молока. Это 5 млн литров ежедневно от 11 000 простых финских фермеров. Благодаря их трудолюбию и заботе семь дней в неделю и круглый год на наших прилавках всегда есть натуральные, экологически чистые молочные продукты от Valio. Компания Valio выражает свою признательность фермерам за любовь, которую они вкладывают в свой труд!



Творог рассыпчатый 2 % жирности

Производится в Финляндии из высококачественного натурального молока. Используется для приготовления легких салатов, начинки и выпечки.

www.valio.spb.ru



Главное в дизайне чего бы то ни было – не красивая картинка, а способность быстро и легко донести информацию до получателя. Поэтому, разрабатывая фирменный стиль, наружную рекламу, печатную или сувенирную продукцию, надо придерживаться одного правила:

проще значит понятнее.



Графический дизайн

- Хороший сайт должен быть продающим: удобным, красивым и полезным. В веб-проектах особенно внимательно надо относиться к проектированию, чтобы пользователь как можно быстрее находил нужную ему информацию. Кроме всего прочего надо создавать «комфортный» контент (содержание): тексты, фотографии и иллюстрации.
- Сайт-визитки.

Покупай свое, родное!

«Покупай рязанское»

Сибирские «Калина-малина» и

«Волков» и др.

«Сделано в Карелии»



Региональные бренды

Бывший журналист и художник Борис Акимов за шесть лет создал самый узнаваемый фермерский бренд в России LavkaLavka. В прошлом году выручка его компании выросла в 1,5 раза, до 250 млн рублей, а сейчас LavkaLavka подписала договор с IKEA и начнёт открывать фермерские рынки в «Меге» — крупнейшей сети торговых центров в России.



Бренд LavkaLavka



**Артиферма –экологически чистая
продукция фермерского хозяйства**



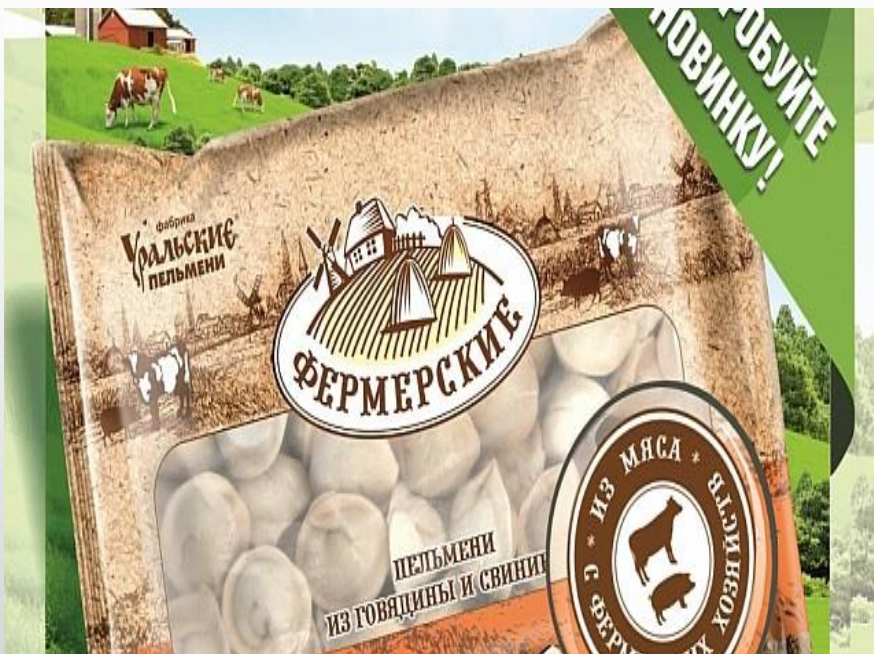
Продукция Артифермы



Игорь РОЖКОВ
Владелец молочного бренда «Пенка»



Под маркой «ФЕРМАЧ» работает **10 розничных магазинов** по продаже охлажденного мяса, мясных полуфабрикатов, колбасных изделий и других экологически чистых фермерских изделий. **Продукция** компании не содержит сои, ГМО и прочих добавок и поступает в магазины ежедневно!



Примеры брендов фермерской продукции

- Молочная продукция
«Топтыжка» /
«Ижмолоко» (ЗАО)
- Хлеб «Тибетский»
- Водка «Русь
Матушка»
- «Найди» (ООО)



Примеры брендов Удмуртии



Брендинг для
производителя молочных продуктов.

Торговая марка «**Буренкин двор**»
одноименной линейки
премиальной молочной продукции.



Примеры брендов фермерской продукции

- **Эко-брендинг: здоровая еда в формате «у дома».**
- **Овощи и фрукты из своего сада (без пестицидов).**
- **Колбасы сделаны из лучшего мяса и отборных специй.**



Лавка фермера. Натуральные продукты

Привычка ежедневно лакомиться натуральными продуктами от «Фермерской продукции из козьего молока» — это гарантированные приятности каждому. А вместе с наслаждением получите нормализацию микрофлоры кишечника, насыщение организма калием и фосфором, натрием и кальцием, редкими полезными микроэлементами (медь, молибден).

Все это поможет укрепить иммунитет гурманов и повысить их жизненный тонус. Угощайтесь!



Бренд Фермерская продукция из козьего молока

Первый бренд фермерской продукции появился в Татарстане. Группа компаний «Экокорпорация» запустила в Тукаевском районе республики производство молочной продукции под брендом «Ульянка». «Ульянка» - натуральная, экологически-чистая молочная продукция. Молоко для продуктов «Ульянка» закупается у фермеров из 12 районов Татарстана. Ежедневно «Экокорпорация» приобретает до 200 тонн молока. На сегодняшний день торговый ассортимент бренда состоит из 14 наименований молочной продукции: молоко, кефир, ряженка, творог, сливочное масло и другие. Общий объем производства составляет 10 тонн кисломолочных продуктов в сутки.

Бренд «Ульянка»



**"Дмитрогорский продукт" - контроль
качества от поля до прилавка**

У астраханских арбузов появился свой бренд — он так и звучит: **«Родом из Астрахани»**. Вообще специалисты утверждают, что сладкое полосатое лакомство именно из этого региона по вкусовым показателям опережает соседние. Само словосочетание — астраханский арбуз — уже гарантия качественного десерта. Но вот сами астраханцы пошли еще дальше, выделяя лучшие из лучших. Если раньше единственным источником информации о товаре и его потребительских свойствах была людская молва и личный опыт, то сегодня им на смену приходят новые рекламные технологии, такие как брендинг.

Россиянам уже знакомы такие бренды как «Астраханская вобла» и «Черная икра».

А теперь и у полосатого красавца появился свой фирменный знак качества — стикер **«Родом из Астрахани»**.

Бренд арбузов



Золотая пчелка

Медовое раздолье

Медовый рай и др.

Бренды медов

- Фермерские рынки
- Участие в выставках-ярмарках
- Продвижение через торговые сети (формирование оптового объема и регулярность поставки)
- Логистические центры
- Интернет-магазины

**Продвижение бренда через
кооперацию**



**Продвижение региональных
брендов через кооперацию**



Спасибо за внимание !