



MAŁOPOLSKA



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
– Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

EtnoMałopolska

– 3 dniowe warsztaty szkoleniowe dla przedstawicielek Kół Gospodyń Wiejskich z Województwa Małopolskiego – strażniczek dziedzictwa kulinarnego regionu .

Szaflary, 6-8 marzec 2023 r.

Gotuję po Małopolsku

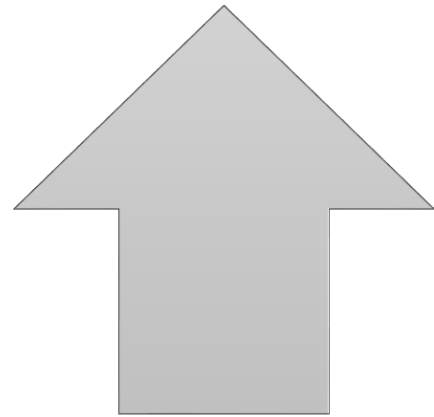
Gdzie i jak prezentować kulinaria i produkty regionalne

Kamil Wiatr

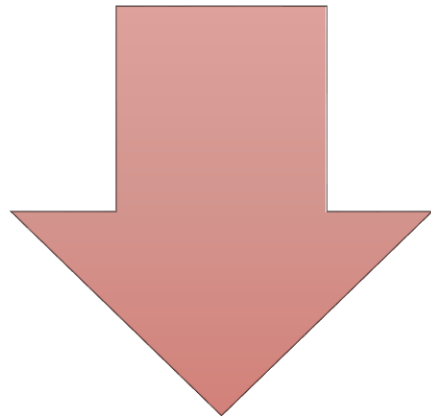
Plan spotkania

1. Jak stworzyć kreatywny pomysł i działanie?
2. Gdzie się prezentować w Małopolsce?
3. Budowanie dobrego wizerunku KGW

Potrzeby i problemy



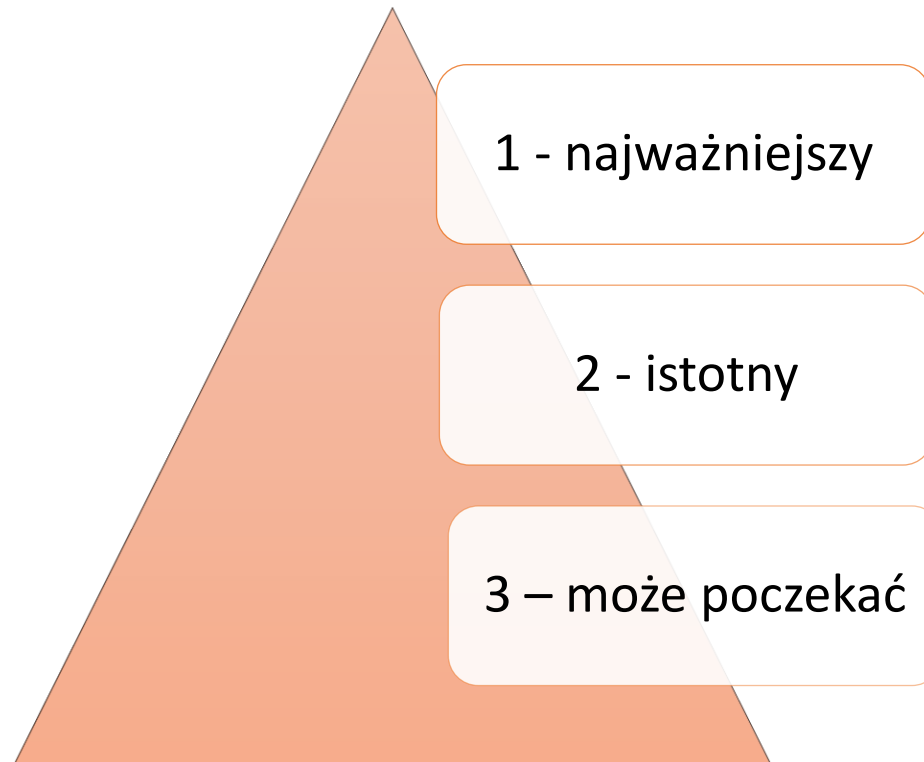
Potrzeby



Problemy

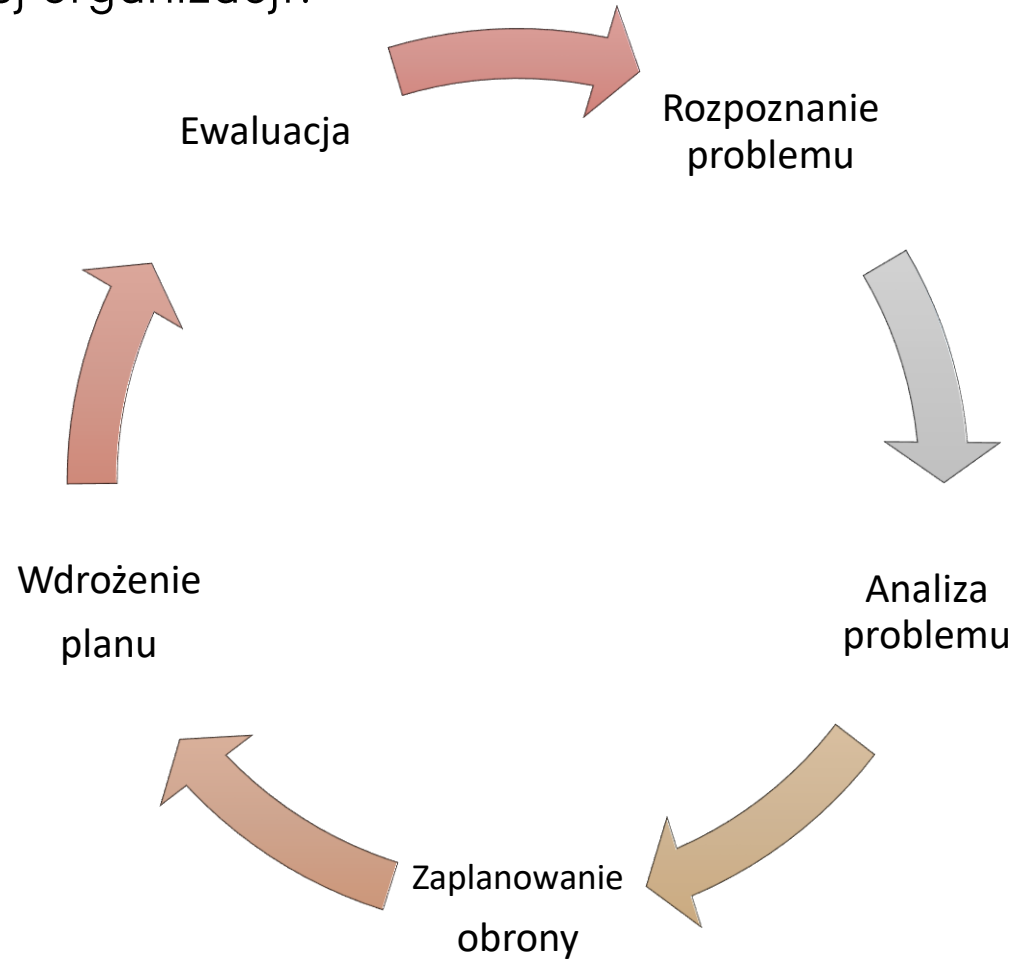
Potrzeby i problemy

Czy znamy hierarchię naszych potrzeb?



Potrzeby i problemy

Jak możemy pokonać nasze BARIERY, które są PROBLEMEM w każdej organizacji?



Potrzeby i problemy

Metody



Burza mózgów

Kiedy używamy tej metody?

- Kiedy szukasz nazwy dla nowego projektu, działania itp.
- Jeśli szukasz przyczyny jakiegoś problemu np. mało uczestników podczas wydarzeń
- Rozwiązujemy rzeczywisty problem w kreatywny i twórczy sposób
- Chcesz stworzyć zupełnie nowe wydarzenie
- Gdy zależy ci na nietypowym i zaskakującym pomysłe rozwiązaniu

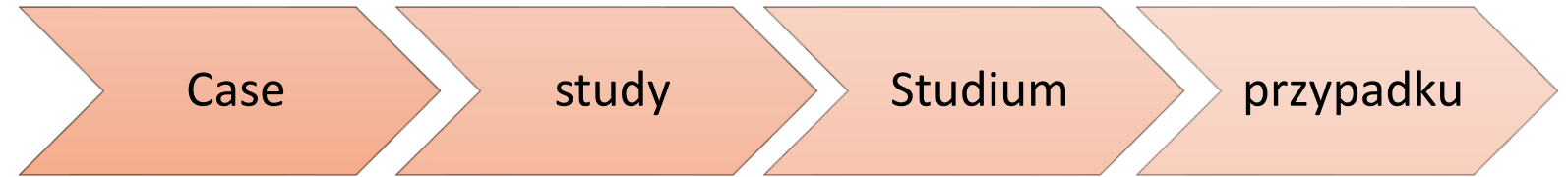


Ankieta

- Określ cel TWOJEJ ankiety.
- Musi być krótka, ale rzeczowa.
- Przygotuj listę pytań.
- Jedno pytanie odpowiada na jeden temat.
- Ogranicz liczbę odpowiedzi.
- Nie narzucaj odpowiedzi.
- Uporządkuj pytania w logiczną całość.
- Przygotuj tekst wprowadzający – jaki jest cel i tematyka ankiety, ile czasu zajmie wypełnienie ankiety.
- Poproś o przetestowanie ankiety!



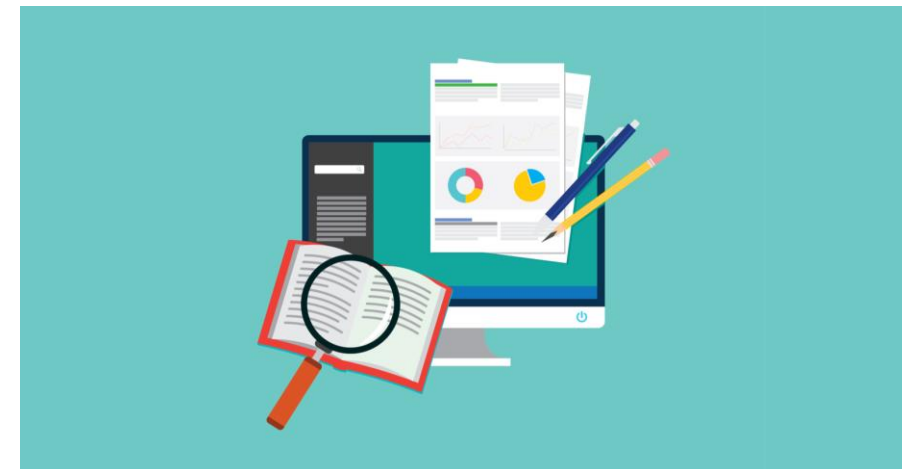
Case study



Jest to OPIS realizacji na podstawie konkretnego zrealizowanego działania lub projektu.

Dzięki temu pokazujemy cały PROCES jaki przeszliśmy od rozpoczęcia i zakończenia danego zadania.

Studium przypadku przedstawia EFEKT naszej pracy, WPŁYW zaangażowania i KORZYŚCI jakie z niego wypłynęły. Nie jest to reklama, ale praktyczne podejście do wykonywania działań.



**Gdzie się
prezentować
w Małopolsce?**



Małopolski Festiwal Smaku

- projekt skupiający działania związane z promocją małopolskich produktów regionalnych i tradycyjnych
- producenci żywności z terenu Małopolski prezentują oraz sprzedają swoje produkty i potrawy
- festiwalowi towarzyszy także wiele dodatkowych atrakcji, m.in. pokazy gotowania, konkursy, animacje dla dzieci czy koncert

Małopolski
**Festiwal
SMAKU**
Naturalnie!

 MAŁOPOLSKA

Wielka Majówka Tatrzańska

- Gminy powiatu tatrzańskiego organizują liczne imprezy, koncerty, festyny i wydarzenia, podczas których mieszkańcy i goście regionu po raz kolejny będą mieli okazję poznać i zobaczyć z bliska folklor góralski



PDZF „KRAKOWIACZEK” - ŁONIOWA

- Przegląd ma formę konkursu który daje możliwość najlepszemu merytorycznie dziecięcemu zespołowi folklorystycznemu przyznania nominacji na 46. Karpacki Festiwal Dziecięcych Zespołów Regionalnych w Rabce-Zdroju.
- Dziecięcy Przegląd Folklorystycznego Regionu Krakowiaków Wschodnich i Pogórza Ciężkowickiego "Krakowiaczek"



ŚWIĘTO KIEŁBASY LISIECKIEJ - CZERNICHÓW

- Święto wytwórców kiełbasy Lisieckiej
- Kiełbasa lisiecka jest produktem chronionym w Unii Europejskiej.



Święto Chleba - Brzesko

- Diecezjalne Święto Chleba, które od lat jest również dniem rzemiosła i rzemieślników



Święto Chleba - Kraków

- Chleb jako symbol płodności, hojności, dzielenia się, spełnienia ma wyjątkowe miejsce w niemalże każdej kulturze
- Święto Chleba wrosło w kalendarz imprez kulturalnych Krakowa i krakowskiego Kazimierza, gromadząc co roku na Placu Wolnica rzesze krakowian i turystów
- warsztaty piekarskie, konkursy dla dzieci, występy artystyczne oraz prezentacje małopolskich produktów regionalnych i tradycyjnych a także degustację win z winnic Małopolski
- w trakcie festiwalu miłośnicy regionalnych wypieków mogli skosztować słynnego chleba prądnickiego, który podobnie jak krakowski obwarzanek jest produktem piekarniczym, posiadającym certyfikat Unii Europejskiej



Święto Zabawki Ludowej - Stryszawa

- Stryszawa i okolice znane są z wytwarzania drewnianych zabawek ludowych, a zabawkarstwo żywiecko-suskie w roku 2016 zostało wpisane na Krajową listę niematerialnego dziedzictwa kulturowego. Drewniane, kolorowe ptaszki, koniki, bryczki, chodaki czy „klepoki” to tradycyjne zabawki naszych rodziców i dziadków



Święto Karpia- Zator

- Święto królewskich karpia – Dolina Karpia
- Koncerty, recitale, pokazy tańca, rękodzielnicstwo, wystawy, pokaz ptaków łowczych, a nawet pokaz sukni ślubnych



Święto Kwitnących Sadów – Łososina Dolna

- Koncerty, kabarety, pokazy taneczne, rekonstrukcje historyczne, fajerwerki i zabawa przy muzyce do późnych godzin nocnych



Święto Kwitnącej Jabłoni - Łącko

- Święto Kwitnącej Jabłoni jest świętem młodości, wiosny, kwiatów, a także pozwala zaprezentować dorobek gospodarki, kultury, sztuki i folkloru regionu sądeckiego.
- Dodatkową atrakcją imprezy będą zespoły regionalne z Małopolski, orkiestry dęte, stoiska poszczególnych wsi gminy Łącko prezentujące dorobek kulturalny i gospodarczy mieszkańców z możliwością degustacji potraw regionalnych i „Łąckiej Sliwowicy”.



Święto Grzyba - Borzęcín

- Święto Grzyba, jako integralna część Dni Gminy Borzęcín to jedna z największych imprez plenerowych w Małopolsce



Kociółek Galicyjski

Festiwal Kultury Kulinarnej "Kociółek Galicyjski" jest wydarzeniem cyklicznym, realizowanym od 2008 roku, którego celem jest popularyzacja tradycji kulinarnych Galicji oraz kuchni narodowych.

Festiwal realizowany jest w dwóch częściach:

- części konkursowej (konkurs na najlepszą potrawę i deser, przygotowane według dawnych, tradycyjnych receptur, w którym komisja ekspercka wyłania zwycięzców i przyznaje nagrody rzeczowe i finansowe)
- części popularyzatorskiej, opartej na licznych pokazach sporządzania dawnych potraw galicyjskich i degustacjach potraw kuchni narodowych: węgierskiej, cygańskiej, słowackiej, łemkowskiej oraz rodzimej kuchni polskiej, które cieszą się dużym zainteresowaniem wśród sądeczan i przyjezdnych.

Festiwalowi towarzyszą również liczne wydarzenia artystyczne: koncerty, przedstawienia taneczne, warsztaty, scenki rodzajowe, pokazy rzemieślnicze, kiermasze rękodzieła ludowego – niepowtarzalny powrót do przeszłości.



Festiwal Plackorzy - Andrychów

- Smaki Andrychowa
- Gigantyczna Patelnia
- Złota Andrychowska Czapka Kucharska



MFFZG - Zakopane



Pogórzezańskie Święto Wina i Miodu - Gromnik

- Wina z podtarnowskich winnic, miody produkowane w pobliskich pasiekach, a także sery i inne produkty regionalne



Biesiada Galicyjska – Nowy Sącz

- Połączenie atrakcji Miasteczka Galicyjskiego, z bogatą ofertą kulturalną Biesiady Karpackiej jest idealną propozycją na rodzinne spędzenie wolnego czasu.
- Podczas Biesiady, karpaccy rzemieślnicy, rękodzielnicy i artyści ludowi wystawią swoje dzieła na wielkim kiermaszu. To okazja, by zaopatrzyć się w oryginalne pamiątki. Ciekawą propozycją, szczególnie dla młodszych uczestników, są warsztaty rękodzielnicze.



Małopolskie Święto Polskiej Zielononózki Kuropatwianej

- Corocznie bardzo uroczyste obchodzone święto zielononózki kuropatwianej, kury licznie tam hodowanej i będącej chlubą regionu.
- W obszernej i zadaszanej hali wystawia się dużą ilość zielononózek kuropatwianych, rysi staropolskich oraz wiele innych ras gołębi i drobiu. Ozdobą festiwalu są pięknie urządzone stoiska kulinarne kół gospodyń wiejskich oraz szkół gastronomicznych powiatu proszowickiego.
- Tradycyjne smaczne potrawy, folkowa muzyka, bryczki, konie i dobra zabawa to stałe elementy wszystkich imprez organizowanych w tym gościnnym mieście.



Małopolskie Przegląd Dorobku Artystycznego i Kulinarnego KGW

- Przegląd ma charakter konkursu, adresowany jest do Kół Gospodyń Wiejskich, Stowarzyszeń kobiecych z województwa małopolskiego oraz grup artystycznych wywodzących się z tych organizacji, przedstawicielek Lokalnych Grup Działania.



Wigilijny Małopolski Smak - Kraków

- Grudniowa odsłona największego kulinarnego święta w regionie jest okazją do promocji bożonarodzeniowych produktów i dań z Małopolski.
- Na stoiskach ustawionych na krakowskim Rynku Głównym pojawią się małopolskie świąteczne produkty. Będzie można kupić tradycyjne wędliny, wyroby piekarnicze i cukiernicze, ryby, przetwory owocowo-warzywne czy gotowe dania (kapustę z grzybami, barszcz, uszka, pierogi), a także produkty znane z Małopolskiego Festiwalu Smaku.



Wielkie Zatorskie Żniwa Karpiove - Zator



Wielkie Zatorskie
Żniwa Karpiove



Pod Patronatem Burmistrza Zatora
18 września 2022
od godz. 11.00 do godz. 15.00
Łowisko Wędkarskie „Podolsze”
(przy drodze do Smółc)

022

Spotkanie Regionów – Kalwaria Zebrzydowska

- Spotkanie grup etnograficznych Małopolski



Święto Fasoli - Zakliczyn

- Gmina, znana z uprawy tego warzywa, jest odwiedzana w tym okresie przez wielu turystów
- Święto Fasoli w Zakliczynie jest jedną z największych i najciekawszych imprez w regionie.



IFMM - Myślenice

- Międzynarodowy Festiwal Folklorystyczny
- Tydzień Kultury Beskidzkiej



Święto Suszonej Śliwki - Iwkowa

- „Święto Suszonej Śliwki” odbywa się rokrocznie od 2001 r. Impreza ma na celu promocję produktu regionalnego jakim jest suszona śliwka oraz popularyzację walorów turystycznych i krajobrazowych Gminy Iwkowa.



Międzynarodowy
Festiwal Koronki
Klockowej -
Bobowa



Święto Pieczonego Ziemniaka - Miękinia

- Cykliczna impreza, która wrosła już w lokalną tradycję wspólnego biesiadowania przy pieczonych ziemniakach.



Rajskie Święto Truskawki

- Świetna zabawa, ciekawe konkursy a przede wszystkim mnóstwo truskawek – to musi być Rajskie Święto Truskawki w Rajbrocie.
- Od lat Rajbrot zaprasza na tą uroczystość wszystkich, którzy choć na chwilę chcą poczuć się jak w raju...
- Tego dnia każdy znajduje trochę czasu i przybywa na imprezę jedyną i niepowtarzalną, wszyscy mają dobry humor i każdy świetnie się tu czuje.
- Każdego roku ziemia rajbrocka wita wielu gości i wszystkich fascynuje swym urokiem. Zabawę uświetnia orkiestra, liczne zespoły, kabarety i wodzireje. Wieczorem młodzież bawi się na dyskotecie pod gwiazdami.
- Późną nocą kończy się imprezę i wszyscy długo wspominając truskawkowe szaleństwo.



Biesiada u Bartnika

- Biesiada u Bartnika” w Stróżach co roku gromadzi tłumy ludzi - zarówno specjalistów z dziedziny pszczelarstwa, jak i amatorów pszczelich produktów.
- Poza szkoleniami dla fachowców, w Sądeckim Bartniku można było nabyć wszelkie produkty prosto z pasieki - miód, propolis, mleczo pszczele i wiele innych.



Święto Łopółki - Łoniowa

- Co roku, w ostatni weekend czerwca odbywa się święto wsi Łoniowej, czyli Łopółka. Pomysłodawcami ustanowienia święta są członkowie Stowarzyszenia Folklorystycznego „Łoniowiacy”. Ma ono na celu nie tylko promowanie kultury ludowej, ale także ocalenie od zapomnienia niemal niepraktykowanego już rzemiosła

Stowarzyszenie Folklorystyczne „Łoniowiacy”

Zaprasza na:

ŚWIĘTO ŁOPOŁKI

Amfiteatr Letni
w Łoniowej

28-29 czerwca 2014r

28.06.2014 (sobota)

13:00 – Warsztaty „Łopółkarskie” podczas których będzie można poznać zapomnianą sztukę wyplatania „łopółki” – chętnych prosimy o kontakt tel. 695 270 368 lub na e-mail zpif@loniowiacy.pl – ilość miejsc ograniczona (decyduje kolejność zgłoszeń), zapisy do 26.06.2014 r.

20:00 – zabawa taneczna

29.06.2014 (niedziela)

Kiermasz Sztuki Ludowej połączony z prezentacją rękodzieła lokalnych twórców.

15:00 – „Alladyn” - Bajka w wykonaniu rodziców dzieci z Przedszkola w Łoniowej

15:40 – Prezentacja artystyczna dzieci z Przedszkola w Łoniowej

16:15 – Występ ZPiT „Mali Łoniowiacy”

16:30 – Prezentacja „łopolek” wykonanych na warsztatach

16:45 – Występ ZPiT „Łoniowiacy”

17:15 – „Jak założyłem swoją rodzinę” - przedstawienie w wykonaniu dzieci ze Szkoły Podstawowej w Łoniowej

17:45 – Obrzęd „Zmówiny”

18:15 – Zabawa - niespodzianka

18:40 – Występ ZPiT „Mali Łoniowiacy”

19:00 – „Darcie pierza” przedstawienie w wykonaniu Koła Gospodyń Wiejskich

19:20 – Występ ZPiT „Łoniowiacy”

20:30 – Gwiazda Wieczoru - **Koncert zespołu „Cover Band”**

Dzięki pozyskanym środkom z UE Zespół Pieśni i Tańca „Łoniowiacy” wystąpi w nowych elementach strojów ludowych.

Święto Storczyka

- Gmina i Miasto Miechów położone są na Wyżynie Miechowskiej-pięknej i zróżnicowanej nie tylko pod względem ukształtowania rzeźby terenu, ale również występujących tu rzadkich gatunków roślin i zwierząt.
- Duże kompleksy leśne oraz nieskażona przyroda są niekwestionowanymi atutami regionu. Na terenie gminy Miechów zostało utworzonych aż 8 ostoje europejskiej sieci ekologicznej Natura 2000, a występujące tutaj kwietne murawy kserotermiczne są szczególnym bogactwem Miechowszczyzny, a zarazem unikatowym siedliskiem nie tylko w skali Polski, ale i całej Europy. Wśród występujących tu roślin z pewnością uwagę zwracają niezwykle storczyki.



DLA SZKÓŁ I PRZEDSZKOLI

GMINA MIECHÓW KRAINĄ STORCZYKA

PRACE NALEŻY DOSTARCZYĆ DO
**DOMU KULTURY
W MIECHOWIE**
do **16 MAJA 2022**

WARUNKI UDZIAŁU:
Praca plastyczna formatu A4,
technika dowolna:
malarstwo, rysunek, węgiel, plastelina, itp.

OGŁOSZENIE
WYNIKÓW PODCZAS
IV ŚWIĘTA STORCZYKA





Dni Miast/Miejscowo ści

- Dni Chrzanowa
- Dni Skały
- Dni Niepołomic
- Dni Brzeska
- Dni Zakliczyna
- Dni Tarnowa
- Imieniny Nowego Sącza

ETNOmania

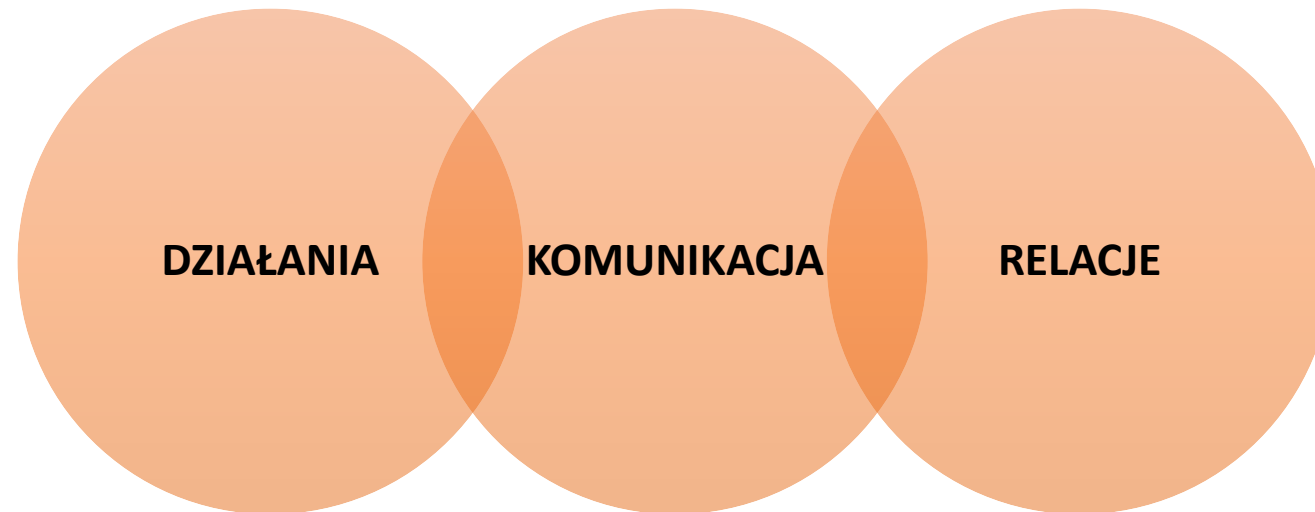
- warsztaty, targi, pokazy, wystawy, etnoinstalacje, koncerty, prezentacje i dużo dobrej zabawy dla wszystkich, bez ograniczeń wiekowych
- STREFY TEMATYCZNE: Rzemiosła, Eko i Folkdizajnu, Muzyki, Dzieci i Smaku&Relaksu!
Podczas ETNOmani będzie można poznać i zakupić wspaniałe rzeczy na stoiskach ponad 150 wystawców rzemiosła, eko i folkdizajnu i etnosmaków, wziąć udział w ponad 30 warsztatach i pokazach, a do tego pokaz ETNOmody, artystyczne wspólne działania z Żywą Pracownią, strefa dzieci pełna zabaw, animacji i gier oraz etnosmaki i relaks w cieniu chat.





Budowanie wizerunku KGW
Promocja działań koła
Lokalne media
Skuteczna komunikacja

Budowanie wizerunku



Budowanie wizerunku



DZIAŁANIA

1. JAKĄ MASZ WIZJĘ I MISJĘ SWOJEJ MARKI?
2. PRZYGOTUJ PLAN SWOICH DZIAŁAŃ!
PODZIEL ZADANIA!
3. OKREŚL SWOJĄ GRUPĘ DOCELOWĄ!
4. DZIAŁAJ!

Budowanie wizerunku



KOMUNIKACJA

1. OKREŚL W JAKI SPOSÓB BĘDZIESZ BUDOWAŁA SWOJĄ MARKE?
2. W JAKI SPOSÓB BĘDZIESZ KOMUNIKOWAŁA SIĘ ZE SWOIM ZESPOŁEM?
3. W JAKI SPOSÓB BĘDZIESZ KOMUNIKOWAŁA SIĘ ZE SWOIM ODBIORCĄ?

Budowanie wizerunku



RELACJE

1. UTRZYMUJ RELACJE ZE SWOIMI ODBIORCAMI
2. ZASTANÓW SIĘ CZEGO ONI OD CIEBIE OCZEKUJĄ
3. PYTAJ I WSPIERAJ!

Promocja działań

- Czym CHARAKTERYZUJE się wasza grupa odbiorców?
- Jakie usługi i produkty możesz im ZAPROPONOWAĆ?
- Czy twoje koło, to odpowiedni ZESPÓŁ do pracy?
- Jaką masz wizję na BUDOWANIE swojej marki?



**POPRAZ SWÓJ
WIZERUNEK, UNIKALNOŚĆ
I SWOJĄ OSOBOWOŚĆ
BUDUJECIE RELACJE ZE
SWOIMI ODBIORCAMI**

Promocja działań

- Ciężko jest wyróżnić się, ponieważ ilość kół jest bardzo duża, a działalność bardzo podobna. Jednak wystarczy JEDNA CHARAKTERYSTYCZNA rzecz, aby o was mówiono i was pamiętano.
- **Co to może być?**



Strategia informacyjno-promocyjna

- ZAPLANUJCIE działania promocyjne
- OKREŚL swoje cele w danym momencie
- ROZPISZ harmonogram imprez, które organizujecie
- ROZPISZ harmonogram imprez w których weźmiecie udział (wydarzenia zewnętrzne)



Promocja działań

Pokazujcie informacje o waszych wydarzeniach, spotkaniach, piknikach, jarmarkach itp.

Publikujcie relacje fotograficzne z krótkim komentarzem z waszych wydarzeń.

Informujcie o waszych osiągnięciach, nagrodach, sukcesach.

Poruszajcie tematy, które wam są bliskie, które dotyczą waszych zainteresowań.

Pokazujcie swoją działalność.
Opowiadajcie swoją historię.

Jeśli nawiązujecie nowe partnerstwa, współpracy - pokażcie to wszystko!

Budżet

Jaki macie BUDŻET na działania promocyjne w danym roku?
Jakie materiały promocyjne chcecie WYPRODUKOWAĆ w danym roku?

WYDRUK materiałów (plakaty, ulotki, broszury) należy zaplanować z dużym wyprzedzeniem, ponieważ wtedy możecie liczyć na mniejsze koszty produkcji.

PLANOWANIE POZWOLI NA SPOKOJNE I RZETELNE PRZYGOTOWANIE SIĘ DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH.

**Jakie media społecznościowe
używamy w działalności?**

Facebook

Wizytówka KGW (strona www)

Angażujące/ciekawe treści

Regularna publikacja postów

Grafiki i zdjęcia

Odpowiednia treść



Instagram

Publikacja zdjęć (jakość/terminowość)

Liczba postów: 1-2 dzień

Insta Stories

#hashtagi + lokalizcja



Najpopularniejsze

hashtagi

dla produktów gastronomicznych regionalnych, lokalnych i tradycyjnych^[21]

JEDZENIE I GASTRONOMIA

#food #foodporn #instafood #yummy #foodie #delicious #foodpictures #foodstylist #cooking #cook #recipe #omom #vege #vegetarian #vegetable #vegetables #vegan #fish

FIT I ZDROWE ODŻYWIANIE

#fit #healthyfood #healty #diet #dieta #zdrowo #sugarfree #healthylifestyle #zdrowejedzenie #zdrowe #zdrowejedzenie #zdrowesniadanie #owoce #warzywa #bezpłastiku #bezkonserwantow #eco

KAWA I SŁODYCZE

#coffee #kawa #instacoffee #coffeetime #coffeebreak #latte #espresso #capuccino #kawiarnia #cafe #cake #sweet #słodkości #słodkie #słodko #instasweet #dessert #desery #brownie #cupcake #cupcakes #wypieki #omomom #ciasto #chocolate #tarta #chocolatecake #muffinki

PRODUKT REGIONALNY, LOKALNY I TRADYCYJNY

#dobrepolskie #kuchniapolska #lokalneprodukty #kgw #tradycyjnie #lokalnie #regionalnie #kuchniaregionalna #kuchniaregionu #regionalnakuchnia

Informacja prasowa

Jeśli chcesz, aby szerokie grono odbiorców DOWIEDZIAŁO SIĘ o twoich wydarzeniach, spotkaniach, działalności musisz INFORMOWAĆ o tym media.

PRZYGOTUJ INFORMACJĘ PRASOWĄ!



Informacja prasowa



Informacja prasowa - zasady

KOMUNIKAT PRASOWY informujący o przygotowywanej imprezie musisz pamiętać o kilku zasadach:

- pierwszy komunikat prasowy wyślij na dwa tygodnie przed wydarzeniem, a następnym tygodniu możesz wysłać drugi, przypominający,
- każda taki komunikat musi posiadać **TYTUŁ** – dobry, chwytliwy, który przyciągnie uwagę,
- **LEAD** to pierwszy akapit takiej informacji, który powinien odpowiedzieć na pytania: co? gdzie? kiedy? kto? dlaczego? Po tym wstępie wasz potencjalny odbiorca powinien być zaciekawiony i dzięki temu będzie czytał dalej,
- w **ROZWINIĘCIU** podajemy szczegółowe informacje, które są dopełnieniem leadu,
- **DATE** zawsze umieszczamy na samej górze informacji,
- **KONTAKT** do osoby, która będzie znała jeszcze więcej szczegółów, jeśli dziennikarz zainteresuje się twoim tematem i zechce poznać sprawę jeszcze dokładniej (w pandemii bardzo popularne stało się udzielanie wywiadów przez telefon, więc musi to być osoba komunikatywna. Zamieszczamy tam imię, nazwisko, telefon i e-mail.
- **POPRAWNOŚĆ JĘZYKOWA I FORMA GRAMATYCZNA**, taki komunikat piszemy w osobie trzeciej, tak aby redakcja mogła dokonać drobnych zmian stylistycznych i mogła od razu publikować materiał,
- warto na sam koniec powtórzyć kilka faktów i wyszczególnić je: co? gdzie? kiedy? dla kogo? organizatorzy? partnerzy?

Zasada odwróconej piramidy



Baza mediów lokalnych

- **BAZA MEDIÓW**

- Zrób listę lokalnych mediów (prasa, radio, telewizja). ZADZWOŃ lub napisz, taki kontakt znajdziesz w stopce redakcyjnej lub na stronie

- w zakładce kontakt. To ważne, aby wykonać ten PIERWSZY RUCH, ponieważ krótko przedstawisz swoją działalność koła i otrzymasz bezpośredni kontakt do osoby z redakcji, która zajmuje się takimi tematami.



Baza mediów lokalnych – przykład

Imię i nazwisko	Funkcja	Telefon	Adres e-mail	Tytuł medium	Rodzaj medium
Iwona Kowalczyk	reporter	690 680 670	i.kowalczyk@echogryfina	Echo Gryfina	prasa
Maria Nowak	reporter	691 681 671	mnowak@radiogryf	Radio Gryf	radio
Tadeusz Kowalski	dziennikarz, dział online	692 682 672	tkowalski@gryfinoinfo.pl	www.gryfino.info.pl	internet
Anna Zielińska	dziennikarz, kierownik działu informacji	693 683 673	annazielinska@tvgrzyf	TV Gryf	telewizja

Działania promocyjne w Twojej miejscowości



Tablica informacyjna – na takiej tablicy zawsze będziecie zamieszczać informacje o waszych wydarzeniach i będzie je łatwo znaleźć. Pamiętaj, że nie każdy musi mieć dostęp do internetu.



Sklep – jeśli jest sklep w Twojej miejscowości to porozmawiaj z właścicielem czy zgodzi się, aby KGW mogło umieszczać tam informacje o swoich spotkaniach.



Parafia – jeśli macie dobre relacje z Waszym proboszczem, to będzie mógł on ogłosić taki komunikat przy ogłoszeniach parafialnych



Szkoła, przedszkole, biblioteka – to są miejsca gdzie przebywają dzieci, może warto porozmawiać z dyrektorem, abyście mogły tam też wywiesić swój plakat

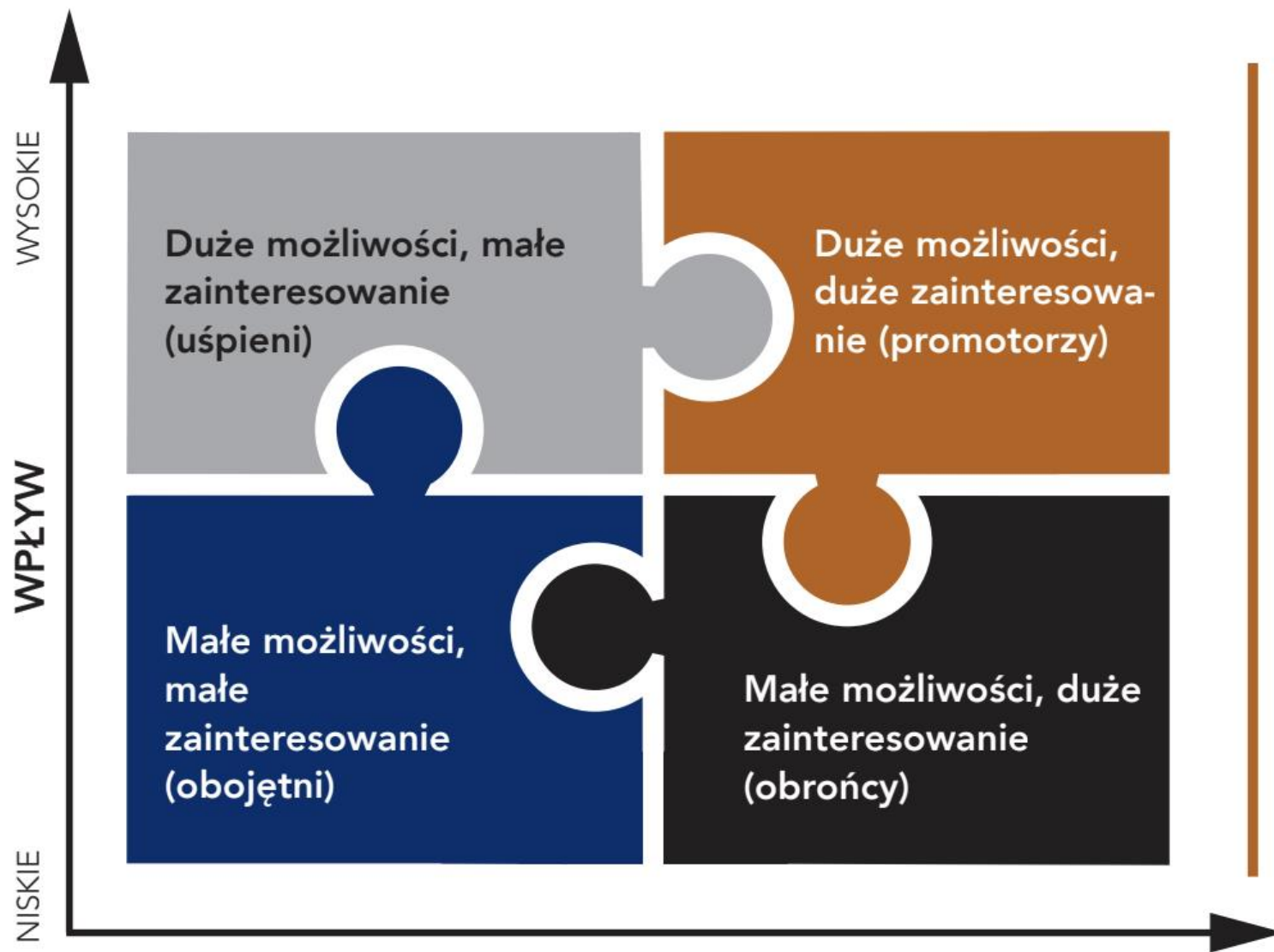


Sołtys, radni – współpraca na tym szczeblu jest kluczowa, a dodatkowo np. zebranie wiejskie można wykorzystać do promocji swoich działań.

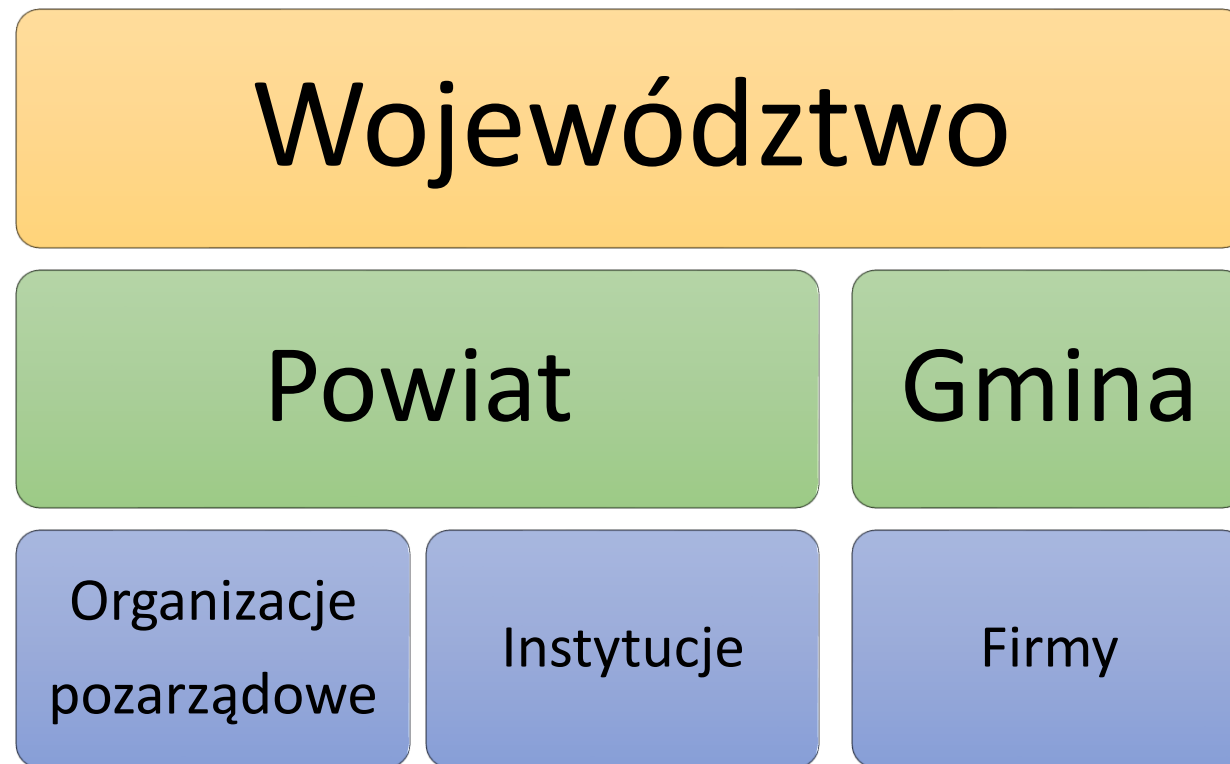


OSP, inne organizacje – wasze partnerskie relacje to podstawa, wspólnie możecie działać wiele.

Jacy są odbiorcy w naszej miejscowości?



Z kim nawiązać partnerstwo?



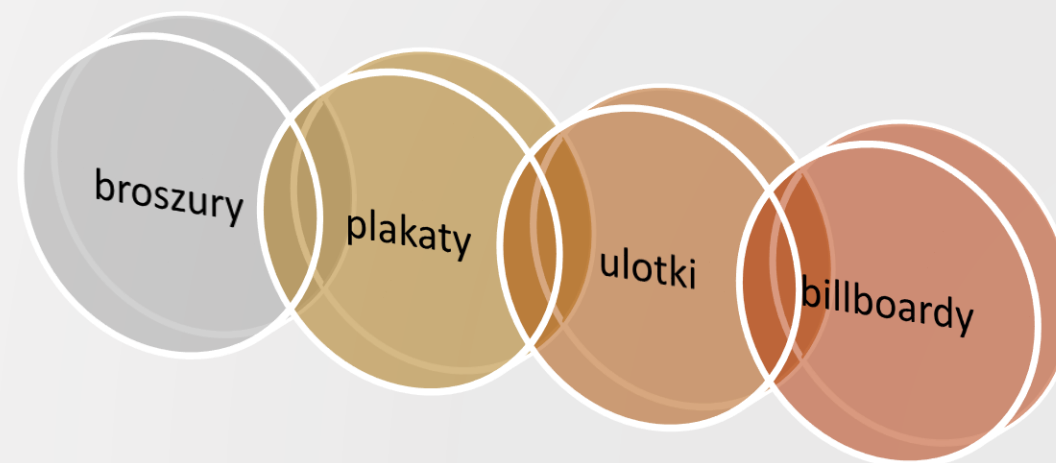
Formy współpracy

Na jakie formy współpracy możesz liczyć? Współpraca powinna opierać się na RÓŻNYCH FORMACH. Najczęściej spotykamy:

- działania informacyjno-promocyjne
- szkolenia/warsztaty podnoszące kompetencje
- wymiana dobrych praktyk
- wspólne uczestnictwo i realizacja projektów i inicjatyw oddolnych
- działania na rzecz aktywności lokalnej społeczności
- możliwość dofinansowania działań / umowy barterowe / partnerskie
- informowanie o nowych projektach, grantach
- doradztwo i udzielenie pomocy merytorycznej np. w pisaniu w projektów
- udzielanie darmowych porad prawnych, promocyjnych itp.
- pomoc w nawiązywaniu współpracy z mediami

Narzędzia skutecznej komunikacji

KOMUNIKACJA jest bardzo ważna, ponieważ to dzięki niej przekazujemy informacje, ale także WZBUDZACIE zainteresowanie wśród odbiorców stałych i tych nowych. To od was zależy co będzie zawierała taka informacja. Narzędzia komunikacji marketingowej to wszystkie formy reklamy, informacje prasowe.



Narzędzia skutecznej komunikacji

Nie musisz wybierać WSZYSTKICH środków komunikacji, lepiej skupić się na kilku, ale prowadzić je trzeba SYSTEMATYCZNE i STARANNIE. Jest to wasza wizytówka i dzięki temu utrzymujecie relacje z najbliższym otoczeniem.

Dzięki REGULARNEJ publikacji i relacjonowaniu waszej działalności budujecie zaufanie i jesteście przy tym wiarygodne. Dzięki temu większa ilość osób zauważy was i zainteresuje się nowymi tematami. Bądźcie w tym szczere i miejcie z tego przyjemność.



Promocja i sprzedaż produktów lokalnych

Jakie działania podejmujemy?

Promocja

- Jakie formy promocji stosujemy?
- Gdzie promujemy swoją działalność?

Produkty

- Jakie wyroby są naszą specjalnością?

Sprzedaż okazjonalna

Jeśli wasze produkty lokalne wytwarzane są na małą skalę, z produktów z waszego otoczenia (żywność, rękodzieło, czasami wyjątkowe usługi, to wasze koło może prowadzić SPRZEDAŻ OKAZJONALNĄ, a wasz dochód ze sprzedaży podczas różnych wydarzeń jest przeznaczony na CELE STATUTOWE.



Sprzedaż okazjonalna

Warto się zabezpieczyć i w waszym statucie zamieścić zapis, który będzie odnosił się do sprzedaży okazjonalnej. Zaznaczcie, że jest to JEDNORAZOWY dochód i się on równoważy z innymi kosztami np. transportem członkiń na imprezę, przewozem potrzebnego sprzętu i z zakupieniem i wykonaniem danego produktu.



Analiza naszej miejscowości

Czy są CHARAKTERYSTYCZNE wyroby lokalne w waszej miejscowości?

Czym wy szczególnie się WYRÓŻNIACIE na tle innych KGW?



**Jak
promować,
aby
sprzedawać?**





Co podkreślać w naszym przekazie handlowym?

Cechy produktów spożywczych najczęściej podkreślane przez producentów żywności⁽⁸⁾

- Gwarancja jakości (certyfikat, znak, godło)
- Marka i reputacja firmy
- Cena
- Smak
- Walory estetyczne opakowania
- Naturalność produktu
- Walory praktyczne opakowania
- Walory zdrowotne
- Polska firma, polski charakter produktu
- Świeżość produktu
- Niepowtarzalność produktu
- Brak konserwantów lub sztucznych dodatków
- Polskie pochodzenie składników
- Identyfikacja z regionem produkcji
- Rodzinna firma
- Łatwość przygotowania i spożycia
- Tradycyjna receptura
- Zapach
- Obniżona zawartość cukru, tłuszczu lub soli
- Ekologiczny charakter produktu
- Spełnianie wymogów specyficznych diet



Kryteria wyboru żywności tradycyjnej i regionalnej

- Jakość
- Naturalny wygląd żywności
- Skład, receptura, naturalne składniki
- Zawartość konserwantów, brak konserwantów
- Pochodzenie, producent
- Opakowanie
- Certyfikaty
- Cena

Unikalny produkt - przekaz werbalny

- Elementy, które należy wyeksponować słownie na opakowaniu:
- Nazwa produktu i jego unikalnych rodzaj (produkt regionalny, lokalny, tradycyjny, ekologiczny)
- Korzyści produktu np.: „nie zawiera konserwantów” / „nie zawiera cukru” / „źródło błonnika pokarmowego” / „źródło witamin” / „łatwy do smarowania”
- Unikalny charakter produktu, np.: „tradycyjna receptura od pokoleń” / „dla najmłodszych” / „z dodatkiem jarmużu” / „dodatek do mięs, wędlin i sałatek” / „letnie orzeźwienie” / „dodatek do deserów i napojów” / „produkt ekologiczny”

Organizacja stoiska

Stworzenie scenariusza – z wyprzedzeniem zaplanujmy jakie atrakcje i wydarzenia będą odbywały się na stoisku, jak np.:

- degustacja i pokaz gotowania „na żywo”,
- występ artystyczny członków koła,
- warsztaty kulinarne czy plastyczne,
- spotkanie ze specjalistą np. dietetykiem, plastykiem, cukiernikiem.



Organizacja stoiska

Aranżacja stoiska – to jeden z najważniejszych elementów, który pomoże przyciągnąć uwagę uczestników wydarzenia i wyróżni stoisko spośród licznej konkurencji. Mogą w tym pomóc, np.:

- przygotowanie tzw. ścianki promocyjnej (np. z logotypem koła lub jego nazwą będzie pełniła funkcję tła i pozwoli zidentyfikować oraz zapamiętać wystawcę),
- estetyczny system wystawienniczy (czyli inaczej lady, półki i stoły, na których prezentowane są produkty),¹
- wybranie oferty, która zostanie zaprezentowana – na stoisku nie jesteśmy bowiem w stanie pokazać wszystkich działań i produktów KGW, a zbyt duża liczba informacji może rozpraszać zwiedzających,
- odpowiednia prezentacja produktów, np. przy wykorzystaniu biodegradowalnych naczyń jednorazowych, staranne i eleganckie opakowania np. z nazwą koła lub jego logotypem, a także z zachowaniem odpowiedniej i harmonijnej estetyki, nawiązującej do cech produktów,
- odpowiednie oświetlenie i wyposażenie techniczne (nagłośnienie, sprzęt audiowizualny, dostęp do prądu).
- Przygotowanie gadżetów lub próbek produktów do degustacji
- Materiały promocyjne



Narzędzia promocji konsumenckiej

Próbki (dodawane do zakupu danego produktu lub degustacje).

Kupony i rabaty (kupony rabatowe na następne zakupy).

Promocje powiązane (prowadzone we współpracy z innymi producentami żywności lub między produktami).

Podarunki (dla stałych klientów).



Próbki (dodawane do zakupu danego produktu lub degustacje).

Kupony i rabaty (kupony rabatowe na następne zakupy).

Promocje powiązane (prowadzone we współpracy z innymi producentami żywności lub między produktami).

Podarunki (dla stałych klientów).



Wymogi sanitarne

PRZESTRZEGAJ wymogów sanitarnych.

Każda taka impreza musi posiadać **REGULAMIN**, więc należy się z nim **ZAPOZNAĆ**.

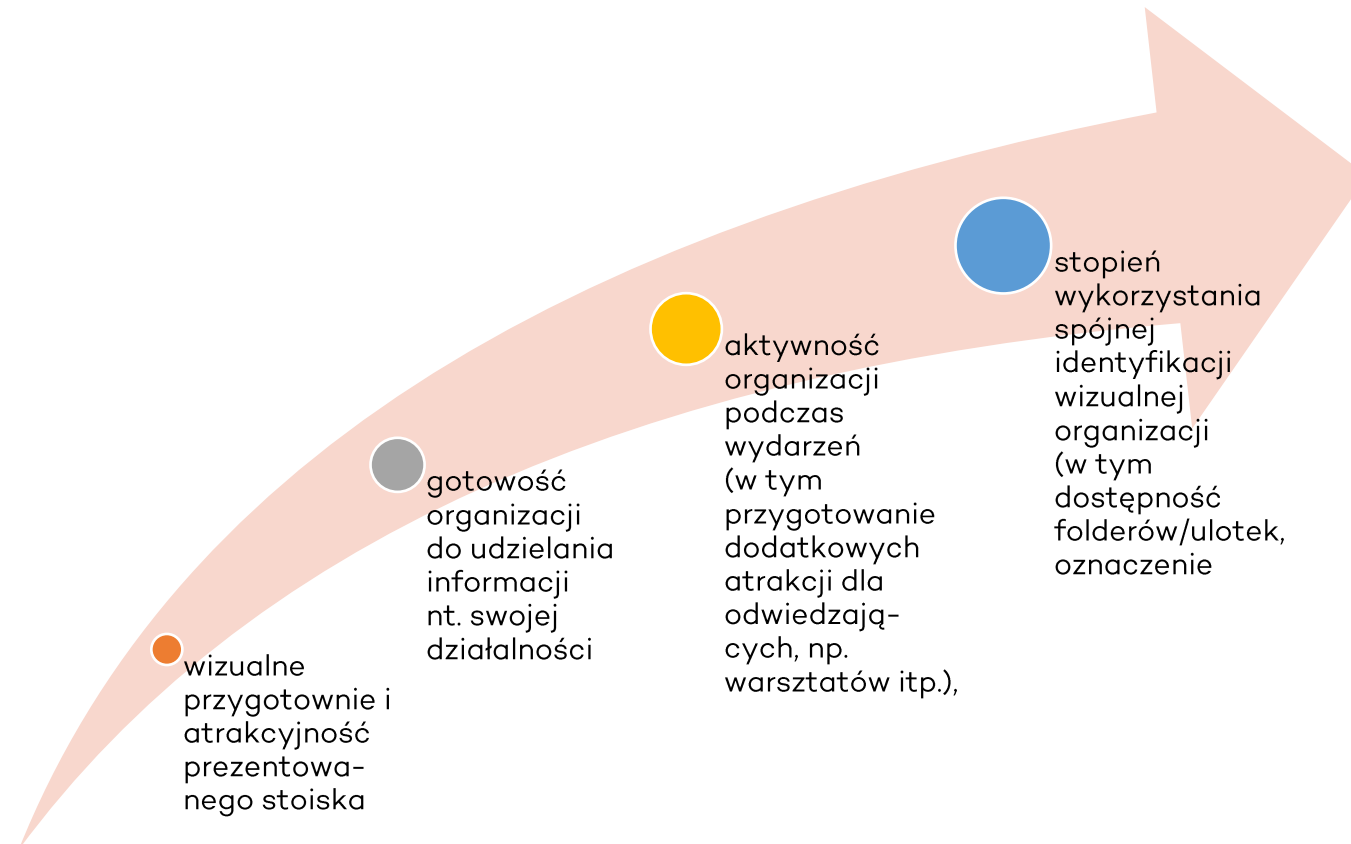
Niezależnie czy jest to sprzedaż okazjonalna, czy stała. Żywność musi pochodzić ze **ZNANEGO** źródła.

Na tydzień przed imprezą wytwórca lub organizator mu zgłosić sprzedać produktów odpowiednim służbom.

Osoba, która sprzedaje żywność na waszym stoisku musi mieć ważne **BADANIE** lekarskie do celów sanitarno-epidemiologicznych.



Na co zwracają uwagę nasi odbiorcy?



Dziękuję!
Do zobaczenia jutro 😊

Kamil Wiatr
kamilwiatr88@gmail.com

