

Ciele prezentácie

- **Cieľ 1:** Definovať a pochopiť základné pojmy v marketingu a riadení kvality relevantné pre poľnohospodárstvo a potravinárstvo.
- **Cieľ 2:** Porovnať tradičné a inovatívne prístupy v marketingu a ich aplikáciu v odvetví.
- **Cieľ 3:** Preskúmať, ako inovácia môže zlepšiť konkurencieschopnosť v poľnohospodárstve a potravinárstve.
- **Cieľ 4:** Získať vedomosti o efektívnom hodnotení marketingových stratégií.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Štruktúra prezentácie

- Základné pojmy.
- Tradičné a moderné prístupy v marketingu.
- Inovácie.
- Implementácia inovácií.
- Segmentácia trhu.
- Branding.
- Digitálny marketing.
- Certifikácie a udržateľnosť.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Základné pojmy v marketingu a v riadení kvality



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Základné pojmy marketingu

- **Marketing:** Proces plánovania a realizácie koncepcie, tvorby, komunikácie a poskytovania hodnoty zákazníkom.
- **Marketingový mix (4P):**
 - **Produkt:** Napríklad nové odrody ovocia s lepšou odolnosťou voči chorobám.
 - **Cena:** Ceny organických vs. konvenčných výrobkov.
 - **Miesto (Distribúcia):** Distribúcia čerstvých produktov na miestne trhy vs. veľkoobchody.
 - **Propagácia:** Kampaň na podporu sezónneho ovocia prostredníctvom sociálnych médií.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

-
- **Marketingová stratégia:** Dlhodobý plán, ktorý obsahuje ciele a metódy na dosiahnutie marketingových cieľov.
 - **Kľúčové prvky:**
 - **Cieľový trh:** Farmári zameraní na výrobu bio produktov.
 - **Pozicionovanie:** Vytváranie obrazu ekologicky šetrného produktu.
 - **Marketingový mix:** Prispôsobenie produktu, ceny, miesta a propagácie pre cieľový trh.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

-
- **Zákaznícky výskum:** Zber a analýza údajov o zákazníkoch za účelom optimalizácie marketingových stratégií.
 - **Metódy:**
 - **Prieskumy:** Dotazníky na zisťovanie preferencií spotrebiteľov pre nové produkty (napr. pre nové druhy zeleniny).
 - **Rozhovory:** Hovory s obchodnými partnermi o ich potrebách a očakávaniach.
 - **Analýza predajov:** Štúdium predajných trendov pre rôzne produkty.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Základné pojmy riadenia kvality

- **Definícia riadenia kvality:** Systém na zabezpečenie, že produkty a služby spĺňajú predpísané normy a očakávania.
- **Hlavné prvky:**
 - **Kontrola kvality:** Testovanie poľnohospodárskych produktov na pesticídy.
 - **Zlepšovanie kvality:** Neustále zlepšovanie výrobných procesov.
 - **Štandardizácia:** Zavedenie štandardov na výrobu potravín.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

-
- **Procesy:** Monitorovanie procesov pestovania a spracovania poľnohospodárskych produktov.
 - **Nástroje:**
 - **Six Sigma:** Metóda na znižovanie variácií a chýb vo výrobnom procese.
 - **Lean:** Optimalizácia procesov s cieľom eliminovať plytvanie.
 - **TQM (Total Quality Management):** Kompletný prístup na zabezpečenie kvality na všetkých úrovniach.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

- **Certifikácie:**
 - **ISO 9001:** Systém riadenia kvality pre zabezpečenie konzistentnosti produktov.
 - **HACCP:** Analýza rizík a kritické kontrolné body na zabezpečenie bezpečnosti potravín.
- **Význam:** Zlepšenie dôvery zákazníkov a dodržiavanie predpísaných noriem.
- **Proces získania:** Predpoklady, hodnotenie auditu, získanie certifikátu.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



MINISTERSTVO
PŮDOHOSPODÁRSTVA
A ROZVOJA VIDIEKA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Tradičné a inovatívne prístupy v marketingu



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



MINISTERSTVO
PŮDOHOSPODÁRSTVA
A ROZVOJA VIDIEKA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Tradičné prístupy v marketingu

- **Definícia:** Klasické metódy marketingu, ktoré sa používali pred nástupom digitálnych technológií.
- **Kanály:**
 - **Printová reklama:** Inzeráty v poľnohospodárskych magazínoch.
 - **Televízne reklamy:** Reklamy v televíznych programoch o potravinách.
 - **Rozhlas:** Reklamy o farmárskych trhoch v miestnych rádiách.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

- **Výhody tradičných prístupov**
 - **Široký dosah:** Možnosť osloviť širokú verejnosť.
 - **Dôveryhodnosť:** Dlhodobá tradícia môže zvyšovať dôveru v značku.
- **Nevýhody tradičných prístupov**
 - **Nízka interaktivita:** Nedostatok spätných väzieb v reálnom čase.
 - **Vysoké náklady:** Vysoké náklady na výrobu a distribúciu reklám.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Inovatívne prístupy v marketingu

- **Definícia:** Moderné metódy marketingu využívajúce digitálne technológie a prístupy.
- **Kanály:**
 - **Digitálny marketing:** Využitie webových stránok a e-mailov na propagáciu.
 - **Sociálne médiá:** Marketing prostredníctvom Facebooku, Instagramu, Twitteru.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

- **Výhody inovatívnych prístupov**
 - **Flexibilita:** Možnosť rýchlej úpravy kampaní na základe analýzy údajov.
 - **Personalizácia:** Cílené kampane na základe údajov o zákazníkoch.
- **Nevýhody inovatívnych prístupov**
 - **Riziko technických problémov:** Potreba technických zručností a infraštruktúry.
 - **Krátkodobé trendy:** Rýchla zmena trendov môže ovplyvniť stabilitu kampaní.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady prístupov v poľnohospodárstve a potravinárstve



- **Tradičné prístupy:**
 - **Inzeráty v miestnych novinách:** Reklama pre miestne farmárske trhy.
 - **Účasť na výstavách:** Predstavovanie produktov na miestnych poľnohospodárskych výstavách.
- **Inovatívne prístupy:**
 - **Influencer marketing:** Spolupráca s influencerami na propagáciu produktov.
 - **Obsahový marketing:** Blogy a videá o nových technológiách a praktikách v poľnohospodárstve.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Implementácia inovácií v marketingu



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Základné pojmy

- **Inovácia:** Zavedenie nových alebo vylepšených produktov, procesov alebo služieb.
- **Cieľ:** Zlepšiť efektivitu, kvalitu a konkurencieschopnosť.
- **Typy inovácií:**
 - **Produktové inovácie:** Nové odrody plodín, nové potravinárske výrobky.
 - **Procesné inovácie:** Nové technológie pestovania, automatizácia výroby.
 - **Organizačné inovácie:** Nové obchodné modely, zmeny v organizačnej štruktúre.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Plánovanie implementácie inovácií

- **Krok 1: Identifikácia potrieb a možností:**
 - **Príklad:** Analýza trhu na zistenie potreby nového organického produktu.
- **Krok 2: Vypracovanie plánu implementácie:**
 - **Príklad:** Plán na uvedenie novej produktovej rady s časovým harmonogramom a rozpočtom.
- **Krok 3: Získanie zdrojov a tímu:**
 - **Príklad:** Získanie potrebných ľudských a materiálnych zdrojov pre úspešnú implementáciu.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Výzvy a prekážky pri implementácii inovácií



- **Odpor:**
 - **Príklad:** Odpor zamestnancov voči novým technológiám na farme.
- **Nízka prijateľnosť:**
 - **Príklad:** Nízke prijatie nových potravinárskych produktov zo strany spotrebiteľov kvôli nedostatku informácií.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Vytváranie marketingových kampaní na podporu inovácií



- **Tvorba kampane:**
 - **Príklad:** Kampaň na predstavenie novej technológie v poľnohospodárstve prostredníctvom videí a webinárov.
- **Použitie rôznych kanálov:**
 - **Príklad:** Kombinácia digitálnych médií (sociálne siete, PPC reklamy) s tradičnými kanálmi (letáky, výstavy).



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Meranie úspechu implementácie

- **KPI (Key Performance Indicators):**
 - **Príklad:** Metriky ako zvýšenie predaja, počet nových zákazníkov, návratnosť investícií.
- **Analýza spätných väzieb:**
 - **Príklad:** Prieskumy spokojných zákazníkov o nových produktoch a technológiach.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady úspešnej implementácie

- **Príklad 1: Nová technológia zavlažovania** - Implementácia nového automatizovaného zavlažovacieho systému, ktorý zvýšil úrodu a znížil náklady.
- **Príklad 2: Prelomový produkt** - Úspešné uvedenie nového ekologického nápoja na trh s využitím digitálnych kampaní.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Význam inovácií v poľnohospodárstve a potravinárstve



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



MINISTERSTVO
PŔDOHOSPODÁRSTVA
A ROZVOJA VIDIEKA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Výhody inovácií

Výhody inovácií v poľnohospodárstve:

- **Zvýšená produktivita:** Nové technológie zvyšujú výnosy.
- **Lepšia kvalita produktov:** Nové techniky zlepšujú chuť a výživové hodnoty.

Výhody inovácií v potravinárstve:

- **Nové výrobky a chuti:** Vytváranie nových potravinárskych výrobkov a chuťových kombinácií.
- **Efektívnosť výroby:** Zníženie nákladov a zlepšenie procesov výroby.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



MINISTERSTVO
PŔDOHOSPODÁRSTVA
A ROZVOJA VIDIEKA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady inovácií v poľnohospodárstve a potravinárstve



- **Príklady v poľnohospodárstve:**
 - **Technológie presného poľnohospodárstva:** Použitie senzorov a dronov na monitorovanie plodín.
 - **Hydroponické systémy:** Pestovanie rastlín bez pôdy.
- **Príklady v potravinárstve:**
 - **Nové prísady:** Vyvinutie prísad na zlepšenie chuti a výživových hodnôt potravín.
 - **Balenie a skladovanie:** Nové technológie na predĺženie trvanlivosti potravín.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Segmentácia trhu a cieľové skupiny



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Definícia segmentácie trhu

- **Segmentácia trhu:** Rozdelenie trhu na menšie skupiny s podobnými charakteristikami.
- **Cieľ:** Lepšie zacielenie marketingových aktivít a uspokojenie potrieb konkrétnych skupín.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Metódy segmentácie trhu

- **Demografická segmentácia:**
 - **Príklad:** Cieľová skupina pre detské potraviny (rodičia s deťmi) vs. dospelí spotrebitelia.
- **Geografická segmentácia:**
 - **Príklad:** Distribúcia miestnych produktov (napr. syr z konkrétneho regiónu) do miestnych obchodov.
- **Psychografická segmentácia:**
 - **Príklad:** Zákazníci, ktorí preferujú bio produkty kvôli ich hodnotám a životnému štýlu.
- **Behaviorálna segmentácia:**
 - **Príklad:** Zákazníci, ktorí pravidelne nakupujú sezónne produkty.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Určovanie cieľových skupín

- **Ako vybrať cieľové skupiny:**
 - **Príklad:** Analýza demografických a behaviorálnych údajov na výber najlepších segmentov trhu.
- **Tvorba profilov cieľových zákazníkov:**
 - **Príklad:** Profil pre zákazníkov bio potravín: vek 25-45 rokov, záujem o zdravie a životný štýl.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady segmentácie trhu v poľnohospodárstve

- **Príklad 1:** Segmentácia na základe typu plodín - bio vs. konvenčné.
- **Príklad 2:** Zákazníci pre rôzne farmárske produkty - maloobchodné trhy vs. veľkoobchodníci.

Príklady cieľových skupín v potravinárstve

- **Príklad 1:** Cieľové skupiny pre potraviny bez lepku - spotrebiteľia s celiakiou alebo intoleranciou na lepok.
- **Príklad 2:** Marketing pre detské potraviny vs. zdravé potraviny pre dospelých.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Branding a budovanie značky



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Základné pojmy

- **Branding:** Proces vytvárania a udržiavania jedinečnej identity značky.
- **Cieľ:** Vytvoriť pozitívny a nezabudnuteľný obraz v mysliach zákazníkov.
- **Rozpoznateľnosť:** Zlepšenie viditeľnosti značky na trhu.
- **Lojalita zákazníkov:** Zvýšenie vernosti zákazníkov a opakovaných nákupov.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Elementy úspešného brandingu

- **Logo a názov:** Napríklad logo farmy a jej názov.
- **Dizajn obalu:** Atraktívne a informatívne balenie potravín.
- **Hodnoty značky:** Ekologické hodnoty alebo kvalita produktov.
- **Vytváranie identity:**
 - **Príklad:** Vytvorenie loga a názvu, ktoré reflektujú farmársku tradíciu.
- **Marketingové kampane:**
 - **Príklad:** Kampaň na podporu nového produktu s jasným brandovým posolstvom.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady brandingových stratégií v poľnohospodárstve a potravinárstve

- **Príklad 1: Farmárske značky** - Vytvorenie značky pre miestnu farmu so zameraním na kvalitu a čerstvosť.
- **Príklad 2: Potravinárske značky** - Značka pre nové organické výrobky s dôrazom na prírodné zložky a udržateľnosť.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Digitálny marketing a sociálne siete



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Základné pojmy

- **Digitálny marketing:** Využitie digitálnych kanálov a technológií na propagáciu produktov a služieb.
- **Cieľ:** Dosiagnúť širšie publikum, zvýšiť angažovanosť a predaj.
- **Kanály digitálneho marketingu:**
 - **Webové stránky:** Optimalizácia webových stránok.
 - **Sociálne médiá:** Facebook (vytváranie a správa stránok pre farmy a potravinárske produkty), Instagram (zdieľanie vizuálne atraktívnych obrázkov a videí produktov), Twitter...
 - **E-mail marketing:** Odosielanie newsletterov a akčných ponúk.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Analýza a optimalizácia digitálnych kampaní

- **Nástroje:** Google Analytics, Facebook Insights.
- **Metódy:**
 - **Sledovanie návštevnosti:** Analýza, ako návštevníci reagujú na webovú stránku.
 - **Testovanie A/B:** Testovanie rôznych verzií reklám a príspevkov.
 - **Štatistické analýzy**



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Hodnotenie úspechu marketingových stratégií

- **Definícia:** Metriky na hodnotenie úspešnosti marketingových aktivít.
- **Typy KPI:**
 - **Predaj:** Zvyšovanie predaja produktov.
 - **Získavanie zákazníkov:** Počet nových zákazníkov.
 - **ROI (Návratnosť investícií):** Hodnota investície v porovnaní s výnosmi.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady hodnotenia v poľnohospodárstve a potravinárstve



- **Príklad 1: Meranie úspechu reklamných kampaní** - Analýza dopadu reklám na predaj nových potravinárskych produktov.
- **Príklad 2: Hodnotenie účinnosti marketingových stratégií** - Posúdenie úspechu kampaní pre farmárske produkty.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady úspešných digitálnych marketingových kampaní



- **Príklad 1: Kampaň na sociálnych sieťach pre nový produkt** - Úspešné uvedenie nového výrobku pomocou influencerov.
- **Príklad 2: E-mailový marketing pre farmársky trh** - Zvýšenie návštevnosti trhu pomocou pravidelných e-mailových oznámení.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Certifikácie a trvalá udržateľnosť v marketingu



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Certifikácie v marketingu

- **Definícia:** Proces získania certifikátov, ktoré potvrdzujú, že produkty alebo služby spĺňajú špecifické normy a štandardy.
- **Typy certifikácií:**
 - **Organické certifikácie:** Certifikácia ekologických produktov.
 - **Bezpečnostné certifikácie:** Certifikácia potravín pre zabezpečenie ich bezpečnosti.
- **Význam certifikácií pre poľnohospodárov a potravinárov:**
 - **Dôveryhodnosť:** Zvyšovanie dôvery spotrebiteľov.
 - **Konkurencieschopnosť:** Odlišovanie sa od konkurencie prostredníctvom certifikovaných produktov.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Trvalá udržateľnosť v marketingu

- **Definícia:** Marketingové prax, ktoré sú environmentálne a sociálne zodpovedné.
- **Príklady:**
 - **Ekologické balenie:** Používanie recyklovateľných materiálov.
 - **Zodpovedné pestovanie:** Praktiky na ochranu pôdy a vody.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Príklady certifikácií a udržateľnosti v poľnohospodárstve a potravinárstve

- **Príklad 1: Certifikácia Fair Trade** - Zabezpečenie spravodlivých podmienok pre výrobcov.
- **Príklad 2: Udržateľné pestovanie** - Používanie metód, ktoré minimalizujú dopad na životné prostredie.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

Zhrnutie

- Inovatívny marketing je kľúčovým prvkom pre moderné poľnohospodárstvo a potravinárstvo.
- Pomáha zvyšovať konkurencieschopnosť, zlepšovať prístupnosť a viditeľnosť produktov, umožňuje presnejšie zacielenie a personalizáciu, podporuje inováciu v produktoch a procesoch, zlepšuje kvalitu a transparentnosť a posilňuje vzťahy so zákazníkmi.
- Tieto faktory kombinované vedú k celkovému zlepšeniu kvality a úspechu produktov na trhu, čo je pre poľnohospodárov a potravinárov zásadné.



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

-
- 1. Zlepšenie konkurencieschopnosti** (odlíšenie od konkurencie)
 - 2. Zvýšenie prístupnosti a viditeľnosti** (možnosť oslovovať nových zákazníkov)
 - 3. Efektívnejšie zacielenie a personalizácia** (identifikáciu preferencií a správania svojich zákazníkov a vytváranie kampane, ktoré sú prispôbené ich potrebám)
 - 4. Podpora inovácií v produktoch a procesoch** (nové výrobné metódy, podpora ich prijatia a úspechu na trhu)



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020

5. Zlepšenie kvality a transparentnosti (kampaň zameraná na kvalitu a pôvod výrobkov môže zvyšovať povedomie o etických a kvalitných praktikách)

6. Posilnenie vzťahov so zákazníkmi (využívanie moderných komunikačných kanálov umožňuje priamu spätnú väzbu a vytváranie komunitných vzťahov)

7. Optimalizácia nákladov a zvýšenie efektivity (používanie dátových analýz a automatizovaných marketingových nástrojov umožňuje presnejšie plánovanie a riadenie kampaní)



Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka:
Európa investuje do vidieckych oblastí



MINISTERSTVO
PŮDOHOSPODÁRSTVA
A ROZVOJA VIDIEKA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



Program
rozvoja vidieka SR
2014-2020