

A close-up photograph of a small, pink piglet standing in a lush green field. The piglet is facing the camera, looking directly at the viewer with its large, upright ears. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting a natural outdoor setting. The lighting is bright and natural, highlighting the piglet's skin and the texture of the grass.

*České maso
jen jako další marketingový tah nebo
cesta pro budoucnost?*

Představení

Jmenuji se Pavel Holeček a v oboru zpracování masa působím od svých 15. let. Od roku 1994 pracuji v Globusu na úseku nákupu, zpracování a prodeje masa a masných výrobků.

Osobní MOTTO:

„Nikdy nedávej nikomu do úst to, co bys sám nesnědl.“



Představení Globus

Globus působí v ČR od roku 1996.

První HM jsme otevřeli v Brně. Již tehdy s „plnokrevným“ řeznictvím. A již tehdy pouze s českým masem.

Od roku 2011 provozujeme 15 hypermarketů a naše „plnokrevné“ řeznictví je všude.

Od našeho startu v ČR až do dnešních dnů jsme našimi řeznictvími „prohnali“ 430 000 tun masa českého původu.

Dá se tedy říci, že my v českém mase cestu vidíme.

Řeznictví Globus, to je 15 lokací cca 700 zaměstnanců a 26 let zkušeností na českém trhu.



A light green brushstroke graphic with a textured, hand-painted appearance, featuring irregular edges and varying opacity. It is positioned in the upper right quadrant of the page.

Marketing

Marketing slouží jako základní nástroj obchodníka při uvádění jeho zboží do trhu.

Čím se řídí prodejci masa?

- Co znamená pro obchod maso?
- Jak a kudy na to?
- Jaká je role dodavatele?
- České potraviny proč?
- Příběh zboží jako marketingový tah
- Příběh českého masa a jeho nebezpečí
- Marketing versus realita

Co znamená pro obchod maso?

Povinná kategorie sortimentu pro všechny obchodníky s čerstvými potravinami.

Pokud nemáte v nabídce maso, nemůžete se prezentovat jako plnosortimentní prodejce čerstvých potravin.



Jak a kudy na to?

Čím se obchod řídí?

- Vždy je nutné hledat tu nejjednodušší, nejefektivnější a bezpečnou cestu
- Zákazník musí mít výběr a obchodník profit
- Dodavatel může být kdokoliv, musí jen prokázat svoji kompetenci
- Role dodavatele se postupně vyvíjí - „dodávky na klíč“

České potraviny, české maso - PROČ?

- Co nás k tomu nutí?

Náš problém – maso je vnímáno jako komodita a není rozdílů „mezi cizím a naším“
Jedná se spíše o „no name“

- Příčinou není nedostatek – příčinou je přebytek
- Obchod je plně saturován a je potřeba vykročit dále.
- Obchod hledá jak zviditelnit své zboží
- Co se nabízí?
- Začíná se konstruovat příběh.....



Příběh zboží jako marketingový tah



Příběh zboží jako marketingový tah

- Nutno vymezit své zboží vůči „zbytku světa“
- Zaujmout spotřebitele pro něj uchopitelným příběhem - všichni známe BIO, EKO, čerstvé, domácí, živé.....
- A tak nyní i ČESKÉ!!!
- Jistě krásný a smysluplný příběh, ale.....

Příběh českého masa a jeho nebezpečí

- Je komunikace původu argumentem pro spotřebitele?
- Co si představujeme pod pojmem české=kvalitní?
- Jak chceme vysvětlit nadhodnotu českého původu?
- Reálné nebezpečí : pokud původ potravin pojmu jen jako obchodní tah (jeden z mnoha), dříve nebo později to celé odložím do archívu projektů.

Marketing versus realita



Jsou obě masa českého původu?

Proč je tedy rozdílné označení?



VS



A light green brushstroke graphic, resembling a paintbrush stroke, with a soft, irregular edge. It is positioned in the upper half of the page, behind the text.

Současnost a co s tím?

Hledání své cesty

- Od vidlí na vidličku. Je to ta cesta?
- Je nějaká šance to změnit?
- Máme cíl?
 - A máme ho společný?
 - Je reálný?

Od vidlí na vidličku. Je to cesta?

Sedlák



Zpracovatel



Prodejce



Zákazník

Všichni neumí všechno

- Každý má v procesu své pevné místo.
- Každý má svou specializaci.
- Všichni máme společný cíl.
- Cestou není přebírat úkoly druhého.
- Cestou je **SPOLUPRÁCE**

Máme cíl?

- A máme ho společný?
 - Reflektuje potřeby všech zúčastněných?
 - Jakou roli zde hraje spotřebitel?

- Je reálný?
 - Rozhodující moment - jak náš cíl vnímá spotřebitel
 - Čím více ho on přijme za svůj, tím větší je šance na úspěch.

Zkusme si položit pár otázek:

- Známe potřeby a zájmy našich zákazníků?
 - Jsme schopni vyjít jim vstříc?
 - Máme stanovený cíl, vizi?(prvovýroba, zpracovatel, obchod)
 - Máme tam něco společného?
-
- ANO - jsme na nejlepší cestě.
 - NE - máme práci!



Máme práci!!!

Pár bodů na zamyšlenou

- Partner nebo soupeř?
- Společný zájem = společná budoucnost
- Pro koho to děláme?
- Jak to děláme?
 - Známe svého zákazníka?
 - Víme co chce?
 - Dbáme na bezpečnost a původ potravin
 - Chceme vědět o svém zboží vše
 - Důvěra - koupě masa zákazníkem je vyjádření důvěry prodejci

Partner nebo soupeř?

➤ Můžeme spolupracovat když si „okopáváme kotníky“?

➤ Kritika ANO, ale:

- Adresná
- Jasná
- Strukturovaná
- S absencí emocí



Není lepší vypíchnout **POZITIVNÍ** příklady???



Globus VLASTNÍ ŘEZNICTVÍ

ČESKÉ MASO NA ČESKÝ STŮL

Veškeré masné výrobky a uzeniny vyrábíme ze stejného masa, jaké vidíte v pultech, každý den přímo v zájemi vašeho hypermarketu.

VYROBENO POUZE Z HOVĚŽÍHO MASA

Česko Chalovka

Hovězí maso v řeznictví Globus pochází výhradně z mladých býků od vybraných tuzemských dovozců.

Hovězí steak Globus z vybraného českého masa. V nabídce i další druhy vybraných českých steaků:

Hrádek steak (popek)	229,-
Rib eye steak (vysoký roštěnec)	399,-
Steaková steak (nízký roštěnec)	399,-

1 kg

Hovězí klobása Globus v přírodním ztlukku 100 g

18⁹⁰

Obsahuje pouze hovězí maso o kořeni. Vyzraje chuťna čistě maso? s křenem o hořčici, ale svažit je i studená jako pochoutka k vínu, či na jarní grilování.

Globus je členem Českého svazu chovatelů masa

Možný cíl?

Společný zájem = společná budoucnost

Možný začátek?

- Známe svého zákazníka?
- Víme co chce?
- Dbáme na bezpečnost a původ potravin
- Chceme vědět o svém zboží vše
- Důvěra - koupě masa zákazníkem je vyjádření důvěry prodejci

*Potřeby zákazníků již známe.
CO čekáme od dodavatelů?*

PARTNERSTVÍ

K zamyšlení

- Je třeba vytvořit jednotnou komunikaci napříč celým zpracováním

„OD VIDLÍ NA VIDLIČKU“

- Tak, aby byla dobře pochopitelná pro konečného spotřebitele a v jeho

ZÁJMU

- Jen tak budeme všichni lépe

VIDĚNI A SLYŠENI

A light green brushstroke graphic with a textured, hand-painted appearance, featuring irregular, feathered edges. It is positioned in the upper half of the frame, behind the text.

Prostor pro dotazy



*DĚKUJI ZA
POZORNOST*