

برنامه فروش زعفران

داده‌های پیش‌بینی

نکات برجسته داده‌ها

- مصرف سالانه زعفران در ایران حدود ۳۰۰ تن است که بخش زیادی در صنایع غذایی و صادرات مجدد استفاده می‌شود.
- در بازار داخلی، متوسط خرید خانوار ایرانی حدود ۲ تا ۵ گرم در سال است.
- پیش‌بینی رشد تقاضای بسته‌بندی‌های کوچک (۰/۵ تا ۲ گرم) به دلیل گرانی و تغییر سبک زندگی.
- رستوران‌ها، قنادی‌ها و کارگاه‌های غذایی مشتریان عمده به حساب می‌آیند.

بستر بازار

تقاضای داخلی به دلیل تورم و افزایش قیمت کاهش یافته اما تمایل به بسته‌بندی‌های کوچک‌تر بیشتر شده است. برندهای معتبر با بسته‌بندی بهداشتی و شیک اعتماد بیشتری جلب می‌کنند. بازار سنتی (عطاری‌ها) هنوز قوی است ولی فروش آنلاین و فروشگاه‌های زنجیره‌ای در حال رشدند.

محصولات و قیمت‌گذاری

1g

زعفران سرگل اعلا (بسته ۱ گرم)

۲۲۰,۰۰۰ تومان

پرمصرف‌ترین بسته‌بندی، مناسب برای مصرف خانگی و هدیه

0.5g

زعفران ممتاز (بسته ۰/۵ گرم)

۱۲۰,۰۰۰ تومان

بسته‌بندی کریستالی کوچک، مناسب برای خانوارهای کم‌مصرف

Bulk

زعفران فله‌ای (هر کیلو)

۲۰ تا ۲۵ میلیون تومان

مخصوص کارگاه‌ها و صادرات‌کاران

4.6g

زعفران نگین صادراتی (بسته ۴/۶ گرم)

۹۰۰,۰۰۰ تومان

برای مشتریان خاص، رستوران‌ها و فروش عمده

پیام‌رسانی

تقسیم‌بندی مشتریان و پیام متناسب

خانواده‌ها: «با کمترین هزینه، طعم و رنگ اصیل ایرانی را به سفره‌تان بیاورید.»

رستوران‌ها و قنادی‌ها: «ثبات کیفیت و رنگ‌دهی، راز موفقیت منوی شما.»

مراکز صادراتی و عمده‌فروشان: «زعفران درجه‌یک با گواهی اصالت، آماده برای بازارهای جهانی.»

خط مشی کلی

«زعفران ما ترکیبی از اصالت کشاورزی ایرانی و بسته‌بندی مدرن است؛ عطر و رنگی که اعتماد می‌سازد.»

توانمندسازی فروش

مسئولیت‌ها

- تیم بازاریابی: تهیه محتوای تصویری و تبلیغاتی
- تیم فروش: ارتباط با رستوران‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای
- مدیرعامل/مدیر محصول: نظارت بر کیفیت و قیمت‌گذاری

ابزارها و محتوا

- کاتالوگ محصول با توضیح کیفیت و گواهی آزمایشگاهی
- فیلم کوتاه از مراحل برداشت زعفران و بسته‌بندی برای شبکه‌های اجتماعی
- جدول مقایسه کیفیت با برندهای رقیب
- جعبه هدیه ویژه برای بازار لوکس

فرآیند اجرا

1. ماه اول: راه‌اندازی کمپین معرفی برند در اینستاگرام + حضور در نمایشگاه مواد غذایی تهران
2. ماه دوم تا چهارم: ورود به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و همکاری با ۲۰ عطاری منتخب
3. ماه پنجم: جذب ۵۰ مشتری عمده (رستوران و قنادی)
4. ماه ششم: بررسی فروش، اصلاح استراتژی، افزایش بسته‌بندی‌های کوچک
5. ماه هفتم به بعد: مذاکره با شرکت‌های صادراتی و ورود به بازار کشورهای همسایه

تاریخ‌های کلیدی

۱۵ فروردین: شروع تبلیغات نوروزی

خرداد: ورود رسمی به فروشگاه‌های زنجیره‌ای

شهریور: عرضه بسته‌بندی هدیه ویژه ماه محرم و صفر

آذر: فصل برداشت ← کمپین «از مزرعه تا سفره»