

# Zdaj je zlati čas za prodajo od vrat do vrat

Spoznajte recept mlekarne Krepko za 26-odstotno rast prodaje v trgovske verige, za četrtno večjo neposredno prodajo in 3,4-krat večjo spletno prodajo mlečnih izdelkov

**F** PETRA ŠUBIC  
petra.subic@finance.si

»Lani nas je rešila neposredna prodaja z dostavo na dom, da smo dosegli enake prihodke kot leta 2019. To je ob pol manjši prodaji v šole in vrtce lep uspeh. Upad javnih naročil smo nadomestili z večjo spletno in neposredno prodajo od vrat do vrat, ki smo jo vpeljali že pred osmimi leti. Povečali smo tudi prodajo v trgovske verige, za letos smo optimistični,« pravi Sandra Turnšek, direktorica ekološke mlekarne Krepko iz Laz pri Logatcu.



Minulo leto je bilo za mlekarne zelo zahtevno. Prireja mleka je bila rekordno velika, vse mleko so mlekarne odkupile, nekaj izvozile, večino pa predelale, čeprav so s protikoronskimi ukrepi izgubile večje kupce - hotele, restavracije, catering, bare, za več mesecev tudi šole, celo vrtce, upadla so tudi izvozna naročila. Prodaja mleka in mlečnih izdelkov se je zožila na trgovine in del javnih ustanov, z dostavo pa tudi v gospodinjstva.

## Zaloga kefirja so razdelili v dobrodelne namene

Razglasitev epidemije sredi lanskega marca je bila hladen tuš tudi za našo edino ekološko mlekarino Krepko, ki vsako leto odkupi in predela 1,8 milijona litrov ekološkega mleka s kmetij. Hladilnico so imeli polno izdelkov za vrtce in šole, a ko so jih v prvem valu epidemije zaprli, so kefir in druge izdelke razdelili domovom za starejše ...

Naročila so strmo upadla, dodatna težava je bila, da delajo samo sveže mlečne izdelke s krajšim rokom trajanja, zato so vse sile usmerili v neposredno prodajo na dom kupca. »To je vaš čas, iz prodaje na dom ustvarite največ, kar lahko. Oskrbite gospodinjstva in pazite na svoje zdravje,« s to popotnico je Sandra Turnšek svojih 15 osebnih dostavljavcev poslala na teren.

## Slovenijo so pokrili s 15 prodajalci

Kupci so mlekarino Krepko in njenih 15 prodajalcev že poznali, epidemija pa je pripeljala nove kupce in več naročil po spletu in telefonu. Ljudje so »krepkim suhcem«, kot Sandra Turnšek pravi svojim terenskim prodajalcem, vse pogosteje odprli vrata, naro-

čila so rasla. »Če so naši prodajalci pred korono vozili naše izdelke v eno stanovanje, so v isti ulici hitro dobili nove kupce, ki so iz strahu pred okužbo ostajali doma in tudi mlečne izdelke naročali po telefonu,« dodaja sogovornica.

Nove kupce je mlekarina Krepko dobila tudi prek spletne trgovine, ki jo ima že deset let, lani pa jim je prinesla 3,4-krat več prihodkov kot leta 2019. Spletno trgovino so postavili kot podporo prodaji na dom, lani pa se je znova pokazalo, da je to bila dobra poteza. »V spletni trgovini kupec spozna naše izdelke in jih prvič naroči, potem pa že dobi svojega osebnega dostavljavca, ki skrbi za njegov hladilnik. Poleg našega kefirja in drugih mlečnih izdelkov po spletu in z dostavo na dom ponujamo tudi druga živila, ki smo jih prej vozili v vrtce in šole. Gre za ekološka jajca, jabolka, jabolčni sok in kis, piškote, marmelade, ekološko meso in hrenovke šaleške z druge. Večino naših izdelkov še vedno prodamo prek trgovskih verig, vse pomembnejša kanala pa v zadnjem času postajata tudi spletna in neposredna prodaja,« razlaga.

## Prodajo od vrat do vrat so povečali za četrtno

Neposredno prodajo od vrat do vrat so lani povečali za četrtno, s 585 tisoč na 730 tisoč evrov. S tem in z večjo prodajo v trgovske verige, kije lani zrasla za 26 odstotkov glede na leto 2019, pa so pokrili velik izpad naročil iz šol in vrtcev. »Pod črto smo lani dosegli enake prihodke kot leta 2019, čeprav se je prodaja v javne ustanove zmanjšala skoraj za polovico, izvoza pa zaradi korone ni bilo,« opisuje glavne dosežke minulega leta, v katerem je mlekarina Krepko praznovala 25-letnico in imela 3,6 milijona evrov prihodkov od prodaje.

Kefir, ki ga edini v EU delajo iz pravih kefirjevih zrn in pomeni 80 odstotkov njihove proizvodnje, so na začetku leta 2020 nalili v prenovljeno embalažo. Do epidemije so po trgovinah imeli več pokušenj kefirja, na katerih so kupce opozorili na novo embalažo, po koroni pa so se lotili močne promocije po spletu. »Spletna trgovina, prodaja na dom in redno nastopanje na družbenih omrežjih so nas potegnili iz krize, ki se je na začetku epidemije nakazala s 45-odstotnim upadom prodaje ob zaprtju šol in vrtcev,« povzame sogovornica.

## Njihov kefir je najbolje prodajani kefir

Za spletni nastop na družbenih omrežjih, pošiljanje e-novic in vsak mesec tudi e-revije o svojih izdelkih so sestavili novo ekipo. »Redizajn smo načrtovali že leto prej, poudarili smo prednost našega kefirja v želji, da ga bodo kupci na polici lažje in hitreje prepoznali. Dosegli smo cilj, kefir krepko se je po raziskavi AC Nielsen z redizajnom, promocijo in prodajnimi akcijami lani prebil na prvo mesto pri prodaji vseh vrst kefirja v trgovskih verigah.

»Čeprav je naš kefir najdražji, je tudi najbolje prodajani. Torej se da uspeti, če ponujaš kakovosten izdelek, gradiš prepoznavno znamko in imaš razvejeno prodajo. Od letos bolj premišljeno sodelujemo s trgovskimi verigami, za vse leto vnaprej načrtujemo prodajne akcije, da niso sočasno pri dveh trgovcih. Za dober odnos z največjimi trgovci sem zaposlila skrbnika ključnih kupcev,« poudarja Turnškova.

Seveda lani ni šlo vse gladko. Veliki pritiski na cene še trajajo, veliko truda in časa so vložili, da so se obdržali v dobri finančni kondiciji. Ekološko mleko so poleti, ko ga krave dajo največ in ko zaradi dopustov upade prodaja mlečnih izdelkov, prodajali z izgubo, po nižji ceni, kot so jo plačali kmetu. Čez noč so se morali v proizvodnji najti brez deveh tih delavcev, ki so bili okuženi s koronavirusom, delo so preporazporedili, da predelava mleka ni trpela. Izvozni dogovori so potihnil.

## Optimističen začetek leta

»Letos se za terenske prodajalce začne garanje. Prosila sem jih, naj se letos potrudijo in obdržijo 80 odstotkov lanske prodaje. Zaupanja vredno znamko smo zgradili, ta položaj moramo obdržati in tudi Evropi pokazati, da delamo pravi kefir,« poudarja. Leto so začeli optimistično, s štiri odstotke večjo prodajo kot januarja

lani. Če pa pogledamo le prodajo v trgovske verige, je bila januarja letos za 70 večja kot januarja lani.

»Prebujajo se tudi skandinavski trgi, zato upam, da bomo še pred poletjem podpisali pogodbo o izvozu našega kefirja na Dansko, ki bo napredaj pod našo in njihovo trgovsko znamko. Kefir bomo delali iz njihovega mleka v prahu, proizvodnjo in logistiko smo že preizkusili, po spletu smo imeli tudi pokušenja naših kefirjev. Čakamo le še na podpis pogodbe, medtem pa že razvijamo nove izdelke, prvega bi še pred poletjem dali na police. Lani se je pokazalo, da so prave odločitve vodile v rast prodaje. Gospodarstvo je bilo prepuščeno lastni iznajdljivosti, znanju, pogumu in gospodarstvu ravnanju s sredstvi. In če si prepuščen sam sebi, so odločitve pomembne del obstoja. Tudi prave odločitve na ravni države lahko hitro obrodijo sadove, če so prave, seveda,« za konec pravi Sandra Turnšek.



MATEJA JORDOVIC/POTOCNIK

»Spletna trgovina, prodaja na dom in promocija na družbenih omrežjih so nas potegnile iz krize, ki se je na začetku epidemije nakazala s 45-odstotnim upadom prodaje ob zaprtju šol in vrtcev,«

■ pravi Sandra Turnšek, direktorica mlekarne Krepko iz Laz blizu Logatca.



## SPLETNA 3. KONFERENCA

# POVEZOVANJE KMETIJSTVA IN TURIZMA

16.4.2021, od 9.00 do 15.00

### IZ PROGRAMA:

- Strategije in modeli za razvoj trajnostno turističnih destinacij in kolektivnih blagovnih znamk
- Digitalizacija kot razvojna priložnost v procesu okrevanja in krepitev turizma
- Okrogla miza: Odkrivamo potenciala za preboj turizma na podeželju

- Predstavitev primerov dobrih praks in novih strategij ter idej na področju povezovanja kmetijstva in turizma
- Pogovor z bratoma Denkom o povezovanju in sodelovanju

Program je v pripravi. Govorniki so vabljeni.

Več informacij na <https://agrobiznis.finance.si/dogodek/1865/3-Konferenca-Povezovanje-kmetijstva-in-turizma>

Podpornika projekta:



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO,  
GOZDARSTVO IN PREHRANO



Udeležba je brezplačna, prijava pa obvezna na [https://narocilnice.finance.si/narocilo/101\\_KMETIJSTVO-TURIZEM-2021](https://narocilnice.finance.si/narocilo/101_KMETIJSTVO-TURIZEM-2021)