



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrang, Tadeusz Szypuł, Mirosław Gostomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen



Operacja pt. "Zielone Mleko", współfinansowana jest ze środków Unii Europejskiej
w ramach działania "Współpraca"
Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 - 2020.

Tytuł operacji: "Zielone Mleko".

Cel Operacji: Innowacje w produkcji mleka krowiego surowego, jego przetwórstwie i wprowadzeniu na rynek serów dojrzewających o podwyższonych walorach odżywczych. Przewidywane wyniki operacji: produkcja wysokiej jakości serów dojrzewających o wyjątkowych właściwościach odżywczych, wdrożenie modelu żywienia krów mlecznych paszami pozyskiwanymi z użytków zielonych, zastosowanie do produkcji serów dojrzewających innowacyjnych rozwiązań technologicznych, wprowadzenie innowacji marketingowych.

Działania promocyjne prowadzone w celu promocji sera Mlecznego marki Serenada produkowanego w ramach projektu Zielone Mleko.

Marketing jest niezwykle ważnym elementem prowadzenia biznesu we współczesnym świecie. Firmy konkurują o uwagę klientów w coraz bardziej zatłoczonym środowisku reklamowym. Aby wyprzedzić konkurencję i skutecznie dotrzeć do swojej grupy docelowej, przedsiębiorstwa muszą wykorzystywać nowoczesne i kompleksowe podejście. Powinny one zakładać holistyczne spojrzenie na działania marketingowe, które koncentruje się na wielu różnych kanałach komunikacji. Tak też dzieje się przy promocji sera Mlecznego, który produkowany jest w ramach projektu Zielone Mleko. Jest to ser o wielu walorach zdrowotnych, w swoim składzie zawierający kwas omega 3 i omega 6 a także beta karoten. Mleko wykorzystywane do produkcji tego sera pochodzi od krów, które wypasają się na zielonych łąkach oraz mają zapewniony pełen komfort w myśl zasady dobrostanu zwierząt.



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"



Uniwersytet Techniczno-Przyrodniczy
im. Józefa Słupskiego w Bydgoszczy



GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrąg, Tadeusz Szypuł, Jacek Gostomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen

Założeniem jest, aby podczas promocji tego produktu zastosować wiele kanałów komunikacji, które w połączeniu będą docierały do bardzo szerokiej grupy odbiorców. Promocja zaplanowana jest w drugiej połowie roku na przestrzeni miesiąca września i października z późniejszą kontynuacją zarówno przy półce sklepowej jak również w różnego rodzaju nośnikach reklamowych. Będzie obejmowała między innymi takie kanały jak:

1. Telewizja
2. Radio
3. Prasa
4. Internet
5. Media społecznościowe
6. Targi i konferencje
7. Lekcje serowe w szkołach podstawowych i średnich
8. Materiały POS i działania przy półce
9. Degustacje w miejscach sprzedaży

Ad.1 Telewizja

Zaletą kampanii telewizyjnej jest to, że jest ona najbardziej perswazyjne spośród wszystkich innych, ponieważ oddziałują na wszystkie zmysły. Ma ona dużą wiarygodność i dociera do szerokiej grupy odbiorców, co ma przełożenie na sprzedaż produktów. Reklama telewizyjna w projekcie Zielone Mleko zakłada spot, który wskaże na nowy produkt, który pojawił się na półkach sklepowych. Wskazuje on na bardzo ważny aspekt czy to, że produkowany jest on od krów, które spędzają czas na zielonych łąkach, są wypasane i mają zapewniony pełen komfort życia. Lektor w spocie wyraźnie podkreśli ten fakt, a w myśl ówczesnie panujących trendów jest to bardzo istotna i ważna dla konsumentów informacja.

Spot telewizyjny wyemitowany będzie 20 razy na antenie TVP 2 przy programie „Pytanie na śniadanie”. Kampania rozpocznie się w pierwszych dniach października.



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrang, Tadeusz Szypulski, Jacek Gostomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen



LEKTOR: Serenada, pyszny ser i kropka. Znasz już Radamera i Salami, a teraz poznaj Ser Mleczny od krów z wolnego pastwiska, wolny także od barwników i konserwantów!

AD. 2 Radio

W ramach promocji sera Mlecznego z projektu Zielone Mleko została zaplanowana informacyjna kampania radiowa – terminarz emisji reklam znajduje się w poniższym harmonogramie.

TERMINARZ EMISJI REKLAM

23GALERIA8B

Nazwa reklamy w komputerze

#ADRI

#N/D

Wszystkich emisji

##

Brakuje emisji

pakiet {np.:1 30

koszt emisji

Razem netto

2 580,00 zł

A 8S

#N/D

Razem brutto

3 173,40 zł

Data	pn	wt	śr	cz	pi	so
Godziny emisji	18 - 22 WRZESIEŃ					
6.30-7.00						
7.00-8.00	A	A	A	A	A	
8.00-9.00	A	A	A	A	A	
9.00-10.00	A	A	A	A	A	
10.00-11.00	A	A	A	A	A	
11.00-12.00	A	A	A	A	A	
12.00-13.00						
13.00-14.00	A	A	A	A	A	
14.00-14.30	A	A	A	A	A	
15.00-15.30						
16.00-17.00	A	A	A	A	A	
17.00-18.00	A	A	A	A	A	
18.00-19.00	A	A	A	A	A	
19.00-20.00	A	A	A	A	A	
21.00-22.00						
22.00-23.00						
Razem A	11	11	11	11	11	5
Razem B	0	0	0	0	0	0
RAZEM	11	11	11	11	11	0
55						

Data	pn	wt	śr	cz	pi	so
Godziny emisji	25 - 29 WRZESIEŃ					
6.30-7.00						
7.00-8.00	A	A	A	A	A	
8.00-9.00	A	A	A	A	A	
9.00-10.00	A	A	A	A	A	
10.00-11.00	A	A	A	A	A	
11.00-12.00	A	A	A	A	A	
12.00-13.00						
13.00-14.00	A	A	A	A	A	
14.00-14.30	A	A	A	A	A	
15.00-15.30						
16.00-17.00	A	A	A	A	A	
17.00-18.00	A	A	A	A	A	
18.00-19.00	A	A	A	A	A	
19.00-20.00	A	A	A	A	A	
21.00-22.00						
22.00-23.00						
Razem A	11	11	11	11	11	0
Razem B	0	0	0	0	0	0
RAZEM	11	11	11	11	11	0
55						

Data	pn	wt	śr	cz	pi	so
Godziny emisji						
6.30-7.00						
7.00-8.00						
8.00-9.00						
9.00-10.00						
10.00-11.00						
11.00-12.00						
12.00-13.00						
13.00-14.00						
14.00-14.30						
15.00-15.30						
16.00-17.00						
17.00-18.00						
18.00-19.00						
19.00-20.00						
21.00-22.00						
22.00-23.00						
Razem A	0	0	0	0	0	0
Razem B	0	0	0	0	0	0
RAZEM	0	0	0	0	0	0
0						

Data	pn	wt	śr	cz	pi	so
Godziny emisji						
6.30-7.00						
7.00-8.00						
8.00-9.00						
9.00-10.00						
10.00-11.00						
11.00-12.00						
12.00-13.00						
13.00-14.00						
14.00-14.30						
15.00-15.30						
16.00-17.00						
17.00-18.00						
18.00-19.00						
19.00-20.00						
21.00-22.00						
22.00-23.00						
Razem A	0	0	0	0	0	0
Razem B	0	0	0	0	0	0
RAZEM	0	0	0	0	0	0
0						

SPOMLEK

KRZYSZTOF LUBKOWSKI
KRPS



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrang, Tadeusz Szypul, Jacek Gostomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen



Zasięgi Katolickiego Radia Podlasie

Ad.3 Prasa

Kampania sera Mlecznego z projektu Zielone Mleko będzie obejmowała również reklamę prasową. Pierwsza reklama ukaze się w prasie branżowej w czasopiśmie Miesięcznik Handlowy, który skierowana jest do kupców i handlowców mających bezpośredni wpływ na decyzje zakupowe. Kampania w prasie rozpocznie się 29 września 2023 roku, kiedy na rynek trafi Miesięcznik Handlowy. Nakład 5000 egzemplarzy.



Projekt reklamy prasowej



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrzon, Tadeusz Szypuł, Józef Gosłomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen

Ad. 4 Internet

Działania internetowe prowadzone będą na wszystkich poniższych profilach. Zostaną przygotowane trzy formaty banerów reklamowych o następujących wymiarach. Kampania rozpocznie się 26.09.2023 i potrwa do 4.10.2023 (poniżej w tabeli szczegółowe założenia do kampanii internetowej).

dziennikbaltycki.pl
dzienniklodzki.pl
dziennikpolski24.pl
dziennikzachodni.pl
echodnia.eu
eska.pl
expressbydgoski.pl
expressilustrowany.pl
gazeta.pl
gazetakrakowska.pl
gazetalubuska.pl
gazetawroclawska.pl
gk24.pl
gloswielkopolski.pl
gp24.pl
gs24.pl
i.pl
interia.pl
kurierlubelski.pl
naszemiasto.pl
natemat.pl
nowiny24.pl
nowosci.com.pl
nto.pl
o2.pl
onet.pl
polsatnews.pl
pomorska.pl
poranny.pl
radiozet.pl
rmf24.pl
se.pl
to.com.pl
tvn24.pl
wiadomosci.gazeta.pl
wiadomosci.onet.pl
wp.pl
wspolczesna.pl



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrang, Tadeusz Szypul, Jacek Gosomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen

wyborcza.pl
mojegotowanie.pl
stronakuchni.pl
gotowanie.onet.pl
fajnegotowanie.pl
ugotuj.to
smaker.pl
kuchnia.wp.pl
beszamel.se.pl
gotowaniepomojemu.pl

Szczegóły usługi				Estymacja wyników				
Kampania	Źródło	Medium	Szczegóły	Śr. Częstotliwość	Zasięg UU	Wyświetlenia	CTR	Kliknięcia linku
Spomlek Zielone Mleko	Display & Video 360	Display	Kampania kierowana na rynek polski, wyświetlana na serwisach informacyjnych oraz związanych z gotowaniem. Szczegółowa lista serwisów znajduje się w załączniku "Lista serwisów". Czas trwania kampanii: 26.09 - 4.10.2023	3	127 778	383 333	0,03%	115
Spomlek Zielone Mleko	BeDigital	Kreacja	Opracowanie 3 bannerów niezbędnych do przeprowadzenia kampanii, na podstawie przesłanego przez klienta Key Visuala.	-	-	-	-	-
Spomlek Zielone Mleko	BeDigital	Project Management	Bieżąca obsługa klienta w czasie trwania kampanii, stały kontakt, koordynacja prac wewnętrznych agencji, rozliczenie projektu.	-	-	-	-	-
						383 333		115

Ad. 5. Media społecznościowe

Media społecznościowe to media służące do interakcji z wykorzystaniem rozbudowanego zestawu narzędzi komunikacyjnych. Zmieniają one sposób komunikacji organizacji, społeczności i użytkowników, oraz są naturalnym miejscem wymiany informacji. To dobre miejsce informowania klientów o produktach, a przede wszystkim nowościach. Media społecznościowe, a szczególnie FB to miejsce gdzie zaglądają różnego rodzaju grupy odbiorców. Podobnie jak media tradycyjne swój przekaz opierają o pismo, dźwięk, obraz i audiowizualność w nowej płaszczyźnie przestrzeni, zwanej wirtualną. Podstawową różnicą między nimi a mediami tradycyjnymi jest interaktywność użytkowników i możliwość szybkiego publikowania przez nich swoich treści. Największym medium społecznościowym na świecie jest Facebook. Jednym z działań projektu Zielone Mleko jest informacja dla konsumentów na platformie FB. Z pewnością dociera on do grupy docelowej tego produktu czyli ludzi dbających o zdrową dietę, zdrowy styl życia, dbających o kondycję oraz zdrowie własne i swojej rodziny. Post promujący ser Mleczny z projektu został opublikowany w dniu 15 września na profilu marki Serenada.



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Piśtrąg, Tadeusz Szypuł, Jacek Gostomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen



Projekt postu na profil FB



Ser Mleczny od krów z wolnego pastwiska- NOWOŚĆ

Ser Mleczny był przedmiotem operacji Zielone Mleko, podczas której opracowano ser dojrzewający o unikalnym składzie chemicznym i podwyższonych walorach odżywczych (efektywnie wzbogaconych w wielonienasycone kwasy tłuszczowe α -linolenowy (z grupy omega-3), witaminę E, β -karoten oraz charakteryzujących się korzystnym z punktu widzenia zdrowia człowieka stosunkiem wielonienasyconych kwasów tłuszczowych omega-6 do omega-3).

Końcowym efektem działań podjętych w projekcie jest produkcja wysokiej jakości sera dojrzewającego - ser Mleczny, cechującego się właściwościami prozdrowotnymi. Surowcem wyjściowym do produkcji sera Mlecznego jest mleko o wysokiej wartości biologicznej pozyskiwane od krów żywnych dawkami z dominującym udziałem traw, wzbogaconych koniczynami i ziołami. W projekcie Zielone Mleko zastosowany został innowacyjny w polskich warunkach model wypasu dostosowany do potrzeb behawioralnych krów.

Więcej znajdziecie na:

www.spomlek.pl/produkty/serenada/mleczny-zielone-mleko

Serenada. Nowy, lepszy ser. I kropka

#SerenadaPysznySerIKropka #JemSerenadę #SerŻółtySerenada #Radamer
#SalamiSerenada #serżółty #ser #zdrowie #zdrowejedzenie #cheese #kochamser
#WspieramyPolskieMleczarstwo #produktpolski

Ad. 6 Targi i konferencje

W dniu 11 września w hotelu Radison Blue w Ostródzie odbyła się ogólnopolska konferencja dla właścicieli, dyrektorów oraz zarządców polskich hoteli. Uczestniczyli w niej również pracownicy odpowiedzialni za przygotowywanie posiłków w obiektach hotelowych, jak również osoby odpowiedzialne za zamówienia i zakup materiałów do strefy żywieniowej. Były to zatem osoby bezpośrednio odpowiedzialne za wprowadzenie produktów spożywczych do obiektów, w których ser Mleczny z projektu Zielone Mleko sprawdziłby się doskonale. Wiele osób wypoczywających i korzystających z hoteli dba o zdrową i zbilansowaną dietę, co daje pewność, że ten produkt doskonale sprawdzi się w strefie śniadaniowej obiektów hotelowych. Z drugiej jednak strony każdy z uczestników konferencji to również konsument kupujący ser do swojego gospodarstwa domowego. Tego typu działanie z pewnością przełoży się zatem na rozpoznawalność produktu. W spotkaniu wzięło udział około 250 osób z całej Polski.

Promocja sera Mlecznego z projektu Zielone Mleko odbyła się również podczas ogólnopolskich targów Leclerc, które odbyły się w dniach 5-6 września w Warszawie. W targach wzięło udział 200 wystawców z całej Polski oraz około 2 tysięcy odwiedzających.



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietróg, Tadeusz Szypuł, Adolf Gostomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen

Na dzień 27 września 2023 roku zaplanowano również udział w konferencji Eurocasch, która odbędzie się w Łodzi. Na stoisku Spółdzielczej Mleczarni Spomlek pracownicy przeprowadzą promocję sera Mlecznego połączoną z degustacją.



Promocja sera Mlecznego na Kongresie Hotel Management w Ostródzie



Uczestnicy Targów Leclerc w Warszawie



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietróg, Tadeusz Szypuł, Józef Gosomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen

Ad.7. Lekcje serowe w szkołach podstawowych i średnich

Działania promocyjne w projekcie Zielone Mleko prowadzone będą również wśród najmłodszych konsumentów. Zaplanowane zostały lekcje serowe na których pracownicy mleczarni przedstawiają walory ser Mlecznego, opowiedzą o jego składzie oraz o tym jak jest on ważny w diecie dzieci, ale również dorosłych. Lekcje serowe zaplanowane zostały w drugiej połowie września 2023 roku oraz na początku października 2023 roku.

Ad. 8. Materiały POS i działania przy półce

W ramach promocji przy półkach sklepowych pojawiły się woblerly, które mają zaciekawić klientów produktem, skłaniając ich jednocześnie do wyboru tego konkretnego sera pochodzącego z projektu Zielone Mleko. Dodatkowo w sklepach znajdują się plakaty z grafiką, która nawiązuje do projektu i eksponuje Ser Mleczny pochodzący od krów z wolnego pastwiska. Personel sklepów został przygotowany i przeszkolony, aby móc rzetelnie i fachowo udzielić informacji na temat genezy i wartości Sera Mlecznego z projektu Zielone Mleko. Promocja przy półce rozpoczęła się 8 września 2023 roku i będzie kontynuowana we wrześniu i październiku i w kolejnych miesiącach w zależności od potrzeb.



Półka sklepowa z wykorzystaniem woblerów reklamowych



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"

GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrąg, Tadeusz Szypuł, Mirosław Gostomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen

Ad. 9 Degustacje w sklepach

W ramach promocji projektu zostały zaplanowane degustacje produktu w sklepach posiadających w ofercie ser Mleczny. Pierwsza z nich odbyła się w dniu 8 września 2023 roku w sklepie zakładowym w Radzynie Podlaskim. Będą one kontynuowane na przełomie miesiąca września i października i w kolejnych miesiącach według potrzeb. Konsumenci oprócz informacji o produkcie będą mogli poznać jego smak oraz dzięki wiedzy jaką posiada personel sklepu dowiedzieć się o jego walorach, sposobie wytwarzania i korzyściach płynących z jego spożywania.

z jego spożywania.



Degustacja sera Mlecznego z projektu Zielone mleko w sklepie



"Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"



Uniwersytet Techniczno-Przyrodniczy
Im. Jana i Sinfona Słowackich w Bydgoszczy



GOSPODARSTWA ROLNE:
Jacek Pietrong, Tadeusz Szypuł, Mirosław Gosomczyk, Andrzej Pestka, Marek Kalinowski,
Grzegorz Romanowski, Stanisław Jansen