Piacépítés a Tisza mentén

Tokaj 2008 június 14.

Készítette:
Nagy Dániel

- Misszió: minél többen ismerjék meg a Tiszavölgye termékeit, szolgáltatásait. Megélhetést nyújthasson a helyi vállalkozóknak.

- Vízió: Magyarország lakosságának hat százaléka Tiszamenti termékeket fogyaszt.

Termékkör:

- Tartós termékek (lekvárok, konzervek stb.)
- Engedélyköteles termékek (pálinka, alkoholos italok)
- Kézművesipari termékek
- Utazás és az ehhez kapcsolódó szolgáltatások, programok
- Különleges kezelést igénylő termékek: friss zöldségek, gyümölcsök, húsok, sajtok, egyéb tejtermékek

Termékek leírása:

Előnyök:

- magas hozzáadott értékűek
- jellemző a fogyasztók „háztól az igazi” jellegű megjelölése
- általános személyes élmények a fogyasztóknál, nosztalgiakeresés
- a piaccal már korábban elfogadtatott termékek (Szatmári szilva; Nagykörűi cseresznye) jelenléte
- belső (országos) felhasználás gazdasági előnyei

Hátrányok:

- a magas munkaerő és alapanyag felhasználás miatt magas árkategóriájú termékek
- szezonalitás, környezeti függőség és az ebből adódó ellátási nehézségek
- ingadozó minőség
- általában nincs egyedi megjelölés, csomagolásbeli különbség a „konvencionális” termékektől
- szűk termékskála, egyedi ötletektől mentes termékek
- nincs kiemelkedő különbség a termékek beltartalmát tekintve az ország más részein, vagy más országokban készült termékektől

Célcsoport meghatározása:

Elsődleges célcsoport:

- nő
- 40-60 éves
- autóval vagy tömegközlekedéssel közlekedik
- nosztalgiaélményt keres
- odafigyel vásárlásaira (tudatos)
- kis értékű, de rendszeres vásárlások
- árérzékeny
- nehezen befolyásolható
- „háztól az igazi" jellegű vásárlási szokások

Másodlagos célcsoport:

- nő
- 30-40 éves
- nagyértékű egyszeri vásárlások
- autóval közlekedik
- Internet fogyasztó
- minőséget, különlegességet keres
- nem árérzékeny
- könnyen befolyásolható
- „háztól az igazi" jellegű vásárlási szokások

Marketingstratégia:

- Apró, átgondolt lépésekre alapuló program
- Hosszútávú marketing stratégia
- Csak a célközönségünket célzó reklámkiadások
- Folyamatos kereskedelmi megkeresések kis és nagykereskedelmi szinten
- Személyes kapcsolatkeresés a fogyasztókkal
- Webmarketing (mérhető, célozható, olcsón fenntartható)
- Az „életérzés” értékesítése, mely magában foglalja a tájat, a szolgáltatásokat, a termékeket

Védjegy és közös megjelenés a piacon

- A fogyasztók irányított vásárlása
- Összetartozás jelképezése
- Marketingköltségek összpontosítása
- A logisztikai költségek csökkentése
- A piackeresés költségeinek csökkentése
- Egyedi képviselet termékeink számára
- Alacsony bekerülési költségek
- Szabad piackeresés, marketing lehetősége
- Mennyiségi és minőségi megjelenés

A védjegy működése

- A védjegy lehetőségnek tekinthető, mely képviseletet nyújt tagjai számára, de a tag aktivitása, illetve termékei keresetsége alapján fejlődik piaca.
- A védjegy célja a közös megjelenés fenntartása, reklámozása, piackeresés a védjegy felhasználóinak termékei részére.
- Önsegélyező szervezet, melynek tagjai önmagukat reklámozzák. Saját termékeiket, szolgáltatásaikat árusítják. Nem megoldást nyújt, hanem lehetőséget.
- A kialakítás előnyei:
- belátható célok
- személyes motiváció
- vállaláshoz kötött szolgáltatások.

Az Élő Tisza védjegy



Miért ez a neve a védjegynek?

- A Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület neve
- Képviseli a területet ahonnan a termékek származnak
- pozitív a jelentése
- plusz információt ad, mely értelmezhető minőségként is
- könnyen megjegyezhető
- egyedi
- rövid, tömör

Az „Élő Tisza” megnevezés mint jelkép

- Élő hagyományok a Tisza mentén
- Az élet támogatása a Tisza mentén
- Életet adunk a fogyasztónak
- Frissesség, aktivitás
- Érzés, élmény (életet ad)
- „Az élet forrása”
- Az Alföld egy unalmas sivatagos terület, hacsak nincs benne a Tisza. Az Élő Tisza.
- Ez igazi élő termék

Mit kínál a védjegy?

- Közös megjelenést
- Garantálja a termékek származását
- Elismertséget szerezhet a Tisza mentének
- Megjelenést a WWW.ELOTISZA.HU weboldalon
- Reklám költségcsökkentést
- Túra, szállás, szolgáltatás és termékajánlás a weboldalon keresztül
- Kedvezményes reklámhordozó (szórólap, névjegykártya stb.) készítetés az egyesületen keresztül
- Megjelenés az egyesület rendezvényein, kiállítási lehetőség az egyesülettel
- Szórólap elhelyezési lehetőség az egyesület partnereinél
- Érdekképviselet a védjegy viselői számára

Az apparátus tagjainak feladata

- A szervezet tagjai által készített termékek és nyújtott szolgáltatások népszerűsítése
- A szervet tagjainak segítése, információellátása, szaktanácsolása
- A működés költségeinek fedezete:
- tagdíj
- szolgáltatás alapján számlázott jutalék
- kiemelt ajánlatokból származó reklámbevételek
- pályázatok

A védjegy megismertetése a termelőkkel, szolgáltatókkal

Fórumok szervezése

- Az önkormányzaton keresztül szervezett 10-20 fős fórumok.
- A fórum célja: felhívni a figyelmet a vendégasztalra és a kistermelői lehetőségekre, illetve a védjegyre.

Személyes megkeresések

- A fórumokon megszerzett listák lelátogatása. Önkormányzatok megkeresése, aktivizálása.

Marketing

Turisztikai szolgáltatások reklámozása:

Fesztiválok, szállások, szolgáltatásokra épített kampány

- Bannerrek turisztikai portálokon.
- Tourinform irodákban, látogatottabb védjegyfelhasználóknál szórólaptartó állvány és szórólapelhelyezés
- Ideje: 2008 július-agusztus

Tájtermékek reklámozása:

- Bannerek a célközönség által látogatott oldalakon.
- Rendezvényeken, fesztiválokon saját stand állítás.
- Boltpolcokon Élő Tisza polcrész megjelenéssel
- Ideje: 2008 október-december

Piackeresés

Turisztikai szolgáltatások

- Folyamatos kiajánlás utazási irodák felé
- Ismertető túrák szervezése utazási irodáknak, médiának
- Egyedi túraajánlatok kialakítása

Tájtermékek

- Nagykereskedelmi rendszer kialakítása a logisztikai költségek csökkentésére
- Kis és nagykereskedelmi partnerek keresése, központi ellátása
- Közös fellépés a boltok polcain
- Élő Tisza francise rendszer kialakítása

Összefoglalás

- kis piaci rés
- nemzetközi tendenciák befolyásolják a piacunkat
- lassan erősödő kereslet
- lassú, hosszú távú, megfontolt fejlesztés
- nagy munkaerő ráfordítás, kitartó munka
- Összefogás
- A védjegy elismertetése