

ابزارهای تولید بذر (قسمت یازدهم)

بازاریابی (بخش اول)

مهندس کامبیز فروزان

مدیر امور تحقیقات شرکت توسعه کشت دانه های روغنی

بازاریابی: چیست و چرا به آن نیاز دارید؟

بازاریابی قوی و توانا از ملزومات یک شرکت خوب بذری است. اگر شما قادر به تولید بذر باشید ولی نتوانید بازاریابی مناسبی برای آن داشته باشید موفق نخواهید بود. یک شرکت بذری خوب می داند که چگونه محصول خود را عرضه و در آمد مناسبی برای خود ایجاد نماید.

ولی بازاریابی به معنی واقعی یعنی چه؟

تعاریف در این خصوص متفاوت است و از یک تعریف ساده تا تعاریف تکمیلی که شامل فرآیندهای فروش است تغییر می کند. اگر چه برای ما تعریف زیر می تواند بسیار مفید باشد.

"بازاریابی به استراتژی ها و تاکتیک هایی اطلاق می شود که می تواند روابط پایدار و رضایتمندی تولید کننده و مصرف کننده را در برداشته باشد" (برگرفته از وب سایت www.knowthis.com)، به بیان ساده تر، بازاریابی این است که آن را به عنوان کاری برای رفع مشکل مصرف کنندگان بدانیم به نحوی که برای مصرف کننده و شرکت تامین کننده سودآوری ایجاد نماید. در این حالت هم کمپانی و هم مصرف کننده از مزایای آن بهره مند می شوند.

تجارت باید همواره به نفع مصرف کنندگان بوده و مشکلات آنان را رفع نماید. شما این دورنما را برای ایجاد یک تجارت داشته باشید و قطعا در مسیر ایجاد یک شرکت موفق قدم برمی دارید.

ابزارهای کلیدی بازاریابی برای یک شرکت بذری عبارتند از:

- ✓ اطلاعات و سوابق تخصصی شرکت (به صورت بروشور، پوستر و ...)
- ✓ وسایل تبلیغاتی مانند کلاه، تی شرت، ...
- ✓ تصاویر لمینت شده که وضعیت تولیدات را به خریداران نشان داده و رضایت آنان را جلب می نماید.
- ✓ روز مزرعه
- ✓ کرت های نمایشی
- ✓ برگزاری جلسات با مصرف کنندگان
- ✓ اعلام ویژگی های گیاه تولیدی
- ✓ بسته بندی محصولات
- ✓ تبلیغات رادیویی
- ✓ بیلورد
- ✓ روابط محلی نظیر نمایش در برنامه های خبری تلویزیون
- ✓ فروشگاه های شرکت

مهمترین ابزار برای یک شرکت بذری، ابزار ارتباطی چهره به چهره است که روز مزرعه، جلسات و ... از مهمترین آنها هستند با استفاده از این ابزار شما قادر خواهید بود که ارزش کالاهایتان را به مصرف کنندگان محصولات خود ارائه دهید و دورنمای مناسبی از محصولاتتان را عرضه کنید.

ادامه دارد ...