

Свежий взгляд на упаковку

Агропак®
www.agropak.ru



КАРТОФЕЛЬ И ПРИБЫЛЬ

Влияние разнообразия картофельных видов на рыночное развитие компании.

К сожалению, не всегда то, что в наибольшей степени удобно для предприятия, пользуется наибольшим спросом на рынке и может быть продано в необходимых объемах. Неправильно выбранная политика сбыта может привести к серьезным убыткам, несмотря на то, что предлагается привлекательный товар (картофель), который пользуется спросом.

В современных условиях конкуренции только рынок определяет необходимый ему ассортимент, поэтому первоначальной задачей предприятия является удовлетворение этого спроса лучше и эффективнее, чем конкуренты.

При неоптимальной структуре ассортимента происходит снижение как потенциального, так и реального уровня прибыли, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках и, как следствие этого, наблюдается снижение экономической устойчивости предприятия. Поэтому формирование оптимального ассортимента, способствующего оптимизации прибыли, сохранению желаемой прибыли на длительный период времени, очень актуально для предприятий, стремящихся быть конкурентоспособными.

Влияние разнообразия картофельных видов на рыночное развитие компании.

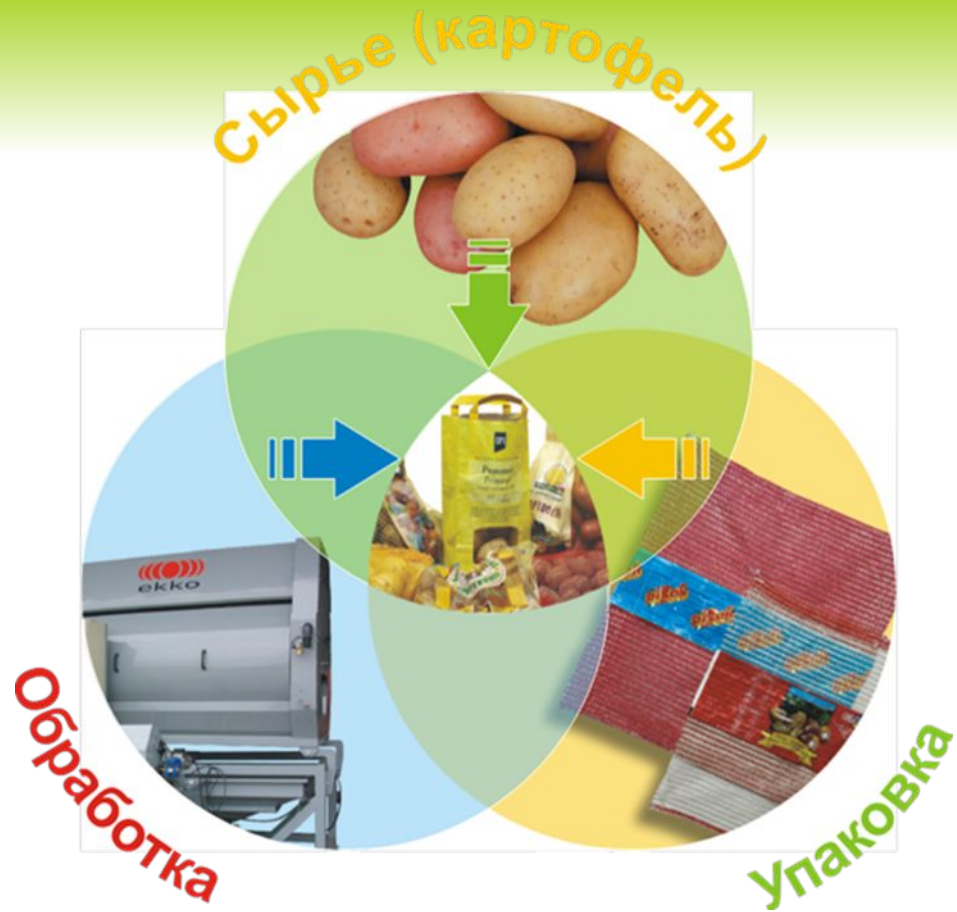
Узкий ассортимент товарного картофеля, ограниченный оптовым звеном сбыта, не позволяет развивать предприятие и создавать задел на будущее.

В определенный момент, при достижении насыщения рынка базовыми продуктами (оптовый сегмент, базовый ассортимент в размере «10 сортов картофеля и одного вида упаковки») компании производители вынуждены бороться только ценовыми условиями, что приводит к убыткам со всеми вытекающими последствиями.

Для обеспечения успешного развития предприятия необходимо привлекать эффективные инструменты развития, в которые входят:

- расширение ассортимента через увеличение количества сортов картофеля
- расширение ассортимента через вкусовые характеристики картофеля
- расширение ассортимента через потребительские ценности картофеля
- расширение ассортимента через качество обработки и подготовки продукта
- расширение ассортимента через типы и размеры упаковок

Ключевые факторы создающие картофель



Сортовые особенности, важный фактор для расширения ассортимента.

Для покупателя товар – это та польза, которую он приносит. Если разнообразие сортов картофеля позволяет увеличить эту пользу, то необходимо это использовать!

По ситуации на сегодня основная масса потребителей различает ТОЛЬКО ДВА вида картофеля – «красный» и «белый»! У потребителя нет четкого понимания по тому: какой сорт картофеля он покупает, какие у этого сорта преимущества и какую пользу приносит этот сорт, но к сожалению, очень немногие производители используют данные характеристики в виде своего конкурентного преимущества!

Дополнительно к сортовой гамме картофеля необходимо обязательно использовать вкусовые характеристики картофеля и его лучшие качественные характеристики.

Вкусовые характеристики картофеля и их влияние на потребительские предпочтения.

Вкус, который запомнит покупатель и качество, которое удовлетворяет покупателя – является гарантией повторных покупок и формирования сегмента лояльных покупателей.

Вкус и качество, натуральность и польза для здоровья вот какие ценности потребителя должен удовлетворять качественный картофель! Если потребитель купил картофель плохого качества или его не удовлетворяют вкусовые характеристики, то как вы понимаете, в следующий раз он не купит!

Потребитель будет выбирать вкус, свежесть и качество и платить за это!

Увеличение рыночной доли через потребительские ценности картофеля (продукты для «MW», «Варки» «Жарки» и «Салатов»)

Разнообразие видов и возможностей использования картофеля, а так же широкий выбор весовых предложений позволяет удовлетворить всевозможные потребительские предпочтения.

Практически не используемым в России является предложение для узких сегментов рынка. Предприятие может выбрать себе определенную нишу на рынке и стремиться максимально удовлетворить конкретный круг покупателей, предлагая дополнительные преимущества, отвечающие потребностям именно этих покупателей и, соответственно, требуя за это более высокую цену.

Ведь помимо сортов и вкуса картофеля возможно активно использовать размеры картофеля: маленький «Беби» и гигантский для запекания, для приготовления в микроволновой печи и специально для жарки, для пюре и для салата.

Инструменты для достижения поставленных целей

- качество и ассортимент семенного фонда
- отсутствие механических повреждений у картофеля
- соблюдение требований и стандартов по хранению картофеля
- обработка картофеля (сортировка, мойка, полировка)
- оптическая калибровка как оптимальное решение для разделения по качеству картофеля
- упаковка картофеля (качество упаковочных материалов, дизайн)
- четкое позиционирование каждого вида/сорта картофеля
- Торговая Марка и «привязанность» покупателей
- «позиция ТМ» на полке в магазине (выкладка и мерчандайзинг)
- Узнаваемость бренда

Инструменты для достижения поставленных целей



Рыночная конъюнктура определяет коммерческую ценность картофеля

Расширение рыночной доли или расширение «полки» позволяет распределить весь получаемый урожай по разным сегментам и реализовать картофель с максимальной выгодой. Одновременно с этим, картофель приобретает коммерческую ценность, а предприятие эффективность и экономическую устойчивость.



Картофель и прибыль

Компания «Агропак»

Предлагает комплексное решение по обработке и упаковке продукции. Приоритет отношений с клиентом позволяет удовлетворять индивидуальные потребности наших партнеров. Наши ключевые компетенции, распространяются на весь комплекс решений, по обработке и упаковке. Мы готовы разделить любую ответственность в мире упаковки с нашими партнерами

- Поиск идей, инноваций
- Инжиниринг
- ВЭД и логистика
- Работа с производителями
- Разработка дизайнов и брендов
- Товарный запас
- Развитая структура филиалов
- Широкий ассортимент
- Гарантийное и сервисное обслуживание
- Обеспечение РМ и запасными частями
- Менеджмент
- Кредитование