

«Балтика» поделилась с участниками «Школы торговли» опытом в сфере клиентского маркетинга

Подведение итогов образовательного проекта для представителей бизнеса «Школа торговли» состоялось 28 октября в рамках Дней ритейла в МВК «Новосибирск-Экспоцентр». Одним из этапов проекта стал семинар об основах работы с потребителем, прошедший на базе филиала «Балтика-Новосибирск». Менеджер компании Юлия Исак, основываясь на опыте пивоваренной отрасли, рассказала об основах клиентского и покупательского маркетинга.

Главный вопрос, который задали участники в начале семинара — как продать то, что производишь? Сделать так, чтобы продажи были успешными и приносили бизнесу прибыль, — такую задачу решали слушатели «Школы торговли», приехав на «Балтику». Эксперт компании рассказала, как изучить целевую аудиторию товара и учесть все необходимые факторы — от возраста и дохода до образования и семейного положения.

На примере сегмента разливного пива слушатели научились строить дерево принятия решений при выборе товара в категории. Для многих стало неожиданностью, что логика выбора того или иного продукта зачастую обусловлена не ценой, а, например, воспринимаемым качеством. Ценовой диапазон находится на пятом месте по важности.

Участники семинара овладели множеством профессиональных секретов: как понять, кто ваш клиент и привлечь его внимание к товару, как сформулировать цель маркетинговой коммуникации и то, кому она должна быть адресована, как определить причины, по которым потребитель может выбрать ваш продукт. Полезными были и наработки, как продвигать товар по цепочке от производителя через каналы сбыта до покупателя.

Юлия Исак, менеджер по покупательскому и клиентскому маркетингу ООО «Пивоваренная компания «Балтика»: «Рынок товаров потребительского спроса очень изменчивый и высококонкурентный. Надеюсь, что наш семинар был полезен участникам «Школы торговли», которые создают свои бренды и учатся продвигать их на рынке. Ведь понять, чего хочет покупатель, помочь ему определиться с выбором и заинтересовать своим товаром – это залог успеха для бизнеса. Например, в сегменте пивоваренной продукции в условиях, когда потребитель выбирает из более чем 3000 сортов, недостаточно только сварить отличное пиво, нужно сделать так, чтобы потребитель выбрал именно твой продукт».

На пивоварнях «Балтики» выпускается более 50 брендов пива. Компания контролирует путь продукции от поля до бокала, на каждом этапе специалисты «Балтики» выступают экспертами. Благодаря качеству мирового уровня бренды компании удостоены более 700 российских и международных наград на профессиональных и потребительских конкурсах.

Константин Воронков, слушатель «Школы торговли», компания «Ситиферма» (выращивание свежей зелени для заведений сегмента HoReCa): «Визит на «Балтику» был очень познавательным. Я не только узнал, как строится большое



производство, но и, самое главное, благодаря участию в семинаре получил много полезной информации о том, как продвигать свою продукцию на рынке».

Анна Дмитриева, руководитель Агентства деловых мероприятий, организатор «Школы торговли»: «Наша задача — познакомить слушателей «Школы торговли» с опытом лидеров в сфере производства потребительских товаров и их продвижения. Такие семинары — отличная возможность обсудить с более опытными коллегами актуальные вопросы развития бизнеса и установить новые полезные контакты».

Мероприятия образовательной программы для товаропроизводителей «Школа торговли» проходили в Новосибирске с 13 по 28 октября. Программа реализуется с 2018 года при поддержке министерства промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области, обучение является бесплатным для участников.

В этом году темы «Школы торговли» были объединены задачами отследить актуальные изменения в потребительских предпочтениях и сценариях взаимодействия производителей и ритейла, определить технологические решения и бизнес-модели, которые помогут зарабатывать на быстро меняющемся рынке.

ООО «Пивоваренная компания «Балтика» — один из крупнейших производителей товаров повседневного спроса в России. Портфель компании включает более 50 пивных национальных и региональных брендов («Балтика», Tuborg, Garage, «Арсенальное» и другие) и 2 непивных бренда: энергетический напиток Flash Up и квас «Хлебный край». Компания управляет 8 заводами в России. ООО «Пивоваренная компания «Балтика» — ведущий экспортер российского пива. Благодаря качеству мирового уровня бренды компании удостоены более 700 российских и международных наград на профессиональных и потребительских конкурсах. В 2022 году вице-президент компании «Балтика» по маркетингу Екатерина Потокина вошла в число 1000 лучших российских менеджеров по данным опроса, проведенного ИД «Коммерсант» и Ассоциацией менеджеров России.

За дополнительной информацией просьба обращаться к Егоровой Ольге

+ 7 961 875 32 91

www.baltika.ru

egorova_oa@baltika.com