

Konferencja „Żywność wysokiej jakości - Jak promować? Jak sprzedawać? Jak budować markę?” - 21 października 2019, Olsztyn



W dniu 21 października 2019 roku o godz. 9.00 w Olsztynie przy ulicy Jagiellońskiej 91a (budynek Centrum Wdrażania i Promocji Innowacji w Olsztynie), odbędzie się konferencja pt. „Żywność wysokiej jakości - Jak promować? Jak sprzedawać? Jak budować markę?”.

Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego zaprasza lokalnych producentów, sprzedawców, dystrybutorów żywności oraz wszystkich zainteresowanych żywnością wysokiej jakości* do udziału w konferencji.

Podczas konferencji specjalista w dziedzinie promocji internetowej - Google Internetowe Rewolucje - przedstawi korzyści z zastosowania bezpłatnych narzędzi internetowych oraz sposobów diagnozowania rynku i konkurencji.

Przedstawiciele producentów zaprezentują dobre praktyki inicjatyw lokalnych w tym: utworzenia sklepu ze zdrową żywnością, eko targu oraz przykład produkcji żywności organicznej wykorzystującej tradycyjne metody upraw i nowe technologie.

Ostatni panel konferencji poświęcony będzie marce produktu na rynku spożywczym.

O potencjale rynku zagranicznego będzie mówiła przedstawicielka Google Internetowe Rewolucje, natomiast o eko certyfikatach opowie przedstawiciel Bioekspert Sp. o.o. jednostki certyfikującej w rolnictwie ekologicznym. Na pytanie „Jak budować markę produktu?” odpowie Katarzyna Bosacka, dziennikarka telewizyjna, współautorka i prowadząca popularne programy m.in. „Wiem, co jem”, „Wiem, co kupuję”, „Co nas truje”.

Udział w konferencji jest bezpłatny.

Zgłoszenia na konferencję prosimy wysyłać za pośrednictwem formularza zgłoszeniowego.

* Żywność wysokiej jakości w Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warmińsko-mazurskiego do roku 2025 została zaliczona do tzw. inteligentnych specjalizacji. Specjalizacja ta opiera się na przemyśle rolno-spożywczym, dynamicznym rozwoju rolnictwa lokalnego oraz tradycyjnym przetwórstwie żywności opartej o regionalne surowce i krótkie łańcuchy sprzedaży. Odpowiada ona na potrzeby konsumentów związane z promowanym zdrowym stylem życia.