

TRABAJA SABIAMENTE, NO MAS DURO: COMO MEJORAR TU ESTRATEGIA MAYORISTA: PARTE I

- ¿Porque este tema?
 - Acceso al mercado para granjeros pequeños y medianos está cambiando y puede ser confuso.
 - Consolidación en el mercado significa que el poder está en los compradores, aunque los compradores quieran basar sus fuentes de granjas pequeñas y medianas.
 - Definir que pueden hacer los granjeros para incrementar sus ventas en un mercado de alta presión.
- Definiciones:
 - Mayorista: venta de cultivos especializados, carne, productos secos, o alimentos de alto valor añadido a restaurantes, distribuidores, supermercados, compañías de comercio electrónico, fabricantes de alimentos, y proyectos comunitarios a base de cajas.
 - Estos consejos sirven mejor para aquéllos que venden la mitad de un pale hasta una troca llena de productos a la vez.
 - Coordinación de cadena de valor: usar un conjunto de herramientas para unir compradores con proveedores.
- Supuestas Prácticas: Consejos para lo que funciona y no funciona cuando te diriges a un comprador mayorista
 - Que hacer
 - Enviar un correo electrónico breve y con información clave
 - Aprende lo más que puedas de quien hace las compras y si hay limitaciones, tales como límites a ciertos distribuidores específicos o programas especiales que se enfocan en comprar localmente.
 - Si es posible obtiene una introducción de algún contacto mutuo.
 - Pregunta que está buscando el comprador.
 - Dirige necesidades exactas
 - Contacta al inicio del trimestre cuando el personal tiene más tiempo.
 - Que Evadir
 - Correos electrónicos con mucha información sobre ti y tu misión
 - No asumas automáticamente que tu cultivo de alto volumen es más deseable para un comprador porque los precios son bajos, averigua más.

- Cosas que evaluar sobre un comprador:
 - Conocimiento sobre sistemas de comida (general)
 - Experiencia y conocimiento local y regional
 - Metas definidas sobre sostenibilidad / objetivos relacionados con contratación
 - Habilidad de cambiar o crear nuevas cadenas de producción
- Buenas preguntas para hacer:
 - ¿Cuál es su margen de objetivado? – luego trabaje al revés para ver si la estructura de precios funciona con usted.
 - ¿Qué tan frecuente adiciona nuevos proveedores? – aprenda sobre qué tiempo funciona mejor, si tienen largos procesos de aprobación, si el equipo que compra puede ser flexible o creativo.
 - ¿Quién más suplente este producto para usted? – Con que distribuidores trabajas? – transparencia de modelo, este atento a obstáculos de complejidad y desembarco.
 - ¿Qué tipo de productos estas buscando? ¡A veces esto puede crear oportunidades para usted!

Octubre 6,2020

Presentadora: Heather Frambach

heather@kitchentableadvisors.org



Funding for Growing Success: Expanding Career Pathways and Experiential Learning at Farmers Markets was made possible by the U.S. Department of Agriculture's (USDA) Agricultural Marketing Service through grant No. AM190100XXXXG129. Its contents are solely the responsibility of the authors and do not necessarily represent the official views of the USDA.