

Co nowego w akcji „Miód kupujesz – pszczoły ratujesz”



W poprzednich numerach „Pasieki” informowaliśmy Państwa o organizowanej przez nas kampanii „Miód kupujesz – pszczoły ratujesz” (we współpracy z PZP), na czym polega, jakie są jej cele i w jaki sposób będzie finansowana (przeznaczaliśmy na ten cel środki własne, jak również przeznaczana będzie część dochodu ze sprzedaży produktów opatrzonego logo akcji).

Teresa Kobialka

Zgodnie z zapowiedzią wraz z niniejszym numerem „Pasieki” otrzymali Państwo plakat reklamowy akcji. Zachęcam do umieszczenia go w widocznym miejscu podczas organizowanych w Państwa rejonie świąt miodowych, na targowisku itp. miejscach dostępnych konsumentom. Jeśli byłoby Państwo zainteresowani większą ilością plakatów, to można zamówić je w naszej redakcji (dostępne w pakietach po 20 szt.). Mam nadzieję, że spotkają się one z zainteresowaniem nie tylko konsumentów, którzy nabędą miód w okresie przedświątecznym, lecz również skłoni do zakupu tych, którzy od lat zapominali o serwowaniu miodowych dań na swoich stołach. Być może plakaty zwrócą uwagę potencjalnych nowych partnerów akcji, którzy zechcieliby się do niej przyłączyć. Chciałabym podkreślić, że jest to pierwsza edycja plakatu a planowane są następne, na których mamy możliwość umieścić logo kolejnych firm, związków pszczelarskich itp. Mam nadzieję, że dzięki tym dodatkowym drukom i kolportowaniu plakatów i ulotek nasza akcja bę-

dzie mogła trwać nieprzerwanie tak długo, jak tylko będzie to możliwe – aż miód stanie się „chlebem powszednim” niemal w każdym domu, a obraz ważnej roli nie tylko pszczoły, ale i pszczelarza, który przecież wykonuje tak ważną pracę, utrwali się w świadomości Polaków. Działania naszej akcji chcielibyśmy ukierunkować nie tylko na miód i inne produkty pszczele, lecz również zwrócić uwagę na ważność zawodu pszczelarza i problemów, z jakimi muszą się oni borykać – jak choćby z wciąż częstym problemem wytruwania rodzin pszczelich. O dalszych planowanych działaniach akcji będziemy Państwa informować w kolejnych wydaniach „Pasieki”.



foto © Teresa Kobialka

Dotychczas m.in. udało nam się w ciągu jednego weekendu zainicjować akcję aż w trzech miejscach: na Ogólnopolskich Dniach Pszczelarza w Babimocie, na XXIII Krajowej Wystawie Rolniczej w Częstochowie oraz na III Dolnośląskim Dniu Pszczelarza we Wrocławiu (dzięki pomocy i zaangażowaniu naszego korespondenta, Jana Baczańskiego, za co serdecznie dziękujemy). Ulotki z logo akcji rozdaliśmy również 13-14 września na XV Warsztatach Pszczelarskich w Jeleniej Górze oraz na 20-21 września na Targach Pszczelarskich ExpoApi w Sosnowcu, które połączone były z Targami Budownictwa i Wyposażenia Wnętrz i choć tematycznie druga wystawa

odbiegała od kręgu naszych zainteresowań, to to spotkanie pozwoliło nam dotrzeć z informacją o naszej akcji do szerszego kręgu osób, niekoniecznie będących klientami miodowych stoisk.

Obecnie, jako że sezon pasieczny dobiegł końca i właśnie w tym okresie jesiennym konsumenci wykazują największe zainteresowanie zakupem miodu, zachęcam Państwa do etykietowania słoików z pozyskanym przez siebie miodem etykietami z logo akcji (w tym wydaniu prezentujemy również nową serię etykiet, w której główny motyw stanowi właśnie logo akcji), dołączania ulotek o akcji oraz o właściwościach miodu i innych okółotematycznych – koniecznie opieczutowanych Państwa danymi osobowymi, aby klienci mogli pozostać z Państwem w kontakcie. Nawet jeśli klient nie zakupi u Państwa miodu, warto wręczyć mu ulotkę z Państwa pieczęcią (np. na odwrocie ulotek pocztówkowych).

Ponieważ często spotykam się z pytaniami, gdzie można zakupić prawdziwy pszczeli miód chciałabym przy okazji tego artykułu zwrócić również uwagę na to, jak ważne jest czytelne oznakowanie miejsca, gdzie sprzedają Państwo miód (np. przy bramie wjazdowej). Warto również rozważyć np. zamieszczenie ogłoszenia w lokalnej prasie czy na portalach internetowych. Więcej ciekawych porad jak korzystnie sprzedać miód i jak dostosować ofertę i opakowanie do wymagań klientów przeczytają Państwo w najnowszej książce Macieja Winiarskiego pt. „Marka własna gospodarstwa pasiecznego”.

Zapewne w wielu pasiekach z powodu niesprzyjających tegorocznych warunków miodu

nie udało się odwirować, zatem nie ma czego sprzedawać. Pocięszające jest jednak to, że ceny miodu wzrosły i ci, którym udało się go odebrać mogą korzystnie go sprzedać. Warto również pomyśleć o rozszerzeniu oferty, np. o świece woskowe czy zawieszki na choinkę – chętnie kupowane w okresie przedświątecznym (zwłaszcza w opakowaniach prezentowych). O tym, w jaki sposób odlewać świece przeczytają Państwo w artykule zamieszczonym w niniejszym wydaniu „Pasieki”.

W kontekście podejmowania działań związanych z naszą akcją tym z Państwa, którzy lubią dzieci i młodzież w myśl przysłowia „czym skorupka za młodu nasiąknie tym na starość trąci” polecamy udzielenie prelekcji w przedszkolach i szkołach – mogą się odbyć w szkolnej sali z udziałem „ga-

dzeń” pszczelarskich, kiedy pogoda i pora roku nie pozwala na spotkanie w pasiece. Na ten temat polecamy artykuł Piotra Nowotnika pt. „Pszczelarstwo dla najmłodszych”. Od dawna wielu pszczelarzy udziela się w ten sposób społecznie – teraz pod kątem naszej wspólnej akcji warto iść w ślady kolegów. Jeśli organizują Państwo prelekcje lub spotkania miodowe – chętnie prześlemy na ten cel ulotki z informacją o akcji. Zachęcam wszystkich z Państwa do podejmowania lokalnych działań na rzecz polskiego pszczelarstwa i promocji miodu, jak również do dzielenia się z nami spostrzeżeniami i sugestiami na temat akcji „Miód kupujesz – pszczoły ratujesz”.

Teresa Kobialka
teresa.kobialka@pasieka24.pl
www.miodkupujeszpszczolyratujesz.pl
fb: Pasieka24