

Mahetoodete arengusuunad Prisma Peremarketis



Maheturg 2018, Türi Kultuurikeskus

Tiia Karu

16.03.2018

Tarbija vajadus → toote valik → ostu otsus

Ma soovin
osta ...
jaoks



Milline sortimendi struktuur tagab tarbijate vajadused?

- Kategooria segmentatsioon lähtub kliendi valikuhierarhiast
- Pidev turu analüüs ning vajadusel perioodilised muudatused tootepuudes vastavalt trendidele

Toodete liinid



Lisaväärtusega tooted



1. Juhtivad kaubamärgid

Arvestatakse Nielsen'i turu-uuringuid

2. Hinnatoode

- Soodsaim hind
- Alternatiiv juhtivale kaubamärgile
- Hinna ja kvaliteedi suhe

3. Paralleelkaubamärk

Tagab juhtivale tootele konkurentsi

Mahe/ökotooted

Tooted erivajadustega tarbijale

Suurpakendid, innovaatilised tooted

Mahetoode, kui lisandväärtus

Miks eelistada mahetooteid?

Toodetel selge väärtuskaasus:

- ❖ Vastutus keskkonna ees, väiksem jalajälg
- ❖ Trend ja elustiil
- ❖ Teadlikkus ja hoolivus
- ❖ Puhas, mahe maitse
- ❖ Tervislikkus (pestitsiidivaba)
- ❖ Hind, mis loob analoogtootele lisaväärtust



Mahe / öko toodete müügiareng Prismades

Võrdlus 2017 müükidest

		Tooteid	sh. Mahe	Mahe tooteid %	Raha %	TK %
Tatar	2017	14	5	36%	7,50%	2,02%
	2018	12	6	50%	9,60%	5,60%
Juurvili	2017	60	11	18,33	2,8	1,10%
	2018	95	18	18,95	3,3	2,2%

2018 arengusuunad

Leida igasse tootekategooriasse mahetoode



Soovitused mahetoodete kasvatajatele ja tootjatele

Mis on ettevõtte äriplaan ja arengusuunad?

- ❖ Luua ühine katusorganisatsioon turustamiseks
- ❖ Arendada ühtset logistikat kulude optimeerimiseks
- ❖ Elektroonilised tellimused (MRP)
- ❖ Saadavuse tagamine läbi tarnesageduse
- ❖ 4DOK arveldamissüsteemide väljatöötamine
- ❖ Hinnapunkti üle vaatamine -> soodsam hind tagab mahtude kasvu
- ❖ Toodete turundustegevuste planeerimine

DILEMMA ühtne märgistus: Mahe või Öko?

Mahe

Öko





Aitäh!

