



Тема 7.

Ценови иновации. Иновации във вкусовите аспекти и популяризирането на продукта





ФАКТОРИ ОПРЕДЕЛЯЩИ ИНОВАЦИИТЕ ВЪВ ВКУСОВИТЕ АСПЕКТИ:

1. Промяна на навиците;
2. Развитие на нови канали за дистрибуция
3. Глобална консолидация



Етапи в разработване на иновации в хранителната индустрия

Първи етап: Проучване и задълбочено разбиране на клиентите

- Какви храни харесват?
- Къде пазаруват?
- Готвят ли и как предпочитат да го правят?
- Какви продукти използват?

Какво е модерно?

Протеинови зърнени храни - киноа, лимец, елда, кафяв ориз,
ръжено брашно;
Леки закуски;
Удобни ястия с ярко изразени и смели вкусове;
Пълнозърнести храни;
Безглутенови храни;
Зелени салати

Втори етап: Тестване на клиентите

Тестване в социалните мрежи;
Тестване в „Магазин за хранителни стоки“
Дефиниране на целите на тестването:
ВКУС
СТОЙНОСТ
БЪРЗИНА

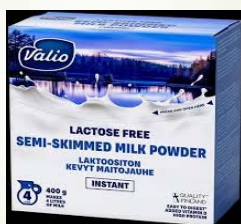
Вафлето Тако“ – идва и у нас с дюнер-културата



ТРЕТИ ЕТАП: ПРОСЛЕДЯВАНЕ
ТЕНДЕНЦИИТЕ НА ПАЗАРА

ИНОВАЦИОННИ КУХНИ ЗА БЪРЗО ПРИГОТВЯНЕ;
НАРАСТВАЩИТЕ ДОХОДИ И ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ НАЧИН
НА ЖИВОТ ПРОМЕНЯТ И СТРУКТУРАТА НА ОТГЛЕЖДАНИТЕ
ЗЕМЕДЕЛСКИ КУЛТУРИ;
НАРАСНАЛА КОНКУРЕНЦИЯ В РЕЗУЛТАТ НА
ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА

ИНОВАЦИЯ „МЛЯКО БЕЗ ЛАКТОЗА“



ИЗВОДИТЕ:

1. Вкусовите предпочитания са закон за производителя на мляко. Финландския клиент не прие мляко със сладък вкус и без лактоза.
2. Потребителите с хранителни проблеми са готови да платят за уникален продукт;
3. Разработването на нови хранителни продукти се осъществява на основа на инвестиране в научноизследователска дейност
4. Необходимост от регистриране на новата марка

Иновации по отношение на разположението и продажбите на продукти

Решение за покупка на специални стоки на уникални места





Иновации на база разположение

AMAZON



AllyBaba



NGO „Помощ за жените“ заедно с рекламна агенция работят за повишаване осведомеността за домашното насилие чрез интерактивна реклама, изобразяваща жена със синини по лицето. Целта е да се тества доколко провокативното съдържание привлича вниманието на минувачите и с технология за разпознаване на лица да установят колко гледат, колко време прекарват в наблюдение. Постепенно синините изчезват

Рекламното съобщение е „Не затваряйте очи пред домашното насилие!“
Финансира се от доставчик на мобилни маркетингови и търговски услуги

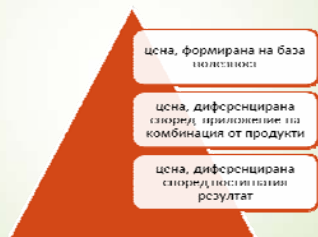
Терорът на мобилните оператори

МОЛ Somerset – първият търговски център в Сингапур предлага на потребители си да си инсталират приложение Tring 313, което им дава възможност да получават талони и сигнали за продажби щом се намират на разстояние от 50-до 500 метра от МОЛ-ал
Търговците отчитат повишение на оборотите с 46% след въвеждане на нововъведението

Иновации в ценообразуването



Исходни точки за формиране на ценообразуване



Обратно ценообразуване

Интернет дава възможност потребителите да формират цените на желаните от тях продукти при закупуване на самолетни билети и хотелски услуги



Използване на търсенето като основа за формиране на цената на нови продукти

При промотиране на нов продукт на пазара производителя може да пристъпи към ползване на динамично ценообразуване на база текущото търсене. При повишаване на търсенето цената нараства и обратно – при спад в търсенето цената се повишава.

Изключени от иновациите са :

Сезонните намаления на цените на стоките;
Редовните намаления на цените на стоките;
Рутинни извещения

Персонализирани модели за реимбурсиране, приложими при продажби на лекарства и хомеопатични продукти

- Цена, формирана на база полезността на лекарството за потребителя;
- Цена, диференцирана според приложение на комбинация от продукти;
- Цена, диференцирана според постигнатия резултат от лечението.



Ценови промоции за ранобудните

Ранобудните граждани на Благоевград
До 10 часа сутринта могат да получат на
Занижена цена кафе и чаша вода.
След 10 часа цените се възстановяват



Иновации в популяризирането на продуктите



Казус???
