



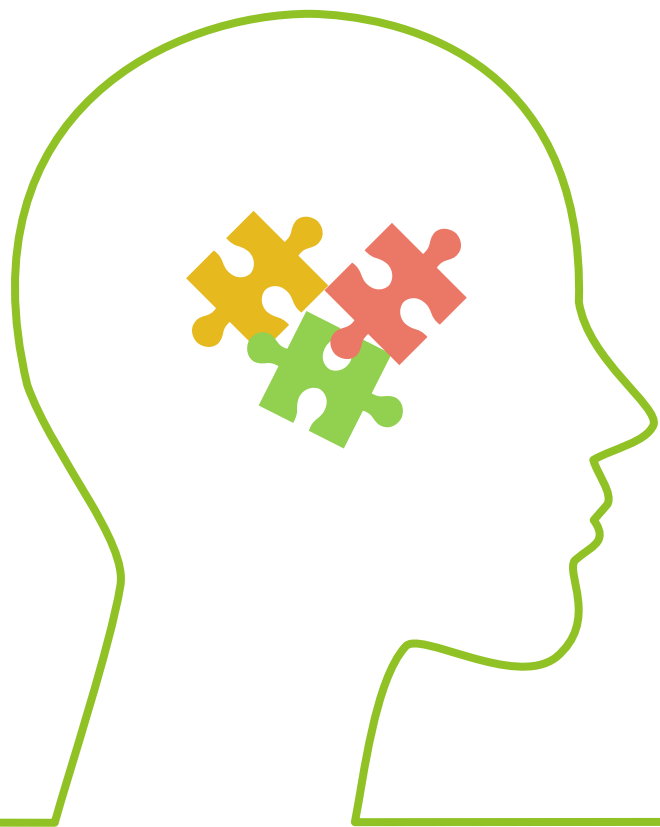
Közösségi agrármarketing a gyakorlatban

Regionális szakmai nap, Magyar Charolais Tenyésztők Egyesülete
Pénzesgyőr
2019. október 29.

Giczi Gergely, ügyvezető-helyettes

Agrármarketing Centrum

Az agrárium szolgálatában



- ❖ **Az AMC, mint szervezet**
- ❖ **Mi a működésünk célja?**
- ❖ **Mik a feladataink?**
- ❖ **Melyek az eszközeink?**
- ❖ **Mi a víziónk?**
- ❖ **Kapcsolódási pontok, lehetőségek**

- ❖ 100%-ban állami cég, tulajdonosi joggyakorló az Agrárminisztérium
- ❖ Két évtizedes (kalandos) múlt
- ❖ 2016. június 15-től a 1259/2016. (VI. 6.) kormányhatározattal létrehozott **Agrármarketing Centrum Nonprofit Kft.** önálló szervezetként látja el a közösségi agrármarketing tevékenységgel kapcsolatos feladatokat.
- ❖ **Szervezet**
 - 34 fő
 - Kiemelt szakmai területek: Rendezvény- és kiállításszervezési Iroda
Marketing és Kommunikációs Iroda

Hazai agrár- és élelmiszeripari cégek **piacra lépésének** segítése, **exportképességének** ösztönzése

Egyes termékcsoportok **fogyasztásának** növelése, az adott alágazat sikerének ösztönzése

Aktuális agrár célok elősegítése a marketing és a kommunikáció eszközeivel (munkaerőhiány, fiatalítás, digitalizáció, innováció)



- Külföldi kiállítások
- Termékpálya kampányok
- Belföldi rendezvények
- Road show, kóstoltatás
- Üzletember találkozók
- Média (teljes skála)
- Online aktivitás
- Pályázatok

1. Külföldi kiállítások

2018

13 külföldi kiállítás

9 célország

2019

15 külföldi kiállítás

12 célország

Egységes nemzeti arculat

Kedvezményes megjelenési lehetőség a magyar cégek számára

Kapcsolatépítés, tárgyalások, B2B

Kóstoltatás, marketing kiadványok

Piaci információk megszerzése

Üzletkötés, üzleti folyamatok elindítása



Miért érdemes az AMC közösségi standján megjelenni a nemzetközi kiállításokon?

- ❖ **Költséghatékony** - a cégek többsége nem engedheti meg magának az önálló standot egy nagyobb nemzetközi kiállításon
- ❖ **Kényelem** - professzionális szervezés és komplex marketingcsomag az Agrármarketing Centrum koordinálásában
- ❖ **Presztízs** - a nemzeti standon való megjelenés rangot ad

Termékpálya kampányok

Belföldi rendezvények

Áruházi kóstoltatás

CSR tevékenység

Média kampány



Szoros együttműködés és koordináció a Terméktanácsokkal



TEJ

Tej. Szívvel-lélekkel

A tej és tejtermékek mint alapélelmiszerek, kiemelkedő jelentőségű, egészségvédő, (bioaktív) anyagokat tartalmaznak.

A tej legfontosabb alkotórészei és egészségvédő hatóanyagai

Tejszír
Kisvárosi termék, hazai gyártású, természetes ízű.

Tejfehérje
Hozzájárul a szervezet normál működéséhez, a csontok erősítéséhez.

Tejcukor
Hozzájárul a szervezet normál működéséhez, a csontok erősítéséhez.

Ásványi anyagok
Hozzájárul a szervezet normál működéséhez, a csontok erősítéséhez.

Vitaminok
Hozzájárul a szervezet normál működéséhez, a csontok erősítéséhez.

Akár a tejet, akár a joghurtot, vagy a sajtot szereted, a benne lévő kalciumból a szervezet számára szükséges napi mennyiség 1/4-ét bármelyik fedezheti. Többé nem kérdés, eszik-e, vagy isszák az egészséget!

1 pohár tej = 1 1/2 doboz joghurt = 5 dkg sajt

A Tej-Szív vádjegy és az eredetjelző ovális bélyegző

HARMADIK ÉRTÉK

Kiemelt termékpályák

Hús

Zöldség-gyümölcs

Bio

Tej

Gabona

Hal

Pálinka

Méz

Dísznövény

Hazai fogyasztásösztönzés

Export ösztönzés

Védjegy-ismertség



MAHOP - „Kapj rá!” minden ami hal - kampány

A kampány célja a halászati és akvakultúra termékek, valamint a halfogyasztás népszerűsítése

a lakosság halfogyasztásának ösztönzése

a halgazdálkodási ágazat általános helyzetének javítása



- Folyamatos tevékenység, külön Támogatási Szerződés és munkaterv keretében
- Együttműködésben a VHT-val, a Hússzövetséggel és a MOE-val
- Cél:
 - a minőségi sertéshús megkülönböztetése, fogyasztásának ösztönzése
 - a tudatos vásárlás erősítése
- Eszközök: jelentős médiakampány, külföldi kiállítások (pl. Foodex Japan), in-store kampány, piackutatás, stb.

„Merre tovább sertéságazat?” - szakmai nap és konferencia

„Hazai ízek, hazai asztalokon” - középiskolai szakácsverseny



- az egységes „Kapj rá! logó használata
- **PR cikkek**, imázs hirdetések
- közterületi megjelenések
- **TV, rádió spotok**



- **kóstoltatás** rendezvényeken
- foodtruck kampány szervezése



- **sajtóesemények**
- sajtóközlemények
- kiadványok
- esemény és program szervezés
- **kommunikációs és promóciós kampányok**



- **honlap működtetése**
- közösségi marketing aktivitás
- gasztroblog
- gerillamarketing
- chatbot alkalmazása



- **piackutatások** lebonyolítása
- tanulmány elkészítése



Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás és Vásár

- ❖ 2019: 40.000 nm, 700 kiállító, 85.000 látogató
- ❖ Országos (el)ismertség
- ❖ Magyarország legrégebbi agrárrendezvénye – 79. OMÉK 2019-ben
- ❖ Kétévente kerül megrendezésre
- ❖ Kiállítás, vásár, szakmai fórum
- ❖ Cél: üzlet, fogyasztói edukáció, innováció ösztönzése, fiatalok megszólítása



Közösségi marketing - tapasztalatok,
fejlődési lehetőségek, célok

Belföld

Az agrár szakma imázsának
helyreállítása

Fiatalok bevonása az agráriumba

Innováció és digitalizáció elősegítése

Termékpálya kampányok a piaci
folyamatok mentén

Külföld

Stratégiai jelenlét-tervezés

Céges megjelenés professzionalizálása

Üzleti fókusz és országimázs

Piacelemzés és inkubáció

OMÉK - regionális nemzetközi vásár

Modern technikai eszközök használata

Közösségi médiafelületek kiaknázása

Az agrárium vonzóvá tétele, a fiatalok bevonása

„Trendi” agrárium megteremtése



Külföldi megjelenés - exportképes cégek számára

Termékpálya kampány - marhahús fogyasztásának ösztönzése

Fogyasztói edukáció, vörös hússal kapcsolatos tévhitek eloszlatása kommunikációs és marketing eszközökkel

OMÉK 2021 - részvétel



Vegán lobb

Klíma félelmek - üvegház hatású
gáz kibocsátás

Állategészségügy - általános fogyasztói
félelmek

Megoldás: Kommunikáció, fogyasztói
edukáció, közösségi agrármarketing





Köszönöm a
figyelmet!