



**PFC Norway as**

Managing Director: Kristian Karlsen  
 Box 3, 5724 Stanghelle, NORWAY  
 tel: +47 9706 1900  
 email: kristian@pfcnorway.com  
 www.pfcnorway.com

**PFC Poland Sp. z o.o.**

Managing Director: Piotr Makuch  
 ul. Zygmunta Krasinskiego 2/101,  
 87-800 Wloclawek, POLAND  
 tel/fax: +48 544 133 437  
 mobile: +48 601 657 591  
 email: pm@pfcpoland.com  
 www.pfcpoland.com

**PFC Finland Oy**

Managing Director: Peter Tiitola  
 Insinöörinkatu 30,  
 33720 Tampere, FINLAND  
 tel: +358 3357 8951  
 fax: +358 3357 8957  
 mobile: +358 40 733 4114  
 email: tiitola@hauhau.com

**PFC Baltic Oü**

Managing Director: Kalle Kikson  
 Mustamäe tee 44, 10621 Tallinn, ESTONIA  
 tel: +372 5664 1136  
 fax: +372 674 1988  
 email: klikson@hauhau.com

## WPROWADZENIE



**Pet Food Consulting Nordic Group** została utworzona, żeby świadczyć usługi dla nieustannie rosnącego przemysłu artykułów zoologicznych skupionego wokół Morza Północnego.

W krajach, w których skupia się działalność PFC Nordic Group szacuje się łączną liczbę zwierząt domowych na 30 mln, wyłączając ryby oraz konie, a łączny obrót tej branży wynosi ponad 2 mld EURO. Przez ponad 100 lat ten sektor rynkowy radził sobie nieźle sam w sferze produkcji i sprzedaży, a od momentu powstania UE można zaobserwować bardzo szybki, kompleksowy wzrost oraz specjalizację tego przemysłu.

W ciągu ostatnich 10 lat nastąpił szereg zmian, pośród których wymienić należy: zmiany rodzajów kanałów dystrybucji oraz logistyki, tworzenie sieci sklepów zoologicznych, fuzje sklepów dyskontowych oraz rosnący udział półek z artykułami zoologicznymi w sklepach wielo-powierzchniowych. To zmusiło organizacje zajmujące się zakupami do nauczenia się jakimi prawami rządzi się rynek zoologiczny albo poprzez specjalizację w tym rynku bądź poprzez zlecenie tego wykwalifikowanym specjalistom. Zrozumienie zachowania klientów branży zoologicznej stało się nie lada wyzwaniem, a końcowe rezultaty mogą przynieść znaczący zysk, jeśli sprzedaż jest zorganizowana we właściwy sposób.

PFC Nordic Group jest pierwszą tego typu firmą działającą na tym rynku, ponieważ skupiamy się na rozmaitych rozwiązaniach biznesowych patrząc na nie z punktu widzenia klienta, a nie producenta/sprzedawcy. Jesteśmy niezależną grupą profesjonalistów z tej branży, potrafiącą przeanalizować potrzeby klientów bez jakiegokolwiek stronniczości oraz pomóc w znalezieniu właściwych partnerów handlowych na produkty i usługi spośród liczby dostępnych producentów zamiast pobierać wynagrodzenie za ciągłe zwiększanie ich sprzedaży.

Zajmujemy się analizą rynkową, segmentów oraz kanałów dystrybucji w każdym kraju oraz oferujemy pomoc w doborze właściwego wyboru asortymentu produktów, marek własnych lub obcych w zależności do potrzeb klienta. Negocjujemy ceny oraz warunki dostawy począwszy od powstania produktu do momentu, gdy produkt ten dotrze na półkę sklepową. W momencie, gdy produkt znajdzie się na rynku, zachowujemy się jak strażnik, dbając o najlepszą jakość oraz terminowość dostaw, zapewniając satysfakcję wszystkich partnerów biznesowych.

PFC Nordic Group wyznacza standard dla nowoczesnego doradztwa handlowego dla rozwijającego się przemysłu zoologicznego w krajach ułożonych u wybrzeży Morza Północnego. Prosimy dołączyć Państwo do grona naszych klientów, a przekonacie się jak możemy wspomóc Państwa biznes, oferując całą gamę rozwiązań pod jednym dachem.



## GŁÓWNE USŁUGI

### 1 Analiza rynkowa

- analiza rynku w oparciu o dane z raportów firm takich jak AC Nielsen, Monitorów branży zoologicznej oraz innych wiarygodnych źródeł.
- Specjalistyczne badania rynkowe zawierające m.in. badania ankietowe oraz sondaże.
- Analiza konkurencyjności na tle pozostałych producentów i ich produktów.

### 2 Rozwój produktu

- Analiza receptur oraz surowców oraz pomoc w ich doborze.
- Analiza techniczna produktu przeprowadzana w akredytowanych niezależnych laboratoriach badawczych.
- Testowanie zachowań klientów w połączeniu z testami zachowania zwierząt w niezależnych warunkach.

### 3 Poszukiwanie dostawców, ich wybór i negocjacje

- Udział w imprezach targowych, seminariach i konferencjach.
- Branżowe katalogi oraz publikacje handlowe.
- Istniejące sieci dostawców, stowarzyszenia handlowe, rządowe.
- Wizyty w zakładach produkcyjnych i magazynach.
- Negocjowanie cen i warunków sprzedaży.
- Kontrola jakości i weryfikacja posiadanych certyfikatów jakości.
- Tworzenie projektów kontraktów handlowych.

### 4 Rozwój opakowania produktu

- Projekty, wykonanie graficzne, rysunki liniowe.
- Naświetlanie klisz oraz przedprodukcyjny dobór dostawców.
- Dostawcy opakowań i ich rodzaje (rodzaj, rozmiar).
- Kontakt z agencjami reklamowymi, usługi tłumaczeniowe.

### 5 Rozwiązania logistyczne

- Firmy transportowe, poszukiwanie i negocjacje cenowe.
- Pakowanie i etykietowanie.
- Magazynowanie.
- Konsolidacja ładunków.

### 6 Obsługa klienta

- Planowanie rozmieszczenia w sklepie i planowanie regałów.
- Obsługa klientów.
- Zapewnienie łączności pomiędzy dostawcą a siecią kupującą (terminowość dostaw, procedury produkcji, przyjmowanie zamówień, pakowanie itd.).
- Kontrola jakości produktów (analiza laboratoryjna itd.).
- Korekta tekstów, zmiany w opakowaniach.
- Analiza opłacalności produktu na rynku.
- Badanie rozwoju rynku i wyszukiwanie szans na ekspansję.
- Planowanie rozwoju nowych produktów.

### 7 Reprezentowanie dostawcy

- Reprezentowanie na targach wystawienniczych.
- Poszukiwanie klientów.
- Rejestrowanie produktów.
- Reprezentacja prawna.
- Wsparcie językowe.

### 8 Rozwiązania Marketingowe

- Planowanie marketingowe.
- Planowanie reklamowe.
- Przygotowanie materiałów reklamowych (katalogi, ulotki, strony www).
- Pomysły na promocję produktów.

