www.yutaiseafoods.com

YUTAI
青岛渔泰

通过故事向90后销售海产品

专为B2B 买家提供的指南

分 享 · 品 质 · 持 续 · 共 赢

领鲜食界 · 乐享生活

Taste elegant living with present of ocean

中国的本土品牌和外国品牌要有更强的故事信息

我们可以看到成功的大品牌努力和年轻消费者建立联系，这些消费者想知道品牌背后代表着什么，海产品品牌也不例外。

大多数中国海鲜品牌专注于：

- **产品优势 -- 详细而具体**
- **名人背书 -- 在线销售**

这些办法并不差，但是如果你想吸引年轻群体.....

90后消费者已成为市场的主力，推动社会发展的主力。

下一步是了解他们的客户，他们的需求和痛点，并利用品牌信息来解决他们的问题。

从长计议是缓慢的过程，不像销售数字的飞速增长那样令人兴奋，但如果没有一个强大的品牌，就难以持续。

为什么有故事的海鲜可以吸引90后的目光?

购买海鲜时，价格是首要考虑因素之一。

但90后在作出购买决定，尤其是购买食品时，会考量其他的价值。

激发兴趣

消费者可以通过在门店内设置的专门区域与商家或产品互动体验来了解品牌产品的来源信息。

证明真伪

消费者对真实性的要求越来越高，这就要求品牌制造商提供引人入胜的食谱、原料和生产过程的故事。

避免虚情假意

鉴于消费者的怀疑态度，需避免围绕品牌传承、原产地等肤浅、虚假的产品卖点宣传。产品真实性是品牌长期成功的关键。

90后是高度重视自主和自信的一代人，所以品牌需要传达出与这些价值观相关的信息。

消费者对海产品背后的故事感兴趣

近年来，消费者的好奇心越来越强，想要获得更多产品来源、生产方式以及产品为日常生活带来哪些好处的信息。

随着消费者更多的关注成分、食品添加剂和生产方法，海产品领域信息的简明、透明和公开变得比以往任何时候更有价值。此外，消费者对食品安全问题普遍存在的怀疑，增强了消费者对海产品背后故事的兴趣。

90后生活繁忙，饮食习惯不规律，他们购买健康相关的食品进行弥补。

你的海鲜货架准备好迎接变化了吗?

零售商要更加关注消费者对烹饪真实性的需求，在海鲜品牌中突出与传承或传统的联系，并传递食谱、原料和生产过程相关的故事。

透明和真实是建立品牌信任的基石

- 提供令人信服的关于海鲜产品如何制造的故事，对建立消费者信任至关重要。
- 产品包装上提供产品加工地、加工方式、烹饪方法，更容易增强信任。

然而，在营销品牌真实性时，需要谨慎行事

- 鉴于消费者的怀疑态度，公开推广的真实性信息作为零售品牌的属性，往往弊大于利。
- 避免因在自有品牌产品下使用虚构或低质量的海鲜产品，而导致消费者的反感，被指责为误导消费者不是你想看到的。所以要寻找专业供应商来帮助你。

90后是有见识和受教育的一代。他们在做出购买决定之前会考虑产品和品牌的各个方面。

了解90后消费者对海产品的优先需求

正如一些海鲜产品比其他产品更具吸引力，一些故事元素较其他元素更能引起消费者。

消费在做选择时有自己的优先级排序，产品传递的信息要引起消费者共鸣。

- **消费者亲身经历的问题**：如水和空气污染、对身体有害的物质，这些问题更容易引起人们的关注，消费者不太关注远离日常生活的问题，如森林砍伐等。
- **具体的问题**：品牌通过有针对性的行动与消费者建立有效沟通，回应他们关心的具体问题，例如怎样提升免疫力。
- **海鲜本身的信息**：消费者更喜欢那些隐含着更新鲜、更健康、更容易烹饪、更高质量的海产品故事。更关心每一餐对个人的影响，而不是范围广泛或抽象的问题。
- **关于孩子**：消费者中的新手爸妈也愿意为孩子的安全和保障支付额外费用。

B2B买家的机遇

- 介绍食谱、原料和生产过程等方面令人信服的故事。
  通过门店的专属区域与消费者进行互动体验，激发他们的兴趣和想象力，助力产品销售。

- 基于年轻消费者最关心的几点问题讲述产品故事，引起消费者共鸣。
  同时，避免围绕品牌传承、出处和真实性的浅薄和虚假的产品主张是品牌长期成功的关键。

你有合适的供应商吗？
准备好用整套营销策略来销售海鲜产品了吗？我们可以帮助你讲述故事

扫码关注 了解更多

青岛渔泰　　龙泽鲜

网址：http://www.yutaiseafoods.com