

بازاریابی بلدرچین و فروش بلدرچین اولین مهارت پرورش بلدرچین

بازاریابی بلدرچین و فروش بلدرچین یکی از مراحل مهم در امر پرورش بلدرچین می باشد.

در مطالب قبلی به واقعیات پرورش بلدرچین چیست؟ پرداختیم و بعد از آن پیش نیازهای که باید قبل از پرورش بلدرچین بدانیم را بررسی نمودیم.

در این مطلب به بازاریابی بلدرچین و فروش بلدرچین خواهیم پرداخت.

بازاریابی و فروش اولین مهارت پرورش بلدرچین

یکی از موارد مهم مدیریتی در پرورش بلدرچین، بازاریابی تولیدات است.

فرایند تولید شما زمانی به نتیجه میرسد که بتوانید محصولات را به موقع و با قیمت مناسب به فروش برسانید.

با توجه به عدم آشنایی عموم با محصولات بلدرچین، بازار مصرف آن نیز محدود است.

از طرفی به دلیل ساده‌انگاری کار پرورش بلدرچین، تعدادی از افراد با ایجاد واحدهای تولیدی بسیار کوچک

وارد عرصه تولید شده و مشکلاتی را برای شما پرورش دهندگان بزرگ ایجاد میکنند.

اگر بازاریابی قوی نداشته باشید همین رقباي کوچک به راحتی میتوانند شما را از صحنه خارج کنند.

فرایند بازاریابی یکی از موارد بسیار مهم در صنعت در حال رشدی همچون پرورش بلدرچین است.

به عنوان مدیر، یکی از مهمترین فعالیتهای روزانه شما عملیات بازاریابی است.

برای این کار لازم است که در خصوص اصول بازاریابی نکاتی را یاد گرفته و آموزشهایی ببینید.

بازاریابی باید تبدیل به یک عادت روزانه در شما شود.



بازاریابی مهمترین وظیفه مدیر پرورش بلدرچین

به عنوان کارآفرین، مسئولیت بازاریابی تولیدات مجموعه را کاملاً بر عهده بگیرد. مطمئن باشید هیچ کس بهتر از خود شما نمیتواند بازاریاب خوبی برای محصولات باشد. منظور از بازاریابی برای محصولات بلدرچین فقط فروش به مصرفکننده نهایی نیست. منطقی ترین راه، فروش به حلقه های حد واسط تولید تا مصرف از قبیل واحدهای فراوری و بسته بندی، شرکتها و افراد پخش کننده و نهایتاً فروشگاههای مصرفی است. فکر نکنید با فروش مستقیم به مصرف کننده نهایی سود زیادی به دست خواهید آورد بلکه به نسبت وقت و هزینهایی که صرف میکنید این نوع فروش کمترین سود و بیشترین ریسک را برای کسب و کار شما خواهد داشت. **توجه:** بازاریابی را به یک عادت در خود تبدیل کنید. بدون بازاریابی انتظار موفقیت در هیچ کسب و کاری را نداشته باشید.

در بازاریابی هر روز به دنبال مشتریان جدید باشید و هیچگاه وابسته به تعداد محدودی مشتری نشوید.

سعی کنید حداقل هر هفته یک مشتری جدید پیدا کنید.

البته همیشه برنامه های مشخصی برای مشتریان کنونی خود داشته باشید.

برنامه های وفادارسازی مشتری را استفاده کنید.

مشتریان خوبتان را همانند یک گنج با ارزش حفظ کنید.

شاید لازم باشد گاهی اوقات مشتریانتان را غربال کنید و فقط با مشتریان خوبتان کار کنید.

در بازاریابی گروه خاصی از مردم را به عنوان مشتری تعریف کنید و فقط بر روی آنها کار کنید.

وسوسه نشوید که مثلاً تخم بلدرچین برای همه مردم ایران تولید کنید بلکه میتوانید کودکان سه تا هفت سال شهر

نزدیک خودتان را به عنوان مصرف کننده نهایی تعریف کنید.

شاید هم مشتریان شما توزیع کنندگان باشند که فروش را مستقیماً به آنها انجام میدهند تا محصول را به دست مصرف کننده نهایی برسانند.

بحث بازاریابی بسیار مهم و مفصل است.

توصیه میکنم کتابهای مناسب را تهیه کرده و مطالعه کنید.

برخی از این کتابها در وبسایت حس سبز معرفی شده اند.

اصول راه اندازی مجموعه پرورش بلدرچین



فروش بلدرچین

برای بازاریابی محصولات بلدرچین دو مورد زیر مهم هستند:

1- تعریف محصول : محصولات یا خدمات کسب و کار خود را شناسایی کنید و تعریفی از خصوصیات و مزایای آنها داشته باشید.

مثلاً وزن محصولات، نحوه بسته بندی، زمان ماندگاری و...

2 - شناخت بازار هدف: اطلاعاتی در مورد بازار هدف و مشتریان خود داشته باشید.

بازار هدف شما کسی است که محصول را از شما می خرد.

به عنوان مثال اگر تولیدکننده گوشت خام هستید و گوشت خام خود را به واحدهای بسته بندی میفروشید بنابراین مشتریان شما

واحدهای بسته بندی هستند و شما موظف به برآورده کردن خواسته های آنها هستید.

خرده فروشی نکنید. برخی از پرورش دهندگان را دیده ام که بدون آشنایی با اصول بازاریابی و فروش، مستقیماً محصولات خود

را به صورت خرده به فروشگاهها و حتی مصرف کنندگان عرضه میکنند.

این افراد احساس میکنند با این روند سود بیشتری کسب کرده و محصولات را با قیمت مناسب تری به دست مصرف کننده نهایی میرسانند.

توجه : وقت خود را صرف خرده فروشی نکنید. بعنوان مدیر شما کارهای بسیار مهمتری برای انجام دارید.

اما واقعیت معمولاً چند ماه بعد نمایان میشود.

متوجه میشوند از عهده این کار بر نمی آیند و حتی فرصت این کار را ندارند.

بازاریابی محصولات بلدرچین

بنابراین مجبور میشوند محصولات را از طریق دیگری به دست مصرف کنندگان برسانند که این تغییر سبب خسارات شدیدی به بازار و تولیدات خواهد شد.

شاید بتوانید در آینده یک روش پخش منظم برای محصولات تولیدیتان داشته باشید.

در اوایل کار مشارکت انتفاعی با کسانی که در زمینه فروش محصولات بتوانند به ما کمک کنند بسیار منطقی تر است.

مشارکت انتفاعی یعنی همکاری در فروش محصولات از طریق دیگران.

بدین صورت کسانی که سایر محصولات مشابه را میفروشند محصولات ما را نیز به فروش میرسانند و سود حاصل از فروش را دریافت میکنند.

فرایند فروش مستقیم محصولات سبب میشود محصولات بدون فرآوردی و نگهداری مناسب به دست مصرف کنندگان نهایی برسد.

این نوع فروش مستقیم سبب شکستن قیمت محصولات شده و سود تولیدکننده به شدت کاهش مییابد.

امروزه حتی شرکتهای بزرگ تولیدی نیز برای پخش محصولات از امکانات مجزا و نیروهای متخصص استفاده میکنند.

بنابراین وارد شدن به پخش محصولات بدون اطلاعات کافی و شناخت از بازار نتیجهای جز شکست و دلسردی نخواهد داشت.

عرضه محصولات بی کیفیت و غیرقانونی در برخی مراکز سبب انصراف استفاده برخی مصرفکنندگان از محصولات بلدرچین

شده و شاید همین موضوع سرعت پیشرفت در صنعت بلدرچین را کم میکند.

بازاریابی بلدرچین و فروش بلدرچین

بازاریابی پرورش بلدرچین را زودتر شروع کنید.

قبل از شروع کار پرورش بلدرچین فرایند بازاریابی را شروع کنید.

به مرور با مشتریان خود آشنا شده تا بتوانید با بهترین و معتمدترین آنها فعالیت کنید.

معمولاً در هر بازاری یکسری افراد سوءاستفاده کننده وجود دارد که معمولاً با هوشمندی تولیدکننده به راحتی قابل شناسایی هستند.

درستکاری یکی از اصول اولیه بازاریابی است.

نداشتن صداقت در بازار سرنوشتی جز خارج شدن از گردونه بازار نخواهد داشت.

در فرایند بازاریابی و فروش باید هر دو طرف برنده باشند.

بنابراین در انجام معامله به منافع طرف مقابل بیش از منافع خودتان توجه داشته باشید.

اگر طرف مقابل شما سود یا منفعت قابل توجهی دریافت نکند این رابطه همکاری ادامه نخواهد داشت و هزینه ای که شما

بابت بازاریابی مشتری جدید صرف کرده آید در دراز مدت برگشت نخواهد خورد.

در زمان تعیین سود مشتریان یا همکارانتان سخاوت به خرج دهید و مطمئن باشید در دراز مدت سود شما نیز تأمین خواهد شد.

چگونه یک بازاریاب حرفه‌ای در پرورش بلدرچین شویم؟

برای موفقیت در هر کسب و کاری تنها یک راه وجود دارد و آن هم اختصاص زمان و بودجه کافی برای بازاریابی و فروش محصولات است.

همه شما میتوانید به راحتی اصول بازاریابی و فروش را یاد بگیرید و در کارتان به کار ببرید.

به نظر من یک کارآفرین باید در ابتدا به یادگیری بازاریابی بپردازد و سپس اقدام به راه اندازی کسب و کاری بکند.

خبر خوب این است که یادگیری مهارتهای بازاریابی کار خیلی سختی نیست.

فقط کافی است که چند ساعتی را صرف آموزش خودتان کنید.

نکته مهم این است که بازاریابی باید جزو کارهای روزانه یک مدیر باشد.

هر چه شما وقت بیشتری را صرف بازاریابی محصولات خود بکنید سود بیشتری به دست می آورید.

برای شروع کار شاید حداقل لازم باشد 4 ساعت از کار روزانه را صرف بازاریابی و فروش کنید.

خیلی از پرورش دهندگان بلدرچین اعتراض میکنند که بیشتر وقتشان صرف تولید میشود بنابراین وقت کافی برای بازاریابی ندارند.

میتوانید با برنامه ریزی مناسب از خیلی کارهای غیرضروری روزانه صرفه نظر و یا به دیگران واگذار کنید و در نهایت وقت کافی به بازاریابی اختصاص دهید.

توجه : برای یادگیری مهارتهای بازاریابی و فروش لازم نیست نابغه باشید.

با مطالعه و آموزش به راحتی میتوانید فروشنده حرفهای شوید. به عنوان مدیر، جمع کننده اطلاعات نباشید بلکه عمل کننده باشید.

بسیاری از پرورش دهندگان را میشناسم که انواع کتابها، فیلمها، سی دی های آموزشی، مجلات و غیره را در محل کارشان دارند و حتی خیلی از آنها را نیز مطالعه کردهاند.

اما حتی یک نکته ساده از مطالبی که یاد گرفته اند را در کارشان استفاده نکرده اند.

محفوظات شما هیچ تأثیری در موفقیت شما نخواهند داشت.

اگر ایده های این کتاب را نیز اجرا نکنید پولی که بابت این کتاب نیز پرداخت کرده اید از دست داده و ساعتها وقتتان نیز از دست خواهد رفت!

بازاریابی بلدرچین و فروش بلدرچین

مطالب مفید دیگر در صنعت جوجه کشی :

[لوازم و مراحل مورد نیاز برای پرورش تجاری بلدرچین](#)

[تخم بلدرچین : خواص و ویتامین ها بهمراه زاد و ولد بلدرچینها](#)

[نکاتی درباره پرورش مرغ](#)

مواد خوراکی مجاز در جیره ارگانیک پرورش طیور ، تغذیه و خوارک دهی – بخش دوم

آموزش جوجه کشی و پرورش و افزایش تعداد جوجه ها
