

Příloha č.1 zadávací dokumentace:

Technická specifikace marketingové studie

Studie je financována v rámci projektu LIFE CORCONTICA Evropskou Komisí prostřednictvím programu LIFE+. Jedná se o součást akce C4 - Zajištění socioekonomických podmínek pro dlouhodobou existenci stanovišť 6230*, 6510 a 6520.

Účel studie:

1. stabilizovat zisk a odbyt, diversifikace odbytu
2. zvýšit zisk hospodářů na jednotku produkce - v porovnání s rokem 2012
3. provázet produkci a biologickou / ochrannou hodnotu luk

Výše uvedené skutečnosti povedou k dlouhodobému využívání luk extenzivními technologiemi a tím k dlouhodobé existenci cílových přírodních stanovišť (biotopů luk).

Požadavky na zpracování:

1. Ověřit, zda skutečnost, že jde o druhově bohaté louky, má potenciál přispět k zvýšení zájmu odběratelů o produkty.
2. Provést průzkum trhu masa; mléčných výrobků; sena či palivových briket/pelet ze sena; vlny a dalších produktů.
3. Vybrat regionální značku vhodnou pro naše cíle a asistovat u jednání o jejím využití v rámci projektu.
4. Doporučit způsob organizace odbytu (zásilkový, farmářské trhy v regionu, trhy ve velkých městech, síť restaurací, obchodní řetězce ...) vč. odůvodnění, poměru jejich kombinace a prioritizace.
5. Vytvořit v rámci stránek life.knap.cz a daphne.cz internetový katalog regionálních produktů luk (návrh, struktura e-shopu, zájemci si zaregistrují své produkty, pokud vyhoví podmínkám a uzavřou smlouvu) + šablony letáků formátu A4 pro 3 typy produktů (budou moci hospodáři doplnit svými produkty, pokud uzavřou smlouvu).
6. Vytvořit seznam odběratelů pro typy produktů vyjmenované v bodě 2 – regionální, národní i nadnárodní a navrhnout formu a odhadnout náklady jeho aktualizace.
7. Navrhnout informační kanály pro distribuci nabídek produktů (popis, náklady na vstup do kanálu, podmínky a předpoklady k využívání kanálu, objem (odhad počtu potenciálních odběratelů)).
8. Testování a optimalizace navržené obchodní strategie na modelových produktech pro 3 nejperspektivnější typy uvedené v bodě 2 (min. 50 zobchodovaných položek u každého typu, zboží si zajistí dodavatel studie, zpráva + návrh optimalizace) .

Formální proces marketingové podpory:

1. návrh strategie - 3 typy hospodářů (chov ovcí, chov skotu, kosení)
2. návrh vzoru smlouvy s hospodáři pro následné využívání navržených produktů a marketingového poradenství.
3. harmonogram realizace strategií a odhad nákladů na jejich aktualizaci

Harmonogram:

Termín nejpozději do 30. 6. 2016 – body 1, 2, 3 a 4

Termín nejpozději do 30. 9. 2016 – body 5, 6, 7

Termín nejpozději do 30. 11. 2016 – bod 8