

ابزارهای تولید بذر (قسمت دوازدهم)

بازاریابی (بخش دوم)

مهندس کامبیز فروزان

مدیر امور تحقیقات شرکت توسعه کشت دانه های روغنی

ارزش منابع دیداری در بازار:

قانون ساده اول: کشاورزان شدیداً به آنچه می بینند اهمیت می دهند.

قانون ساده دوم: قانون اول را فراموش نکنید.

قانون ساده سوم: عوامل دیداری را با آنچه برای کشاورزان ملموس است در آمیزید.

کشاورزان سراسر دنیا تمایل دارند آنچه را می آموزند نیز به صورت دیداری ملاحظه کنند. استفاده از شاخص های دیداری برای ترویج عملکرد یا رشد بهتر ریشه یا سایر شاخصه های فیزیکی در گیاه به مراتب در مقایسه با صحبت کردن در مورد آن ویژگی ها، تاثیر گذار است. اما این شاخصه های دیداری کدامند؟ عکس های ابتدایی که ممکن است به همراه نقاشی های ساده، رنگ، نشانه ها و علائم شرکت ها ارائه شده باشد و یا نمونه های هوشمندانه ای از تولیدات شما مانند یک سبد پر از ذرت که نمایانگر عملکرد مجموعه کاری شما است از این دست می باشند.

هدف شما آن است که پیام های کلیدی را ارائه دهید تا مخاطب همواره آن را به یاد داشته باشد. به عنوان نمونه هایی از شاخصه های دیداری، می توان به شرح زیر مثال ارائه نمود:

مثلاً می خواهیم تفاوت کیفیت ریشه انواع مختلف هیبریدهای ذرت را نمایش دهیم، به نحوی که این شاخصه به عنوان یک عنصر کلیدی در فروش ارقام مطرح شود. بر این اساس خاک پای ریشه ها را تخلیه کرده و آنها را با آب می شوئیم و برای نمایش در روز مزرعه آماده می کنیم. یکی از روش های ارزان برای توسعه و تبلیغ یک محصول، نمایش ویژگی های گیاه به روشی متفاوت و جدید است. مثلاً می توان در زراعت ذرت پوشش بلال ها را در حالی که بلال ها تشکیل شده اند، کنار زد تا اندازه بزرگ و یکنواخت آنها به رویت کشاورزان برسد.

علائم رنگی در تابلوها در مزارع می تواند نقش چشمگیری را بازی نماید. کشاورزان می خواهند بتوانند محصول را لمس کرده و بررسی نمایند. قرار دادن محصول تولیدی در جعبه های رنگی و ذکر نام هر رقم این امکان را برای کشاورزان فراهم می نماید.

باید سعی کرد حتی الامکان روش های خلاقانه ای را در معرفی یک محصول به کاربرد. برای مثال می توان بوته های گندم را به صورت دسته شده و به صورت شکل ارائه نمود. این امر نشانگر مباحثات کردن شما به محصول تولیدی تان و اهمیت دادن به دقت در مدیریت تان می باشد.

استفاده از علائم در مزرعه هم بسیار مثر است. باید دقت نمائید که علائم شما قابل رویت و گویا باشند. اگر در علامت گذاری هر رقم دقت کنید به واقع زارعین را به این سمت سوق داده اید که شما هم در تولید بذرتان همین نظم و ترتیب را داشته اید.

یکی از مهمترین شاخصه های بازاریابی دقت عمل در انتخاب لوگو می باشد. شما به این امر احتیاج دارید که بفهمید، لوگوی شما چگونه مزارع یا پوسترهای شما را تعریف می کند. بعضی از توجهات عملی که می تواند از چاپ مجدد و هزینه مازاد برای شما پیشگیری نماید با پاسخ به سوالات زیر قابل تاکید است.

۱. آیا لوگوی شما در حالت رنگی در مقایسه با حالت سیاه و سفید همان نتیجه مورد نظر را می دهد؟

۲. آیا لوگوی شما حتی با کوچک شدن اندازه مثلاً در بروشورها و فایل ها باز هم قابل خواندن است؟

۳. اگر تولید شرکت گسترش یابد آیا لوگو باز هم جوابگو خواهد بود؟

۴. آیا لوگوی شما به راحتی قابل طراحی و درج بر روی تابلوهای مزرعه است؟

۵. آیا فضای کافی برای اطلاعات جانبی بیشتر مانند تعداد مزارع و وضعیت بذر را دارد؟