

Baltic Agro VÄLJANÄITUS

Eesmärk

Baltic Agrol on soov koos oma toodete , teenuste ja partneritega jõuda põlluharijatele ligemale. Et nendega suhelda, sõlmida kontakte ja harida. Kuidas seda teha nii, et tulijatel oleks peale uute teadmiste ka meel lahutatud ning tuju hea? Et kontakt jääks meelde erilise ning kirkana?

- Baltic Agro liidrirolli kinnistamine põllumajandussektoris
- Kaubamärgi tuntuse tõus laiendatud sihtgrupis
- Baltic Agro tegevusvaldkondade teadlikkuse tõus

Teostus

Suurde Tartu lähistel asuvasse laohoidjasse ning sellele ümbritsevale alale loodi kolmeks täispikaks päevaks laadalik melu ja elu täis keskkond: maateemaline Väljanäitus, kus peale harivate kohapealsete seminaride ja tootetutvustuste ning ringreiside reaalsetele põldudele on ka piisavalt meelelahutust, kaasalöömist, head sööki, tegevusi ning konkursse.

Iga meelelahutuslik tegevus ja võistlus oli Baltic Agro koostööpartnerite poolt bränditud – et tuua nende sõnumid inimesteni läbi pehmemate väärtuste ja tegevuste.

Näiteks:

- Olivia toiduõli kureeritav grillvõistlus ja degustatsioonid koos retseptiraamatuga
- Ilmaennustamise meistrivõistlused
- Baltic Agro teenuseid tutvustav vigursõit segwaydel
- Baltic Agro loomakasvatusosakonna rodeohärjal ratsutamise võistlused

Laval käis nonstop-meelelahutusprogramm kohalike taidlejate osavõtul, töötasid välikohvikud ning jutunurgad. Logistiline tegevus hõlmas pea 70 korraldamisega seotud olnud inimest, kes täitsid kogu päeva külastanud põllumeeste aja sihipäraste tegevuste, teadmiste ja sõnumitega.

Tulemus

Kolme päeva jooksul külastas BA Väljanäitust umbes tuhatkond inimest. Põlluekskursioonide ajal oli võimalik luua osalejatega personaalsem kontakt ning tutvustada neile just neid tooteid ja teenuseid, mis neile enim huvi pakkusid. Tänu läbimõeldud tegevustele ning valiti Baltic Agro Väljanäitus 2014 ettevõtte enda poolt Aasta Teoks.

- Kaubamärgi tuntus põllumajandussektori liidrina tõusis sihtgrupis ligi 25%
- Teadlikkus Baltic Agro tegevusvaldkondadest tõusis 35%
- Olivia toiduõlised degusteeriti umbes 1000-le külastajale

Baltic Agro EXHIBITION

Objective

Baltic Agro wishes to bring its products, services and partners closer to the farmers in order to make contact with the farmers, communicate and educate them. How to do this so that in addition to learning new things the farmers are also entertained and happy; so that they would have special and vivid memories of the contact?

- Strengthening the leadership role of Baltic Agro in the agricultural sector
- Increasing awareness of their trademark in the extended target group
- Increasing awareness of the Baltic Agro areas of activity

Implementation

A large warehouse near Tartu and its surrounding area was turned into a lively and fun fairground for three full days: a country-themed exhibition, useful seminars, product presentations, tours of actual fields were combined with entertainment, all sorts of activities and competitions for people to engage in, and last but not least – good food.

Every fun activity and contest presented a brand of Baltic Agro partners, in this way people got their messages through softer values and actions.

For example:

- The Olivia cooking oil was behind the grilling contest, food tasting and presentation of a cookery book
- Weather forecasting championships
- Segway freestyle presenting the services of Baltic Agro
- Rodeo – riding the ox of the Baltic Agro Cattle Department

The local entertainers performed non-stop on the stage, there were open-air cafés and lounges. More than 70 persons were involved in organising the event – they filled the three days with targeted activities, knowledge-sharing and messages for the participating farmers.

Result

About 1000 people visited the Baltic Agro exhibition during the three days. The tours to fields enabled a more personal touch, so as to present to the participants the products and services they were most interested in. Thanks to carefully tailored activities Baltic Agro elected the exhibition as the company's Event of the Year.

- Awareness of the trademark as leader of the agricultural sector grew close to 25% in the target group
- Awareness of the areas of activity of Baltic Agro grew 35%
- 1000 visitors tasted the Olivia cooking oils