



Информационная открытость — это возможность просвещения для производителей кормов для домашних животных

Спикер форума Petfood Forum заявил, что для того, чтобы компаниям завоевать доверие потребителей, необходимо суметь донести до них свою информацию.

11 мая 2018 года

АВТОР: ЭНН РЕУС

Источник: www.petfoodindustry.com (смотрите видео здесь)

Поскольку сейчас в индустрии кормов для домашних животных лидеров общественного мнения больше, чем прежде, то для того чтобы просвещать общественность, сама отрасль должна быть более открытой.

Генриетта Бюллинг из **Aller Petfood Group**, выступившая во вторник на **Petfood Forum 2018** в Канзас-Сити, штат Миссури, заявила аудитории, что рост числа таких лидеров общественного мнения, как писатели-фрилансеры и блоггеры, означает, что представители отрасли не могут контролировать свои сообщения так же эффективно, как они делали это ранее.

«У нас была очень сильная позиция (10 лет назад), о которой теперь мы можем только мечтать, потому что не можем контролировать информацию так, как могли это делать тогда. Эти дни прошли,» — сказала Генриетта Бюллинг.

Сегодня число заинтересованных сторон значительно больше, и «самыми интересными представителями, пополнившими эти ряды, являются писатели-фрилансеры и блоггеры... и многие из них пришли не из нашей отрасли. Это самопровозглашенные специалисты по домашним животным,» — добавила она.

Щелкните здесь, чтобы посмотреть небольшое видео, в котором Генриетта Бюллинг рассказывает о том, почему производители кормов для животных должны быть более открытыми

Возможность влияния

Сегодня, в эпоху постоянной доступности интернета и обилия информации, представители отрасли кормов для домашних животных имеют возможность донести свою информацию до потребителей.

«Мы считаем, что можно открыть Google, ввести свой вопрос и получить ответ, и что этот ответ будет правильным,» — сказала Генриетта Бюллинг.

«В глубине души мы понимаем, что это не всегда так... но мы не можем увидеть, у кого находится правильный источник информации. Поэтому эти люди — писатели-фрилансеры и блоггеры — становятся чрезвычайно влиятельными, потому что они действительно могут говорить всё, что хотят, не только о концепции кормов для домашних животных в целом, но и о наших компаниях.»

Сейчас *«у нас есть такие же возможности влияния,»* — добавила она.

Недостаточная **информационная открытость отрасли кормов для домашних животных** ставит отрасль под удар распространения ложных заявлений или дезинформации.

«Мы должны заниматься просвещением не только владельцев домашних животных, но и лидеров общественного мнения», — сказала Бюллинг. «Поэтому мы должны завоевать себе положение. Нам нужно быть более открытыми и прозрачными. Для нас недостаточная информационная открытость означает оставить лидеров общественного мнения на своих собственных интересах».

Она также добавила, что более высокая информационная открытость позволяет потребителям узнавать больше об интересных им брендах и делать более осознанный выбор.

«Потребитель изменил и свой менталитет. Он хочет заглянуть за кулисы. Он хочет не просто видеть фасад бренда. ... Он хочет знать, кто вы такой,» — добавила Генриетта Бюллинг.

«Мы должны прекратить держать двери закрытыми. Мы должны делиться своими секретами. Мы должны делиться информацией со всеми заинтересованными сторонами, потому что, если мы не скажем им правду, мы не дадим им возможность сделать осознанный выбор, и они придумают свою собственную правду».

Эти статью и видео, включая все ссылки, можно найти здесь

Наша цель: информационная открытость в области производства кормов для домашних животных и в секторе кормов для домашних животных в целом

Данная статья является частью нашей общей стратегии стремления к информационной открытости в секторе кормов для домашних животных. Если вы не хотите пропустить наши статьи, акции и комментарии о тенденциях в отрасли, подпишитесь на нашу рассылку в поле справа или внизу этой страницы

#petfood #transparency #transparentpetfood #transparentpetfoodindustry