



Euroopa Maaelu Arengu
Põllumajandusfond:
Euroopa investeeringud
maapiirkondadesse

TURUNDUS

TOIDUTOOTJATE TURUNDUS
KAUBANDUSKESKUSTES

TURUNDUS

- Turundus?
 - Järjepidev
 - Süstematiseeritud
 - Planeeritud
 - Arvestav
 - Eesmärgipärane

KAUBANDUSKESKUS

- Kooslus määratleb kliendid
- Kliendid loovad koosluse

- Tartu Kaubamaja
 - Oluliselt kõrgema hinna ja kõrgema kvaliteedikuvandi poolest*
 - Kasvanud 25-34
- Lõunakeskus
 - Parim hinna ja kvaliteedi suhe
 - Kasvanud 65+

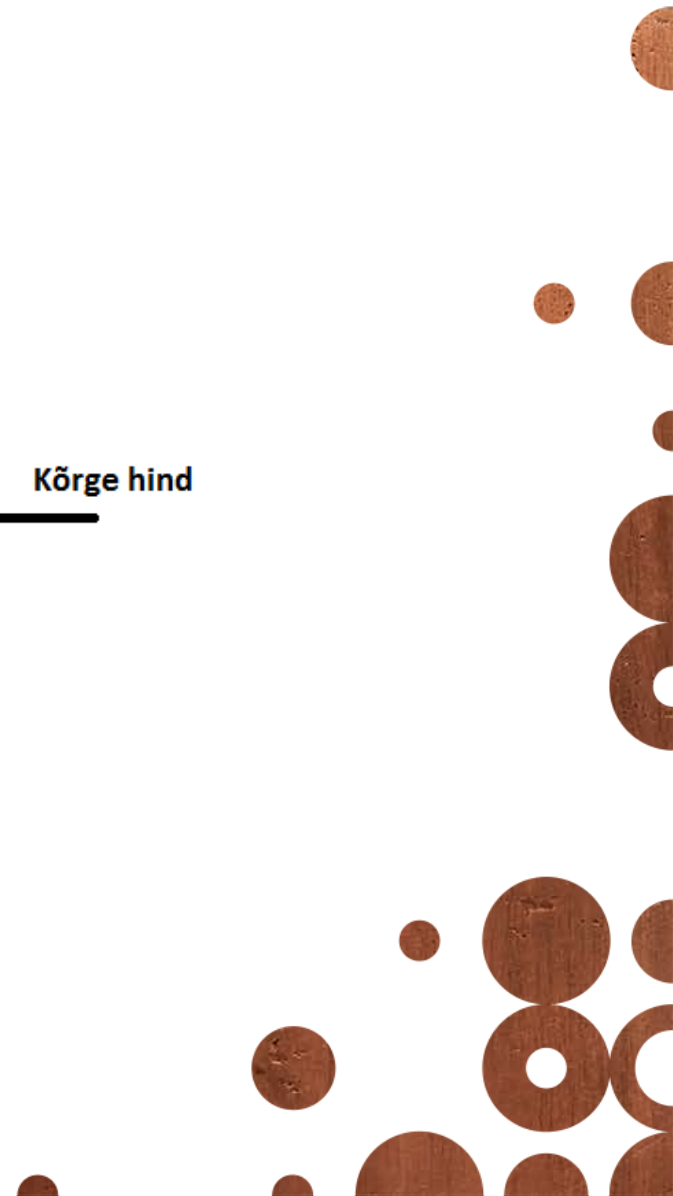
- Tagatud on pidev kliendivoog
- Palju reegleid

*EMOR 2016 Tartu Kaubanduskeskuste uuring

KUIDAS ALUSTADA...

- ANALÜÜS
 - Toode
 - Klient
 - Bränd

POSTITSIONEERIMINE



TOODE

- Hind
- Kvaliteet
- Eripära
- Tagasiside
- Hinna kvaliteedi suhe
- Konkurendid

BRÄND

- Kontseptsioon
- Nimi
- Lugu
- Pildi- ja disainikeel
- Pakend

BRÄND



KUS?KES?MIDA?

- Laad
- Kaubanduskeskus
- Kauplus
- Ühendus

TURUNDUSPLAAN

- Eesmärk (laiem)
 - Eesmärk (kitsam)
 - Tegevused (bränd)
 - Tegevused (aasta lõikes)
 - Eelarve
-
- Tegutsemise eesmärkide suunas
 - Kes teeb, kes teeb? Ise teeb!

NÄITED

- Matsimoka
- Ehtne Talutoit
- Juustukuningad
- Erinevad väiksemad laada kontseptsioonid