

Умението да продаваш емоции



Гръцка компания обучава български сладкари как да удовлетворяват нуждите на съвременния потребител

Лиляна Кънева

Съвременният потребител изпитва дефицит от положителни емоции. Затова производителите трябва да се стремят да запълнят тази празнина, като не просто предлагат продуктите си, а започнат да продават емоции. Подобен извод се среща в много анализи на потребителското поведение (виж статията на тази тема мартенския брой на списанието от т.г). Науката подава сигнал на производителите от всички браншове, които искат да имат успех на бясно конкуриращия се пазар, да търсят контакт с чувствата и настроенята на своите клиенти. За какви емоции става дума?

“Наслада, удоволствие, изкушение” – под това мото президентът на търговската фирма “Алма либре” Янис Лиолиос представи на пресконференция пред журналисти корпоративната философия на компанията. Поводът беше официалното откриване на

Консултантски център

“Алма либре”. В неговата визитката е записано, че тук редовно се провеждат презентации и безплатно обучение за сладкари и готвачи. Целта е чрез професионално усъвършенстване да се удовлетворяват нуждите на съвременните потребители.

Консултантският център функционира неофициално от близо три месеца. Дейността му досега включва 84 презентации на суровини, материали, технологии, сладкарски дизайн, направени на място в цехове от цялата страна. От компанията си поставят за цел чрез обучение и общуване между търговци и сладкари да провокират дискусии как да се намали себестойността, да се повиши качеството на продукцията, да



се изяви професионализма в търсене на индивидуални решения за нови изделия на основата на суровините от т.н. “нова генерация”. В “тази малка фирмена школа” (както сам президентът нарече), вече са се състояли шест тематични презентации на суровини и материали на производители от различни страни в присъствието на сладкари и дистрибутори от цяла България.

Кампанията на “Алма либре” за налагане на разработената от нея рецепта за успешен бизнес започва още преди няколко месеца в Солун. Тогава голяма група български търговци и производители присъстваха на презентация-обучение в Солунския център по гастрономия, собственост на голямата гръцката фирма “Стелиос Канакис”, на която “Алма Либре” е партньор в България. Засега у нас гръцката фирма предлага 400 артикула на най-добрите производители от 26 страни. Суровините и материалите се предлагат с

Готови рецепти

създадени специално за възможностите на българските производители и съобразени с вкуса на българските потребители. Рецептите обаче са само предложения. “Ние не продаваме готови изделия, а само даваме идеи”, казва президентът Лиолиос.

Рецептата на “Алма либре” за успешен бизнес:

- не забравяйте, че гастрономията е изкуство,
- стремете се към все по-високо качество на продукцията,
- използвайте суровини от “нова генерация”,
- правете сладкиши с плътен концентриран вкус,
- съчетавайте високото качество с естетична визия.

В България основни знания по сладкарство се получават в специализирани училища и паралелки. Но в училищата няма достатъчно ресурси, приоритет се дава на традиционализма. Недостатъчни са също желанието и възможностите на производителите да следят новостите, смятат от “Алма либре”. Затова трудно може да се каже, че българското сладкарство като цяло следва световните тенденции. А това са – малки по обем сладкиши, с плътен вкус, с високо качество, незалепащи за небцето, които увеличават ендорфина в организма (онзи елемент, който предизвиква споменатите емоции – наслада, удоволствие, изкушение). Сладкарството би могло да се нарече дори интердисциплинарна наука, в която има химия, физика, медицина, философия, психология, естетика.

Здравословно хранене на съвременните хора според Янис Лиолиос трябва да се подчинява на правилото

От всичко с мярка

Изборът на изделия с високо качество и многото движение също са задължителни според него.

“Изпращайте сигнали към потребителите да четат, да търсят новото, да култивират в себе си потребителски умения, да ползват правата си, да подпомагат с мнения и оценки добрите производители”, каза още Янис Лиолиос.