



Информационная открытость всей цепи создания кормов для домашних животных: осознанный выбор является ключевым

Каким образом производители кормов для домашних животных могут гарантировать, что у потребителя есть возможность сделать осознанный выбор? В данной статье наш CEO Генриетта Бюллинг делится своим мнением на эту тему.

2 февраля 2018 года

Автор: **Генриетта Бюллинг**, CEO, aka The Queen of Petfood в **Aller Petfood Group**

На прошлой неделе я **поделилась своим мнением относительно введения понятия «чистый термин»** в мире кормов для домашних животных. Я поинтересовалась, как «чистый термин» может стать инструментом принятия решений для потребителя, когда в индустрии домашних животных до сих пор нет единой и понятной терминологии, например, нет термина «натуральный». Информационная открытость также была одним из 3-х лидирующих трендов, упомянутых WATT Media на вебинаре Petfood Industry.

Вся цепь создания ценностей должна передавать знания и информационную открытость

Чтобы передать знания информационную открытость, мы как производители и создатели брендов кормов для домашних животных зависим от остальных звеньев цепи создания ценностей. В том числе от ветеринаров и продавцов-консультантов, как можно видеть на диаграмме ниже, где указаны лица, влияющие на владельцев домашних животных:

ВАЖНОСТЬ НАУЧНЫХ РЕКОМЕНДАЦИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ КОРМА

Источники рекомендации по выбору кормов для домашних животных



1. На что вы обращали внимание в своем исследовании при выборе корма для покупки?

Источник: Анализ, проведенный Китайским комитетом по делам Сообщества; опрос потребителей, проведенный Китайским комитетом по делам Сообщества

На последнем международном форуме Global Petforum в Венеции у меня состоялся интересный разговор с Абдулом Ханифом из компании Euromonitor. Он объяснил, что многие небольшие магазины предоставляют отличный сервис и могут помочь повысить уровень информированности потребителей. Сложность состоит в том, что уровень информированности потребителей не может быть выше уровня предоставляемой информации.

Первым звеном этой цепи создания ценностей являемся мы как производители: Именно производитель несет ответственность за передачу этой информации — как персоналу магазинов, так и конечным потребителям. Предоставление этой информационной открытости персоналу магазинов означает, что мы расширяем границы обмена знаниями за пределы маркетинговых знаний, которые «несут в себе» наши бренды. Если мы не предоставим эту информационную открытость персоналу магазинов, владельцы домашних животных никогда не смогут сделать

осознанный выбор. На мой взгляд, мы добились успеха, когда мы можем честно сказать, что мы со своей стороны сделали все, чтобы помочь потребителю сделать осознанный выбор.

Каков первый шаг? Я считаю, что отрасли кормов для домашних животных и ее поставщикам необходимо изменить свое мнение о потребителе. Как поставщики мы должны доверять потребителю, чтобы иметь возможность сделать осознанный выбор при наличии такой возможности.

От маркетинга нужно отказаться?

Но означает ли это, что мы должны отказаться от УТП (уникальных торговых предложений) и маркетинга наших кормов для домашних животных? Вовсе нет. Вместо этого мы просто должны достаточно верить в наши заявления и соображения, лежащие в их основе. Если заявления содержат ценные преимущества, они с еще большей силой будут влиять на принимаемые потребителем решения. Потому что, когда потребитель понимает исходную информацию, которую мы ему предоставляем, сделать осознанный выбор действительно не сложно.

На следующей неделе я поделюсь своим мнением о третьем и последнем из лидирующих трендов в отрасли кормов для домашних животных: Устойчивость.

Я бы очень хотела услышать ваше мнение по этой теме. Каково ваше мнение по вопросу оказания помощи нашим клиентам в осознанном выборе?

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 внизу веб-страницы.

[Связаться с Генриеттой или следить за ее обновлениями на LinkedIn](#)

#petfood #transparency #transparentpetfood #transparentpetfoodindustry