



Tarbija vajaduste arvestamine tootja, töötaja vaatevinklist

Raul Altmäe - Lightfood OÜ
Juhatuse liige / osanik





Lightfood OÜ

► Kes me oleme?

Toodame iidset ja idamaist hapupiimajooki, mida eri riikides kutsutakse erinevalt: Airan (ayran), Tan (Than), Buttermilk, Dough, Laban, Chaaz.

► Miks me seda teeme?

Meie missiooniks on pakkuda heast enesetundest lugupidavale kliendile mõõduka hinnaga tervislikke piimatooteid.

Teeme seda, mis meile meeldib!

► Kus me täna oleme?

► Mida me omame?





Kokkuvõtvalt

- ▶ Oleme tüüpiline väike joogitootmise (k)iduettevõtte.

▶ MIKS😊?





Toidutöötleva rõõmud

- ▶ Teha seda, mida hing ihkab
- ▶ Tohutud võimalused avatud turul
- ▶ Head strateegilised töötajad ja partnerid
- ▶ ja kindlasti veel mõni motivaator





Toidutöötleva jaoks 3 olulisemat märksõna

- ▶ Kaubandus
- ▶ Kaubandus
- ▶ Kaubandus

Kui sind (sinu kaupa) ei ole kaubanduses saada, siis sind ei ole olemas!





Mida meie tegime, et olla olemas?!

- ▶ Uurisime oma toote ajalugu, tausta ja unikaalsust
- ▶ Uurisime analooge ja nende tootjate strateegiaid
- ▶ Uurisime turge, kus analoogtooted on turul esindatud
- ▶ Uurisime neid turge sh tarbijate vajadusi, kuhu planeerisime jõuda lähema 5 aasta jooksul
- ▶ Testisime proovitoodeid tutvusringkonnas
- ▶ Selgitasime tugevused ja nõrkused ning hinnastasime
- ▶ ... ja valmistusime kohtumiseks kaubanduse esindajatega...





Millega pörkud ja mis saab edasi...

- ▶ Sinu vaev ja higi ei tähenda kaubanduse ostujuhi jaoks midagi.
 - ▶ Kui analoog on kaubanduses olemas, siis huvitab kaubaketti ainult hind. Siin tuleb „appi“ iga toidutöötleja „unistuste lahendus“ – Privat Label ehk kaubandusketi oma kaubamärgitoode.
 - ▶ Väga palju sõltub ostujuhist. Tema teab tarbija käitumist kaubanduses ja Sinu plaanid tarbijakäitumise muutmiseks ei tähenda midagi.
 - ▶ Kindlasti tulevad tagasilöögid, mis ei ole plaaniga kooskõlas.
 - ▶ Vii alustatu lõpule ja proovi alustada tagasihoidlikumalt.
-
- ▶ Tee vajalikud sertifikaadid!



- ▶ KINDLASTI ekspordi!
- ▶ Enne eksporti proovi testida toodet ja tarbija käitumist ühel kindlal turul.
- ▶ Vali hoolikalt, aga osale KINDLASTI neil messidel, mis aitavad Sul eesmärke saavutada, kas mingis regioonis või konkreetses riigis.
- ▶ Uuri sihtturu riikide kaubanduse sortimenti, selgita välja konkurendid ja võimalikud koostööpartnerid ja kohtu nendega.
- ▶ Arvesta sellega, et mitte kusagil keegi sind ei oota!
- ▶ Kui asjad peavad laabuma, siis nad ka laabuvad. Kui mitte, siis nad ei laabu. Meil tuleb ainult enda osa täita ja oma plaanid täita.
- ▶ ÄRA KASUTA DOPINGUT!





Välismessid





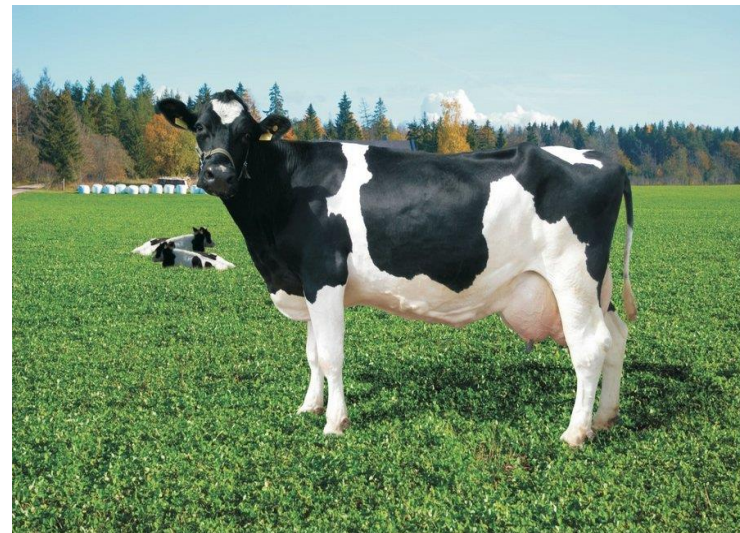


- ▶ Ärge heitke meelt isegi siis, kui ka teie saate ühelt Eestis tegutsevalt kaubandusketilt sellise vastuse – „Täname pakkumise eest. Seoses meie hankeprotsesside muutumisega ja emafirma otsusega asetada põhirõhk *.../kaubandusketi nimi/.....* sortimendi laiendusele Eestis, ei ole uute hankijate lisandumine lähiajal võimalik.“
- ▶ Mida sellisest vastusest järeldada?
- ▶ See lihtsalt näitab seda, et konkurents on tihe ja Eesti tootjal on oma kodumaal välismaiste tootjatega raske „konkureerida“.





- ▶ Kas me Eestis väärtustame piisavalt pildil olevat looma ja piimatootmist tervikuna?
- ▶ Kuidas see on võimalik, et kaupluses maksab pudel vett rohkem, kui liiter piima?
- ▶ Kuidas on võimalik, et ainult kütuseaktsiisi osa 1 L kütuse kohta on Eestis suurem, kui piimaliitri hind kaupluse riiulil?
- ▶ Kehtestame Eestis piimaaktsiisi, väärtustame andjat ja sellest toetame tootjat?





TÄNAN!

- ▶ Raul Altmäe
e-mail: raul.altmae@airan.ee

www.airan.ee

