

Top MeliBee

Εξαγωγικό Σχέδιο Marketing



Φεβρουάριος 2017

Περιεχόμενα

- I. Εισαγωγή
- II. Το Όραμα της Εταιρίας.
- III. Τα εξαγωγικά πρώτα βήματα.
- IV. Η εξαγωγική διαδικασία
- V. Βασικές κατευθύνσεις, αποφάσεις, κριτήρια.
- VI. Το φαινόμενο Manuka Honey.
- VII. Το Ελληνικό μέλι vs. Manuka Honey.
- VIII. Το concept Ελληνικό μέλι με Μαστίχα Χίου.
- IX. Ανάπτυξη του σχεδίου Marketing.
- X. Εξαγωγική προετοιμασία/ετοιμότητα.
- XI. Προσωπικές συναντήσεις με εισαγωγείς/διανομείς/καταστηματαρχες.
- XII. Στρατηγική Marketing & Επικοινωνίας.
- XIII. Προωθητικό πρόγραμμα λανσαρίσματος
- XIV. Διαφημιστικό TV πρόγραμμα πρώτης φάσης.

I. Εισαγωγή

Σε συνέχεια του Business Plan της εταιρίας Top MeliBee που αναρτήθηκε το 2014 στο site του ΚΕΜΕΛ ως υπόδειγμα καινοτόμου επιχειρηματικής startup στον χώρο της μελισσοκομίας, και έτυχε ιδιαίτερης αποδοχής από την Μελισσοκομική κοινότητα, παρουσιάζουμε στην συνέχεια την εξέλιξη της και σε εξαγωγική εταιρία, μέσα από την ανάπτυξη ενός «δυναμικού» εξαγωγικού σχεδίου Marketing.

II. Το Όραμα της Εταιρείας

**Να συμβάλλει η Top MeliBee στο να καταλάβει το Ελληνικό μέλι, την διεθνή θέση που δικαιωματικά του ανήκει.... την πρώτη θέση
Έτσι να γίνει η Top MeliBee παράδειγμα βιώσιμης εξαγωγικής πρακτικής και για άλλους κλάδους ελληνικών τροφίμων.**

III. Τα εξαγωγικά «πρώτα βήματα»

Η πρώτη μέριμνα οποιασδήποτε εταιρίας θέλει να δοκιμάσει τις εξαγωγικές δυνατότητες της, είναι η κατάλληλη επιμόρφωση των στελεχών της.

Οι Founders της Top MeliBee εντόπισαν και μελέτησαν σχετική Διεθνή και Ελληνική αρθρογραφία και παρουσιάσεις στο διαδίκτυο ενώ παρακολούθησαν «Το Διεθνές Εμπόριο και Εξαγωγές στην πράξη» που υλοποιείται από την ΕΔΕΕ για λογαριασμό του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων, του ΣΕΒΕ, του Συνδέσμου εξαγωγέων Κρήτης και του ΟΠΕ και άλλων φορέων.

Οι μελέτες «Εξαγωγές Βήμα προς Βήμα» του ΚΕΤΑ, και οι αντίστοιχες μελέτες (Step by Step Guide to Exporting) του Καναδά και της Αυστραλίας είναι επίσης ιδιαίτερα βοηθητικές.

Συνοπτικό πρόγραμμα επιμόρφωσης στελεχών

- Έρευνα της ξένης αγοράς –Τμηματοποίηση ξένης αγοράς και στόχευση
- Αναπτύσσοντας εξαγωγίμα προϊόντα - Τάσεις σύγχρονης συσκευασίας
- Στρατηγική εξαγωγικής τιμολόγησης - Προώθηση Πωλήσεων στη διεθνή αγορά
- Επιλογή ξένων αγορών και στρατηγική εισόδου - Σύγχρονα δίκτυα διανομής στην παγκόσμια αγορά
- Διεθνείς εμπορικοί κανόνες παράδοσης – Τρόποι πληρωμής και διασφάλισης στις διεθνείς συναλλαγές
- Σχεδιασμός Εξαγωγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ (Marketing Plan)

Πηγή: ΕΕΔΕ

IV. Η Εξαγωγική διαδικασία

Η προσέγγισή μας βασίστηκε στην διαδικασία των εξής 20 σημείων:

Εξασφαλίστε πρόσθετες ποσότητες πιστοποιημένης ποιότητας, από παραγωγούς συνεργάτες που εμπιστεύεστε.

Εμπνεύστε τους συνεργάτες σας με το όραμά σας.

Επιλέξτε βασικούς άξονες στρατηγικής της εξαγωγικής σας προσπάθειας.

Δημιουργήστε μια ιστοσελίδα «εξαγωγικής κατεύθυνσης», σε τουλάχιστον δύο γλώσσες, με σωστά μελετημένη πλοήγηση, εντυπωσιακά κείμενα εικόνες και video.

Χρησιμοποιήστε την για «διάλογο» με δυνητικούς συνεργάτες και καταναλωτές και για την «ευπαρουσίαστη» εταιρική πρόσβαση σε πληροφορίες και έρευνες.

Η Εξαγωγική διαδικασία(συν.)

Μελετήστε την Διεθνή αγορά του κλάδου, και αποφασίστε που θα επικεντρωθείτε αρχικά, σύμφωνα με τις δυνατότητες σας.

Θεωρήστε την πρώτη αγορά στην οποία θα εστιάσετε, ως test market και δυνητικό best practice για τις επόμενες κινήσεις σας.

Εντοπίστε, αξιολογήστε και επιλέξτε συνεργάτες στην αγορά στην οποία θα απευθυνθείτε (Distributors, wholesalers, retailers).

Εξασφαλίστε δυνατότητα outsourcing, ιδιαίτερα των κουραστικών γραφειοκρατικών διαδικασιών, προκειμένου να ασχοληθείτε «απρόσκοπτα» με το marketing και τα οικονομικά.

Η Εξαγωγική διαδικασία (συν.)

Εντοπίστε και εστιάστε στο πρωταρχικό πρόβλημα που θα «λύσετε» για τους πελάτες σας (B2B και B2C).

Εντάξτε την λύση στο Positioning Statement της εταιρείας σας (την εικόνα που θα θέλατε να έχουν για εσάς οι πελάτες σας), ή what do you want to be famous for.

Αποτυπώστε γραπτά το όραμα, τους στόχους και συμφωνείστε με όλους τους εμπλεκόμενους, την λογική και στρατηγική της εξαγωγικής σας προσπάθειας.

Επικοινωνήστε αποτελεσματικά με δημιουργική χρήση εργαλείων ψηφιακού και παραδοσιακού marketing για τον εντοπισμό και προσέλκυση δυνητικών πελατών, όπως και την δημιουργία πιστότητας.

Αξιολογείστε τακτικά την πορεία του προγράμματος σε σχέση με τις παραδοχές και υποθέσεις του επιχειρηματικού μοντέλου σας

Η Εξαγωγική διαδικασία (συν.)

Υλοποιήστε εναλλακτικά προγράμματά σας κατά προτίμηση σε μια ή δύο γεωγραφικές περιοχές, χρησιμοποιώντας μεθόδους pretesting και μέτρησης αποτελεσματικότητας.

Δημιουργείστε key metrics για την αξιολόγηση και βελτίωση του Επιχειρηματικού σας Μοντέλου.

Χρησιμοποιήστε αποτελεσματικά τα social media προκειμένου να επικοινωνήσετε το success story για το Ελληνικό μέλι.

Αξιοποιήστε τεχνικές διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM, e-CRM, RFM, LTV κλπ.) που θα βρείτε στο internet και το kemel.gr,.

Καταγράψτε την λογική και στρατηγική σας στο Business Model Canvas, το οποίο θα αποτελέσει την κινητήρια δύναμη της εξέλιξης του προγράμματός σας.

Παρακολουθείτε, αξιολογείτε και βελτιώνετε συχνά, κάθε ενότητα του BMC, μέσω Brain Storming και δημιουργικών τεχνικών Problem Solving.

V. Βασικές Στρατηγικές κατευθύνσεις/αποφάσεις/κριτήρια

Εστίαση σε μια αγορά

Οι επιτυχημένες εξαγωγικές προσπάθειες, συνήθως, επικεντρώνονται σε μία αγορά και προχωρούν στην επόμενη αφού επιτύχουν στην προηγούμενη.

Ένας βασικός λόγος είναι η πολυπλοκότητα των ενεργειών και διαδικασιών και δεν είναι τυχαίο, ότι η βιβλιογραφία περί εξαγωγών αναφέρεται συχνά στα 9P που συμπληρώνουν τα παραδοσιακά 4, Προϊόν (**Product**), Διανομή (**Place**), Τιμή (**Price**), Προώθηση (**Promotion**), και είναι τα εξής:

Προσωπικό (**personnel**)

Σχεδιασμός (**planning**)

Έγγραφα/δικαιολογητικά (**paperwork**)

Πρακτικές (**practices**)

Συνεργασίες (**partnerships**)

Πολιτικές/μέθοδοι (**policies**)

Βασική τοποθέτηση (**positioning**)

Προστασία/TM (**protection**)

Πληρωμές/συναλλαγές (**payments**)

Βασικές Στρατηγικές κατευθύνσεις:

Μετά από έρευνα της διεθνούς αγοράς και παρά το γεγονός ότι οι εξαγωγές σε μια Ευρωπαϊκή χώρα θα ήταν ευκολότερες από πλευράς διαδικασιών προκρίθηκε η αγορά των ΗΠΑ για τους πάρα κάτω κύριους λόγους:

Μέγεθος της αγοράς, τάσεις και προοπτικές.

Ρυθμός αύξησης κατά κεφαλήν κατανάλωσης μελιού.

Αγοραστικές συνήθειες και δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Στοιχεία εισαγωγών και ανταγωνισμός (ακόμη και από Τουρκία).

Αυξανόμενη διείσδυση, τάση ποιοτικής διαφοροποίησης, τιμών.

Το «φαινόμενο» manuka και η στρατηγική της Ν. Ζηλανδίας.

Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του Ελληνικού μελιού.

Βασικές Στρατηγικές κατευθύνσεις (συν.)

Επιλέξαμε το Ελληνικό στοιχείο των ΗΠΑ επειδή:

Παραμένουν πάντα παραδοσιακοί Έλληνες.

Το Ελληνικό μέλι είναι μέρος της ελληνικότητας τους.

Είναι συγκεντρωμένοι σε κάποιες πόλεις.



www.alamy.com - FX38RW

Υπάρχει άμεση προσβασιμότητα λόγω του τρόπου ζωής τους (Συνήθειες, Οργανώσεις, Μέσα επικοινωνίας).

Αποτελούν ένα συγκριτικά εύκολο πρώτο βήμα.

Είναι ένα test market για τις ικανότητες και δυνατότητες μας.

Βασικές Στρατηγικές Κατευθύνσεις (συν.)

Επιλέξαμε για ξεκίνημα την Νέα Υόρκη για τους εξής λόγους:

Εκεί συγκεντρώνεται το πρωταρχικό κοινό μας.

Υπάρχουν «προσβάσιμες» ελληνικές συνοικίες (π.χ. Astoria).

Η Νέα Υόρκη είναι fashionable και trend setting.

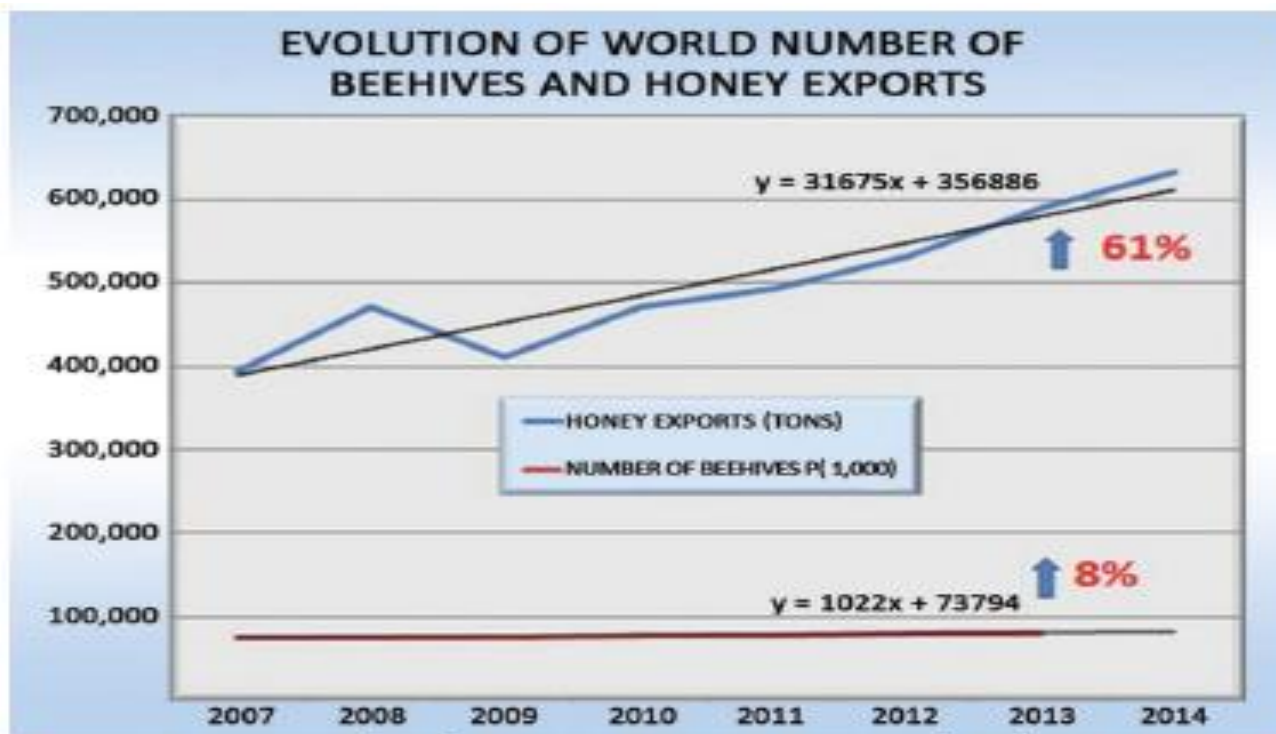


Είναι ιδανική «πύλη» για ξεκίνημα.

Η επιτυχία στην Νέα Υόρκη αποτελεί δυνατό πλεονέκτημα και για την διείσδυση σε άλλες αγορές.

Ακολουθούν ενδεικτικά slides που μας έπεισαν στις εξαγωγικές επιλογές μας

Εξέλιξη αριθμού μελισσιών και εξαγωγών μελιού στον κόσμο



Source – International Honey Exporters Organization

Κατά κεφαλήν κατανάλωση στις ΗΠΑ

Per Capita honey consumption and the average price of all honey in the U.S. for the following years:

2010 – 1.20 pounds/person, @ \$0.160.3/lb.

2011 – 1.27 pounds/person, @\$0.172.9/lb.

2012 – 1.26 pounds/person, @\$0.195.1/lb.

2013 – 1.44 pounds/person, @\$0.212.6/lb.

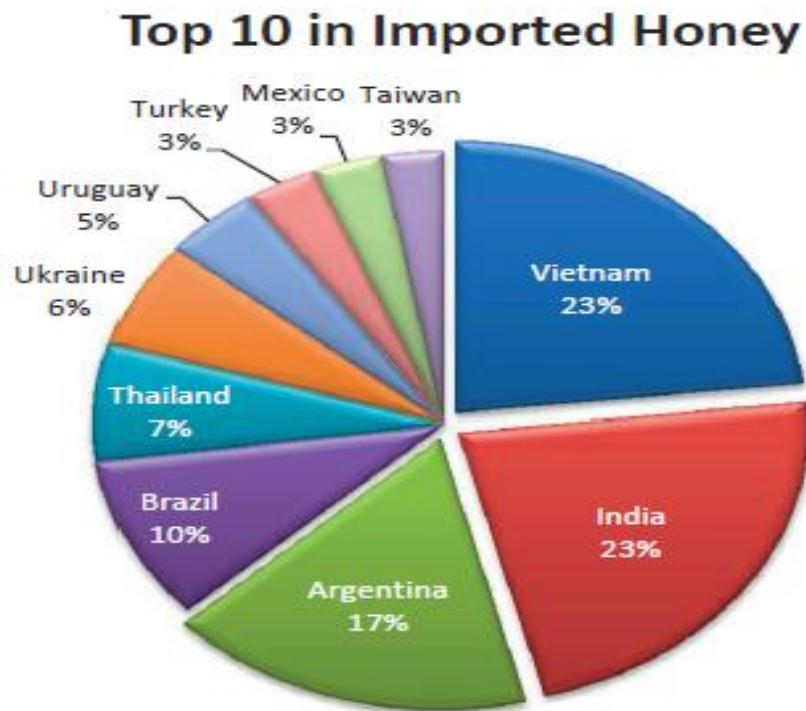
2014 – 1.55 pounds/person, @\$0.217.3/lb.

2015 – 1.51 pounds/person, @\$0.209.0/lb.

Year	Million lbs honey in	million lbs honey out	million population	lbs/person
2010	398	29	307	1.20
2011	470	80	309	1.27
2012	487	53	312	1.26
2013	500	49	314	1.44
2014	547	56	318	1.55
2015	544	58	321	1.51

Οι μεγαλύτεροι εξαγωγείς* προς τις ΗΠΑ

*80% of US honey is imported



Αυξητική τάση κατανάλωσης και «ενασχόλησης» με το μέλι στις ΗΠΑ

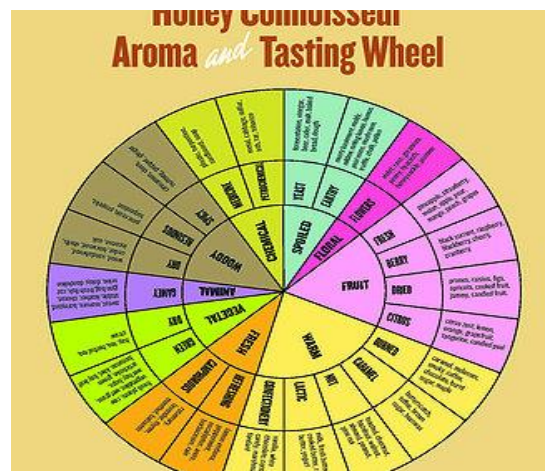
Η συνεχώς αυξανόμενη δημοτικότητα του μελιού οφείλεται στο γεγονός ότι η καταναλωτές το δοκιμάζουν και βρίσκουν την γεύση του ακαταμάχητη.

Γευστικές δοκιμές μελιού γίνονται σε λαϊκές αγορές, εστιατόρια και παντοπωλεία, όπου δοκιμάζονται πάνω από 300 είδη μελιού παραγόμενου στις ΗΠΑ.

Παράλληλα το 80% της κατανάλωσης μελιού καλύπτεται από εισαγωγές.

There are seven designated colors of honey in varying intensities from water white to dark amber. This standard system for measuring the color of liquid honey is called the Pfund color grading system. Color is measured visually using a glass file and is expressed as the relative lightness or darkness of amber on a scale in millimeters. Below are the seven colors of honey using the Pfund system and a few types of varietal honeys that correspond to those colors.

Color	Color Name	Depth (mm)
0 MM	WATER WHITE	8 MM
8 MM	EXTRA WHITE	17 MM
17 MM	WHITE	34 MM
34 MM	EXTRA LIGHT AMBER	50 MM
50 MM	LIGHT AMBER	85 MM
85 MM	AMBER	114 MM
114 MM	DARK AMBER	140 MM



1.115MM NEW HOUSEHOLDS BUY THE CATEGORY

Households Also Spending More Per Trip and More Households are Purchasing More Frequently

CONSUMER PURCHASING BEHAVIOR



PENETRATION

29.2% [+2.46%]
35,415 HHs* [+1,115 HHs]

*Note: Households expressed in (000)



BUYING RATE

\$12.7 [+\$.8]
39.1% 2+ Repeat Buyers [+2.7%]



PURCHASE FREQUENCY

1.9 TRIPS [0.0 TRIPS]
73.8 ELAPSED DAYS Between
Trips for Repeat Buyers
[-2.6 Days]



PURCHASE SIZE

\$6.6 [+\$.2]
1.1 UNITS [0.0 UNITS]

Τυπικό ράφι Σ/Μ με μέλια στην Atlanta, Georgia.

Κάτω αριστερά διακρίνεται το Manuka



Τυπικό ράφι High End Grocery/Deli Store, Atlanta.

Συνυπάρχουν Manuka brands, US Brands και μέλι Attiki 227gr.προς \$9.99.



**Τιμές μελιού με αποστολή στις ΗΠΑ (Minneapolis), Greek Online Shop.
Ενδεικτικό κόστος (Shipping cost) για μια συσκευασία 15,8 οζ. αξίας
18.95 Ευρώ.**

Shipping Method (από τις ΗΠΑ)

- ◆ UPS Ground (1-5 Working Days) \$16.46
- ◆ UPS Second Day Air \$26.39
- ◆ UPS Next Day Air \$63.74
- ◆ Priority Mail 2-Day \$11.65
- ◆ Priority Mail Express 1-Day \$35.55

***Από Αθήνα-Μινεάπολη η UPS χρεώνει 95.30 Ευρώ/kg**



SWOT ANALYSIS

Δυνατά Σημεία

1. Υψηλή ποιότητα προϊόντων. 2. Αποδεδειγμένα ευεργετικές/θεραπευτικές ιδιότητες ελληνικού μελιού 3. Τάση των καταναλωτών για υγιεινή/μεσογειακή διατροφή. 4. Δυνατότητα πρότασης λογικής και συναισθηματικής αξίας

Αδύνατα Σημεία

1. Διακίνηση φθηνών αμφιβόλου ποιότητας εισαγόμενων προϊόντων. 2. Ανεπαρκής κλαδική πολιτική προώθησης του μελιού στη διεθνή αγορά. 3. Ύπαρξη ισχυρού Market Leader στην αγορά. 4, Άγνοια αναγνώρισης ποιότητας από τους περισσότερους καταναλωτές.

SWOT ANALYSIS

Ευκαιρίες

1. Αύξηση της κατά κεφαλήν κατανάλωσης στην αγορά στόχο.
2. Χώρος τοποθέτησης (market positioning) μεταξύ High και Average price brands.
3. Επιχειρηματικό μοντέλο καινοτόμου σταδιακής διείσδυσης στην αγορά.

Απειλές

- 1, Πολιτική και οικονομική αλλαγή στην αγορά στόχο.
2. Πιθανή επιβολή υψηλότερης φορολογίας στα εισαγόμενα προϊόντα από Ευρωπαϊκή Ένωση.

VI. Το φαινόμενο Manuka

Το μέλι Manuka είναι ένα είδος μελιού που παράγεται στη Νέα Ζηλανδία από μέλισσες που τρέφονται από συγκεκριμένο είδος θάμνου, και έχει βρεθεί ότι αυτό το μέλι έχει ισχυρή αντιμικροβιακή δράση που οφείλεται κυρίως στη χημική ένωση μεθυλγλυοξάλη. Για αυτό το λόγο, το μέλι Manuka πωλείται και ως «φαρμακευτικό» σκεύασμα με τιμή που ανέρχεται περίπου στα 200 ευρώ.



Η εξέλιξη των εξαγωγών στις ΗΠΑ της Νέας Ζηλανδίας

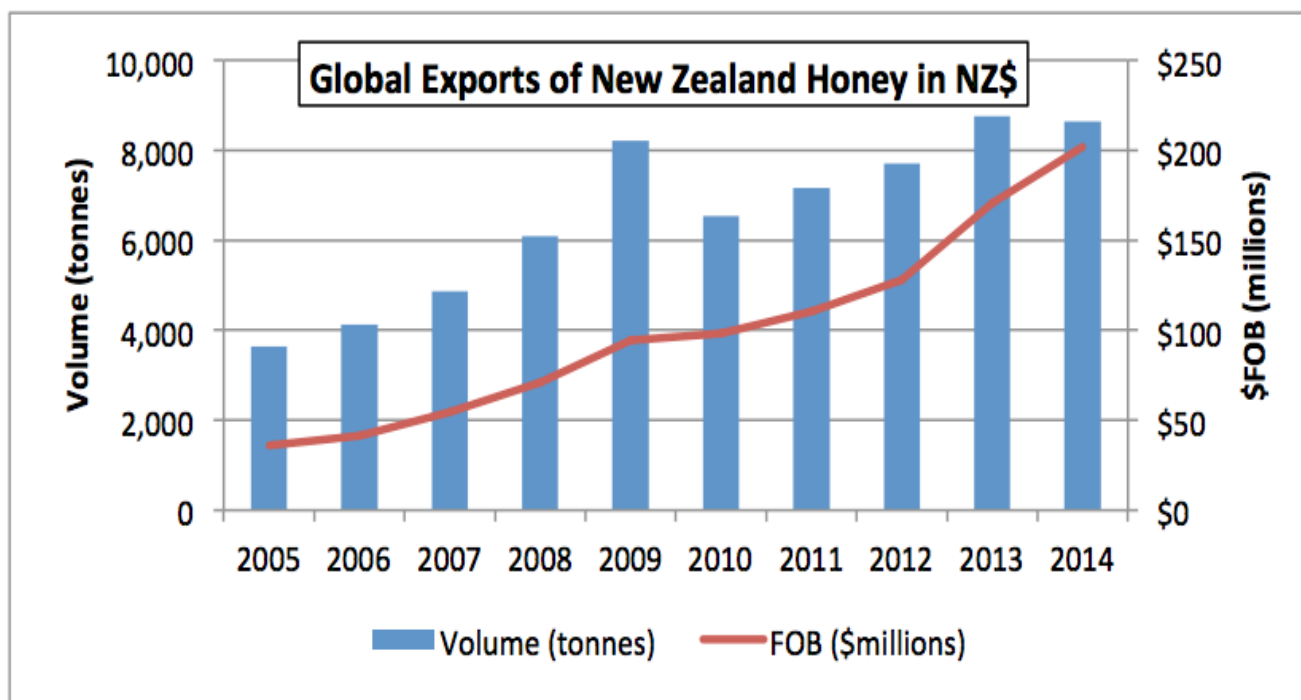


Figure 1 - Source: Statistics NZ

Αυστραλία εναντίον manuka Νέας Ζηλανδίας

It's called the Oz Honey Project and it threatens New Zealand's dominance of the manuka honey market, which is highly lucrative thanks to the honey's claimed medical benefits.

Researchers from the University of Technology Sydney have been gathering samples of honey from Australian beekeepers seeking to identify the most potent varieties among the more than 80 leptospermum species in Australia.

"We already know that a handful of Australian Leptospermum honeys have similar levels of antibacterial activity to New Zealand manuka, but most of the other 80 plus Australian varieties have not been tested," the researchers said.

Αυστραλία εναντίον manuka Νέας Ζηλανδίας

It's called the Oz Honey Project and it threatens New Zealand's dominance of the manuka honey market, which is highly lucrative thanks to the honey's claimed medical benefits.



Researchers from the University of Technology Sydney have been gathering samples of honey from Australian beekeepers seeking to identify the most potent varieties among the more than 80 leptospermum species in Australia.

Πηγή: <http://www.stuff.co.nz/business/farming/agribusiness/88037233/threat-to-kiwi-manuka-industry-from-the-oz-honey-project>

Manuka vs. Greek Honey, Amazon Prices

Manuka Health –
MGO 400+ Manuka Honey,
100% Pure New Zealand Honey,,

Cretan Thyme Honey from Sfakia
By Saviolakis Family **340g, \$19.95**

**8.8 oz
(250 g).**

4.5 out

\$44.61



VII. Ελληνικό Μέλι vs. Manuka Honey

Το Ελληνικό μέλι φαίνεται να μπορεί κάλλιστα να συναγωνιστεί το Manuka μια και προσφέρει μια παρεμφερή (αν όχι ανώτερη) προτεινόμενη αξία, λόγω βιοποικιλότητας, κλίματος και τεκμηρίωσης ιδιοτήτων με υπογραφή αξιόπιστων πηγών.



VS



Ευεργετικές ιδιότητες ελληνικού μελιού

US National Library of Medicine National Institutes of Health

Antibacterial activity of Greek and Cypriot honeys against Staphylococcus aureus and Pseudomonas aeruginosa in comparison to manuka honey.

[Anthimidou E Mossialos D](#) **Abstract**

The antibacterial activity of 31 Greek and Cypriot honeys against Staphylococcus aureus and Pseudomonas aeruginosa was initially screened using an agar-well diffusion assay in comparison with manuka honey..... tested honeys demonstrated antibacterial activity against S. aureus on agar-well diffusion assay. MICs of tested honeys were determined as 3.125-25% (v/v), compared with manuka honey at 6.25% (v/v). Similarly, 21 of 31 tested honeys demonstrated antibacterial activity on agar-well diffusion assay against P. aeruginosa. Their MICs ranged from 6.25% to 25% (v/v) compared with 12.5% (v/v) for manuka honey..... The high antibacterial activity exerted by some tested honeys warrants further investigation.

Πηγή: PubMed

Ευεργετικές ιδιότητες ελληνικού μελιού

Στις υπάρχουσες Πανεπιστημιακές έρευνες, προστέθηκε πρόσφατη έρευνα του ΑΠΘ που έδειξε ότι σε όλα τα μέλια που αναλύθηκαν βρέθηκε αντιοξειδωτική και αντιβακτηριδιακή δράση. Οι τιμές αντιοξειδωτικής δράσης κυμάνθηκαν μεταξύ: 115μM–990μM, καθώς οι τιμές MICs και MBCs για τα μέλια ελάτης και θυμαριού κυμάνθηκαν μεταξύ 10%-20% και 12%-25% (w/v) αντίστοιχα, ενώ για το μέλι πορτοκαλιάς οι τιμές MICs ήταν 15%-25% και οι τιμές MBCs >25%. Ωστόσο διαπιστώθηκε σημαντική διαφορά τόσο στην αντιοξειδωτική, όσο και στην αντιβακτηριακή δράση των διαφορετικών μελιών.

Πηγή: ΑΠΘ Εργαστήριο Μελισσοκομίας

VIII. Το concept **Ελληνικό Μέλι με Μαστίχα Χίου**

Η ανάγκη προϊόντικής διαφοροποίησης

Πώς όμως θα μπορούσαμε να προσθέσουμε κάποια ελληνική «αποκλειστικότητα» στο μέλι, και μάλιστα «προσθέτοντας» γευστική διαφοροποίηση και ακόμη περισσότερες φυσικές ευεργετικές ιδιότητες;

Η λύση αποφασίσαμε να είναι η προσθήκη και εκμετάλλευση αξίας που μόνο η ελληνική φύση μπορεί να προσφέρει, και τέτοια που δεν υπάρχει αλλού στον κόσμο είναι η **μαστίχα Χίου**.

Έτσι ο συνδυασμός **ελληνικό μέλι + ελληνική μαστίχα Χίου** μπορεί και αποδεδειγμένα προσφέρει τουλάχιστον τις 3 βασικές δράσεις που είναι η αντιβακτηριδιακή, η αντιοξειδωτική και η αντιφλεγμονώδης δράση, και πλήθος άλλων όπως φαίνεται από επιστημονικές έρευνες.

Προϊοντική Στρατηγική

Μέλι με μαστιχέλαιο κυκλοφορεί ήδη στην αγορά, αλλά κανείς δεν φαίνεται να έχει προσεγγίσει το θέμα ως premium προϊόν αντι-manuka .

Το προωθούν μόνο ως γεύση, χωρίς έμφαση στις πρόσθετες και μοναδικές ιδιότητες του.

Στην Top MeliBee, πιστεύουμε ότι προσφέροντας στην αγορά ένα παραδοσιακό μέλι και ένα μέλι /μαστίχα σε υψηλότερη τιμή, «ξεφεύγουμε» από την κατηγορία μέλι, δικαιολογούμε την διαφορά τιμής, προσφέρουμε στους καταναλωτές προστιθέμενη αξία και δίνουμε μεγαλύτερο απόλυτο κέρδος στους συνεργάτες distributors/sellers.

Πιστεύουμε επίσης, πως ανοίγουμε και ένα νέο ελληνικό παράθυρο εξόδου από τα προβλήματα που ταλαιπωρούν τις εξαγωγές μας λόγω και του Honey Laundering.

Ήδη από την αρχαιότητα η μαστίχα Χίου ήταν γνωστή, για τις ιατροφαρμακευτικές της ιδιότητες.

Στις μέρες μας, η επιστημονική κοινότητα με ορθές και επιστημονικά αποδεκτές μεθόδους, βασισμένες σε αποτελέσματα εργαστηριακών ερευνών και κλινικών μελετών, και οι οποίες πραγματοποιούνται από ανεξάρτητους ερευνητές στην Ελλάδα και διεθνώς, σταδιακά αποκαλύπτουν ότι η φυσική Μαστίχα Χίου διαθέτει μοναδικές ευεργετικές και θεραπευτικές ιδιότητες,. Συγκεκριμένα, έχει τεκμηριωθεί επιστημονικά η ευεργετική δράση της μαστίχας κατά παθήσεων του πεπτικού συστήματος, έλκος στομάχου και φλεγμονώδεις κολίτιδες, η συμβολή της στη στοματική υγιεινή, η σημαντική αντιμικροβιακή και αντιφλεγμονώδης δράση της και το γεγονός ότι αποτελεί φυσικό αντιοξειδωτικό.

Σειρά μελετών έχει αποδώσει στη μαστίχα Χίου και αντικαρκινική δράση.

Πηγή: <http://www.gummastic.gr/el/mastixa-chiou/idiotites-kai-ofeli>

Αντιβακτηριακές Ιδιότητες Μαστίχας Χίου

Chemical Composition of the Essential Oil of Mastic Gum and their Antibacterial Activity Against Drug-Resistant *Helicobacter pylori*

Tomofumi Miyamoto, Tadayoshi Okimoto, and Michihiko Kuwano

Abstract

In this study, we examined which component of mastic gum was responsible for anti-*H. pylori* activity. We prepared the essential oil of mastic gum and identified 20 constituents by GC–MS analysis. Ten standard components were assayed for anti-*H. pylori* activity, and it clarified that α -terpineol and (*E*)-methyl isoeugenol showed the anti-*H. pylori* activity against four different *H. pylori* strains that were established from patients with gastritis, gastric ulcer and gastric cancer. These components could be useful to overcome the drug-resistance *H. pylori* growth in stomach.

Ευεργετικές ιδιότητες μαστίχας Χίου

US National Library of Medicine National Institutes of Health

Anti-inflammatory activity of Chios mastic gum is associated with inhibition of TNF-alpha induced oxidative stress.

Triantafyllou A, Bikineyeva A, Dikalova A, Nazarewicz R, Lerakis S

TNF- α significantly increased the cellular superoxide production by NADPH oxidase, while mastic gum completely abolished this stimulation. Mastic gum inhibited the activity of purified PKC, decreased PKC activity in cell homogenate, and attenuated superoxide production in cells stimulated with PKC activator PMA and PKC-dependent angiotensin II in endothelial cells.

CONCLUSION:

We suggest that mastic gum inhibits PKC which attenuates production of superoxide and H₂O₂ by NADPH oxidases. This antioxidant property may have direct implication to the anti-inflammatory activity of the Chios mastic gum.

ΙΧ. Ανάπτυξη Σχεδίου Εξαγωγικού Marketing

Στόχοι Πωλήσεων

Για την πρόβλεψη πωλήσεων, λάβαμε υπόψη το σύνολο της δυνητικής/θεωρητικής κατανάλωσης της ομογένειας (Πληθυσμός 160.000 στην NY Metro Area), X 1kg per capita (έναντι 725gr των Αμερικανών), X 10% μερίδιο αγοράς από καταστήματα της ομογένειας X 50% κάλυψη διανομής.

$160000 \times 1\text{kg} = 160000 \times 10\% = 16000 \times 50\% = 8000\text{kg}$.

Προβλεπόμενα έσοδα/Marketing Budget

Με μέση λιανική τιμή \$30/kg, αφαιρώντας 30% Retailer, 20% importer/wholesaler, και 30% (Product, Processing, Packing, Shipping Costs), απομένει ένα 20% Gross margin που θα διατεθεί αποκλειστικά στο marketing, δηλαδή:

$8000\text{ kg} \times \$30 = \$240000 \times 20\% = \$48000$.

Business Model Canvas

Ακολουθεί το εξαγωγικό επιχειρηματικό μοντέλο της Top MeliBee, το οποίο περιγράφεται στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas) μέσα από εννέα (9) βασικά θέματα ή ενότητες, δηλαδή την πελατεία της (customer segments), την παρεχόμενη αξία από τα προϊόντα υπηρεσίες της (Value Proposition), τα κανάλια με τα οποία προσεγγίζει τη πελατεία της (channels), τις πελατειακές σχέσεις που έχει διαμορφώσει (Customer Relationship), τους κρίσιμους πόρους/μέσα (Key Resources) και τις κύριες δραστηριότητες (Key Activities), που απαιτούνται για να δημιουργήσει αξία για τους πελάτες της, τις συνεργασίες και συμπράξεις με τρίτους (Key Partners) και βέβαια τα ροές εσόδων (Revenue Streams) και το κόστος (Cost Structure) λειτουργίας της.

Business Model Canvas TopMeliBee Exports



<p>Key Partners Επιλεγμένοι παραγωγοί μελιού ίδιων χαρακτηριστικών. Συνεταιρισμός Παραγωγών Μαστίχας. Εξειδικευμένα Γραφεία διεκπεραίωσης εξαγωγών Web marketing, NY local Media MediaBranding Packaging, Promotion specialists</p>	<p>Key Activities Επιλογή εστίαση και διεξόδωση σε νέες αγορές, SAVE Marketing mix, B2B/C Pre-testing, e-CRM, διαφήμιση στα διαδικτυακά μέσα, Sales Promo</p>	<p>Value Proposition B2C Απόλαυση και υγεία με το Top MeliBee/Mas. Φυσικό μέλι με μαστίχα Χίου με επιστημονικά τεκμηριωμένες ιδιότητες που μόνο η Ελληνική φύση μπορεί και χαρίζει απλόχερα. B2B. Τώρα έχετε κάθε λόγο να προτείνετε στους πελάτες σας Top MeliBee/Mas</p>	<p>Customer Relationship Εξειδικευμένες τεχνικές e-CRM προσέγγισης, προσέλκυσης, εξυπηρέτησης, ενημέρωσης σε επίπεδο B2B, B2C</p>	<p>Customer Segments B2C Έλληνες διασποράς, κάτοικοι Νέας Υόρκης. Ευαισθητοποιημένοι στην υγιεινή διατροφή. Αγαπούν την Ελλάδα. B2B Κυρίως Έλληνο-Αμερικανοί Αντιπρόσωποι, Διανομείς, Deli and Grocery shop owners σε Astoria</p>
<p>Cost Structure Υπολογισμός οριακού κόστους εξαγωγών, λόγω συγκριτικά υψηλών αρχικών δαπανών για δωρεάν προϊόν, δείγματα, προωθητική υποστήριξη καναλιών διανομής, παραδοσιακή και ψηφιακή Διαφήμιση, κόστους επιστημονικής τεκμηρίωσης ιδιοτήτων κλπ.</p>		<p>Revenue Streams Έσοδα από πωλήσεις Top MeliBee και Top MeliMas. Πωλήσεις in Kgs 60% MeliBee 500gr., 40% MeliMas 250 gr, 10% single portion packs.</p>		

Το πρωταρχικό κοινό μας

Σύμφωνα με επίσημους αμερικανικούς υπολογισμούς το 2000 ζούσαν στις ΗΠΑ 1.153.295 άτομα ελληνικής καταγωγής. Σύμφωνα με τους ίδιους υπολογισμούς, 365.435 από αυτά τα άτομα μιλούσαν ελληνικά στο σπίτι τους.

Πρώτη σε πληθυσμό ομογενών είναι η Νέα Υόρκη με 167000, και ακολουθεί το Σικάγο με 110000

Μεγάλος αριθμός Ελληνοαμερικανών της Νέας Υόρκης, ζει στην Αστόρια, στη συνοικία Κουίνς.

Επίσης, αρκετοί κατοικούν στις πόλεις Ντιτρόιτ, Βοστώνη, και Κλίβελαντ. Μεγάλη ελληνοαμερικανική κοινότητα υπάρχει ακόμη στο Τάρπον Σπρινγκς της Φλόριντα.

Πηγή: <http://www.census.gov/prod/2004pubs/c2kbr-35.pdf>,

Ο τρόπος ζωής των Ελλήνων της διασποράς

Μια τυπική οικογένεια Ελλήνων ομογενών των ΗΠΑ αποτελείται, κατά μέσον όρο, από 4 μέλη (γονείς και 2 παιδιά ή γονείς, 1 παιδί και παππούς ή γιαγιά).

Οι γάμοι και οι βαπτίσεις των ομογενών των ΗΠΑ διεξάγονται σε πολύ μεγάλο ποσοστό στην Εκκλησία. Η δειγματοληπτική έρευνα έδειξε ότι οι εκκλησιαστικοί γάμοι αντιπροσωπεύουν ποσοστό 95.9% του συνόλου των γάμων. Το ίδιο συμβαίνει και με τις βαπτίσεις. Μένουν πιστοί στις Ελληνικές παραδόσεις και διατηρούν στενές σχέσεις με την Πατρίδα.

Όπως θα δούμε στην συνέχεια, αγοράζουν τα ελληνικά τρόφιμα από παραδοσιακά ελληνικά καταστήματα.

Πηγή: <https://el.wikipedia.org/wiki/>

Προσέγγιση ομογενών Food importers στην Νέα Υόρκη

Είναι πολύ εύκολο να εντοπιστούν μέσω Google Search οι εισαγωγείς/wholesalers και τα καταστήματα που διαθέτουν Ελληνικά προϊόντα.

Πολλοί διαθέτουν τα προϊόντα τους και online, όπου μπορεί κάποιος να αναζητήσει και σχετικές με το προϊόν πληροφορίες.

Τα περισσότερα έχουν χαρακτηριστικά ονόματα όπως Krinos Foods, Odysea Foods, Parthenon Foods κλπ.

Προσέγγιση ομογενών Food importers στην Νέα Υόρκη

Το ποσοστό αμοιβής του Retailer είναι γύρω στο 30% της λιανικής τιμής, και του importer/distributor είναι συχνά διαπραγματεύσιμο ανάλογα με το ποιος και πόσο ασχολείται με την διάθεση/προώθηση των προϊόντων.

Θα δημιουργηθεί ομάδα στελεχωμένη από Έλληνες φοιτητές του NYU, που θα τους υποστηρίξει κατά το λανσάρισμα σε θέματα προώθησης πωλήσεων.

Σε δεύτερη φάση, όταν θα επεκταθούμε σε καθαρά Αμερικανικές Πόλεις και Πολιτείες, θα χρησιμοποιήσουμε διαδικτυακές τεχνικές Lead Identification, Lead Generation και B2B Customer Acquisition.

Titan Foods in Astoria NY



Γευστικές δοκιμές στην Astoria NY, με ελληνικό γιαούρτι και παγωτό.



The 15 Best Places for a Greek Yogurt in Astoria, Queens Best Greek yogurt near Astoria, Queens, NY – (Source [https://www.yelp.com/search?find...Greek+Yogurt...loc=Astoria%2C...Reviews on Greek yogurt in Astoria, Queens, NY](https://www.yelp.com/search?find...Greek+Yogurt...loc=Astoria%2C...Reviews+on+Greek+yogurt+in+Astoria,+Queens,+NY) - Fresk'o Yogurt & Cafe, Titan Foods, Vanilla Sky, 60 Beans Kitchen & Coffee, King Astoria, Yaya's

Χ. Εξαγωγική προετοιμασία/ετοιμότητα

Μετά την απόφαση για επιλογή ΗΠΑ, και Νέας Υόρκης, «έτρεξε» ένα πρόγραμμα γευστικών δοκιμών σε Ξενοδοχεία της Αττικής με Αμερικανούς τουρίστες, τόσο για το Top MeliBee όσο και για το Top MeliMas.

Και τα δύο έτυχαν υψηλής γευστικής αποδοχής ως επιδόρπιο, spread σε toast, γιαούρτι ή παγωτό, και στην συνέχεια διερευνήθηκε η πρόθεση αγοράς πριν και μετά την ανάγνωση διαφημιστικού φυλλαδίου, με στοιχεία έγκυρων επιστημονικών ερευνών για τις ευεργετικές τους ιδιότητες.

Εξαγωγική ετοιμότητα

Στην συνέχεια διερευνήθηκε τόσο η πρόθεση αγοράς, όσο και η προθυμία πληρωμής εναλλακτικών επιπέδων τιμής, με ιδιαίτερα θετικά ευρήματα.

Παράλληλα ανατέθηκαν και διερευνήθηκαν διεξοδικά, οι διαδικασίες αδειοδότησης, αποθήκευσης, μεταφοράς, ασφάλισης κλπ.

Διερευνήσαμε επίσης την δυνατότητα πώλησης από e-shop σε Ελλάδα ή ΗΠΑ, αλλά το υψηλό κόστος μεταφορικών μας φάνηκε απαγορευτικό, και το Amazon σαρωτικό, μια και χρεώνει ελάχιστα ή καθόλου έξοδα αποστολής για αγορές πάνω από \$49, ενώ με ένα ετήσιο fee \$99, όλες οι αποστολές είναι δωρεάν.

Εξαγωγική ετοιμότητα

Παράλληλα διενεργήθηκαν μελέτες επιστημονικών εργαστηρίων για τα συστατικά, τις ιδιότητες και την γευστική αποδοχή εναλλακτικών συνδυασμών μελιού με το μαστιχέλαιο του Συνεταιρισμού Χίου, προκειμένου να επιλεγεί το βέλτιστο μίγμα.

Μελετήθηκαν επίσης χρήσεις και συνταγές gourmet από καταξιωμένους μάγειρες και γευσιγνώστες, ώστε να δημιουργηθεί μια βιβλιοθήκη με υλικό για ιδέες, χρήσεις, γευστικές δοκιμές, φωτογραφίες πιάτων, βιντεοπαρουσιάσεις κλπ.

Τιμολόγηση, κόστη, περιθώρια κέρδους

Προσπαθώντας να καταστρώσει την τιμολογιακή πολιτική της, η επιχείρηση ό έλαβε υπόψη όλα τα προβλεπόμενα κόστη ως εξής:

Κόστη μάρκετινγκ και προώθησης: διανομής, διαφήμισης, ταξιδιών, έντυπου διαφημιστικού υλικού, συμμετοχής σε εκθέσεις, δωρεάν προϊόν, γευστικές δοκιμές κ.λπ.

Κόστη παραγωγής: κόστος παραγωγής ανά προϊόν, συσκευασία μεταφοράς

Κόστος συσκευασίας: υλικά, μακέτες, ετικέτες κ.λπ.

Κόστη οργάνωσης και διοίκησης: ασφάλεια μεταφορών, πιστοποιήσεις κ.λπ.

Κόστη μεταφοράς εμπορευμάτων: κόστη αποθήκευσης, ασφάλισης, μεταφοράς

Χρηματοοικονομικά κόστη: κόστη χρηματοδότησης των εξαγωγών, κόστη από μεταβολές στις ισοτιμίες νομισμάτων, κόστη από μεταβολές επιτοκίων κ.λπ.

Υποστήριξη γευστικών και ευεργετικών ιδιοτήτων μελιού και μαστίχας

Ανατέθηκε η εργασία εντοπισμού καταξιωμένων μελετών διεθνώς, σχετικά με τις ευεργετικές ιδιότητες του μελιού της Top MeliBee και του μαστιχέλαιου αντίστοιχα.

Παράλληλα, μελετήθηκε υπάρχον υλικό για χρήσεις και συνταγές gourmet, προκειμένου να δημιουργηθεί ένα ψηφιακό αρχείο με ιδέες, χρήσεις, γευστικά τεστ, αξιολογήσεις, video, φωτογραφικό υλικό κλπ.

Μια πρώτη και σημαντική στρατηγική ενέργεια της εταιρείας, θα είναι να βεβαιωθεί ότι θα υπάρξει αρθρογραφία σε περιοδικά της ομογένειας, για το Ελληνικό μέλι, και τις γευστικές και ευεργετικές του ιδιότητες, με την υπογραφή καταξιωμένων αρθρογράφων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το φαινόμενο Μανούκα ξεκίνησε το 1991, μετά την γνωστοποίηση αποτελεσμάτων μελετών στο ...Cosmopolitan

XII. Στρατηγική Marketing και Επικοινωνίας

Positioning Statement

Τώρα η Top MeliBee σας παρουσιάζει εκτός από το φυσικό, παραδοσιακό, υπέροχο ελληνικό μέλι της και το μοναδικό μαστιχόμελο, το Top MeliMas, που συνδυάζει την υπέροχη γεύση με τις μοναδικές οργανοληπτικές αντιοξειδωτικές, αντιφλεγμονώδεις, αντιβακτηριδιακές και άλλες ευεργετικές ιδιότητες του ελληνικού μελιού και της μοναδικής στον κόσμο μαστίχας Χίου.

Ιδιότητες που δεν θα βρείτε σε κανένα άλλο μέλι στον κόσμο, όσο ακριβά και αν το πληρώσετε.

Είναι το μέλι που σας χαρίζει απλόχερα το κλίμα και η μοναδική Ελληνική βιοποικιλότητα, είχαν ανακαλύψει και ενέταξαν οι αρχαίοι Έλληνες στην γαστρονομία και την ιατρική, και επιβεβαιώνουν πανηγυρικά οι σύγχρονες επιστημονικές μελέτες.

Τι θέλουμε να σκεφθεί το κοινό στόχος μας

Γιατί να πληρώνω πανάκριβα μέλια σαν το manuka, όταν το ελληνικό μέλι, και ιδιαίτερα το MeliMas, το δικό μας μέλι με μαστίχα, χαρίζει μοναδική γεύση, έχει περισσότερο ευεργετικά συστατικά και στοιχίζει πολύ λιγότερο.

Τι θέλουμε να αισθανθεί:

Υπερήφανος γιατί επιλέγει ελληνικό μέλι και μαστίχα, συμβάλλοντας στο «εύ ζήν» του ίδιου και της οικογένειάς του αναβαθμίζοντας παράλληλα τις γαστριμαργικές τους συνήθειες με τις πολλαπλές γευστικές χρήσεις του.

Τι θέλουμε να πράξει:

Να αναζητήσει, να αγοράσει και να εντάξει το TopMeliBee και το TopMeliMas στην καθημερινή δίαιτα, και παράλληλα να το προτείνει σε φίλους και γνωστούς.

XIII. Προωθητικό και Διαφημιστικό πρόγραμμα λανσαρίσματος

Σχεδιάστηκε ένα ολοκληρωμένο πελατοκεντρικό πρόγραμμα marketing, σύμφωνα με τις επιταγές του SAVE (Solution/Access/Value/Engagement και Education).

Στόχος του προγράμματος είναι η αναγνωσιμότητα, ενημέρωση, προσέλκυση και προτροπή για αγορά και πιστότητα δυνητικών πελατών, μέσα από ένα διαδραστικό επικοινωνιακό περιβάλλον, στο οποίο θα προσπαθήσουμε να αναδείξουμε το Ελληνικό μέλι μας, ως μια νέα διάσταση στην καθημερινότητα του εύ ζήν. Στρατηγική προσέγγιση

Το συνολικό πρόγραμμα προώθησης αναπτύσσεται σε διαδοχικές φάσεις που βασίζονται στην λογική της «δημιουργίας» μιας ολοκληρωμένης περιφερειακής αγοράς, στην οποία θα «προκαλέσουμε» συνθήκες δημιουργίας ζήτησης, και παράλληλα θα κατευθύνουμε την ζήτηση στα συνεργαζόμενα σημεία πώλησης ή κατανάλωσης, προσφέροντας τους έτσι, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. λόγω διαφήμισης και πρόσθετων πωλήσεων.

Βασική στρατηγική εισόδου

Πρίν από το λανσάρισμα, ξεκινάμε με διοχέτευση στον τοπικό τύπο της ομογένειας, και στο Internet, με αρθρογραφία και έμμεση διαφήμιση σχετική με την υπεροχή του Ελληνικού μελιού απέναντι σε οποιοδήποτε μέλι, οπουδήποτε στον κόσμο και με απόλυτη και λεπτομερή επιστημονική τεκμηρίωση.

Αναφέρουμε επίσης το πρόβλημα του Honey Laundering, το Κινέζικο μέλι, της πηγές και ποσότητες εισαγωγής των ΗΠΑ μέσω Vietnam κλπ. Τρέχει επίσης από τα μέσα και μια άτυπη “teasing campaign” σχετικά με το Top MeliBee και την γευστική έκπληξη του Top MeliMas, ενώ ολοκληρώνεται η κάλυψη της διανομής.

Πρωθητικό και Διαφημιστικό πρόγραμμα λανσαρίσματος

Θα έχουμε παρουσία και παρουσιάσεις των προϊόντων μας και των ιδιοτήτων τους, στα τοπικά Ελληνικά παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα της Νέας Υόρκης.

Το Youtube θα αποτελέσει ισχυρό μέσο στοχευμένης προβολής, μαζί με το Facebook, και το Pinterest.

Ακόμη και ονόματα, διευθύνσεις και βιογραφικά όλων των διάσημων ομογενών υπάρχουν καταχωρημένα κατά επάγγελμα στο διαδίκτυο, κάτι που θα χρησιμοποιηθεί για καμπάνια PR σε opinion leaders.

Με την εμπειρία της πρώτης φάσης θα αποκτήσουμε υλικό «Best Practice» για να απευθυνθούμε πλέον «μαζικά» στην υπόλοιπη ομογένεια, χτίζοντας έτσι μια «Ελληνική Βάση» για να προχωρήσουμε πλέον στις πωλήσεις ελληνικού μελιού στις ΗΠΑ.

XV. Προσωπικές Συναντήσεις με Εισαγωγείς/Διανομείς

Ετοιμάστηκε ολοκληρωμένη παρουσίαση, με κύριο θέμα το πώς «όλοι κερδίζουν» από την πρωτοποριακή εξαγωγική προσπάθεια της Top MeliBee, και ανάπτυξη του προτεινόμενου προωθητικού και διαφημιστικού προγράμματος.

Η παρουσίαση περιέχει σειρά εναλλακτικών τρόπων υποστήριξης των σημείων πώλησης όπως:

Παραπομπή στα σημεία πώλησης με σκανάρισμα του QR code των συσκευασιών γευστικής δοκιμής ή των συνοδευτικών εντύπων, τα οποία θα παραπέμπουν στα καταστήματα πώλησης των προϊόντων μας στην Νέα Υόρκη.

Υποστήριξη Διανομής/σημείων πώλησης/κατανάλωσης

Διαφημιστικό υλικό όπως stands πάγκου και δαπέδου.

Direct mail με εξαγγελτικό και ενημερωτικό υλικό όπως συνταγές, ιδέες, χρήσης κ.λπ.

Αναφορά των σημείων πώλησης στα έντυπα και ψηφιακά μέσα της ομογένειας.

Δημιουργία διαδραστικών προωθητικών ενεργειών gaming, όπου θα πρωταγωνιστεί ο καταναλωτής, και θα συμμετέχουν τα προϊόντα μας, τα σημεία πώλησης και το site μας.

Δωρεάν δείγματα για προώθηση με άλλα προϊόντα.

Υποστήριξη Διανομής/σημείων πώλησης/κατανάλωσης

Θα δημιουργηθούν επίσης συσκευασίες «χύμα» μονοδόσεις ή σε display rack με 10 suchets, οι οποίες θα πωλούνται αντίστοιχα σε καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης (π.χ. Yogurt, Tea shops), και παράλληλα στην αγορά για το σπίτι, για εκδρομές, κατανάλωση στο σχολείο, αθλητισμό, μελέτη κλπ.



8 gr, suchets



Υποστήριξη Διανομής/σημείων πώλησης/κατανάλωσης

E-mail campaign γνωριμίας με τα προϊόντα Top MeliBee, μέσω Direct response Ads, όπου θα ζητείται όνομα και διεύθυνση για αποστολή δείγματος σε φακελάκι.

Direct Mail από Ελλάδα (λόγω συγκινησιακής φόρτισης), σε ομογενείς που ζούνε γύρω από τα καταστήματα πώλησης Top MeliBee.

Pre-Testing της ως άνω ενέργειας με e-mail, ίδιας δημιουργικής προσέγγισης αλλά με κουπόνι εκπτώτικής αγοράς.

Δημιουργία ενός Hellenic Honey Health Club με παροχές και προνόμια στα μέλη του, όπως εκπτώσεις, κουπόνια, tastings, μαθήματα gourmet cooking, special honey related events κλπ.

Υποστήριξη Διανομής/σημείων πώλησης/κατανάλωσης

Παράλληλα θα ενημερωθούν οι συνεργάτες μας για το προωθητικό υλικό που χρησιμοποιείται στην Ελληνική αγορά, και θα ζητηθεί η άποψή τους για προσαρμογή και χρήση στις ΗΠΑ.

Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην προώθηση για γάμους/βαπτίσεις, και στην προωθητική ενέργεια για μικρά παιδιά με συλλεκτικά αυτοκινητάκια και φιγούρες επιβατών που κόβουν και φτιάχνουν με «ήλεκτρονική» χαρτοκοπτική τυπώνοντας από το site μας.

Ακολουθούν «μερικές σκηνές» από το υλικό που δημιούργησε η εταιρεία MATADOG Design.



ΜΈΛΙ

φυσικό προϊόν από μέλισσες με πλούσια διατροφική αξία



Αποτελεσματική χρήση του ιντερνέτ

Είναι προφανές ότι πρωταγωνιστικό ρόλο στο πρόγραμμα ενημέρωσης, δημιουργίας σχέσεων και δεσμών με τους πελάτες, θα παίξει το Ιντερνετ, με κινητήρια δύναμη την ιστοσελίδα της Top MeliBee, η οποία θα εξασφαλίζει εύκολη και γρήγορη πρόσβαση, καθώς και παροχή όλων των πληροφοριών που θα αναζητήσει ο χρήστης, με δυνατότητα εύκολης επικαιροποίησης, ώστε να σχηματίζεται άμεσα μια πρώτη θετική εντύπωση, και στη συνέχεια να έχει ο χρήστης τη δυνατότητα να εξειδικεύσει τις ζητούμενες πληροφορίες, ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του με φιλικό, και διαδραστικό τρόπο.

Το QR Code στις συσκευασίες και το διαφημιστικό υλικό θα παραπέμπει τον ενδιαφερόμενο στην ιστοσελίδα μας, και θα του παρέχει όλη την πληροφόρηση για τις μοναδικές ιδιότητες του ελληνικού μελιού, υποκαθιστώντας έτσι για τους δυνητικούς πελάτες της Top MeliBee, την έλλειψη του εθνικού φορέα που θα έπρεπε να είχε αναλάβει αυτό το έργο.

Το πρόγραμμα θα γίνει μέσω της εταιρείας Titan TV, η οποία εκπροσωπεί Ελληνικά κανάλια στις ΗΠΑ και αναλαμβάνει όλα τα logistics του προγράμματος..

Αρχικά θα υπάρξει μια teasing campaign 100 εμφανίσεων διάρκειας ενός μηνός που θα λειτουργήσει ως λανσάρισμα για την Νέα Υόρκη, και ως teaser για τον υπόλοιπο πληθυσμό.

Η δημιουργική προσέγγιση θα παραπέμπει στην ιστοσελίδα της Top MeliBee η οποία θα ενημερώνει για τα προϊόντα, την διαθεσιμότητα, καταστήματα, προωθητικές ενέργειες, πληροφορίες για τις ιδιότητες του ελληνικού μελιού κλπ.

Το κόστος της πρώτης φάσης υπολογίζεται στα \$20.000 , ενώ της δεύτερης θα εξαρτηθεί από τον βαθμό διείσδυσης στην αγορά, δοκιμή, επαναληπτική αγορά κλπ.

Ακολουθούν στοιχεία για την Titan Television LLC, όπως και Γεωγραφικά και δημογραφικά στοιχεία του κοινού της ομογένειας των ΗΠΑ.

Οι πολιτείες με τον μεγαλύτερο πληθυσμό ελληνικής καταγωγής

TRI-STATE: 159,763*

CALIFORNIA: 125,284

ILLINOIS: 95,064

MASSACHUSETTS: 78,176

FLORIDA: 76,908

MARYLAND: 78,172

*** New York/New Jersey/Connecticut**





TITAN TELEVISION, LLC, IS THE EXCLUSIVE DISTRIBUTOR OF GREEK ETHNIC CHANNELS THROUGHOUT THE U.S. & CANADA

Titan Television proudly represents the top five Greek channels, which include the super channel MEGA Cosmos, Alpha Sat, STAR International, Epsilon TV, RIK Sat and 4E. Our prime channels reach millions of households not only in the USA and Canada, but also in Africa, Asia, and Australia. Our offices are located worldwide, including England, Dubai, Australia and Canada.



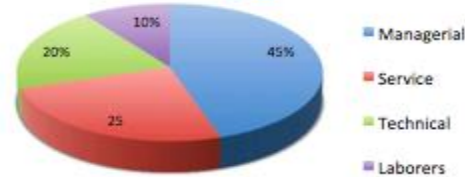
**THE UNITED STATES:
 HOME TO THE WORLD'S
 LARGEST GREEK POPULATION
 OUTSIDE OF GREECE**

MEDIA KIT 2016

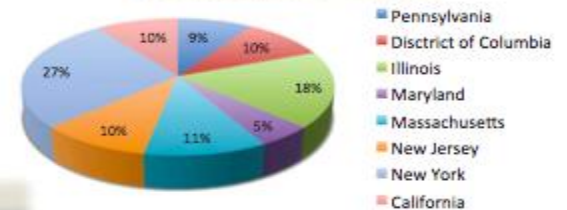
WWW.TITANTELEVISION.TV



SOCIO - ECONOMIC PROFILE: GREEKS IN THE U.S.



GREEK - LANGUAGE SPEAKERS BY STATE



MEDIA KIT 2016

WWW.TITANTELEVISION.TV

GREEK CHANNELS



We offer a variety of Greek Channels including Mega Cosmos, Alpha Sat, and Star International.



Alpha Sat

Entertainment Channel
 DISH Network Channel # 9831
 RCN Channel #517

- News
- Comedy
- Reality
- Cooking
- Live Entertainment



MEGA Cosmos

#1 Greek News, Entertainment & Lifestyle Channel in the U.S.
 DISH Network Channel # 9839
 RCN Channel #452

- News
- Commentary
- Talk shows
- Music
- Serials
- Health
- Fashion
- Sports



RikSat

Entertainment Channel
 Bell Canada
 RCN Channel #520

- News
- Comedy
- Reality
- Cooking
- Live Entertainment



4E

Entertainment Channel
 Bell Canada
 RCN Channel #519

- Religious

Ευχαριστούμε για την προσοχή σας