


КАК СОЗДАТЬ БРЕНД ЛОКАЛЬНОГО ПРОДУКТА



пошаговая инструкция от команды “Местная еда”



Небольшим производителям продуктов и ремесленникам сложно попасть на полки в магазины и супермаркеты, увеличить количество своих клиентов.

Основные сложности, из-за которых местный продукт не берут ритейлеры:

- 1.** Продукт визуально не привлекателен
- 2.** Цена на продукт не конкурентна по сравнению с крупными компаниями
- 3.** Упаковка продукта не функциональна и не удобна
- 4.** Нет спроса от клиентов из-за неизвестности бренда
- 5.** Не настроена логистика и инфраструктура
- 6.** Нет маркетинга со стороны производителя

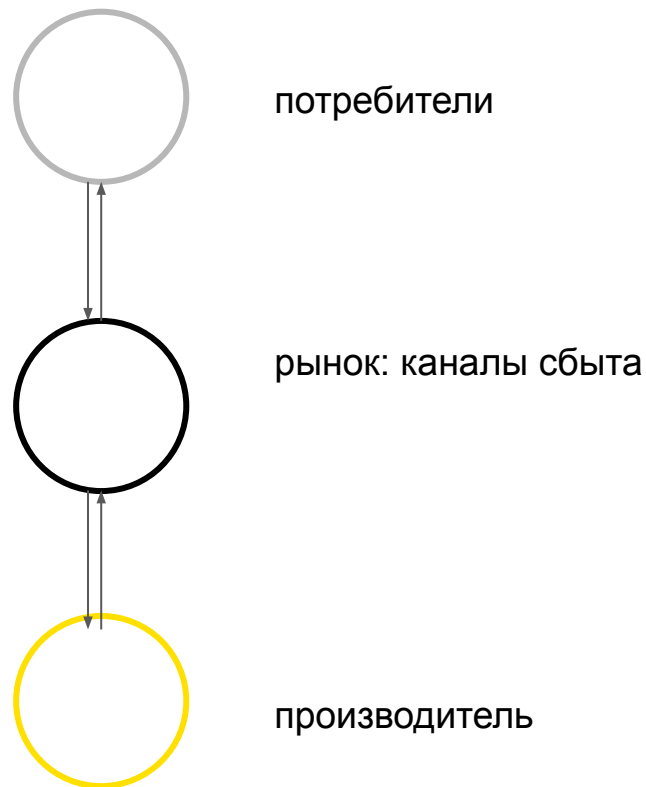
Понимания рынка, навыки и построенной системы помогут расширить каналы сбыта. Маленьким локальным производителям сейчас необходимо сделать продукт интереснее и привлекательнее сетевых и импортных.

Сложившаяся ситуация в мире и в стране дает новые возможности для местного производства.

Освобождаются ниши, ранее занятые импортными продуктами.

Местные продукты - тренд последних лет, которые влияют на покупателей.

Но необходимо учесть потребительскую способность и предпочтения, которые будут в ближайшее время влиять на спрос.



решения

Создать востребованный и конкурентный продукт реально, если использовать подход, который практикуют стартапы - стартап без бюджета. Посмотрите примеры продуктов, которые были разработаны таким способом.



Линейка местных продуктов, Муслиумово, Татарстан



Ящик местных продуктов, Москва, Пенза, Екатеринбург



Бренд варенья для женщин, вышедших на пенсию

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Мы запускаем программу по разработке локального продукта и бренда.

- 3 семинара
- работа в группах
- ментор для вашего продукта

старт 12 мая 2020
продолжительность:
4 недели (12 мая - 12 июня 2020)

ТЕХНОЛОГИЯ

Аналитика существующего

Выбор списка производств для развития

Определение первых продуктов для старта

Разработка технологии производства и упаковки

Запуск тестовой партии

Разработка стандартов

Расширение линейки за счет новых продуктов или лицензирования частного производства.

БРЕНД

Определение философии бренда с учетом УТП и философии Муслимово

Разработка фирменного стиля

Создание брендбука и позиционирования

Разработка POS материалов для производства и старта продаж

СБЫТ

Рассылка новогодних подарков потенциальным партнерам и чиновникам

Договоренности с точками продаж

Запуск продаж в Казани

Запуск продаж в Москве

Запуск интернет магазина

Аналитика результата и стратегия роста и развития проекта

Усиление значимости бренда Местного продукта

что будем делать:

- 1.** Провести исследование
- 2.** Проанализировать данные, выписать инсайты
- 3.** Составить продуктовую матрицу
- 4.** Разработать продукт и технологию производства
- 5.** Подобрать тип упаковки
- 6.** Разработать бренд и маркетинговую стратегию
- 7.** Разработать стратегию сбыта
- 8.** Сделать прототип проекта
- 9.** Запустить прототип
- 10.** Собрать и проанализировать обратную связь
- 11.** Доделать продукт

пример

Это маст-хэв. Все, кто говорят вам, что это ненужные заморочки, не правы. Для того, чтобы сделать исследование, не надо быть агентством, которое миллион раз это делало. Нужно обладать логикой и бесстрашно идти наблюдать и общаться с местными.

1. Провести исследование

1. Исследование потребителей

Глубинные интервью, наблюдение в онлайн и офлайн.

Глубинные интервью. Неформальные личные беседы с фокус-группой, которые проходят по заранее намеченному плану. В Нигерии для проведения интервью мы наняли местных ребят, предварительно составив вопросы для интервью. Белому человеку нигерийцы не всегда говорят правду. Они не врут, но приукрашивают. Говорят, что ходят в другие рестораны, выбирают еду немного иначе. А для глубинных интервью критично важна искренность.

Наблюдение в оффлайне. Я ходила по конкурентам, наблюдала за тем, как ведут себя клиенты и делала заметки: с кем они приходят в кафе, как ведут себя при выборе точки на фудкорте, на что обращают внимание в меню.

Наблюдение в онлайн. Смотрели инстаграм-аккаунты местных по хештегам. Изучали, что они едят, фотографируют, о чем думают.

2. Исследование конкурентов. Походили по этим местам. Собрали меню, цены.

3. Исследование рынка

Социокультурная и экономическая составляющая. Изучите, на что есть санкции, какие есть ограничения, что здесь любят, что не любят. Например, так мы заметили, что в меню любого заведения везде есть суя и плантин. Если этого нет, нигерийцы туда просто не пойдут.

пример

1. Провести исследование

Муслюмово

ЧТО ЕСТЬ СЕЙЧАС

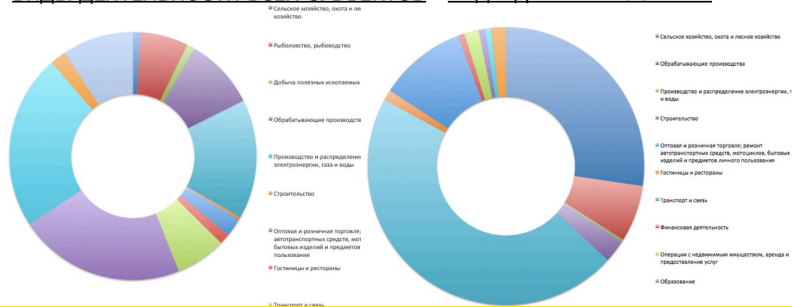


323 субъекта хозяйственной деятельности, 410 индивидуальных предпринимателей, из них 112 занимаются сельским хозяйством.

Произведено с января по октябрь 2015 г.:

14238 т литров молока
102 430 птиц

ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВСЕХ СУБЪЕКТОВ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИП



МЕСТНЫЙ ПРОДУКТ: предпосылки

На данный момент все хозяйства готовы увеличивать объемы производства, тем самым повышая прибыль, но нет гарантий сбыта.

Увеличение сбыта позволит частным предпринимателям зарабатывать больше, снижать кредитное бремя.

Сами фермеры не перерабатывают свою продукцию.

Одно из решений развития и роста частных фермерских хозяйств и расширения сбыта – **создание линейки продуктов под локальным брендом Муслюмово.**

Главная задача такого продукта – стать знаком качества, популярным и востребованным, что повысит его продажи, а значит потребность в производстве сырья местными фермерами.

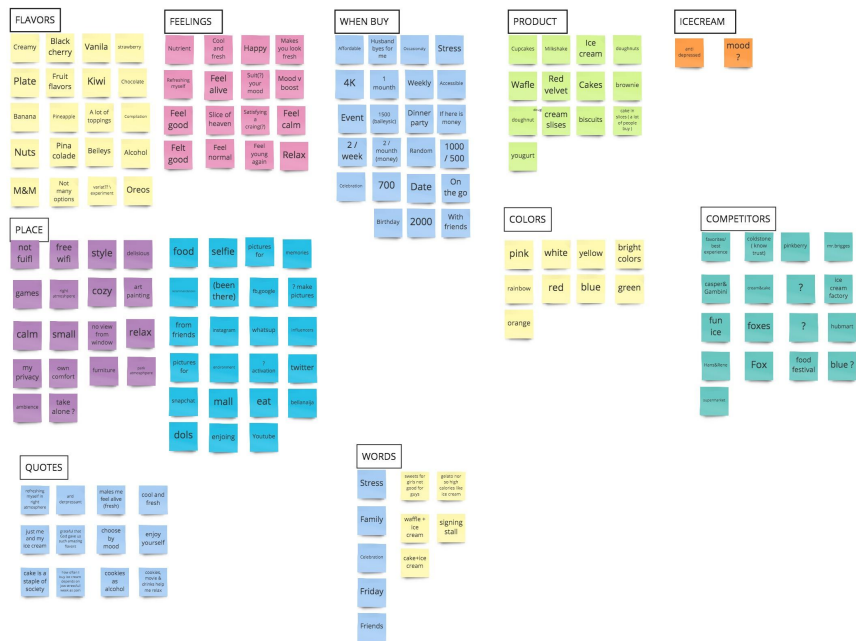
пример

2. Проанализировать данные, выписать инсайты

Соберите всех, кто участвовал в исследовании и провели совместную креативную сессию. Используйте майндмэпы и инструменты дизайн-мышления..

Выпишите на стикеры инсайты из глубинных интервью и других методов исследования и расклейте их на стене.

Нигерия





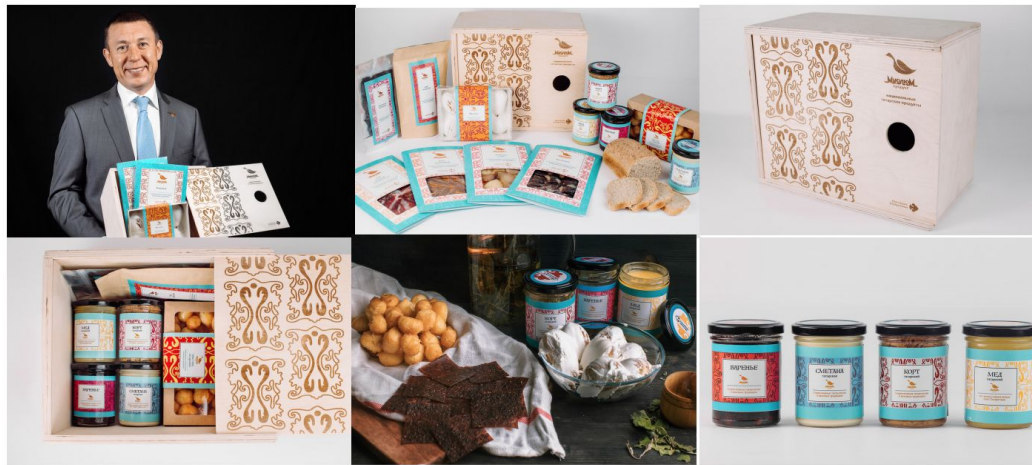
пример

3. Составить продуктовую матрицу

Составьте список продуктов, которые реально производить в регионе, хранить и поставлять в точки продаж. Обратите внимание, какие продукты будут конкуренты на рынке и какие уникальны.

МУСЛЮМ ПРОДУКТ

Первый шаг – муслюм продукт = сувенирный, подарочный продукт. Проект был презентован на Казан Саммите в 2015 году. Получил высокую оценку профессионального сообщества и президента Республики Татарстан.











Совместный проект

Агентства стратегических инициатив и
“Местной еды” по созданию
успешного локального продукта



АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

местная
еда

даты: **12** мая - **12** июня **2020**
количество: **5** мест

оставить заявку
“Местная еда”

www.school.locallocal.ru/localproduct

контакты:

Анастасия Колесникова
school@locallocal.ru