



potatoes

SOUTH AFRICA

pure potato passion

Markontwikkeling en produktbevordering

JOOS ENGELBRECHT (Voorsitter: Bemarkingskomitee)

ETIENNE BOOYENS (Bemarkingsbestuurder)

IMMACULATE ZINDE (Bemarkingsassistent)

Bemarkingskomitee:

- **Produsente:** **J Engelbrecht, *L de Kock, *W Wagner, *G Vorster, J van den Heever, Dr. J A Meiring,*
- **Opkomende Landbou:** *Me. N Mokose*
- **IMSA:** *Vakant*
- **IMASA:** *J Oosthuizen*
- **Uitvoerders Forum:** **J Duvenage*
- **Nasionale Bemarkingsraad:** *Me. M van der Walt*
- **Verbruikers:** *Mev. L Moolman*
- **Verwerkers:** *S Wortley*
- **Formele Handel:** *H Koekemoer*
- **Ex officio:** *G E Yzel*
- **Sekretaris:** *E Els*

Funksionering van die Komitee

- Volle Bemarkingskomitee – Vergadering 3 keer per jaar.
- Tegniese Bemarkingskomitee – Vergadering 4 keer per jaar.
 - (Meer operasionele sake wat vinnig aandag moet geniet.

Filosofie van die Komitee;

- Werk met **bepaalde fondse** en moet **maksimum resultate** bereik,
- **Maksimale betrokkenheid** deur alle rolspelers in die bedryf,
- Resultate word **deurlopend gemeet** om te bepaal of ons op die regte pad is en toekoms gerig is,
- **Holistiese bemarkingsbenadering** waar ons 'n omgewing skep waarbinne alle rolspelers in die **bedryf optimaal kan bemark**.
- Ten einde ons **begroting te rek gaan ons vennootskappe aan** met ander rolspelers vir generiese bemarking (Better bang for your buck).

Bemarkingsproses dinamika

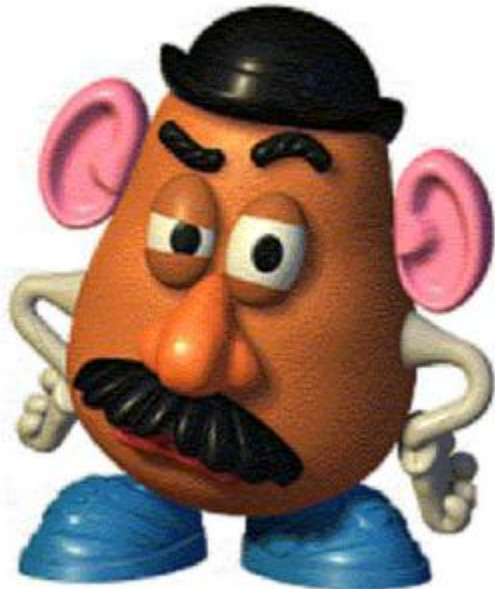
- Bemarking is 'n **dinamiese proses** met deurlopende **evaluering en herevaluering van projekte** en aksieplanne,
- Buitelandse bemarking het begin met 'n baie ambisieuse plan in Afrika, maar later is besluit om nie die hele Afrika te probeer teiken nie en op die buurlande en **SADC te fokus**,
- Die **radioreklame** het verander van “shotgun approach” na sterk gefokuste radio op ons **primêre teikengroepe**.
- “IYP” het in 'n groot mate ons bemarkingsstrategie geskaak. Dit was egter 'n unieke geleentheid om saam met rolspelers nasionale en internasionale spesifieke projekte te loods wat **generiese aartappelbemarking bevorder het. (Sosiale verantwoordelikheid)**
- Na “IYP” is **weer strategiese sessie** gehou om op spoor te kom en **verbruikersnavorsing** is aangepak.

Bemarkingsproses dinamika

- Laasgenoemde het gelei tot ons volgende 3 jaar strategie,
- Besluit om Tegnieuse bemarkingskomitee in toekoms in streke te hou



Wat is bemarking?



“Bemarking is nie die kuns om slim maniere te vind om van dit wat jy vervaardig, ontslae te raak nie. Bemarking is die kuns om werklike verbruikerswaarde te skep. Dit is die kuns om jou kliënte te help om beter daaraan toe te wees.”

pure potato passion



potatoes

SOUTH AFRICA

pure potato passion

Die Bemerkingsevolusie



SA Bemakingsevolusie

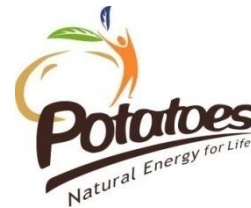
2004

Begin
bemaking



2005/6/7

Bou –
Groei -
Onderhou



2008

“IYP”



pure potato passion



Hoogtepunte bereik sedert 2007 Kongres:



Bou langtermyn **bemarkingsvennootskappe** (VPM'e, Kleinhandel, Verwerkers ,
Uitvoerders, ens)



Groei die **verbruikersbewustheid van aartappels** (Verbruikersnavorsing)



Teiken **skole** met promosieprogram ("Industrial theater en aartappel plantprojekte)



Verbind aartappels met **sport** (koolhidraadlading)



Bou kommunikasiekanaal met **dieetkundiges** (Voedingswaarde)



Gebruik unieke metodes om **media** blootstelling te verkry (Harley Davison)



Meer as **R12 miljoen** se media waarde gedurende 2008



Groei verbruik deur die bemagtiging van verbruikers, produsente en bedryfsvennote

pure potato passion



Bemarkingspandering gedurende afgelope jaar





Sekere van die bemarkingsaktiwiteite



“Spud Buddies” – R400 000 ingesamel vir voedingsprogramme vir behoeftige kinders.



Support
SPUD BUDDIES
5c of every potato bag purchased
goes towards feeding a child.
Potato-power your day!
International Year of the
Potato 2008





Nasionale in-winkel promosies



80% van alle aankoop besluite word in die winkel gemaak (Toets en uitgee van resepte by die verbruiker en hou van kompetisies).



Groei aartappel bewustheid (kompetisies en resepte)





Nasionale aartappel bewustheid

- **Reklameborde** in Strategiese posisies by Windhoek, Mapotu Luanda, Johannesburg ens.



pure potato passion



Voorbeeld van Nasionale Reklameborde

International Year of the Potato

International Year of the POTATO 2018

Potatoes
Natural Energy for Life

www.potatoes.co.za

TASTES GOOD AND
COSTS EVEN BETTER.
THAT'S POTATO POWER

pure potato passion



Nasionale aartappelbewustheid

- Lewenstyl aktiwiteite: Comrades, Ceres Sokker



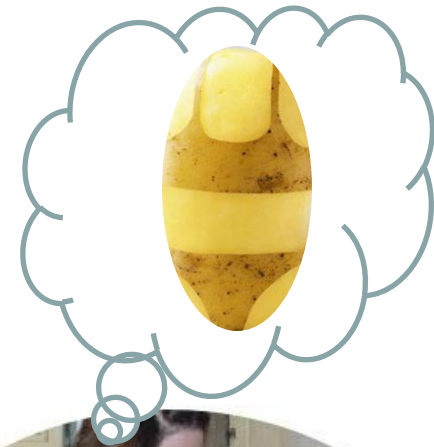
pure potato passion



Aartappelbewustheid

- Kookkompetisies: nuwe resepte met aartappels

(Ceres en by Kookskole)





Aartappelbewustheid in skole

- Skoolopvoerings en die plant van aartappels:
(Skole in KZN, Gauteng)



pure potato passion



Aartappelbewustheid op VPM'e

- Mark vennootskappe en gesamentlike promosie aktiwiteite:





potatoes

SOUTH AFRICA

pure potato passion

Impak van Bemarkingsaktiwiteit





Universiteite: Meer as 140 studente fokus op **nuwe aartappel promosie idees. (UP)**

Skole: Kommunikasie en kompetisies in **1 600 skole.**

Sport: 13 000 (uitgesluit toeskouers) die afgelope jaar blootgestel aan **aartappel promosies.**

Kleinhandel: **500 supermarkte** deel in aartappel promosies.

Markte: **5 groot markte** raak betrokke in gesamentlike aartappel promosie.

Streeksaktiwiteite: Aartappel **skoue en feeste** (Bewustheid – Redelinghuis, Petrusburg, Tolwe ens)

Liefdadigheidswerk: Ongeveer **R400 000** is oor 'n jaar ingesamel (“Spud Buddies”).

Promosieaktiwiteite: Herinneringsvlak van 32% vir aktiwiteite 2005 tot 2009.



potatoes

SOUTH AFRICA

pure potato passion

Nuwe 3 jaar bemarkingstrategie





Primêre teikenmark: LSM 4 – 7

Groei die per capita verbruik van aartappels,
Skep verbruikersbewustheid,
Beste, veelsydige voedsel en waarde vir geld.

Posisioneer aartappels as:



pure potato passion

Sleutelmikpunte in toekoms- strategie



Sekere voorbeelde van aktiwiteite binne die nuwe strategie



“Potato Hawkers Academy”

Bemagtigingsprojek – opleidingsprogram met hulpmiddels om hul verkope te groei.





Voorbeelde van aktiwiteite



Mobiele verkoopseenhede.

Sluit ook aan by die “Hawkers” bemagtigings projek



pure potato passion

Vending unit - bicycle or scooter compatible



Verstaan en verbeter die bemarkingskanale vir aartappels



Gereelde vergaderings met markte en markagente om sodoende VPM'e te optimaliseer.



Bedryfsleiers ten opsigte van samewerking met betrekking tot die verbetering van varsproduktemarkte deur die bevordering van die Artikel 7 Komitee se aanbevelings.

pure potato passion



Deurlopende verpakking verbetering

- Verbetering op papier kwaliteit
Tans besig met ondersoek na “*groener*”
(*omgewingsvriendeliker*) papier.
- Ondersoek na verpakkingsgroottes deur
Universiteit van Pretoria – 7kg & 20kg.
“In summary, there is no conclusive evidence that a 7kg
packaging is preferred to the 10kg packaging.”



pure potato passion



potatoes

SOUTH AFRICA

pure potato passion

Dankie!

