



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2017 – 2020, 3. odpiranje, za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

1. Polni naslov projekta: **Mlečni izdelki po meri otrok**

- V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P-16 se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovo (neustrezno področje izbrišite):

04 - Poslovne in upravne vede, pravo

2. V sodelovanju z: (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partner/ja – podjetje/ji oz. organizacija, ki je/sta bilo/i vključeno/i v projekt)

B2 Visoka šola za poslovne vede, zavod
Tržaška cesta 42, 1000 Ljubljana

Ljubljanske mlekarne d.o.o.
Tolstojeva 63, 1000 Ljubljana

Episcenter, tržne raziskave in direktni marketing d.o.o.
Bravničarjeva ulica 13, 1000 Ljubljana

3. Besedilo:

- Opredelite problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

Otroci igrajo pomembno vlogo v potrošniškem vedenju, vendar se v svojem zgodnjem otroštvu ne zavedajo vseh lastnosti izdelkov, ki jim jih kupujejo starši. Prepoznajo le določene elemente kakovosti, največkrat povezane z embalažo in obljubami, ki so jih zaznali skozi oglaševanje. Cilj projekta je bil: opredelitev procesa odločanja o nakupu mlečnih izdelkov in identifikacija vpliva otrok na nakupne odločitve staršev.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Kvalitativna analiza ponudbe različnih mlečnih izdelkov na slovenskem tržišču in opredelitev ključnih lastnosti mlečnih izdelkov za prehrano otrok (vključitev strokovnjakov živilske tehnologije) in primerjava lastnosti različnih izdelkov (določitev kazalnikov vrednotenja: sestavine, embalaža – vizualna izdelava podob, cena itd.)

Na podlagi pridobljenih informacij je bila izvedena druga faza s primerjavo, kako bi izdelke izbirali starši in kako otroci.

Obdelava podatkov in priprava poročil:

- Grafična analiza mlečnih izdelkov.
- Poročilo spletne anketa - otroci.

- Poročilo spletne anketa - starši.

Izvedba predlogov za nove mlečne izdelke za otroke.

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

Ugotovitve:

Otroci pomemben dejavnik pri nakupnih odločitvah staršev, tega pa se zavedajo tudi starši sami, saj nakup načeloma raje opravijo samostojno kot pa v njihovi prisotnosti in se s tem izogonej podaljšanju časa nakupa ter drugim možnim scenarijem.

Starši so sicer dovzetni za želje otrok pri nakupih, pri njihovi zavrnitvi pa ne opažajo večjih vedenjskih sprememb svojih otrok.

Otroci največkrat izbirajo izdelek na podlagi okusa in privlačnosti embalaže (prevsem jih privlačijo motivi junakov in junakinj iz risank in filmov ter ilustrirano sadje oz. slikovna ponazoritev okusa), vendar jih je slednje kdaj že zavedlo. V nasprotju z njimi starši največkrat kupujejo že znane izdelke, v nakup jih najbolj prepriča oznaka *Izbrana kakovost Slovenije* ali podobno kot pri otrocih sam okus izdelka, pri sestavinah so najbolj pozorni na vsebnost sladkorja.

4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

Recording has started. This meeting is being recorded. By joining, you are giving consent for this meeting to be recorded. [Privacy policy](#)

Alpsko mleko Razpis - NovaPisna

OSNOVNO VSEBILANJE NAČRTI PREHODA ANIMACIJE OSANČENIKIJA PRIGLEDO OGLED

LJUBLJANSKE MLEKARNE **ALPSKO mleko**

UPRAVLJANJE Z BLAGOVNO ZNAMKO ALPSKO MLEKO

Tina Kumelj, direktorica marketinga Ljubljanskih mlekarne

Ljubljana, 14.05.2020

Kliknite, če želite dodati opombe

30:09

Tukaj vnesite izraz za iskanje

17:09
14. 05. 2020

People

Currently in this meeting (20)

- Sara Sluga
- AN Adis Nezovic On hold
- AP Andrej P
- BB Blažka Bucar
- BR Brigita Rajter
- DC Denis Causevic
- Jani Toroš
- PV Janja Vehar
- JD Julija Daofo
- KD Kristina Deželak
- M Maja Starcevic
- MK Manja Kremzar
- MG Mihael Gobar
- MG Mihael Gobar
- PV Petra Veber
- T tina
- Tina Kumelj

Povzetek 1. sklopa: MLEKO

Lastnost	Skupne ugotovitve (mleko)
Najpogostejše barve	Bela, modra
Najpogostejše ozadje	Modro ozadje
Najpogostejša figura	Ilustracija živali oz. junaka
Najpogostejša kompozicija	Figura: 3. in 4. podkvadrat (proti levemu robu) Proizvajalec: 1. in 2. podkvadrat (zgornji rob) Naziv produkta: 1. in 2. podkvadrat (sredina)
Najpogostejša oblika embalaže	->»vitek« pravokotnik/kvader ->»razširjen« pravokotnik/kvader

OBLIKA EMBALAŽE:



POVZETEK KOMPOZICIJE NA EMBALAŽI ZA MLEKO

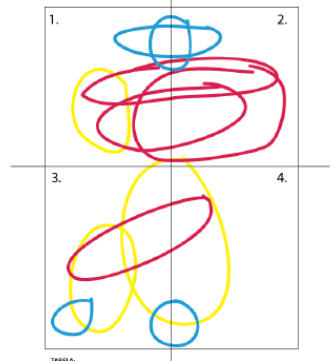


TABELA:

- pozicija figure
- pozicija proizvajalca
- pozicija naziva produkta

GRAFIČNA ANALIZA EMBALAŽ MLEČNIH IZDELKOV

“IDEALNA” KOMPOZICIJA NA EMBALAŽI ZA MLEKO

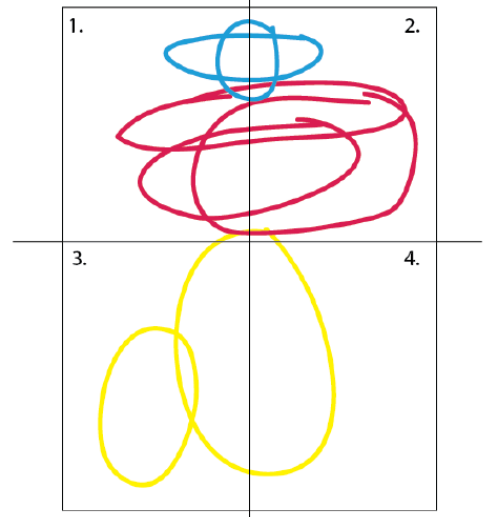


TABELA:

- pozicija figure
- pozicija proizvajalca
- pozicija naziva produkta

klop: MLEKO | 2. sklop: MLEKO Z OKUSOM | 3. sklop: OTROŠKI IZDELKI
 analiza: POSAMIČNA EMBALAŽA | 2. analiza: SKUPNE TOČKE